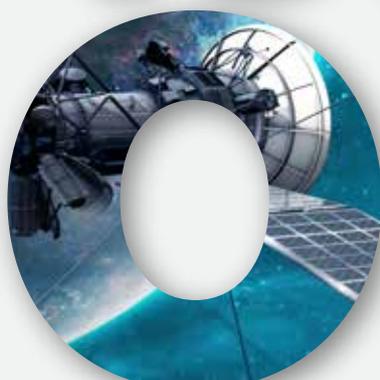




Asociación Argentina
de Televisión por Cable

1990



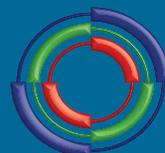
JORNADAS INTERNACIONALES

#JORNADAS30AÑOS VIRTUAL

10-11-12
DE NOVIEMBRE



Asociación Argentina
de Televisión por Cable



cappsa
CAMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

EDITORIAL:

Dialogar para construir

PROGRAMACIÓN:

Festejos y lanzamientos

NHK
WORLD
JAPAN



NHK
NEWSLINE

El programa de noticias insignia de NHK WORLD-JAPAN, que ofrece cada hora las últimas noticias mundiales, de negocios y meteorológicas, sobre Japón y el resto de Asia.

— Diariamente/ transmisión cada hora —



Este programa diario de noticias ofrece una selección de temas claves de las últimas 24 horas sobre el Japón y Asia.



Reporta las últimas noticias de negocio, finanzas y economía, con análisis adicionales de especialistas invitados.



Presenta una colorida variedad de reportajes, incluyendo temas de la vida diaria en lugares de todo el Japón, Asia y del resto del mundo.

lunes – viernes

Ahora con subtítulos, disponible en:

chino, francés, indonesio, español, tailandés, y vietnamita cuando mire NHK NEWSLINE u otros programas en línea.

Contacto Miyuki Nomura

Representante de NHK WORLD-JAPAN para América Latina
mail@miyukinomura.com

Retransmisión en directo
en la web y en la app gratuita:
nhk.jp/world

NHK
WORLD
JAPAN



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Av. de Mayo 749 – 5° P. Of. 31
1084 - Bs. As. - Argentina

Tels: 54 - 11 - 4342 - 3362
54 - 11 - 4345 - 5074
54 - 11 - 4345 - 5075
Fax: 54 - 11 - 4343 - 1716

E-mail: atvc@atvc.org.ar

Web: www.atvc.org.ar
www.atvc.org

Presidente:

Walter Burzaco

Vicepresidente 1°:

Jorge Di Blasio

Vicepresidente 2°:

Armando Ametrano

Secretario General:

Hernán Verdaguer

Tesorero:

Daniel Celentano

Pro-Tesorero:

Lucio Gamaleri

Vocales Titulares

Alberto Genovese
Raúl Possetto
Daniel Delfino
Ricardo Masini
Iván Lorenzo
Francisco Barreto
José Ponzone
Fabián Di Cicco
Federico Fornelli

Vocales Suplentes

Raúl Suárez
Jorgelina Ventura
Eduardo Uría
Cristina Autorino

Revisores de Cuentas

Roberto Argaña
Jorge Busquets



Walter Burzaco

Mensaje del Presidente

Este 2020 tan particular nos vuelve a encontrar para celebrar los 30 años de las Jornadas Internacionales. Más allá de todo lo que hemos debido atravesar como sociedad a lo largo de estos ocho meses tan complejos para el mundo, los aniversarios siempre son momentos de festejo y esta oportunidad no debe ser la excepción.

Esta edición, con todas las dificultades que acarrea organizar un evento en estas condiciones, representa el compromiso inquebrantable con todos aquellos sectores que siempre nos han acompañado y hoy son el sustento de la esfera cultural, educativa y tecnológica, además de representar a los actores digitales fundamentales para impulsar la necesidad del acceso a Internet en Argentina y la región en su conjunto.

Nuestro país se encuentra en un proceso de modificaciones en lo que refiere a la regulación en materia de telecomunicaciones. Un cambio de reglas radical, que abre interrogantes para el futuro de las TIC en Argentina. Esperamos, mediante un diálogo constructivo, elaborar políticas de Estado que perduren en el tiempo y satisfagan las necesidades de los ciudadanos, para retomar las inversiones necesarias en tecnología y para continuar brindando servicios de avanzada, como lo venimos haciendo desde hace más de 50 años.

Sin dudas, #Jornadas30Años tendrá especial relevancia para este cometido. Somos parte de una industria que se gestó en la adversidad, gracias al impulso de aquellos pioneros del interior, hasta convertirse en la precursora de la banda ancha, la principal responsable de la convergencia móvil-fijo y el sector que más contribuye en reducir la brecha digital.

Es por eso que hoy debemos celebrar. Porque hemos cumplido 30 años consecutivos dándonos públicamente, en un evento que convoca a operadores e inversores del país y de la región.

ATVC es miembro de:
NATPE - NCTA - PROMAX
SCTE - TEPAL - GEMCI

30ª Edición de Jornadas Internacionales, la más desafiante de la historia



Asociación Argentina de Televisión por Cable



Walter Burzaco
Presidente ATVC



Sergio Veiga
Presidente CAPPSPA

El año 2020 ha plantado pura incertidumbre en el mundo. En Argentina, además de incertidumbres, la pandemia ha agravado a niveles históricos la frágil situación económica. En ese marco, la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara Argentina de Productores y Programadores Audiovisuales (CAPPSPA) encaran la realización de la 30ª edición de Jornadas Internacionales, un verdadero icono entre los encuentros de TV paga de las Américas. Por primera vez, y al igual que prácticamente todos los eventos regionales e internacionales de la industria de la televisión, la cita será enteramente virtual, un trasvase realmente desafiante, obligado por un Covid-19 que continúa afligiendo

al planeta. Entre el martes 10 y el jueves 12 de noviembre, Jornadas volverá a reunir al mercado de la TV paga en un espacio ciento por ciento online: www.jornadasinternacionales.com. *“Este escenario de pandemia mundial nos expuso un reto adicional a lo que ya implica de por sí la realización de un evento de estas características. Cumplimos 30 años y, más allá de todo, sabemos que debemos estar a la altura de lo que requieren la industria, los espectadores y los medios. Es por eso que desarrollamos una plataforma de vanguardia, en donde encontrarán conferencias de primer nivel y material comercial de exposición, para visitar y rever cuándo, cómo y dónde quieran”,* explicó Walter Burzaco, presidente de ATVC. *“Ideamos una propuesta integral, que no deje nada librado al azar. La idea es brindar una experiencia completa, donde cada expositor pueda personalizar su propuesta, y cada espectador pueda acceder al contenido que desee”,* destacó Sergio Veiga, presidente de CAPPSPA. En el evento de apertura está confirmada la presencia de Claudio Ambrosini, presidente del Directorio del Enacom, acompañando a las autoridades de las organizadoras y a eje-

cutivos de primera línea del mercado del cable nacional. Durante el primer día, habrá un panel con presencia internacional, que debatirá los requerimientos de la industria TIC para su evolución en la región. También tendrá lugar el debate sobre las diferentes formas de piratería y las diversas experiencias para combatirla. En la segunda jornada, los CEOs de la región expondrán su mirada sobre la actualidad del sector. En paralelo, representantes de las PyMEs argentinas expondrán sobre TV paga y acceso a internet. El último día estará reservado para las temáticas que están marcando tendencia a nivel mundial y que merecen un tratamiento específico por



Golf Channel se suma al portafolio de señales de Discovery en Latinoamérica



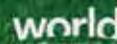
24 horas al día, los 7 días de la semana, llegando a más de 12 millones de hogares en la región con más de 1800 horas de deporte en vivo



SERGIO CANAVESE
Distribution Director
sergio_canavese@discovery.com

CLAUDIO ISOLANI
Distribution Manager
claudio_santiago_isolani@discovery.com

JUAN TOTH
Distribution Manager
juan_toth@discovery.com



su impacto en Latinoamérica: Redes y equipamiento de 5G, Producción audiovisual y Economía del conocimiento.

Los workshops y sesiones técnicas también tendrán su espacio. Se presentarán diferentes cápsulas digitales sobre los productos y servicios de las empresas programadoras expositoras, disertaciones para capacitación de personal y las ya clásicas exposiciones de primer nivel a cargo de la Society of Cable Telecommunications Engineers (SCTE).

“La industria de la TV Paga viene encarando ya desde hace tiempo grandes desafíos impulsados por la evolución de las tecnologías de distribución y las nuevas demandas que el cambio en los hábitos de consumo de contenidos ha generado.

La respuesta de los diferentes actores que participan en la actividad fue contundente. Con gran esfuerzo e inversión se ha ampliado notablemente la oferta de contenidos y la capacidad de las redes para distribuirlos, se ha facilitado el acceso de los mismos a través de diferentes dispositivos y se ha enriquecido la experiencia del usuario con cada vez más funcionalidades digitales.

Desde CAPPESA, festejando además

nuestro 25° aniversario, estaremos presentes con una nutrida agenda de conferencias y presentaciones de destacados ejecutivos de la industria, una muestra comercial con stands, salas de reuniones virtuales y diferentes actividades que estamos muy entusiasmados de ofrecerles a quienes asistan” comentó Veiga.

La organización confirmó la participación, hasta la fecha, de 24 expositores: AMC Networks, Arter, Artic, AVS, C5N, CABASE, DAC, DirecTV, Discovery Networks, EDGE, Eutelsat, EWTN, HITN, OLE Distribution, Red Intercable, SGD, Satsaid, Smithsonian Channel, SCTE, Telecom, The Walt Disney Company, TyC Sports, ViacomCBS, Warner Media y ProxTV.

“Es un evento de actores digitales. Queremos que #Jornadas30Años sea una muestra de lo que representa el ecosistema digital en la región: el futuro del desarrollo TIC”; resaltó Burzaco.

“La conectividad es un concepto imprescindible para comprender el presente de la industria y es en ese camino que ideamos este encuentro”; agregó Veiga.

Los esperamos ¡Sean ustedes muy bienvenidos a Jornadas 2020!

Expositores

- Dac
- Cabase
- EwtN
- Satsaid
- SGDG
- DISNEY
- C5N
- SCTE
- EUTELSAT
- EDGE
- PROXTV
- WarnerMedia
- Viacom CBS
- Ole Distribution
- Arter
- Amc Networks
- Discovery Networks
- Directv
- Telecom
- T y C Sports
- Smithsonian Channel
- Artic Latam
- Audio Video Sistemas
- Red intercable
- Europa +

Conferencias SCTE /ISBE :

Fiber Performance Management, Wi-Fi, Evolución del Video y Mobility Essentials

La estadounidense SCTE /ISBE, organización líder internacional en ciencia aplicada para telecomunicaciones por cable, como lo hace cada año, tendrá protagonismo una vez más en estas extraordinarias Jornadas Internacionales 100% virtuales.

Las sesiones técnicas de la organización se realizarán en la tarde del jueves 12, iniciando a las 2:05pm con Fiber Performance Management for Beginners, cuya disertación correrá a cargo de Mario Bautista, gerente de Ventas y Tech Support para América Latina de VeEX. Ingeniero electrónico con más de 20 años de experiencia en el campo de las telecomunicaciones, Bautista revisará los elementos básicos de la fibra óptica, la definición y el propósito de las pruebas de fibra a lo largo de su ciclo de vida, planteando las prácticas correctas y las herramientas ac-

tualizadas para cada etapa.

A las 2:45pm, arrancará la disertación Deploying Better Wi-Fi, a cargo de Rolando Barja Elías, director de Redes HFC de COTAS R.L., y Steve Harris, director ejecutivo de L&D y Technical Sales de SCTE•ISBE.

Los asistentes conocerán los modelos de implementación actuales y las características de Wi-Fi; y cómo superar los desafíos que enfrentan los operadores; junto con mejoras como el funcionamiento en malla y Wi-Fi 6 /6E.

En el horario de las 3:30pm iniciará la sesión Evolution of Video: Digital, IPTV, OTT and SVoD, en la que el disertante Guillermo Wilkinson, ingeniero senior de Sales Engineer de Vecima, asume un tema de enorme relevancia actualmente. Las evidencias muestran que la utilización del ancho de banda aumen-

ta continuamente, impulsado ante todo por servicios de video específicos. En consecuencia, los proveedores de servicios se están centrando en la transmisión de IPTV y OTT.

La sesión de clausura llegará a las 4:15pm. El disertante, Guillermo Wichmann, arquitecto de Soluciones para Clientes de Nokia, tendrá la responsabilidad de llevar adelante la conferencia Mobility Essentials.

La evolución del servicio 5G representa una fragmentación de los requisitos de red en varias familias de casos de uso que cubren eMBB, URLLC y mMTC. La transformación necesaria para hacer frente a los nuevos requisitos de capacidad y latencia, así como la automatización, tendrán un impacto significativo en la red de cable para que esté preparada para estos desafíos.

JORNADAS INTERNACIONALES 2020
#Jornadas30Años – Edición Virtual
“ECOSISTEMA DIGITAL: EL FUTURO DEL DESARROLLO TIC”

DÍA 1 - Martes 10/11/2020

10.00 – 17.00 Horas: Exposición Comercial (Hora de Argentina)

10.00 – 11.00 Horas – Acto de Apertura

Disertantes:

Sergio Veiga – Presidente de CAPP
 Walter Burzaco – Presidente de ATVC
 Claudio Ambrosini – Presidente del Directorio del ENACOM

Conduce:

Daniel Celentano – Director Ejecutivo de ATVC

11.00 – 12.00 Horas – Escenario Económico y Regulatorio de América Latina
 Cuáles son las realidades y desafíos para los actores convergentes ante la digitalización.

Disertantes:

Maryleana Méndez – Secretaria General de ASIET
 Representante Senior de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE
 Antonio Garcia Zaballos – Especialista Líder en Telecomunicaciones – BID
 Jorge Alejandro Patiño Córdova – Oficial de Asuntos Económicos de la CEPAL

12.00 – 13.00 Horas – Fraude Digital: Cómo Prevenirlo y Minimizarlo
 Nuevas formas de piratería y clandestinidad exigen recursos eficaces para combatirlas.

Disertantes:

Sergio Piris – Gerente Asuntos Penales, Delitos Tecnológicos y Antipiratería – Telecom Argentina
 Jorge Bacaloni – Director de antipiratería de Turner en América Latina
 Nicolás Novoa – Abogado especializado en Medios de Comunicación, Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías – Asesor ARTEAR
 Francisco Barreto – Vice Presidente de Asuntos Externos y Regulatorios – DIRECTV Argentina

Conduce el panel:

Paula Bertolini – Analista y Periodista TIC – Directora de la Agencia DPLNews

14.00 – 16.30 Horas – **CONFERENCIAS CAPP Y PROGRAMADORES EXPOSITORES**

14.00 Horas - Presentación Discovery Networks: La fuerza del portafolio de Discovery.

Oradores: Helga Lightowler, Directora de Contenido - Cono Sur; Sergio Canavese, Director Regional de Distribución - Cono Sur; Fernando Roca, Gerente de Research - Cono Sur.

14.30 Horas - Presentación Ole Distribution: OLE Distribution una nueva visión, grandes canales.

Orador: Sergio Veiga, Director Comercial Cono Sur para Ole Distribution. Invitados: César Sabroso, Vice Presidente Senior de Mercadeo, Afiliados y Comunicaciones Corporativas para A+E Networks Latin America Marcello Coltro. Vice Presidente Senior de Mercadeo, Afiliados y Creativo para NBCUniversal International Networks Nathascha Rengifo, Vice Presidente Senior de Distribución y Canales de Sony Pictures Television para Latinoamérica Gustavo Grossman, Cabeza de los canales de entretenimiento general de Warner Media Latinoamérica.

15.00 Horas - Presentación WarnerMedia: Tendencias de consumo y su impacto en los medios.

Orador: Felipe De Stefani, Head of Advertising Sales, WarnerMedia Latin America, Gerente General, WarnerMedia Argentina

15.30 Horas - Presentación Artear: La estrategia de los contenidos que nos permite mantenernos conectados.

Oradores: Adrián Suar, Gerente de Programación El Trece, Ricardo Ravanelli, Gerente de Noticias TN, Eduardo Coco Fernández, Gerente de Producción y Señales

16.00 Horas - Presentación Smithsonian Channel: Nuevos Proyectos del Smithsonian Channel.

Oradores: David Royle - Vice Presidente Ejecutivo y Jefe de Programación, Charles Poe - Vice Presidente Senior de Producción Global y de Tecnologías Emergentes, Mónica Barrios - Productora Senior

DÍA 2 - Miércoles 11/11/2020

10.00 – 17.00 Horas: Exposición Comercial (Hora de Argentina)

10.00 – 10.15 Horas – Una Mirada al Ecosistema TIC

Disertación:

Enrique Carrier – Fundador de Carrier y Asociados. Analista de mercado especializado en Internet, informática y telecomunicaciones.

10.20 – 11.30 Horas – Actores de la Transformación Digital en la Industria TIC
 Necesidad de transformación para responder a los desafíos digitales del país.

Disertantes:

Roberto Nobile – CEO en Telecom Argentina S. A.
 Facundo Prado – CEO en Supercanal S.A. – Argentina
 Director de Red Intercable – Argentina

Conduce el panel:

Carolina Limbato – Jefe para las Américas – Cullen International

11.30 – 12.30 Horas – PyMEs: Federalización Audiovisual y Acceso Inclusivo
Aporte de las PyMEs a la digitalización de país. Respuesta a los nuevos escenarios.

Disertantes:

Ariel Graizer – CABASE – Cámara Argentina de Internet
Representante de Red Intercable
Marcelo Tulissi – CACPY – Cámara Argentina de Cableoperadores PYMEs

Conduce el panel:

Andrea Catalano – Periodista en telecomunicaciones y tecnología – iProfesional

12.30 – 13.00 Horas – Hubs de Contenidos

Disertantes:

Mario Carranza – Vicepresidente de Contenidos CABASE
Patricio Seoane – Vicepresidente de Puntos de Intercambio CABASE

14.00 – 17.00 Horas – SESIONES TÉCNICAS
ORGANIZADAS POR LA COMISIÓN TÉCNICA DE ATVC

14.00 Horas - Evolucionando HFC con FTTH y virtualización del acceso

Disertante: Eduardo Panciera – Telecom

14.45 Horas - Mediciones con OTDR en FTTH

Disertante: Juan Garcia Bish – Comisión Técnica ATVC

15.30 Horas - Técnicas de diseño de Redes FTTH

Disertante: Claudio Cipriani – Telecom

16.15 Horas - Tecnologías alternativas para la TV por cable

Disertante: Pablo Fernandez – Red Intercable

Moderadores: Miembros de la Comisión Técnica de ATVC

DÍA3 - Jueves 12/11/2020

10.00 – 17.00 Horas: Exposición Comercial (Hora de Argentina)

10.00 – 11.00 Horas – Desarrollo de 5G: Visión de los Líderes Tecnológicos
Aplicación y evolución a nivel mundial. Escenarios posibles en América Latina.

Disertantes:

Eric Rodríguez – Technology, 5G and Mobile Cloud Architect – Cisco.
Emmanuel Coelho Alves – Mobile Consultant – Huawei
Angélica Ceratti – Marketing Manager en Latin America – Nokia

Conduce el panel:

Lucas Gallitto – Public Policy Director, Latin America – GSMA

11.00 – 12.00 Horas – Plataformas de Distribución

Nuevas formas de consumo interpelan a la TV y a la producción audiovisual.

Disertantes:

Guillermo Páez – Director Plataformas de Distribución de Contenido – Telecom
Leonardo Sampaio – Business Development Director for LATAM en Netflix
Natalia Scalia – de Disney de The Walt Disney Company Latin America

Conduce el panel:

José Crettaz - Periodista especializado en TIC, docente y emprendedor

12.00 – 13.00 Horas – Economía y Digitalización

Desarrollo nacional y Latinoamericano. La digitalización de la sociedad.

Disertante:

Raúl Katz – Consultor en Telecomunicaciones. Director de Estrategia de Negocios del Columbia Institute for Tele-Information.
Carlos Winograd – Economista. Profesor en Paris School of Economics y ex Secretario de Defensa de la Competencia de Argentina.

Conduce el panel:

Ángel Melguizo – Vicepresidente de Asuntos Externos y Regulatorios para AT&T DIRECTV Latin America

14.00 – 17.00 Horas – CONFERENCIAS SCTE/ISBE

14.00 Horas - Fiber Performance Management for Beginners

Disertante: Mario Bautista, LATAM Sales & Tech Support Manager

14.45 Horas - Deploying Better Wi-Fi

Disertantes: Rolando Jochen Barja Elias, Steve Harris, Executive Director L&D & Technical Sales – COTAS & SCTE.ISB

15.30 Horas - Evolution of Video: Digital, IPTV, OTT and SVoD

Disertante: Guillermo Wilkinson, Sr. Sales Engineer, Vecima

16.15 Horas - Mobility Essentials

Disertante: Guillermo Wichmann, Customer Solution Architect, Nokia

Internet en tiempos de Coronavirus

Por Ing. Juan Ramón García Bish*

Las restricciones de la cuarentena y el distanciamiento social impuestas para un mejor control de la pandemia Covid19 impactaron notablemente en nuestra vida cotidiana. Cambió totalmente nuestra rutina, la forma en que nos comunicamos, trabajamos y nos divertimos.

Las empresas que brindan servicios de telecomunicaciones resultaron doblemente afectadas. Por un lado alteró todos los esquemas operativos y de cobranzas pero por otro, debió soportar el fuerte impacto en el cambio de los patrones de tráfico de conectividad hacia Internet.

En la parte operativa el cierre de las sucursales durante el primer mes afectó mucho más a las operaciones pequeñas del interior del país donde los clientes no están tan acostumbrados al uso de los medios electrónicos de consulta y pagos. Para ellos, en muchos casos, el hecho de concurrir a la sucursal se convierte en un evento social más donde se encuentra con vecinos y amigos. La cobranza también se vio resentida al no poder efectivizarse en forma personal en el local o sitios de pago habilitados como Pago Fácil & Rapi-pago. Por otro lado la imposibilidad de ingresar a los domicilios para atender reclamos y problemas de services también complicó la operación cotidiana.

El otro frente en el cual pegó la cuarentena fue en el incremento del tráfico que requiere acceso a Internet. Durante el mes de marzo se observó un incremento que según la operación varía entre un 20% y un 30% siguiendo los valores que acusan diferentes operadores de la región latinoamericana. Pero no solo se observó un incremento en el pico de tráfico sino que además la curva se aplanó manteniéndose un elevado valor de demanda durante un período de tiempo más prolongado. Antes de la cuarentena el pico de tráfico se observaba durante un período de 6 o 7 horas y ahora esto se amplió a una banda que llega a ser de 12 horas.

Si efectuamos un análisis más profundo de ese tráfico de Internet podemos dividirlo en dos componentes fundamentales. Por un lado tenemos todas las redes de distribución de contenido o CDNs que transportan el contenido más pesado ya que incluye componentes de streaming de audio & video. Estas CDNs en muchos casos buscaron acercar el

contenido al cliente final e instalaron servidores dentro de las cabeceras de los principales operadores de Telecomunicaciones. Las principales CDNs son Google, Netflix y Facebook, las cuales representan aproximadamente el 75% del total de tráfico. El resto es lo que yo llamo "Internet Puro" y que forzosamente debe ir a buscarse a la nube a través de un acceso nacional o internacional representando el 25% del total.

Ahora bien, el tráfico de Internet Puro creció por encima del promedio ubicándose entre un 35% y un 46% (tenemos en cuenta que como su participación porcentual es más reducida en valor absoluto el crecimiento resulta inferior al de las CDNs). Este mayor incremento resultó como consecuencia del tele-trabajo, la tele-educación, las reuniones virtuales, las plataformas de juegos y la navegación en general con mayor impacto en los sitios de noticias. Las reuniones virtuales no solo afectaron el tráfico de bajada sino también el de subida ya que cada asistente a la reunión está subiendo su video. Esto obligó a incrementar el tráfico permitido de subida sobre todo en los planes más bajos.

Qué es lo que sucedió con las CDNs?? Originalmente Google & Netflix venían disputándose el primer puesto con tráfico muy similares pero con la cuarentena Netflix ganó terreno ubicándose en el primer puesto. Facebook los siguió atrás con un incremento nada despreciable ya que debemos recordar que también engloba al servicio de mensajería Whatsapp y durante el primer mes de la cuarentena fue muy alto el contenido de videos que se viralizaron por ambas plataformas.

Debemos considerar tres elementos en la cadena hasta llegar al dispositivo final del cliente:

- 1.- Conectividad hacia el mundo externo de Internet (Internet Puro)
- 2.- Red de Acceso (Última milla o red de distribución que lleva el servicio al cliente final)
- 3.- Red interna dentro de la casa del cliente.

La capacidad contratada con los diferentes carriers que dan acceso a Internet debió ser ampliada o hacer uso del recurso de la modalidad "burstable" que usualmente se incluye en los acuerdos y que permite excederse temporalmente de la capacidad contratada. Normalmente esto no representó un cuello de botella. La red de acceso o última milla sí que



Ing. Juan Ramón García Bish

llegó a estar comprometida y dependió sobre todo de la planificación de cada operador y de sus márgenes de seguridad que obligan a dejar una cierta capacidad ociosa para poder atender picos de demanda. Lamentablemente eso no es así en todos los casos y se evidenciaron situaciones de congestión o saturación que resultaron más notorias en los servicios de alta velocidad. La resiliencia o capacidad de las redes de adaptarse a cambios repentinos en la demanda también está asociada a la tecnología adoptada para el transporte de datos resultando las más vulnerables las tecnologías de acceso inalámbrico, seguidas por HFC_DOCSIS y concluyendo con los sistemas de fibra al hogar que son los más sólidos.

En lo que hace a la red dentro de la casa del cliente el confinamiento de toda la familia durante las 24hs del día resultó en una mayor cantidad de dispositivos conectados simultáneamente llevando a un requerimiento de tráfico que en muchos casos superaba a la capacidad contratada. Esto obligó a solicitar un upgrade para disponer de mayor capacidad o pactar entre los diferentes habitantes del hogar para evitar uso simultáneo de aplicaciones altamente demandantes de capacidad.

Por suerte, después del primer mes de cuarentena esta tendencia alcista se redujo y hoy se mantiene en valores razonables. Sin embargo, cuando acabe esta cuarentena y volvamos a la normalidad muchas cosas no volverán a ser como eran antes. El Tele-trabajo y la Tele-Educación llegaron para quedarse.

**El ingeniero Juan Ramón García Bish es Gerente de Ingeniería de Gigared S.A.*



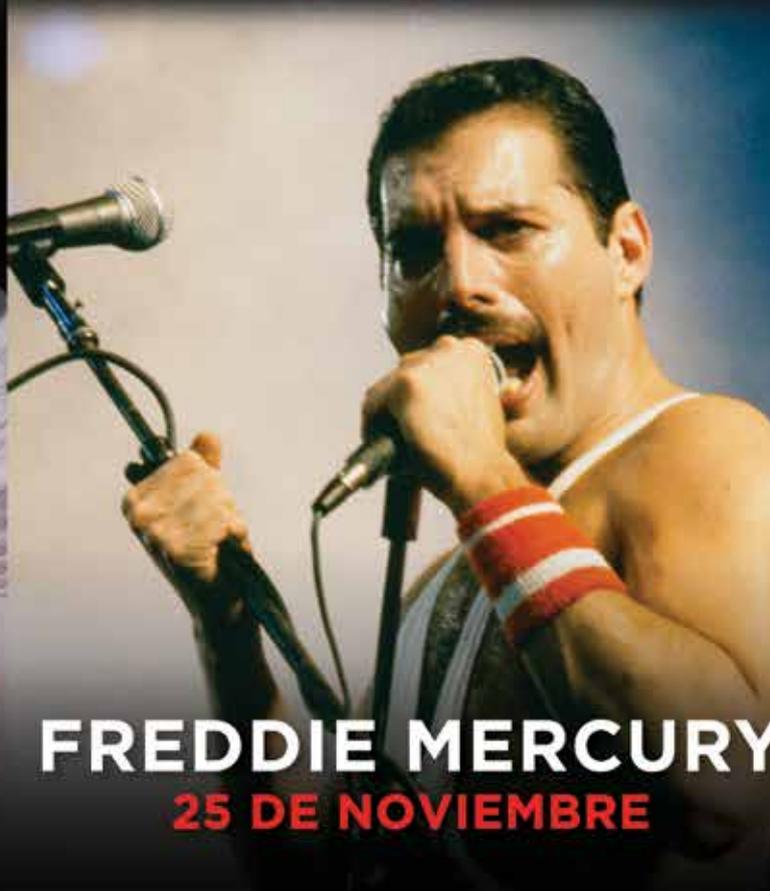
ARIANA GRANDE
4 DE NOVIEMBRE



CHER
11 DE NOVIEMBRE



LADY GAGA
18 DE NOVIEMBRE



FREDDIE MERCURY
25 DE NOVIEMBRE

ÍNTIMO Y PERSONAL
TODOS LOS MIÉRCOLES A LAS 7:30 PM

iHOLA! TV

AMC Networks: Balance positivo

En un año de incertidumbre, reforzaron iniciativas y superaron las expectativas.

Revista ATVC entrevistó a Alejandro Kember VP de Distribución para Latinoamérica en AMC Networks International Latin America, quien se refirió a la actualidad de AMCNI-LA:

“Si bien al principio de esta pandemia había mucha incertidumbre, para nuestra industria ha sido un año de oportunidades dado que el consumo de la televisión en todas sus modalidades, tanto lineal como no lineal, aumentó debido a los confinamientos. Nosotros aprovechamos esta gran oportunidad y los retos que esto conlleva reforzando iniciativas que ya habíamos comenzado o que arrancamos durante la pandemia para alinearlos con la nueva realidad” reflexiona el ejecutivo, quien agrega, *“Estamos contentos con nuestro desempeño en este tercer trimestre del año en el que el portafolio de marcas de AMCNI-LA experimentó un aumento en ratings total day de +18% durante julio, agosto y septiembre, mientras que durante el horario de la tarde (12-6pm), el portafolio aumentó +32% en contraste con la TV paga que solo creció 5%. El Gourmet, canal que está celebrando sus 20 años, incrementa su audiencia +12% en Argentina y +24% en México”*

Asimismo, Kember destacó el hecho de haber podido seguir adelante con proyectos de producción propia siguiendo los estrictos protocolos de seguridad por causa de la pandemia, *“Desde el punto de vista de la producción, arrancamos un nuevo protocolo que contempla las medidas necesarias para cuidar a todos los involucrados. Así, durante la época de los confinamientos hemos filmado varios programas que han sido muy bien recibidos por nuestra audiencia. Por*

ejemplo, para El Gourmet, se grabó Me voy a comer el mundo: especial COVID-19 donde Verónica Zumalacárrregui se contacta con sus anfitriones de episodios anteriores en otros países y nos muestra una Madrid desierta. También se filmaron series como Sonia en su huerta, que marca el regreso de la chef mexicana Sonia Ortiz a la pantalla del canal, esta vez desde su casa; Supera esto, un desafío entre los chefs de El Gourmet para cocinar platos con un mismo ingrediente y nuestro reciente estreno Contigo pan y cebolla, grabado desde la casa de la chef Felicitas Pizarro, junto a su esposo e hijo pequeño. Además, para Más Chic se filmó De compras en...Bogotá con la reconocida asesora de moda colombiana, Laura Echavarría”

En relación a la programación de las señales de la compañía, destacó el lanzamiento de The Walking Dead: World Beyond por AMC, *“La tercera serie de la conocida franquicia, posicionó a la señal entre los top 10 canales de películas y series en la región y número uno en México, mientras que el estreno de la sexta temporada de FEAR The Walking Dead posicionó también a AMC como favorito entre la audiencia”*, así como el estreno de su producción original Breaking Music 01 por Film&Arts: En este docureality que fue rodado a principios del 2020, justo antes del inicio de la pandemia, el barítono alemán Benjamin Appl recorre Buenos Aires en busca de encontrar lazos entre el Lied y el tango. El ejecutivo de AMCNI hizo hincapié en el crecimiento del contenido no lineal, *“De la misma forma que los consumos lineales se vieron fuertemente incrementados, hemos visto un crecimiento exponencial en el consumo*



Alejandro Kember

de nuestros contenidos en las plataformas de VOD de nuestros socios estratégicos. Para citar un ejemplo, La otra Mirada, contenido de Europa Europa, estuvo dentro de los contenidos más consumidos por los usuarios de Flow durante los primeros meses de la cuarentena. Seguimos reforzando nuestra oferta de VOD en las plataformas de nuestros socios, para disponibilizar los contenidos tanto para los usuarios lineales como los no lineales. Además, comenzamos a apoyar comercialmente los esfuerzos de Acorn TV en la región. Estamos convencidos que se trata de una plataforma que va a agregar valor a las ofertas de nuestros socios, dado que trae lo mejor de contenido inglés, canadiense, australiano y demás países de habla inglesa”

“Con respecto al 2021, consideramos que va a ser un año desafiante sin conocer el panorama de cómo se desarrollarán las cosas en torno al Covid, pero muy atentos a las oportunidades que se presenten. Seguramente será un año difícil dado el daño en las economías del mundo y en especial las de América Latina. De todas formas, tenemos muchos proyectos de innovación para seguir abriendo el abanico de posibilidades a nuevos negocios de entretenimiento”, concluyó Kember.





TU PROGRAMA FAVORITO EMPIEZA CUANDO VOS QUERÉS

RETROCEDÉ HASTA 24HS

ENTRANDO EN LA GUÍA PODÉS NAVEGAR PARA ATRÁS Y VOLVER A VER LOS PROGRAMAS DE LA TV EN VIVO EN EL MOMENTO QUE ELIJAS.

SI TE GUSTA VER A LA NOCHE LO QUE PASÓ A LA TARDE O SI QUERÉS VOLVER A MIRAR ALGO QUE PASÓ EN EL DÍA, FLOW ES PARA VOS!

flow 

Nueva serie: "La niña de la selva"



Esta miniserie basada en sucesos reales, narrados por Sabine Kuegler en su novela autobiográfica homónima que fue best-seller internacional, llega a la pantalla de Europa Europa el Jueves 19 y 26 de noviembre a las 22 (Arg/Chile); 20 (Col) y 19 (Méx).

En lo profundo de la jungla de Papúa Occidental vive una tribu, los Fayu, que no tiene contacto con el exterior y cuyo idioma nunca ha sido descifrado.

Para el lingüista Klaus Kuegler, la oportunidad de vivir con la tribu y aprender su idioma es demasiado buena para dejarla pasar, incluso si eso significa que él y su familia vivan sin las comodidades de la civilización durante varios años. Sabine, de ocho años, se acomoda rápidamente en su hogar en la jungla, un lugar lleno de misterio y aventura, pero también de horror silencioso y peligro siempre presente. Los Kuegler corren un gran riesgo cuando Sabine encuentra a un niño abandonado y moribundo, Auri, a quien Doris cuida hasta que recupere

la salud.

A partir de ese momento, Auri vive con los Kueglers como un nuevo miembro de la familia. A medida que pasan los años, Sabine se convierte en una linda adolescente. Se hace amiga de los lugareños y aprende a vivir como ellos. Especialmente, crece su profunda amistad con Auri, que quiere formar una familia con ella. Pero sus padres quieren que ella estudie en Europa. Sabine entonces es obligada a ir a una tierra que apenas conoce, pero en el fondo, ella siempre quiere seguir siendo "la niña de la selva".



Perú Mágico se agrega a la oferta de SGD G



Perú Mágico, la nueva señal que se presenta en el marco de Jornadas Internacionales 2020 es una señal multiplataforma y multitemática que congrega a las comunidades peruanas en el mundo, así como a los admiradores de la cultura peruana, brindándoles contenidos las 24 horas del día. Con más de 70 horas de estrenos semanales, la señal ofrece contenidos exclusivos en deportes, noticias, gastronomía, viajes y entretenimiento.

Perú Mágico ofrece la más completa información periodística. Con 8 horas diarias de programación en vivo de la señal de noticias peruana canal N, en sus ediciones de la mañana, el medio

día y la noche. Además, como parte de su oferta deportiva, Perú Mágico transmite los mejores contenidos de las señales peruanas Movistar Deportes y Gol Perú. Transmite en exclusiva el campeonato nacional de fútbol peruano (Liga 1), además ofrece programas de actualidad de fútbol nacional, surf, automovilismo entre otros deportes.

La señal también ofrece una completa programación gastronómica para los amantes de la cocina peruana. Entre ellos destacan Más Rico, conducido por el reconocido chef Gastón Acurio; Dulces Secretos, conducido por Sandra Pleviani; y Sabe a Perú, programa de viajes conducido

por la chef Arlette Eulert.

Por otra parte, Perú Mágico, la señal ofrece la oportunidad de conocer el Perú, su cultura, tradiciones y sus impresionantes lugares a través de programas como 'Celebra Perú', '+20 mil kilómetros' y '5 destinos'. Finalmente, 'Perú Mágico' ofrece alternativas de entretenimiento, con programas como 'Wantan Night', latenight show; 'La 4ta pantalla', entrevistas en la era digital; y 'Jamás Perfectas', programa femenino. Perú Mágico está disponible en Estados Unidos a través de Directv y en Chile a través de Movistar y es gestionada por David Guerra en Cono Norte y por SGD G en Cono Sur.

WarnerMedia



SOMOS WARNERMEDIA





Disney+ se integra a la plataforma Flow



Desde este 17 de noviembre, los clientes de Flow estarán en condiciones de acceder de manera directa a Disney+, la plataforma de streaming por suscripción (SVOD) de The Walt Disney Company, vía una aplicación integrada en la plataforma OTT argentina. De esta manera se permite el acceso a los contenidos de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic y a los próximos lanzamientos del gigante de Burbank, a través de una amplia variedad de dispositivos

Gracias al acuerdo entre ambas compañías, los clientes de Flow y Personal tendrán hasta 3 meses de acceso a Disney+ de regalo disponible en el dispositivo de su preferencia (smartphone, smartTV, tablet o computadora). Pasado este período, los suscriptores pueden incluir a Disney+ dentro de la oferta de Flow y Personal por \$385 pesos finales por mes y se podrá abonar por medio de la factura de los servicios, sin necesidad de utilizar una tarjeta de crédito para contratarlo.

"Los clientes de Flow en la Argentina podrán disfrutar de los contenidos de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic y más integrados en su experiencia on demand y con hasta tres meses de regalo. Esta alianza con Disney+ presenta un paso más en el camino de consolidar a Flow como la plataforma de integración de contenido de entretenimiento más importante de la región, para seguir brindándoles a nuestros clientes la mejor experiencia de usuario y la más destacada oferta de contenidos en múltiples pantallas. Con Flow seguimos evolucionando, sumando en esta oportunidad a un líder en entretenimiento a nivel global," destacó Gonzalo Hita, COO de Telecom.

Disney+ en la pantalla de flow

En esta primera etapa de integración de Disney+ en Flow, el cliente que posea un decodificador Flow y tenga una cuenta de Disney+, podrá acce-



der al servicio directamente a través de una aplicación dedicada y, hasta los tres primeros meses de regalo. A partir de su lanzamiento en la región, el 17 de noviembre, Disney+ será el destino exclusivo y permanente de la más completa y mejor selección de películas y series de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars y National Geographic, además de producciones originales exclusivas. Todos los títulos originales producidos por y para Disney+, así como las colecciones completas de todos los contenidos disponibles de estas cinco icónicas marcas en todos los formatos (películas, series, cortos, shows y documentales) estarán exclusivamente en la plataforma.

Contenidos para la familia

Algunas de las nuevas películas, series, documentales y cortos producidos que estarán disponibles en la plataforma de Disney+ son:

- "The Mandalorian", la serie épica live-action de la saga STAR WARS, nominada a 15 premios Emmy® y que cuenta con Jon Favreau como showrunner y con Pedro Pascal como Mando. A su vez, la segunda temporada será estrenada al mismo tiempo que en EE. UU. También los fanáticos de STAR WARS podrán ver en noviembre "Disney Gallery: The Mandalorian", una serie documental que explora el detrás de escena de "The Mandalorian" a través de entrevistas, imágenes exclusivas y mesas redondas con los involucrados en el

proyecto. Además, "Star Wars: The Clone Wars", la serie animada ganadora de un premio Emmy® regresa para su épica conclusión en Disney+.

- Películas que The Walt Disney Studios ha creado exclusivamente para la plataforma, como "LA DAMA Y EL VAGABUNDO"

una re-versión live-action del clásico animado de 1955; "NOELLE", una película original de comedia navideña protagonizada por Anna Kendrick; "TOGO",

la historia real llena de aventura ambientada en el invierno de 1925 en los peligrosos parajes de la tundra de Alaska, que pondrá a prueba la fuerza, el coraje y la determinación de un hombre, Leonhard Seppala (interpretado por Willem Dafoe, nominado al Oscar® en cuatro ocasiones) y Togo, el perro a la cabeza de su trineo.

- Las series más icónicas de Disney Channels como "Hannah Montana"

"Zack y Cody: Gemelos en acción", "Kim Possible", "La Casa de Mickey Mouse", "PJ Masks: Héroes en Pijamas" y "Capitán Jake y los piratas del país de Nunca Jamás"; además de las películas originales de Disney Channel preferidas de una generación, incluyendo "High School Musical", "Camp Rock" y "Descendientes".

- Algunas de las series de televisión clásicas de Marvel desde 1979 hasta la actualidad, incluidas "X-Men", "El Hombre Araña" y "Marvel's Runaways", entre otras.



¡Lo que necesitás para

Conectante



INTERNET
FIBRA ÓPTICA



TELEVISIÓN
DIGITAL Y HD

TELEFONÍA
FIJA



 **Gigared**

gigared.com.ar

Ole Distribution se afianza en el mercado

Ole Distribution ofrece un robusto portfolio de señales que apunta a satisfacer los nuevos hábitos de consumo de la audiencia.



Sergio Veiga

Ole Distribution nació de una alianza entre Ole Communications y Warner Media para distribuir una nutrida cartera de señales producidas por importantes grupos de canales de televisión en toda América Latina. Cada una de las señales que representa Ole Distribution, cuenta con una nutrida y amplia oferta de entretenimiento, con contenido global y local, de rápido acceso y cada vez más interactivo que, como grupo, no solo le permite seguir siendo altamente competitivos, sino también relevantes en el mercado.

Sergio Veiga, Director de Ventas para el Cono Sur de la flamante compañía conversó con esta publicación días antes del inicio de la 30° edición de Jornadas Internacionales, que debido al contexto de aislamiento impuesto por la pandemia del Covid-19, se realizará por primera vez de forma virtual.

Objetivos para Jornadas Internacionales en modalidad virtual

“Este año nació Ole Distribution, una nueva Compañía de la que estoy muy orgulloso de formar parte y que es producto de la alianza entre Ole Communications y Warner Media. Está conformada por un extraordinario equipo de ejecutivos de amplia experiencia y trayectoria profesional, unidos bajo la misión de gestionar grandes canales y contenidos.

Para Ole Distribution, será un gusto participar por primera vez en Jorna-

das, este año en su versión virtual, para poder presentarle a nuestros clientes las novedades que tenemos en nuestro portfolio de marcas y canales integrado por: Universal TV, Studio Universal, SYFY, E!, Telemundo, A&E, Lifetime, History, H2, IVC, Warner Channel, Sony y AXN” comentó Sergio Veiga.

Desafío profesional en Ole Distribution

“Encaro esta nueva etapa profesional de mi carrera en Ole Distribution con muchísimo entusiasmo, ya que estamos gestionando grandes marcas con contenidos de altísima calidad bajo una visión orientada a satisfacer los nuevos hábitos de consumo de la audiencia, no sólo con nuestros canales lineales ya consolidados como grandes favoritos del público, sino también complementándolos cada vez más con una sólida oferta digital no lineal. Deseamos ofrecer a nuestros distribuidores todas las herramientas y soporte necesario. Trabajar junto a ellos en dar respuesta a las nuevas demandas de consumo, con contenidos espectaculares, accesibles en todo momento a través de los diferentes dispositivos que está usando la gente”.

Potencial de crecimiento de los canales básicos en la era OTT

“Los canales que representamos en Ole Distribution ya no son solamente canales. Son una oferta integral que, además de la distribución lineal,

le brindan al suscriptor que paga su abono, la posibilidad de acceder a un importante volumen de horas en contenidos de gran éxito y atractivo para disfrutarlos en el momento que deseen sin necesidad de una erogación extra. Gracias a ello, proyectamos un alto potencial de crecimiento no sólo en la distribución sino en el uso y el consumo de esos contenidos que ponemos a disposición en toda Latinoamérica”.

Planes a mediano y largo plazo

*“En Ole Distribution continuaremos trabajando en ampliar cada vez más nuestro portfolio TVE/ VOD. Así como también continuaremos estrenando nuevas temporadas de series consagradas, y nuevos lanzamientos que oportunamente daremos a conocer. Asimismo, en conjunto con nuestros distribuidores enfocaremos nuestras acciones en hacer brillar cada vez más a nuestra gran y atractiva oferta básica. Todo bajo el marco de una nueva visión, con estrategias alineadas con las nuevas tendencias de la industria”*concluyó el ejecutivo.

AMC NETWORKS™
INTERNATIONAL

LATIN AMERICA

CREADORES DE FANÁTICOS



film & arts



Las señales de Discovery logran excelentes niveles de audiencia

Todas las señales que conforman su portafolio incrementaron significativamente su rating en el transcurso de 2020.



Guillermo Delfino

En conversación con Revista ATVC, Guillermo Delfino, Country Manager Discovery- Cono Sur se refirió a la performance de la compañía en un año atravesado por la pandemia: *“Este año tan particular nos ha presentado un escenario sumamente desafiante pero aun así supimos afrontarlo, nos adaptamos y estamos muy contentos por los logros y los resultados que obtuvimos. En términos de performance de nuestras señales, logramos alcanzar niveles de audiencia históricos en la región. Dado el contexto de pandemia y las posteriores medidas de aislamiento, se produjo un incremento en el co-viewing, con las familias reunidas en casa viendo televisión. En Discovery supimos capitalizarlo a partir del foco que desde hace muchos años venimos poniendo en nuestras marcas, canales y grillas de programación para llegar a una audiencia fiel y apasionada.”* En relación a los logros vinculados particularmente a su área de gestión el ejecutivo afirmó: *“En Cono Sur, batimos récords de audiencia con un portafolio que ha crecido un 70% en Chile, 40% en Argentina y 15% en Perú. Nuestro canal insignia Discovery Channel, continúa liderando la categoría factual y alcanzó los niveles de ratings más altos de su historia, ingresando al Top 10 de señales de TV paga más vistas en la Argentina, y duplicando su audiencia en Chile y*

en Perú. Por su parte, Discovery Home & Health se mantiene en lo más alto de la categoría Lifestyle con un incremento en sus niveles de audiencia del 53% en Chile, 41% en Argentina y 20% en Perú. Y Discovery Kids, en una categoría tan competitiva como la infantil, ha alcanzado durante varios meses la primera posición en Argentina y Chile y se afianza como #1 en Perú. Este éxito, también se vio reflejado en otras señales de nuestro portafolio, logrando significativos aumentos de audiencia en Investigation Discovery, Food Network, HGTV, Animal Planet y Discovery Turbo”

A fines de 2019, Discovery adquirió Golf Channel, el cual lanzado originariamente en 2006 es el único canal de la región dedicado al mundo del golf, 24 horas al día, los 7 días de la semana, llegando a más de 12 millones de hogares en la región y con más de 1800 horas de deporte en vivo *“Esta adquisición es sin dudas un gran impulso al ecosistema global de golf de Discovery, sumando Golf Channel a un portafolio que incluye: GOLFTV powered by PGA TOUR, la casa digital del golf; Golf Digest, la marca N°1 de medios dedicados al golf; y una alianza exclusiva de contenido global con Tiger Woods”*, manifestó el ejecutivo de Discovery.

“En lo que respecta al mundo digital, fortalecimos el posicionamiento de Discovery Kids! Plus, nuestra app de Discovery Kids que ofrece una experiencia segura, divertida y fácil de usar. A lo largo de este año, la plataforma triplicó sus usuarios en América Latina y hoy en día recibe 1.5 millones de usuarios por mes que generan 10 millones de video views. Además, Discovery Kids Plus logró mantener altos niveles de engagement y se ubica entre las apps con mayor tiempo de permanencia en su segmento.” En sintonía con la temática del mundo digi-

tal agregó, *“nuestra oferta On Demand está presente en las plataformas de los operadores de TV Paga más grandes de la región, con contenidos no lineales y, adicionalmente, ofrecemos nuestra propuesta VOD Unique, un servicio al cual se accede a través del operador e incluye contenido que nunca ha sido programado en los canales del portafolio de Discovery”*

Consultado sobre los planes para el año entrante comentó Delfino: *“Con vistas a 2021 seguiremos enfocados en generar contenido relevante y disponible en todos los formatos que los consumidores requieran. Para el año próximo, por ejemplo, estrenaremos en Discovery Channel nuevos episodios de “Supervivencia al Desnudo” y la serie “Monster Garage”, que regresa para todos los amantes de los fierros. Además, estrenaremos dos nuevos especiales con foco en el medioambiente. En Discovery Home & Health habrá mucho más de “Hermanos a la Obra”, “Dra. Sandra Lee” y “Buddy vs. Duff”; y en Discovery Kids presentaremos una nueva serie animada y producciones originales live action.”*

Antes de finalizar la entrevista Delfino no quiso dejar de hacer alusión al 30° aniversario de Jornadas Internacionales, *“Es un placer para nosotros formar parte una vez más de Jornadas Internacionales y quiero expresar mis felicitaciones en nombre de Discovery a todo el equipo de CAPPSA y ATVC por el 30° aniversario, por haber llevado adelante un evento de tal magnitud de manera virtual permitiéndonos seguir en contacto con nuestros amigos y colegas de toda la región. En Discovery estamos convencidos de que estos encuentros son fundamentales para el desarrollo y el crecimiento de nuestra industria.”*



Queremos ser parte de la solución al cambio climático.

Por eso, nos comprometemos a
ser Carbono Neutral en **2035**



AT&T

DIRECTV

PROXTV festeja su décimo aniversario

Javier Julio, Director Ejecutivo de PROXTV, hace un repaso de los diez años de la compañía.

“Con PROXTV comencé en 2011, en unos meses más cumpliremos 10 años. En la primera etapa, hicimos un profundo trabajo en la distribución de Crónica y CM, revalorizando los canales en el mercado de acuerdo a su posicionamiento. En 2012, se sumó Hernán Quiroga, un ejecutivo de mucha experiencia y juntos hemos ido transitando el camino de estos años. En 2016 incorporamos El Garage, y también trabajamos fuerte para revalorizarlo, completando un portfolio de mucho valor agregado para los operadores. Crecimos mucho con los canales. Crónica es uno de los cinco principales canales de Argentina y tenemos full-distribution. También tenemos muy buena recepción en Uruguay y hemos entrado en Chile y Paraguay. CM ofrece mucho más que videoclips, tiene contenidos con programas de estudio y exteriores para todos los gustos musicales y ese diferencial, lo hace atractivo para los televidentes que disfrutan de la música. También tenemos una penetración muy alta con el El Garage, que tiene excelentes contenidos y una programación amplia, que cubre todas las disciplinas del mundo motor. Tiene una gran calidad y es valorado en todo el continente” manifestó Julio; quien agregó: “Ofrecemos canales de marcas y conteni-

dos muy buscados por el público. Y seguiremos en esta línea de trabajo, tratando de agregar valor siempre a los operadores con los canales que representamos, ofreciendo nuestro expertise en toda la cadena de valor a nuestros clientes, con un servicio comprometido y eficiente que les resuelve toda la operación de la unidad de negocio de PayTV “

Nuevos mercados

“A pesar de la demora que ocasionó la pandemia en varias negociaciones que teníamos en curso, estamos contentos porque hemos lanzado El Garage en TIGO en agosto y ahora, estrenamos Crónica en Personal. Además, hemos tenido muy buena recepción por parte de los operadores del interior y estamos conversando para sumarlos a algunas grillas. Estamos felices de llevar nuestros canales a los televidentes de Paraguay” manifestó el ejecutivo de PROXTV a esta publicación.

Confía que el 2021, a pesar que el contexto se mantendrá afectado por la pandemia durante una parte del año, la situación va a ir mejorando poco a poco “Somos optimistas para encarar otro año de fuerte trabajo en todas las áreas en las que prestamos servicio a los canales que representamos, esperando retomar el contacto



Javier Julio

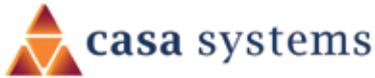


Hernán Quiroga

personal con los operadores y buscando crecer en el negocio publicitario. Y por supuesto, estamos muy contentos por cumplir 10 años y esperamos celebrarlo cuando sea posible”, finalizó Julio.



Somos Partner Platino Casa Systems



Partner Platino Casa Systems: Líder mundial en fabricación de CMTS. Modelo C100G y C40G, más pequeño (6RU), con DOCSIS 3.0 y 3.1 de apoyo, en las configuraciones que necesites. Placas DS / US, Licencias y Soporte Técnico.



Distribuidores oficiales de Hitron Technologies Cable Modems en configuraciones D3.0 8x4 y 24x8 c/WiFi eMTA 2,4 y 5,8 Mhz.



Distribuidores oficiales de CPAT – FLEX es un Sistema de Monitoreo que detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno, mejorando así la administración del proceso de reparación y mantenimiento de redes, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30%. Certifica sus redes con 100% de seguridad.



OPTIVO

OPTIVO es una Plataforma Óptica gestionable por IP, compacta, de muy poco espacio y con gran ahorro de energía. Tx 1550 nm, EDFA 1550 nm y mucho más.

Nodos Ópticos: Nodos ópticos de 2/4 salidas independientes con diodo Ortel, Micronodos para RFoG. 1Ghz de 4 Salidas. 48/54 dBmV con retorno DFB 1 o 2 mW / Opciones Low-Mid-High Split



Plataforma: Tx y Rx Modulares 1310 nm – 1550 nm. 16 Módulos – Fuente Redundante



La mejor solución de gestión de RF y óptica que facilita la organización del Headend y de los Hubs simplificando el conexionado. Plataforma MAXNET con conectores F y BNC (divisores, combinadores, DC, filtros, amplificadores y más), y MAXNET II con conectores Minicoax.



ARRIS

Comercializamos TODA la línea de productos de la empresa ARRIS

Placas DS/US C4/C4c Cable Modems D3.0 con y sin WiFi. Proveemos toda la línea de Productos ARRIS. Solicite Presupuesto



Distribuidores oficiales de ELECTROLINE, Productos para HFC (Soluciones Inalámbricas, Plataforma de Transmisión), FTTH, RFoG y PON.



Capacitaciones

GPON

Asesoramiento/ capacitación tecnología GPON. Pruebas de concepto. Diseño de los servicios. Integración a la infraestructura existente y mucho más.



Configuración y Operación CMTS C40G / C100G Resolución de Problemas Adm. de Sistema, Monitoreo y Mantenimiento CMTS Virtual.

Soporte técnico en todas nuestras líneas de productos

Smithsonian Channel acompañando a sus televidentes



David Royle

David Royle, Director de Programación y Vicepresidente Ejecutivo de Producción de Smithsonian Channel, se expresó sobre los esfuerzos de la señal de contenido factual para ayudar a sus seguidores a transitar el particular momento que se vive en el mundo por causa de la pandemia.

“El Covid-19 nos ha afectado a todos. En mayor o menor escala hemos enfrentado periodos de incertidumbre e interrupciones. Pero desde el punto de vista positivo fue un momento en el que nos vimos abocados como nunca a trabajar de forma muy creativa para poder seguir presentes en la vida de los televidentes con contenidos que los ayudaran a sobrellevar el largo y complicado período de confinamiento”, señaló el ejecutivo, quien añadió: “Así, teniendo en cuenta cuán limitados han estado los telespectadores en términos de los lugares adonde pueden via-

jar, nosotros hemos podido llenar esa necesidad de explorar el mundo desde sus hogares con series como América Aérea, Sitios Sagrados, Cruceros Súper Poderosos y Los Andes Salvajes” comentó Royle a Revista ATVC..

Asimismo, destacó los esfuerzos de la señal para cubrir las necesidades del público más joven: “Nuestro contenido también ha apoyado a muchos niños y jóvenes que han tenido que seguir sus estudios desde casa con programas que son entretenidos y educativos pero sobre todo confiables ya que nuestro contenido es verificado por científicos y curadores del Instituto Smithsonian, el complejo de museos e investigación más grande del mundo. Este punto es muy importante, sobre todo en esta época en que proliferan la información y las noticias falsas y las personas tienen cada vez más avidez de una fuente en la que puedan confiar.”

“Pese a los desafíos que hemos enfrentado por la pandemia, Smithsonian Channel ha mantenido el ímpetu y estamos encantados de que DirectTV haya abierto nuestra señal a todos sus abonados durante el verano. También hemos podido ofrecer a los suscriptores de VTR en Chile una plataforma de VOD sólida y emocionante, y en Brasil, a pesar de las presiones en la industria de la TV paga, nuestros suscriptores han aumentado en Claro NET y a

Smithsonian
CHANNEL 

BLU TV 

finales de octubre ampliamos nuestra presencia en ese mercado con el lanzamiento en BluTV”

Pese a las limitaciones de producción, Smithsonian Channel pudo llevar a cabo algunos proyectos. “Además de seguir aumentando nuestra presencia en la región, este año tampoco dejamos ni de producir ni de lanzar nuevos programas. Tuvimos la suerte de haber tenido una lista completa de especiales listos para emitir desde antes de la pandemia, y en los últimos meses estrenamos más de nueve series. Hemos tenido una variedad fantástica para ofrecer a nuestros televidentes. Poco después que el confinamiento se hiciera oficial en todo el mundo, lanzamos el documental Covid: Nuestro encierro en Shanghái”, manifestó Royle.

EPara finalizar se refirió a su participación en Jornadas Internacionales 2020 en su inédito formato virtual, “Nos complace mucho poder participar de Jornadas, el cual es uno de los eventos más importantes de la industria de la TV paga latinoamericana.

Europa + llega a Latinoamérica

europa+ 

Europa+ (Europa Más) es una plataforma única de SVOD que lleva una amplia gama de programación europea directamente al público de América Latina. En el mercado de contenidos bajo demanda, Europa+ está dirigido predominantemente a los europeos expatriados y a los amantes de la cultura europea. El servicio selecciona programación de toda Europa en su

idioma original con subtítulos en varios idiomas y más del 90% disponible en español.

La plataforma ofrece más de 1500 horas de programación e incluye una selección de los mejores y más recientes programas de televisión del Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y los países nórdicos, provenientes de BBC, Studio Canal, Mediaset, ZDF, TF1, Fede-

ration, Studio100, Motorvision, Autentic y Spiegel . Asimismo, es compatible con iOS, Android, AppleTV, Roku y próximamente con Amazon, FireTV y AndroidTV.

Europa + se lanzó en el tercer trimestre del 2020 en los países de habla hispana en América Latina y el Caribe y la segunda fase de lanzamiento incluirá Brasil y el resto de la región.



TENEMOS
TODO
LO QUE HAY
QUE TENER

**NUEVA
VISION
GRANDES
CANALES**



Hitecno suma proyectos y crecimiento

“...Empezamos todos los días con la voluntad de otorgarles soluciones a nuestros clientes, ofreciéndole las nuevas tecnologías disponibles, incorporamos profesionales especializados; para brindar mayor asesoramiento y soporte técnico a todo cliente que lo necesite. Incorporamos nuevas líneas de productos para FTTH, GPON de las mejores marcas utilizadas en el mercado, y seguimos ofreciendo equipamiento que otorga beneficios tecnológicos para sus redes...” comenta Dario Barab, CEO de Hitecno.

HITECNO sabe que el futuro ya llegó, y que las empresas se irán equipando con objetivos claros puestos en aumentar la capacidad de transmisión, la convivencia de las nuevas tecnologías y la nueva normalidad en la que hoy, todos nos encontramos inmersos.

Manteniendo socios estratégicos

“Somos Distribuidores Oficiales de CASA SYSTEMS, líder en fabricación de CMTS (Modelos C40G/C100G), y nuevos equipos como Remote RHY, quien continúa apoyándonos a nivel nacional, dentro de su extensa red de distribución mundial. Lo que nos permite ofrecer, excelente calidad, asesoramiento, soporte y garantía para asegurar la capacidad en ancho de banda que el operador requiera. CASA SYSTEMS demuestra día a día ser la opción más confiable, por su fuerte soporte en Hardware/Software y la mejor relación técnica/económica.

También, desde 2013, HITRON Technologies nos otorgó la confianza y el apoyo para comercializar sus Cable Modem, en las configuraciones D3.0 8x4, 24x8 y D3.1 c/WiFi eMTA 2,4 y 5,8 Mhz, con la calidad que los distingue”, agrega Barab.

Impacto Positivo en la reducción de costos

Hoy en día, los operadores buscan disminuir sus costos de operaciones, y al mismo tiempo seguir brindando un servicio de calidad, y es por eso el éxito que tuvo EFFIGIS-CPAT, Sistema continuo de monitoreo de Fuga e Ingress CPAT-Flex, en el mercado argen-

tino. El principal objetivo es aprobar las redes HFC libres de interferencia. El CPAT – FLEX detecta automáticamente los puntos de fuga de RF en alta y baja frecuencia y los puntos de ingreso de ruido al retorno, dichos eventos se grafican en el mapa de alarmas en tiempo real, con un sistema intuitivo que simplifica la emisión de ticket de reparación y la administración del proceso de reparación y soporte, reduciendo los tiempos y los costos de mantenimiento operativo de la red en al menos 30%, controlando así, el ingreso de la LTE y TDA en la señal de directa y el ruido en el retorno, incrementando la disponibilidad de la red y satisfacción del abonado. Basta consultar a los Operadores que lo utilizan en sus redes.

Expandiendo beneficios

Dario nos comenta sobre el efectivo Sistema Modular Óptico para HFC, de ELECTROLINE, que sigue creciendo, gracias a su plataforma de 24 transmisores ópticos de 1310nm o 96 receptores ópticos de retorno en solo 3 UR, reduciendo espacio, consumo eléctrico y su refrigeración.

Si quiere ir más allá de lo conocido, puede:

- Monetizar nuevos servicios sin necesidad de agregar fibra. El cable modem de exteriores AQ4 suma puntos de acceso a su red IP en solo minutos.

- Conectar cámaras IP, sistemas de enlace, microceldas, accesos WiFi, gateways IOT conectados AQ4 a un nodo, amplificador, DC o tap de su red HFC, como si fuera un abonado más.

- Brindar servicio más allá del último tap en tan solo unas horas, extendiendo la infraestructura disponible. El nodo Electroline ERN permite conectar abonados que se encuentren dentro de los 3 Km del último tap en el tiempo que lleva tirar un pelo de fibra.

Además, siguen comercializando la marca OPTIVO, su plataforma modular y nodos de 2 y 4 salidas independientes; con diodo Ortel, y Micro-nodos para RFoG, la tecnología que permite que la red HFC funcione en



Dario Barab



forma similar a una red FTTH.

Los productos ATX, ya son parte conocida dentro de la amplia oferta de HITECNO. La mejor solución para la gestión de RF y Óptica, que facilita la organización del headend y de los Hubs, proveyendo un soporte que simplifica el conexionado y el ajuste de las redes desde el origen, generando señales más limpias que garantizan el funcionamiento óptimo de toda la red sin requerir grandes inversiones.

En ATX, se destacan los productos SignalOn y MAXNET que ofrece conectores F y BNC, la solución MAXNET II con conectores minicoax que son soluciones de administración de RF, y UCrypt, que admiten una cantidad de formatos de ingesta, salida y seguridad, que son líderes en la industria.

Buscando el impacto positivo a tu inversión

“Verdaderamente, nos enorgullece estar aportando nuestro esfuerzo para que las inversiones continúen y acompañar así el desarrollo de nuestra industria en todo el ámbito nacional..., sin dudas el éxito está construido por todos los que dentro de Hitecno, aportan productos de alta calidad y precio, soporte técnico y garantía, asesoramiento y puesta en marcha de proyectos DOCSIS/GPON”, comenta Barab.

Gracias a todos los que forman parte de la Empresa se han posicionado como uno de los importantes y confiables proveedores del mercado, acompañando con confianza y empuje, los proyectos tecnológicos que los operadores realizan.

"DON'T WAIT FOR THE RIGHT OPPORTUNITY, CREATE IT!"

PROX.TV

BRINDAMOS ENTRETENIMIENTO

Channels Distribution | Ad Sales | Business Development

crónica HD



Contacto: Javier Julio | javier.julio@proxtv.com.ar | +54 11 4770-9398

www.proxtv.com.ar

Compromiso con los clientes y con la comunidad



La compañía enfocada en informar, entretener y conectar, refuerza su compromiso con la comunidad con diversas acciones que viene realizando desde el comienzo de la emergencia por el coronavirus.

Desde el primer momento de la pandemia la empresa enfocó sus esfuerzos en cuidar la salud de sus colaboradores y acompañar a los suscriptores, no solo mediante contenidos de entretenimiento, sino incluyendo también contenidos educativos e información y contribuir así, a la salud, la alimentación y la educación de los sectores más vulnerables. Alimentación, Salud y Acción humanitaria

Consciente de su rol corporativo, DIRECTV llevó a cabo acciones sociales en conjunto con Bancos de Alimentos, que forman parte de The Global Food Banking Network y el Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, así como con diversas asociaciones locales.

Por otra parte, con el objetivo de apoyar el trabajo que ya vienen realizando algunas organizaciones ante la necesidad de garantizar la alimentación de miles de familias, DIRECTV, junto a AT&T México y Sky Brasil, donaron el equivalente a un millón y medio de platos de comida para comunidades

en situaciones de vulnerabilidad.

Asimismo, en el área de salud, la compañía instaló su servicio en las salas de espera y de descanso del personal sanitario de hospitales y centros habilitados para la atención de pacientes. Además, se grabó un spot con los periodistas de la señal DIRECTV Sports, que bajo el lema #QuedateEnCasa concientizaron a los ciudadanos sobre la importancia del distanciamiento social.

Adicionalmente, como empresa que colabora con el Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja para apoyar su acción humanitaria frente a la pandemia., DIRECTV realizó una donación a las ONG por cada película que sus clientes adquirieron por el sistema Pay Per View entre el 22 y el 31 de mayo. Además, puso a disposición su pantalla para transmitir contenido de esta red humanitaria durante el 2020.

Educación y Reactivación económica sustentable

En el ámbito educativo, en sintonía con el programa educativo gratuito Escuela Plus dirigido a las escuelas rurales de América Latina que acerca contenidos audiovisuales que complementan la currícula de escuelas primarias y secundarias, se reforzaron las acciones que ya se habían iniciado, como la apertura del Canal Escuela Plus, a fin de continuar con la enseñanza y el aprendizaje de los chicos, y de colaborar en la distribu-



Francisco Barreto

ción de contenidos educativos durante esta situación de emergencia sanitaria. El programa se encuentra en casi 10 mil escuelas en la región y es impulsado por DIRECTV junto a sus socios Discovery, Disney, National Geographic, Torneos, Turner y Takeoff Media y con la colaboración de los Ministerios de Educación. En Argentina, Escuela Plus lleva 11 años y llega a más de mil escuelas distribuidas en todo el país, incluida la escuela N°38 Presidente Raúl Ricardo Alfonsín ubicada en Base Esperanza en la Antártida.

Además, acompañando las medidas del Ministerio de Educación de la Nación respecto de la situación epidemiológica del Covid 19, DIRECTV sumó contenidos del programa nacional Seguimos Educando a la grilla de programación de su canal Escuela Plus.

En cuanto a su aporte para lograr una pronta reactivación económica, transcurridos más de siete meses desde que inició la pandemia, la compañía buscó una iniciativa que pudiera fomentar la misma de una manera sustentable. Por eso realizó una alianza con la asociación civil Sumatoria, cuya plataforma digital está dedicada a conectar a inversores particulares con personas que llevan a cabo pequeños emprendimientos y con organizaciones que generan impacto social, apoyando la creación del Fondo COVIDA-20 ,creado para promover modelos financieros que amplíen el acceso al crédito a proyectos con impacto positivo y responsable en la sociedad, con especial énfasis en brindar apoyo a emprendedores, grupos asociativos y cooperativas.



Escuela Plus

LA NAVAJA SUIZA DE LOS ENCODERS



(*) LA CANTIDAD DE CANALES EXPRESADA EN CADA MODELO ES PARA EL CODEC H.264

Con sede en Suiza, Noisypeak nos presenta soluciones de codificación de video Carrier Class extremadamente versátiles para el uso en cabeceras de CableTV, IPTV, OTT y Broadcast.

La gran variedad de protocolos de entrada y salida, sumado a sofisticados algoritmos que incluyen el uso de Deep Learning para codificar desde SD a 4K, con codecs HVEC, H264 y MPEG2, y su excelente relación calidad precio hacen de Noisypeak no solo un gran recurso técnico, sino una gran inversión asequible para operaciones de todo tamaño en la que se requiera máxima calidad, variedad de alternativas y confiabilidad.

Todas las soluciones de Noisypeak están basadas en su mismo software de desarrollo propietario, cambiando solo la plataforma de hardware que es la que da los recursos para procesar mayor o menor cantidad de canales. Sumado a la compresión de video y de audio, los encoders Noisypeak también incluyen packager y scrambler para los DRM's mas populares del mercado, como Widevine, Faiplay, PlayReady y Verimatrix.



avs@avsistemas.com

ARG: +54 9 11 3213 6052

avs



@audiovideosistemasinc

www.avsistemas.com

Pandemia y la resiliencia en telecomunicaciones

*Por Rolando Barja

Uno de los principales retos en este periodo de la pandemia del COVID-19 para el sistema socioeconómico mundial, es la mitigación de las consecuencias que surgen de la adopción de diversas políticas para enfrentar este desafío. Desde el inicio de la pandemia, la contribución de la tecnología digital nos ha llevado a un análisis y evaluación de la resiliencia del Ecosistema Digital de cada país, como su desarrollo ha permitido que este sea gradualmente proporcional al factor de producción, y pueda generar un valor extra; por lo tanto, deben ser desarrollados a partir de un esfuerzo de transformación interna y con las variables dependientes de la idiosincrasia de los habitantes en cada país latinoamericano.

Los países de menor desarrollo tecnológico debido a las consecuencias de las políticas internas, reducen en proporción directa las consecuencias en el sistema económico y son los que buscan emerger en sus mercados domésticos, necesitando insertarse dentro de la economía mundial, para una permanente introducción de nuevas técnicas que contribuyan al desarrollo con un decisivo impulso de la técnica Schumpeteriana en el proceso clásico de "Discontinuidad Tecnológica" y "Destrucción Creativa" – Joseph Alois Schumpeter (1883-1950).

Las industrias que lideran la digitalización, son aquellas cuya estructura de costos y cadena de valor determinan que sean ellas las que se beneficiarán más, por la digitalización (industrias en redes de telecomunicaciones o con altos costos de transacción electrónica). La industria latinoamericana todavía no lidera la digitalización por la falta de acumulación del capital intangible,

como ser:

- Transformación de procesos de negocio.
- Disponibilidad de Recursos Económicos.
- Restructuración de la organización.
- Falta de Visión Creativa.
- Capacitación de Personal.

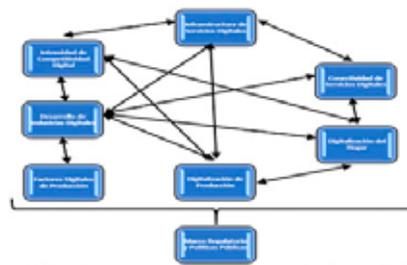


Gráfico 3. Estructura Conceptual de un Ecosistema Digital, Katz-Callez

La migración de habitantes a las áreas urbanas de cerca del 80% actualmente y con una tendencia del 85% hasta el 2025, se ha convertido en otro principal desafío de las ciudades actuales, por esta razón durante esta pandemia, el uso de las TICs ha sufrido un gran aumento de la demanda del acceso a Internet, con el despliegue de infraestructura de banda ancha y la masiva utilización de las redes sociales. Sin embargo, a pesar de los importantes avances en materia de digitalización del consumo, algunos países latinoamericanos continúan con deficiencia de las velocidades requeridas y la capacitación y uso, alcanzando a un promedio general del 68,66% para la región latinoamericana.

La digitalización de hogares permite a la población continuar realizando



Rolando Barja

una cantidad de tareas cotidianas que anteriormente requerían del contacto físico, si bien, en Latinoamérica los puestos de trabajo requieren en su mayoría de acceder a su fuente laboral en forma presencial y bajo el esquema del teletrabajo; solamente se tiene un porcentaje del 31,34% de los trabajadores que no tienen la posibilidad de acceder a los servicios digitales, en reemplazo de las tareas asignadas.

Los países con mayor despliegue de infraestructura de banda ancha fueron capaces de contrarrestar, al menos parcialmente, los efectos de la pandemia. Como anteriormente fue mencionado, es conveniente conocer la magnitud de los valores de penetración de banda ancha versus el uso de Internet, según análisis estadísticos aproximadamente el 75% de las pérdidas económicas han podido ser mitigadas en aquellos países con una buena conectividad. El salto en esta reducción de pérdidas, es el uso de las redes de telecomunicaciones para resolver el aprovisionamiento de bienes, conectividad social y acceso a información, existiendo numerosas evidencias del crecimiento del uso a

Señales que

TRAS CIEN DEN.



eltrece con su programación renovada con motivo de sus 60 años de trayectoria y éxitos que siguen haciendo historia.



TN, con su nueva imagen Smart que revoluciona la manera de ver la pantalla, es la elegida por la audiencia para informarse.



Quiero música en mi idioma, la señal de música íntegramente en español más vista y elegida por los jóvenes argentinos.

La trayectoria y constante innovación en la generación de contenidos de nuestras Señales, nos permiten llegar a las más **variadas audiencias de Argentina y el mundo**.
Cuando se piensa más allá, se llega más lejos.

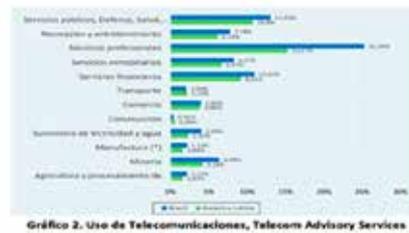
Departamento de Venta Señales:
5411 4370 1395 | 5411 4339 1541

partir del desencadenamiento de la pandemia, y como consecuencia de una erosión natural de los Índices de Calidad de los servicios digitales.

Latinoamérica está posicionada en un nivel de desarrollo tecnológico intermedio con un índice del 49,92 (CAF 2019, escala 1-100), respecto a otras regiones del mundo en términos del desarrollo de su ecosistema digital. Sin embargo, a pesar de los avances significativos de los últimos años, todavía no es suficiente la capacidad de acceso latinoamericano en comparación a otras regiones del planeta, siendo un crecimiento moderado en su tasa de crecimiento anual de digitalización (CAGR).

Si bien, existen algunos países que han repuntado en la utilización de la banda ancha como es el caso de Brasil y México, tenemos otros que, por los motivos explicados anteriormente como falta de acceso a la infraestructura, desconocimiento de plataformas de tecnología, redes sociales y falta de políticas de teletrabajo, no aumentan su consumo pese a contar con infraestruc-

tura troncal existente en sus nodos locales e internacionales.



Se pueden tomar varias medidas para adaptarse al aumento actual en el tráfico de Internet, como acelerar el despliegue de estaciones base para banda ancha móvil 5G, asignar temporalmente espectro adicional a los operadores para enfrentar picos de tráfico, requerir que los proveedores de transmisión de video reduzcan tráfico de contenido de alta definición, para resolver los cuellos de botella de los routers Wi-Fi y además impulsar a las empresas de tecnología para que desarrollen plataformas que puedan mejorar la eficiencia en las cadenas de suministro, alentándolas a promover el teletrabajo en una mayor proporción. Finalmente, sería ne-

cesario una mayor inversión en la capacitación de la población más vulnerable para disminuir las tasas de desempleo y brindarles la oportunidad de ser partícipes de este cambio mundial.

El objetivo de este artículo, es el de evaluar el posicionamiento de la digitalización en Latinoamérica para enfrentar al COVID-19 y la resiliencia del ecosistema digital en múltiples aspectos como ser la afectación de redes y routers Wi-Fi ante el aumento del tráfico. Por esto, es conveniente facilitar los despliegues de infraestructuras móviles, asignar espectro adicional de forma temporal, incentivar a proveedores de streaming a reducciones de tráfico, aumentar porciones de espectro no licenciado, promover plataformas que superen los retrasos en las cadenas de producción, estimular el teletrabajo y fortalecer la capacitación de sectores vulnerables.

**MBA Ing. Rolando Barja
Instructor Adjunto de la SCTE-ISBE
Experto en Gestión de Procesos de Operaciones y Logística
Gerencia de Operaciones y Logística
COTAS R.L.*

La evolución de las cabeceras en la era digital



Hace un poco más de 10 años un nuevo tipo de equipo se introducía en la industria del cable para cambiarlo para siempre: la cabecera digital modular, un diseño original de la empresa noruega AppearTV que revolucionó el mercado. La flexibilidad y robustez de la cabecera de AppearTV permitió resolver en muy poco espacio, con pocos módulos para operaciones complejas que de otro modo ha-

bían requerido varios equipos y una gran cantidad de cables, además de gran consumo de energía. Cada módulo de esta cabecera es un pequeño pero potente servidor Linux que se conecta al switch principal de la plataforma por un backplane, eliminando cableado y puntos de falla. La opción de instalar un segundo módulo switch permite incrementar la robustez de la solución, que de entrada

fue concebido como Carrier Class para operaciones 24x7. La plataforma de AppearTV ha tenido una formidable respuesta de parte del mercado argentino, permitiendo digitalizar la operación de cientos de operadores de todo tamaño, desde los pequeños y medianos que pertenecen a Red Intercable y COLSECOR, hasta los más grandes como Supercanal o Telecom/Cablevisión, por nombrar algunos.

Rai Italia

DOMENICA IN



CONDISTA
INTERNATIONAL

CONTACTOS:

AMÉRICA LATINA - WILLIE J HERNÁNDEZ - CORREO: WILLIE@CONDISTA.COM
BRASIL - MÁRCIA BONINI - CORREO: MARCIA@CONDISTA.COM
SUDAMÉRICA - SABRINA CAPURRO - CORREO: SABRINA@CONDISTA.COM
VENEZUELA - ZULAY ANZOLA - CORREO: ZULAY@CONDISTA.COM

Al día de hoy la vigencia de esta plataforma es plena, no solo por el desarrollo de nuevas versiones de firmware sino también por el aparición de nuevos módulos como por ejemplo el módulo modulador ISDB-T (100% compatible con todos los TV del mercado argentino y brasileño) o el módulo SRT para enlaces de video por IP en redes abiertas.

Pero la evolución continúa y está claro que cada día la industria se mueve un poco más en la dirección de una solución total por IP. Hoy es muy normal tener enlaces de contribución de contenidos digitales por enlaces SRT o RTMP, que reemplazan la contribución por satélite y permiten reducir costos dramáticamente al no precisar redes dedicadas. También por el lado de la distribución se va dando un paso hacia el IP con las redes de fibra y el OTT, que conviven con la clásica modulación QAM del cable, pero que algún día van a reemplazar.

En este contexto es interesante mencionar un producto que ya está en uso en algunos de los operadores más grande de Argentina como así también algunos broadcasters, y que resuelve todas las funciones de una cabecera IP, desde la contribución hasta la distribución, incluyendo funciones de multiplexado, transcoding, packaging, monitoreo, playout, time delay, etc.

Se trata de EASYTOOLS, hasta hace poco conocido como OPEN HEADEND.

Esta innovadora plataforma de origen francés ha sido diseñada por uno de los creadores del VLC, ese programita que nació allá lejos y hace tiempo como un proyecto universitario y que hoy es usado por el 100% de la industria de la televisión digital para hacer un sencillo playback de un video o audio hasta como elemento de monitoreo de un stream de video.

EASYTOOLS es en sí un sistema operativo de video sobre IP que corre desde un pequeño pendrive que se apodera de todos los recursos del server o computadora en

donde se lo instala. La especificación de la computadora host es según el tipo de funciones que se desea realizar. Hay instalaciones en pequeñas NUC hasta en grandes servidores.

Una vez que se realizan las configuraciones de los puertos de red, se accede a la GUI del mismo por medio de un browser desde otra computadora dedicada a la gestión de la plataforma.

En una cabecera tradicional conectamos equipos rackeados con varios cables, en EASYTOOLS conectamos nodos de un diagrama de flujo, una herramienta que todos aquellos que hemos estudiado alguna carrera técnica hemos tenido utilizar para diseñar procesos y que se destaca por su sencillez conceptual y lógica, y su velocidad. Cada función de EASYTOOLS opera a bajo nivel, lo que implica que se pueden diseñar procesos complejos que modifiquen variables o parámetros como no se puede regularmente en ningún tipo de equipo. Esta característica le permite resolver una gran variedad de enlaces de contribución en varios protocolos provenientes de distintos fabricantes que suelen hacer implementaciones parciales. La gran versatilidad de EASYTOOLS hace que logre adaptarse a todos los casos que hemos probado exitosamente.

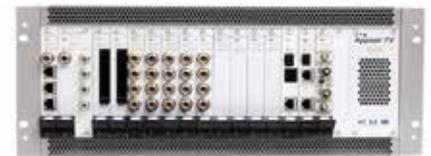
EASYTOOLS cuenta con una gran variedad de herramientas de monitoreo, que permiten diseñar multiviews a medida, y a su vez programar umbrales, alarmas, etc, y analizar todo en forma remota de ser preciso.

Una de las grandes innovaciones de EASYTOOLS es su sistema de licenciamiento por medio de puntaje, que no sólo permite reducir dramáticamente los costos de implementación, sino que además reutilizar los puntos que no están en uso para nuevas funciones, reduciendo prácticamente a cero la obsolescencia de esta plataforma. También existe la posibilidad de instalar un servidor de licencias que atienda a varias instancias re-

motas de EASYTOOLS optimizando así la inversión.

EASYTOOLS permite configurar varias formas de redundancia lo que incrementa la robustez de toda la operación.

Easytools y AppearTV son marcas representadas por AVS en Argentina.



Cabecera digital modular



Clásica cabecera de hace 20 años



Cabecera digital IP basada en software

Maximice su red completa

La gran demanda por mayores velocidades de banda ancha y capacidad aumentada, tanto en redes fijas como inalámbricas, se espera crezca a pasos agigantados año tras año.

CommScope cuenta con soluciones que pueden ayudarle a implementar cualquier estrategia de red con la combinación apropiada de tecnologías, topologías y servicios.



Maximice su red completa
<http://interactive.commscope.com/end-to-end/p/1>



COMMSCOPE®

© 2020 CommScope, Inc. All rights reserved.

Innovar en servicios para afrontar una crisis mundial



¿Cómo sortea una empresa multiplataforma del mercado de la televisión paga argentina un atolladero de la magnitud del actual? Obligadas a sostener su competitividad en un escenario hipereigente por la presión de nuevos jugadores llegados a la escena, las operadoras no pueden someterse a los imprevistos. La quietud o la reducción de servicios puede resultar en catástrofe.

Sin duda alguna, el 2020 ha sido un año signado por grandes obstáculos. Uno de los más importantes fue la pandemia. Los planes que se trazaron muchas empresas debieron ser reestructurados por la coyuntura del país y del mundo.

El caso argentino es aún más crítico por la imposición gubernamental de congelar tarifas a todas las compañías nacionales y negocios de telecomunicaciones y televisión por cable. Tamaña restricción en un contexto de notoria devaluación de la moneda y una inflación real que no cede un ápice (continúa en suba y no hay indicios que indiquen una baja) más las todavía intangibles consecuencias pos-pandemia, presagian dificultades de proporciones para todos los protagonistas de la industria.

Gigared, MSO de cable y prestadora de servicios de telecomunicaciones en territorios del litoral argentino (Corrientes, Paraná, Crespo, Resistencia, Posadas, Ciudad de Santa Fe, Coronda, Santo Tomé y localidades aledañas) y zonas de Buenos Aires (CABA y Campana) atravesó este periodo con "desafíos impregnados de intensidad", según confiesan sus principales responsables.

Como consecuencia del confinamiento preventivo y obligatorio,

la operativa diaria de la empresa se vio afectada, y obligada a adaptarse a una nueva normalidad que exigió al máximo a todos los colaboradores. Sin embargo, y pese a todas las dificultades, el operador mantuvo firme y sin variaciones la totalidad de servicios prestados a todos sus clientes.

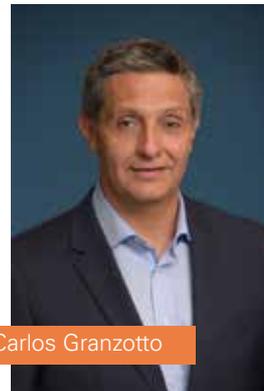
Carlos Grazotto, gerente general de la compañía, expone a Revista ATVC un análisis detallado del año atravesado por el Covid-19 y una visión del negocio a futuro.

No solo las limitantes fueron sanitarias en este periodo; también fueron económicas. ¿Cómo lo sobrevive Gigared?

"El DNU 690 fue un golpe directo a los planes de inversión y expansión de todos los operadores de TV paga. Si las tarifas no pueden ser ajustadas (en un país donde la inflación y el aumento del dólar son moneda corriente) impactan directamente en la rentabilidad de las empresas. Tal es el impacto que no solo los puestos de trabajo, sino también las empresas, corren grandes riesgos".

¿Cuáles son las categorías de servicios de Gigared?

"Las tendencias en cuanto a los hábitos de consumo de contenido cambiaron a un ritmo acelerado y nuestro trabajo fue y es disponibilizar ese contenido para nuestros clientes a fin de que puedan disfrutarlo, cuando y como quieran. Sobre el negocio de TV Paga se percibió un cambio de paradigma a nivel mundial. Si bien en Argentina, particularmente, aún vemos un mercado muy interesado en consumir un servicio de "TV Tradicional", entendiendo este cambio de consumo fue que desarrollamos Espacio Giga. Fuimos la primera empresa de Argentina en tener un servicio de TV no lineal multidispositivo, que también tiene la capacidad de integrar productos OTT



Carlos Grazotto

como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+.

En cuanto al negocio de la conectividad, cabe destacar que registramos un incremento en solicitudes para UpGrades de velocidad. Entendiendo las necesidades de nuestros clientes, no solo tuvimos la capacidad de abastecer la demanda, sino que también lanzamos nuevos productos de 50 y 100 Mbps. También realizamos acciones de aumento de velocidad a nuestros productos de entrada. Contamos con una red capaz de absorber sin problemas este tipo de demanda. Esto demuestra el compromiso que Gigared tiene para con sus clientes."

El panorama 2021. ¿Qué hay en el horizonte?

"La expansión y mejora continua de la red es un proyecto permanente en Gigared. Poder consolidar una red FTTH es algo en lo que venimos trabajando, y vamos a continuar en esa línea. Es indispensable para poder afrontar los nuevos hábitos de consumo que son tendencia a nivel mundial. También estamos enfocados en que Espacio Giga continúe sumando funcionalidades a las que ya existen hoy (TV Everywhere, Acceder a los PLAYS de las principales señales, autogestión del cliente)."

WIKD

Cable Enterprises LLC

Conectores



Power Passing Trans



Power over Ethernet Satellite Receiver



U10C019



Power over Ethernet Line Extender 1 GHz



Power over Ethernet High Gain Dual Antenna 1 GHz



CAT 6 Patch Cords



Power Routers



Signal Level / OAM Meter / BVM



M8100K



MiniBridge 1 GHz

Signal Level Meter, 1-1000 MHz with Standard Accessories



SMCD3G2-BIZ



2.0M, 1.8M, 2.4M & 3M



SMCD3G2-BIZ



SB4120 - SB4150



Equipos Nuevos y Reconstruidas

- Motorola / General Instrument
- Scientific Atlanta / Cisco
- Arris / Ccor / Phillips
- Magnavox
- Equipos Medición y Testeo
- Fibra / Cable Coaxial / Conectores
- Transmisores / Nodos Ópticos
- Cable Modems Docsis 2.0 & 3.0



Cisco DPC3825, Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi - Completos - Fuente & Cat5 Patch cord.
1 Año de garantía

Arris DG860A
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi
Fuente interno 100-240v 50/60Hz
1 Año de garantía



Ubee DVW3201B
eMTA Inalámbrico Wifi Docsis 3.0
Fuente interna 100-240v 50/60Hz
Protocolo: SIP / Packet Cable
1 Año de garantía



Ubee DDW3611
Docsis 3.0 Inalámbrico Wifi
Fuente externo 100-240v 50/60Hz
1 Año de garantía

Cable Modems Nuevo 3.0 Docsis con Wifi & EMTA

Wolfgang Kurt Domschke

General Manager
Tel.: +1-850-450-5620
Email: wolfgangdomschke@icloud.com

Contáctenos para precios especiales

wkd@wkd.com

Palpitando el Mundial Qatar 2022



TyC Sports

La señal deportiva transmite por su pantalla todos los encuentros de las Eliminatorias Sudamericanas, en las cuales los equipos de la región luchan por un espacio en el próximo Mundial de Fútbol que en 2022 tendrá su sede en Qatar.

Las Eliminatorias Sudamericanas le permiten a la audiencia estar cerca de los máximos ídolos como Lionel Messi, Sergio Agüero, Luis Suárez, Neymar, Coutinho, Roberto Firmino, Edinson Cavani, Arturo Vidal, James Rodríguez y Paolo Guerrero, que liderando a sus selecciones en la lucha por obtener la plaza en Qatar 2022.

Desde hace más de 26 años, TyC Sports acompaña a Selección Argentina llevando a todos los hogares del país la transmisión de cada una de las presentaciones del elenco nacional con

una cobertura especial a cargo de un experimentado equipo periodístico. El canal de deportes no solo pone a disposición de su público todos los partidos de la Selección Argentina, sino también los encuentros más importantes de cada fecha de uno de los torneos clasificatorio más difíciles del planeta en el que tres campeones mundiales, como Argentina, Brasil y Uruguay, y selecciones de muy buen presente, como Chile y Colombia, compiten por obtener uno de los cuatro pasajes directos a la próxima Copa del Mundo.

Asimismo, también acompañará al elenco nacional en la próxima edición de la Copa América, con la transmisión del certamen que consagra a la mejor selección del Continente en un evento de primer nivel internacional que convoca a los jugadores sudamericanos más destacados del momento.

Cabe recordar que TyC Sports, el primer canal de deportes de Argentina y la marca referente del segmento, reafirma permanentemente el compromiso con su audiencia y ofrece más de

100 horas en vivo por semana con la transmisión de los principales eventos y una amplia oferta de información, debate, análisis y entretenimiento.

Por nombrar solo algunos, de lunes a viernes TyC Sports llega a millones de hogares de Argentina y la región con 16 horas en vivo por día de la mano de Superfútbol, Líbero, Planeta Gol, Sportia, Presión Alta y Programa Sin Nombre.

Asimismo, junto a los partidos de la Selección Argentina de fútbol y los programas preferidos de la audiencia el canal transmite todos los partidos de la Copa Argentina y el fútbol de ascenso; la Copa Davis y la Fed Cup; las principales veladas de Boxeo de Primera por títulos nacionales y mundiales; la Liga Nacional de Básquet; la Liga Argentina de Vóley; las principales categorías del automovilismo nacional y sudamericano como el Súper TC2000, el TC2000, el Top Race y el Stock Car; el Circuito Internacional de Judo y Taekwondo; y los torneos más relevantes de World Athletics, la elite del atletismo.



Atresmedia Internacional y los efectos de la pandemia para el grupo de señales

La Directora de Atresmedia Internacional, Mar Martínez-Raposo comentó sobre los efectos de la pandemia para el grupo de señales que comanda.



“El reto más concreto para una empresa como Atresmedia fue tener que establecer un operativo en un tiempo récord para que sus empleados pudieran seguir desempeñando sus tareas desde casa, lo que se está produciendo con resultados muy satisfactorios. Esto ha ocurrido a nivel mundial y, desde luego, ha sido todo un desafío tecnológico y de adaptación. A partir de ahí, mantener la actividad a pleno rendimiento, la relación con los clientes, y entender las distintas situaciones que la pandemia ha creado en cada uno de los países, siguen siendo retos importantes.”

“Pero estamos muy comprometidos con nuestros clientes, los operadores de TV paga en los distintos países, y con sus abonados y entendemos que en estos momentos es cuando debemos estar presentes, más que nunca, a través de nuestros programas de información y actualidad en aquellos lugares donde se están produciendo las noticias,” y añadió para concluir: “Este compromiso es imprescindible para que nuestras sociedades estén bien informadas, con veracidad y rigor. Además, seguiremos contribuyendo con nuestra oferta de entretenimiento de la mayor calidad como lo hemos hecho hasta ahora.”

Programación destacada en Noviembre

¡HOLA! TV

Noviembre es el mes de la música en ¡HOLA! TV. Íntimo y Personal emite especiales dedicados a las grandes voces del momento junto a artistas consagrados, desde una perspectiva totalmente



Mar Martínez-Raposo

humana. Se trata de un encuentro semanal con las estrellas que han brillado por su trayectoria, carisma e influencia en la historia de la música, como Freddie Mercury el 25 y Lady Gaga, el 18, y los ya emitidos de Ariana Grande y Cher, el 4 y 11 de Noviembre respectivamente.

Por otra parte, el anteúltimo mes del año también concentra este de las entregas de premios más esperadas del panorama musical y ¡HOLA! TV brindará su apoyo dando cobertura a los Grammy Latinos el 19, que debido a la pandemia, el espectáculo contará con presentaciones desde escenarios en distintos lugares del mundo para dar a conocer a los ganadores, así como y los American Music Awards el 22. En ambos casos la señal comentará y analizará todo lo que suceda delante y detrás de las cámaras en su programa diario LA HOLA ¡HOLA!

Atreseries

El 23 llega llega el thriller Campamento Albanta, En un campamento aislado, un grupo de adolescentes convivirá du-

rante un mes con el objetivo de llegar a conectar, emocional y físicamente, con la naturaleza, con la vida en comunidad y con la consciencia de uno mismo. Ese misterioso escenario, alejado de todo lo que conocían hasta el momento, será el principal protagonista de una serie donde nada será lo que parece.

Antena 3:

Sigue el éxito de La Voz España, que continúa su éxito este mes de noviembre y la señal destaca el reciente estreno de, Natural, un programa que hará repensar el mundo.

Natural, que se emite desde el pasado 3 de noviembre, y que esta lidrado por el periodista Jalis de la Serna consta de ocho reportajes inéditos sobre evidencias que pasan desapercibidas, pero que están alertando del daño al medio ambiente. La desaparición de los gorriones, los problemas de nuestros ríos o la falta de sabor de los tomates son algunos de los temas que tratará el programa.

Atrescine

En este mes la señal destaca Los Girasoles Ciegos, una adaptación de José Luis Cuerda de la aclamada novela homónima de Alberto Mendez; 7 Vírgenes, el cuarto largometraje dirigida por el cineasta sevillano Alberto Rodríguez; Guerreros, que retrata el conflicto balcánico y esta guiñada y dirigida por Daniel Calparsoro, quien viajó al lugar de los hechos; la comedia de enredos Un Paraguas para Tres y la comedia Mejor que Nunca, con Victoria Abril.

¡HOLA! TV



A3S
ATRESERIES

A3CINE

History supo adaptarse rápidamente al nuevo escenario



Miguel Brailovsky, SVP Programming & Production A+E Networks Latin America se explayó sobre la forma inusual en la cual History atravesó su vigésimo aniversario y compartió con esta publicación cómo el canal supo adaptarse rápidamente a los vertiginosos cambios causados por la pandemia de COVID-19.

“Este 2020, un año tan especial e inolvidable para quienes vivimos en esta era, lo es también de una manera muy particular para History, que cumplió en el mes de octubre su aniversario número 20 en América Latina. La planeada celebración se vio desfigurada en el contexto de una pandemia que alteró la vida en todo el mundo. De todas formas, la celebración del vigésimo aniversario no podía dejar de realizarse de la mano de una gran producción original, que fue 20 Años de Historia, una serie que repasa, de una forma única y asombrosa, con la narración de Ricardo Darín, los acontecimientos más importantes de las últimas dos décadas y que dan cuenta de cómo se transformó el mundo y la cultura a partir de acontecimientos tan puntuales como inolvidables: los avances tecnológicos más importantes del 2000

hasta el presente, como el surgimiento de YouTube o el nacimiento de Twitter, y hasta la cuarentena global por la pandemia por el coronavirus”

“Los acontecimientos que han signado este año para toda la humanidad, también alteraron nuestro calendario establecido y, con ello, nuestra programación. Sin embargo, lejos de los pronósticos iniciales que teníamos sobre transitar un período de inacción, la cuarentena y el encierro de las personas genera un fenómeno curioso en el que el tiempo que antes dedicaba a otras actividades lo dedica a consumir más contenidos: hay más gente con más tiempo para ver televisión, los índices de audiencia incrementan, hay más demanda de contenido On Demand y en nuestras plataformas de History Play, y se genera un crecimiento muy significativo en las redes sociales.”

Dicho esto, se refirió a las acciones que tomó el canal para adaptarse rápidamente al nuevo escenario: *“Eso nos impulsó a generar más actividad, más proyectos, a renovar los formatos con los que nos comunicamos. Trabajamos en el plano inmediato recurriendo a toda la creatividad para concretar los proyectos de producción más tradicionales, como el estreno de la tercera temporada de Desafío Sobre Fuego Latinoamérica, el lanzamiento de nuevas producciones originales, como Secretos de Guerra, en el contexto del 75° aniversario del final de la Segunda Guerra Mundial,*



Miguel Brailovsky

o la ya mencionada serie 20 años de historia”

Asimismo, comentó acerca de los proyectos surgidos especialmente a causa de la pandemia: *“Podimos resolver en forma remota proyectos que no estaban en la planificación original del año sino que fueron algo que surgió a fuerza de los acontecimientos. Tal es el caso de dos especiales que History realizó a raíz de la situación global: Pandemia en tiempo real, una producción original que refleja las vivencias y experiencias compartidas por latinoamericanos alrededor del mundo a través de videos realizados con sus propias cámaras, y Después de la pandemia, un documental que propone el ejercicio de imaginar el futuro y tratar de entender en qué cosas exactamente va a cambiar el mundo, va a cambiar nuestra vida, van a cambiar nuestros hábitos una vez que la pandemia cese.”*



NHK suma esfuerzos para acompañar a su audiencia

NHK World TV, la señal internacional en idioma inglés del canal público de Japón NHK, continúa creciendo y agregando servicios para aumentar su oferta multilingüe y mantener a la audiencia al día con las últimas noticias, sobre todo con lo relacionado a la información de emergencia vinculada a los efectos de la pandemia de COVID-19. A través de su portal <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/es/news/>, el cual provee contenido en una multiplicidad de idiomas. Asimismo, NHK WORLD-JAPAN posee un portal, www.nhk.or.jp/nhkworld-blog/, donde se puede acceder a información de emergencia veraz y confiable llamada Multilingüe EMERGENCY Updates, la cual ofrece las últimas noticias, detalles de ayuda financiera, videos y otras noticias vinculadas a la particular situación que se vive a causa de la pandemia, y que se actualiza permanentemente. El contenido que está disponible es una mezcla de Japonés básico, In-

glés y otros 17 idiomas; Árabe, Bengalí, Birmano, Chino (simplificado/tradicional), Francés, Hindú, Indonecio, Coreano, Persa, Portugués, Ruso, Español, Swahili, Thai, Turco, Urdu, Vietnamita.

Por otra parte, cabe destacar que la señal nipona ofrece un servicio de traducción automática multilingüe en lo que se refiere a subtítulos para su programación en vivo vía streaming. Se puede acceder a los mismo ya sea a través de la página web, www3.nhk.or.jp/nhkworld/es/live_cc/, o accediendo a la app oficial, NHK WORLD-JAPAN app. Cabe destacar que el servicio funciona las 24 horas de día y está disponible para el live stream en Chino, Francés, Indonecio, Español, Tahi y Vietnamita.

En sintonía con su espíritu de apoyar a su audiencia en este momento tan particular por el cual atraviesa el planeta entero y confiando en el poder que tiene la música de inspirar y conectar, a fines del



mes pasado, NHK World emitió las alternativas del festival Songs of Tokio Festival 2020, el festival que junta a diversas las estrellas pop del momento, y que este año contó con la participación de artistas de la talla de Aoi Shouta, BABYMETAL, BanG Dream! (Poppin'Party, Roselia, RAISE A SUILEN), Foorin, Hinatazaka46, Hotei Tomoyasu, SixTONES, Mizuki Nana, Momoiro Clover Z, NEWS, Perfume y Hyde, entre muchos otros.

Canales de RTVE amplían distribución en Bolivia

rtve

Con el aumento del consumo audiovisual disparado por las largas cuarentenas producto de la pandemia de Covid -19, sobrevino una mayor demanda de canales por parte de los distribuidores de TV paga. Tal es el caso de Bolivia, país en el cual hay operadores que han enriquecido sus parrillas agregando a señales referenciales de televisión paga en español, que han sumado canales del ente público de España RTVE.

Cotas, Entel y Comteco; que hasta ahora solo tenían el canal generalista del grupo, TVE Internacional, han decidido ampliar su oferta agregando todo

el portafolio del programador. Es decir que desde hace un tiempo, las tres operaciones tienen las cuatro señales de RTVE: la generalista TVE Internacional; 24 Horas, el canal temático informativo, todo noticias; STAR, canal de ficción que emite las más logradas ficciones producidas por RTVE y Clan, la señal infantil que actualmente llega a más de 2,5 millones de hogares en todo el continente americano. En el caso de Cotel, el quinto operador boliviano, su oferta incluye ahora TVE internacional, 24 horas y Star. Cabe recordar que entre los programas más destacados de cada señal

encontramos 24 Horas que emite los principales acontecimientos ocupan la atención central de la señal de noticias de RTVE con noticias al instante de la cotidianidad en política, economía y vida social. Asimismo, Los Lunis es uno de los grandes sucesos y un verdadero símbolo en la programación de Clan.

En el caso de STAR, con lo mejor de la ficción de RTVE, se destaca el súper éxito La caza, Monteperdido. En tanto que el éxito internacional, Masterchef, es una de las propuestas más exitosas del canal generalista TVE Internacional.

La convivencia de la TV Paga y OTTs en América Latina



***Por Tomás Gennari**

BB, compañía global de Investigación de Mercados en la industria de Medios y Telecomunicaciones, identifica en su servicio BB-Market Estimates Q2 2020 que 88,7 millones de hogares en América Latina acceden al servicio de Televisión Paga, es decir un 48% de penetración del servicio. Al analizar los hogares que efectivamente contratan el servicio (sin piratería, ni subreportaje), se identifican 69,1 millones de hogares declarados, alcanzando una penetración formal del 37%.

Continúa en alta la tendencia de migración hacia TV Paga digital, alcanzando actualmente al 81% de los Hogares con acceso a TV Paga, de los cuales 37 millones lo hacen a través de servicios Satelitales.

En relación a las irregularidades en la Industria, BB concluye que un 13% de Hogares acceden al servicio de TV Paga en forma ilegal. Por otro lado, se corrobora que un 9% es la porción de Abonados no declarados por los mismos Cableoperadores.

Enfocándonos en el mundo de OTTs, el estudio BB-Content Pulse identifica 472 plataformas OTTs, 93 K títulos, 78,5 K películas y 14,5 K series disponibles en la región, alcanzando un nuevo récord en títulos disponibles a través de internet y acompañando la tendencia de los usuarios a mirar con-

tenidos a través de múltiples pantallas.

En relación a la forma de consumir contenidos en línea, observamos en los últimos resultados del estudio BB-New Media Essentials Q2 2020 que la penetración de internet banda ancha fija al hogar ha crecido del 39% al 46% en los últimos 5 años. Entre los hogares que ya tienen internet el 85% mira contenidos online regularmente, y la mayoría usa entre 2 y 4 plataformas para verlos.

Con respecto al comportamiento del usuario, se puede afirmar que las horas semanales que los usuarios dedican a la TV Lineal van disminuyendo debido a la amplia oferta audiovisual. La audiencia elige dar más horas a las Plataformas Online, y es Netflix la plataforma a la cual los latinoamericanos deciden dedicarle más horas semanales: 8,6 en promedio (promedio para hogares ya usuarios de Netflix).

Al hablar del escenario actual del mercado de TV Paga y OTT en América Latina se puede confirmar que el 23% combina TV Paga & OTTs, 20% solo utiliza TV paga, 16% únicamente OTTs. Si bien la penetración de TV Paga fue disminuyendo en la región en los últimos 5 años, siendo el principal motivo de su baja "porque es muy caro", cada vez son más los hogares que además de suscribir a TV Paga consumen plataformas OTT, la penetración aumentó considerablemente en los últimos 5 años, se registra un incremento mayor a 12 millones de hogares que consumen ambos servicios, lo que demuestra que dichos servicios conviven y crece la adopción de OTTs en sus diferentes modelos de negocio, siendo SVOD, FVOD (incluyendo



Tomás Gennari

AVOD) y TV Everywhere los grandes ganadores.

En cuanto a la evolución futura de la Industria en la región, podemos resaltar del reporte BB-Forecast que en el año 2024 habrá más de 91,6 millones hogares en América Latina utilizando plataformas OTT, lo que se traduce en una penetración del 49,5%, considerando todos los modelos de negocio. Estamos ante la reinvencción de la TV Paga. Muchos de los operadores le están sumando a su propuesta comercial plataformas online, agregando verticales a su oferta, pero manteniendo el servicio básico. Los Superagregadores de Contenidos revitalizarán a la TV Paga y a las TELCOS de América Latina que logren realizar los acuerdos adecuados para ser carriers y distribuidores de los contenidos de estas grandes OTTs. Esto sucederá como variante de integración del billing o simplemente listando sus contenidos en una plataforma unificada.

*** Tomás Gennari**
CEO de la empresa BB



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Editor Responsable
Walter Burzaco

Registro de la Propiedad Intelectual
N° 357428

Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de los editores.
Para la reproducción total o parcial deberá ser citada la fuente.

Directora:

Graciela Leombruni
Redacción, comercialización y administración:
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419
Bs. As. - Argentina
Tel: +54 -11- 44277200

Email: gleombruni@visiongrafica.com
Año: 2020
Nro. 240



TRABAJAMOS EN TODAS LAS PANTALLAS



EL SINDICATO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

www.satsaid.com.ar

 /satsaidnacional

 /SATSaidnacional

 @SATSaidnacional

 SATSAIDnacional

LLEGÓ

diboxGO

+ que televisión
+ que entretenimiento

diboxGO

Inicio

Guía de TV

Películas

Series

Kids

Mis Contenidos



TV en vivo

Ver guía



Destacados



Contenido argentino

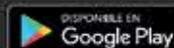


GRILLA DE TV ON LINE / PROGRAMACIÓN ON DEMAND
SERIES / PELÍCULAS / CONTENIDOS EXCLUSIVOS

Descargá la aplicación
y disfrutala en todos tus dispositivos.



diboxgo.com.ar



dibox