

EXHIBIT 10

Newsline **REPORT**

TV PAGA • TV • CINE • PRODUCCION • TECNOLOGIA **MEXICO**

FEB/MAR DE 2014

AÑO 10 | Nº 66

MÉXICO

Nuevas cadenas
y apagón analógico



EDICION ESPECIAL

NAB 2014



MULTIMEDIA

Plataforma El Financiero
y Bloomberg TV



SONY

LA REALIDAD CAMBIA

Cámara de hombro NXCAM APS-C Sensor

Un matrimonio de estilo, flexibilidad
y alto rendimiento



Lentes intercambiables E-mount

Compatibilidad universal PAL/NTSC

Objetivo 18-200 mm Power Zoom

Ranura FMU para memoria flash

Captura fotos de 16.1 megapixels

Ranura para tarjetas SD y MS

Full HD
1080

Exmor  **AVCHD MPEG2 SD**
CMOS Sensor

COMTELSAT

INTEGRANDO SOLUCIONES

INTEGRACIÓN
360°



Dejero LIVE+



Panasonic

plura
broadcast



Tektronix



www.comtelsat.com.mx ventas@comtelsat.com.mx (55) 1579-7000 / www.lineup.com.br lilian.souza@lineup.com.br 55 (11) 3064-1177



El Sistema de Producción Multicámara Más Completo del Planeta.

AHORA CON SUPERPODERES.



TriCaster es un sistema todo en uno de producción de Video y Streaming que le permite transmitir en vivo, producir, grabar y publicar su contenido en medios sociales - todo a la vez.

Descubra lo fácil que es generar negocios y construir su marca mientras gana dinero.

Conozca la nueva línea TriCaster Proline en vivo.
NAB Booth # SL4610

Aprenda más en www.newtek.com/latam



Newsline REPORT

TV PAGA • TV • CINE • PRODUCCION • TECNOLOGIA **MEXICO**

MÉXICO, UN MERCADO ÚNICO CON EL MAYOR POTENCIAL DE NEGOCIO A NIVEL MUNDIAL

Nuevas cadenas de televisión y apagón analógico

Echada a rodar la pelota, la apertura de los proyectos de nuevas cadenas televisivas en México están en marcha y las compañías proveedoras de nuestra industria están pendientes de todo lo que vaya evolucionando en este aspecto, preparándose para un 2015 que será muy activo, no solo por la llegada de las nuevas televisoras, sino también por el deadline a fin de ese año del apagón analógico.

Para **Jorge Camacho**, Director General de **Magnum**: “Estas son evidentemente nuevas oportunidades que presenta el mercado mexicano, con nuevos participantes en esta industria. Si bien varios de los que se estarán postulando son jugadores actualmente en el mercado de telecomunicaciones, no lo son a escala nacional en televisión abierta, sino en otros sectores. Para empresas como nosotros representa un gran reto y oportunidad para poder acercar nuevas tecnologías a estas nuevas televisoras y lograr la sinergia que siempre hemos alcanzado con nuestros clientes”. Con un nivel permanentemente ascendente en los negocios, **Enrique Gutiérrez**, Director General de **Sistemas Digitales en Audio**

En esta nota, recurrimos a la visión de algunos de los proveedores más importantes de México, para que nos den su visión al respecto de los importantes proyectos de emisoras que se avecinan en la industria profesional mexicana.

y **Video** nos expresa: “El 2013 ha sido un año importante con muchos proyectos, tal como suele pasar con los primeros años de cambio de gobierno, y en nuestra visión de mercado, absolutamente nos hemos visto favorecidos por el mundial, ya que siempre es una forma directa o indirecta de incrementar las ventas. Tanto para olímpicos como mundial siempre estamos preparados, por ejemplo nuestra marca **Ross** en Brasil para estos dos eventos tendrá soporte local permanente, además de servicio de renta de equi-

po, refacciones, reparación para que todos nuestros clientes estén seguros con un soporte completo. Por lo que con estos nuevos proyectos de nuevas cadenas, si bien hoy día no hay nadie seguro aun, sabemos que hay importantes candidatos en juego, por lo que

ma que el país requiere, la migración a la nueva tecnología es algo que a todos nos va a beneficiar, tanto a **Teletéc**, que hoy día somos una empresa capaz de integrar la obra civil, hasta la programación en social media. Todo en un solo integrador, el portafolio



se abre un abanico de posibilidades importantes donde tendremos que exponer y vender nuestras soluciones, además de apoyar y dar el mejor soporte”. Preparados con una nueva visión de compañía, **Alfonso Vázquez** de **Teletéc** admite: “De entrada para nosotros, es una plataforma

que nuestro es muy amplio, por lo que vemos una oportunidad de negocio importante con todo esto que está sucediendo, vislumbramos un crecimiento de infraestructura tecnológica que para el país maravilloso y considero que a todos nos beneficia.

(continúa en página 22)

Blackmagicdesign



¡Los mini convertidores con la mejor calidad de transmisión, ahora tanto en los modelos comunes como en los más potentes!

Ahora los convertidores más populares del mundo están disponibles en modelos tanto para estudios como para transmisiones en vivo desde exteriores. Al estar fabricados en aluminio sólido, los nuevos modelos de mayor rendimiento lucen fantásticos y son sumamente resistentes. Te ofrecemos 14 modelos diferentes que incluyen HDMI, fibra óptica analógica, vinculación y desvinculación de audio, y además conversión ascendente, descendente y cruzada. Los mini convertidores también están disponibles en tarjetas OpenGear para montar en módulos y bastidores.

SD ↔ HD Cambio Automático entre SD y HD



Los mini convertidores alternan instantáneamente entre todos los formatos SD y HD, incluso NTSC, PAL, 1080P/F23.98, 1080P/F24, 1080P/F25, 1080I/50, 1080I/59.94, 1080I/60, 720p/50, 720p/59.94 y 720p/60. Las actualizaciones pueden cargarse a través del puerto USB.



Entrada SDI Redundante

Todos los mini convertidores cuentan con una entrada redundante y una salida SDI en bucle. Basta con conectar un cable SDI redundante a la segunda entrada, y si se pierde la entrada SDI principal, el mini convertidor cambiará automáticamente al instante. Esta característica resulta de suma utilidad en tareas críticas tales como eventos en vivo.



Audio Pro Analógico y AES/EBU

Se incluyen conectores de 0.25 pulgadas para obtener un audio profesional balanceado que alterna entre AES/EBU o analógico. A diferencia de otros convertidores, no necesitas costosos cables de audio y ahorrarás miles de dólares.



Tecnología SDI de 3 Gb/s

Los mini convertidores cuentan con la más moderna tecnología SDI de 3 Gb/s, por lo cual tu inversión estará garantizada en el futuro. Dicha tecnología es totalmente compatible con todos los equipos SDI comunes y de alta definición.



Calidad de Transmisión

Todos los mini convertidores se fabrican según los más altos estándares de calidad con el fin de reducir el jitter y poder utilizar una mayor longitud de cables SDI, obteniendo audio y video analógico prácticamente sin ruido y adecuado para transmisiones.

Modelos disponibles

Normales

Mini Converter SDI a Analógico.....	US\$ 295
Mini Converter Analógico a SDI.....	US\$ 295
Mini Converter SDI a HDMI.....	US\$ 295
Mini Converter HDMI a SDI.....	US\$ 295
Mini Converter Sync Generator.....	US\$ 295
Mini Converter SDI a Audio.....	US\$ 495
Mini Converter Audio a SDI.....	US\$ 495
Mini Converter Fibra Óptica.....	US\$ 295
Mini Converter UpDownCross.....	US\$ 495
Mini Converter SDI Distribution.....	US\$ 295

Potentes

Mini Converter H/Duty SDI a Analógico.....	US\$ 345
Mini Converter H/Duty Analógico a SDI.....	US\$ 345
Mini Converter H/Duty SDI a HDMI.....	US\$ 345
Mini Converter H/Duty HDMI a SDI.....	US\$ 345



Obtén más información hoy mismo en www.blackmagicdesign.com/mx/miniconverters

incorporaciones & mudanzas



Tras un breve paso por Grass Valley, **José Calles** regresa a **Avid** sumándose al equipo de América Latina en el cargo de Gerente Senior Comercial para Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay y Venezuela. «Avid tiene una posición privilegiada en la transición tecnológica al ser líder en la creación, manipulación, almacenamiento y distribución de contenidos digitales en múltiples plataformas», declaró Calles.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Santiago Sánchez se suma a **Avid Technology** como nuevo Gerente de Cuentas Pro Audio para Cono Sur, que incluye a Chile, Argentina, Bolivia, Ecuador, Guatemala y Costa Rica. Basado en Ciudad de México, el ejecutivo cuenta con más de 16 años en el

ámbito de audio y video profesional y ha trabajado con líderes de la industria como Sony Broadcast & Professional, Kramer Electronics, Ross Video y Sierra Video.



Hansen Technologies expande su presencia en América Latina incorporando a **Giovani Henrique** como Vicepresidente de Ventas. El ejecutivo se enfocará en aumentar la presencia de la plataforma de facturación de la firma en la región a

través de nuevas adquisiciones de clientes, así como también en lograr un crecimiento orgánico de sus cuentas existentes.



El experimentado ejecutivo de medios **Ibra Morales** encabezará como presidente la cadena de televisión hispana de EE.UU., **MundoFox**. Morales llega después de servir como VP Senior de Marketing Nacional para Katz Television Group y anteriormente desempeñó el cargo de presidente de Telemundo Station Group y VP Senior de Ventas de Hearst-Argyle Television.

Discovery Communications designó a **Jean-Briac Perrette** al cargo de presidente de **Discovery Networks International**. El ejecutivo asumirá el cargo luego de la dimisión de Mark Hollinger, quien renunció luego de 23 años en la compañía. Desde 2011, Perrette ha construido importantes organizaciones digitales y tecnología, colaborando con la consolidación de la presencia de Discovery en el campo digital.



Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Azteca América nombró a **Manuel Abud** como su nuevo presidente y CEO para dirigir la red de difusión de la compañía en Estados Unidos, además de 25 estaciones locales, y reportará directamente a Gustavo Guzmán, miembro Senior del Comité ejecutivo de Azteca y uno de los fundadores de la compañía. Abud fue presidente del Grupo de Estaciones Telemundo donde lideró 16 estaciones locales de la televisora.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.



Discovery Communications designó a **Jean-Briac Perrette** al cargo de presidente de **Discovery Networks International**. El ejecutivo asumirá el cargo luego de la dimisión de Mark Hollinger, quien renunció luego de 23 años en la compañía. Desde 2011, Perrette ha construido importantes organizaciones digitales y tecnología, colaborando con la consolidación de la presencia de Discovery en el campo digital.

Tras la salida de Giovanni Henrique, **Ricardo Pirola** es nombrado como nuevo responsable de las ventas y desarrollo de negocios para Latinoamérica de **Irdeto**. Pirola cuenta con casi 20 años de experiencia en el mercado de la televisión paga en América Latina y se especializa en estrategias y tecnologías que dan forma a la evolución de los modelos de entretenimiento de banda ancha y de televisión.

STAFF

Newsline
REPORT
MEXICO

Año 10 - Edición 66
FEB/MAR 2014

Editores • Directores

Rafael Val
María Pía Pazzagliani

Departamento Comercial

Rafael Aboy
Javier Fiorellino

Redacción

Aldo Bianchi
Pablo García
Román Frymer
José Luis Fajin

Corresponsal EE.UU.

Alejandra Sturiza

Diagramación

Agencia ADNOW!
www.adnow.com.ar

Comercialización

Internacional
Nikley S.A.

Oficina en México

Marsella 17 Oficina 1
Colonia Juárez, Delegación
Cuauhtémoc
C.P.: 06600 - México DF
Tel: (5255) 5535-2888
Telefax: (5255) 5535-2811

Oficina en Argentina

Moreno 769 p. 8º
C1091AAO - Bs. As.
República Argentina
Telefax: (5411) 4115-7610
info@newslinereport.com
www.newslinereport.com

Newsline Report Mexico es una publicación bimestral de distribución gratuita dedicada a la industria audiovisual: Tv, Cable, Cine, Video, Producción, Servicios, Satélite, Publicidad y Medios.

Impresa en Mexico.

Lanzamiento de Cisneros Media Distribution



Jonathan Blum de Cisneros Media Group y Juan Carlos Sosa de Venevision Studios rodean a los talentos de 'Sangre de diván'

NATPE fue el lugar elegido para el debut en sociedad, ante ejecutivos y clientes de la industria, de la nueva división de Cisneros Media, que dejará el nombre Venevision Internacional con más de 35 años, acumulando un amplio catálogo que supera las 30 mil horas de programación de televisión que ha comercializado en más de 100 países y 20 idiomas.

Cisneros Media Distribution (CDM) presenta una amplia y diversa propuesta de programación que consta de una amplia variedad de contenido de entretenimiento, desde las telenovelas románticas y teleseries llenas de acción, películas y documentales, y comedias – gran parte de ello proveniente de las mejores productoras independientes de la industria – un componente que distingue CMD de su predecesor.

«Estamos muy entusiasmados con la llegada de esta nueva era para nuestra distribuidora de programación; evolucionar con los tiempos es un desarrollo natural, permaneciendo 'sintonizados' con los avances en la tecnología, el desarrollo de nuevas plataformas, la creciente necesidad de contenidos y la transformación en las formas de distribución», subrayó **Jonathan Blum**, Presidente de Cisneros Media.

César Díaz estará a cargo de Cisneros Media Distribution como su Vicepresidente. «Esto es mucho más que un cambio de nombre para la empresa, tenemos una nueva misión corporativa que se extiende por todo el mundo y se expande con la innovación de la industria al compás de una tecnología que rompe las fronteras geográficas, las barreras de distribución, y la manera en la que el público ve el contenido de entretenimiento», declaró **Díaz**.

AMC/Sundance Channel promueve su equipo de programación

Harold Gronenthal, Vicepresidente Ejecutivo de Programación y Operaciones de AMC/Sundance Channel Global, anunció la promoción de **Gail Gendler** a Vicepresidente de Adquisiciones, mientras que **Patrick Conolly** es ahora el nuevo vicepresidente de Programación y Servicios Creativos.

Gronenthal comentó sobre quienes le seguirán reportando: «Gail y Patrick han sido esenciales en la expansión de nuestra compañía a nivel global. Su planeamiento estratégico y colaborativo a través de todas las áreas de programación, así como su conocimiento del mercado de la televisión, dieron como resultado en un incremento de la demanda de AMC/Sundance Channel».

Gendler se unió a la firma (formalmente, Rainbow Media) en 2000



«En las redes sociales se ve el auge del contenido y los personajes de las series, relevantes para una audiencia que interactúa y quiere ser oída. Esto nos da la posibilidad de estar en contacto directo con ellos, y ver cómo reaccionan inmediatamente ante los contenidos. Las redes sociales son una base fundacional del canal y una herramienta muy importante de forma de mercadeo porque los mismos fanáticos se transforman en voceros de tu marca y contenidos. Si bien siempre decimos que 'el contenido es el rey', los usuarios son los que pagan la renta al rey».

Vicky Zambrano

VP y Gerente General de Warner Channel

y supervisa las adquisiciones para AMC/Sundance Channel Global. En su cargo, ella encabeza los acuerdos relacionados a los contenidos multiplata-



forma y lleva a cabo la estrategia de adquisición para Sundance Channel Global y WE TV Asia. Gendler se inició en la compañía como Directora de Derechos y Adquisiciones. Comenzó su carrera en NBC en Later... with Bob Costas y como parte de la Unidad Olímpica de NBC. Alcanzó su título de Licenciatura en Periodismo Televisivo en la Universidad de Siracusa y es miembro de la Academy of Motion Picture Arts and Sciences (AMPAS), New York Women in Film and Television (NYWIFIT) y Women in Cable Television (WICT).

Conolly supervisa la programación, promoción, y creatividad de la señal de TV y video on demand de Sundance Channel y WE TV Asia. Previo a este cargo, fue consultor de programación para Showtime. Conolly comenzó su carrera en programación en Fox, donde ocupó varios puestos incluyendo el de Vicepresidente de Programación Infantil. También prestó servicios como consultor de programación para el Sundance Film Festival, Outfest y la International Documentary Association. Actualmente es miembro activo del board de BAFTA Nueva York y forma parte del Television Committee de BAFTA Nueva York, el Screening Committee y es Co Presidente del Digital/Social Media /Gaming Committee. También es miembro de la Academy of Television Arts & Sciences (ATAS). Conolly tiene un diploma en literatura inglesa por Universidad de California Los Angeles (UCLA).

UNA APUESTA TOTAL

a los contenidos de calidad y al mundo digital

La estrategia de crecimiento de la mayoría de las compañías latinoamericanas está centrada en ofrecer a sus clientes, en todas las regiones y en las principales plataformas, una amplia gama de soluciones de contenido que incluye latas, formatos y proyectos de coproducción en mercados estratégicos. También están desarrollando estrategias para mercados emergentes, territorios no tradicionales, con muy buenos resultados. De hecho, no son pocos los profesionales del sector coinciden en afirmar que, cada año, las producciones son de mayor calidad. Si algo quedó claro en NATPE es que en América Latina crecen los negocios tradicionales, y que la mayoría de las compañías están intentando experiencias de distribución a través de plataformas digitales y desarrollando, aún de modo incipiente, negocios transmedia. Hoy por hoy, está claro que los hábitos de consumo de las audiencias están mutando. La TV lineal, todavía considerando el liderazgo, convive sin mayores inconvenientes con la aparición de

Con más de 5500 visitantes, entre los que hay que contemplar la presencia de unos 1100 compradores y 250 exhibidores, se desarrolló en Miami la 51ª edición del show organizado por National Association of Television Program Executives.

las denominadas segundas pantallas a partir de audiencias que procuran enriquecer su experiencia audiovisual a partir de la puesta en escena de las redes sociales, los teléfonos inteligentes o las tabletas, entre otros dispositivos complementarios de la TV lineal. Es obvio que la industria transita un cambio en el modelo de distribución de



Emilio Azcárraga de Televisa, la filántropa Lilly Tartikoff Karatz y Rod Perth de NATPE

contenidos que no todavía no está claramente definido para su monetización. La pregunta del millón es si existe un modelo de negocio consolidado para comercializar el contenido a través de las nuevas plataformas de distribución.

«Claramente aún no se encuentra consolidado el modelo comercial y es por eso que estamos intentando acercarnos con mucha prudencia, haciendo sinergia con los sistemas tradicionales de distribución. A pesar de ello, la tasa de crecimiento indica que seguramente la consolidación llegará antes de lo pre-

visto» sostiene **Claudio Ipolitti**, Director de Negocios Internacionales de **Telefe**.

Otro de los puntos de vista que hemos recogido al respecto es **Marcel Vinay Jr.**, CEO de **Comarex**, quien analiza: «Estamos viendo que se crea un contenido adicional que ayuda para que el OTT pueda darle fuerza a la TV; y por otro lado, que la TV pueda darle fuerza a la OTT creando contenidos especiales tales como clips musicales o escenas inéditas. La tendencia que se observa es la producción de contenidos para una plataforma principal, sumándole conteni-

do adicional apto para otras plataformas para que sirvan de complemento.»

Raphael Corrêa Netto, Director Ejecutivo de Negocios Internacionales de **Globo**, asegura que los productos de su compañía son ofrecidos al mercado internacional listos para ser vistos en cualquier ventana de exhibición. «Las nuevas plataformas enriquecen el hábito de ve televisión, razón por la cual estamos atentos a todas las oportunidades multiplataforma. Pero el contenido es soberano, por eso apostamos a la calidad y tenemos el cuidado para

CINEMA EOS

LEAVE NO STORY UNTOLD

Canon

En Renta:



REVOLUTION 435 D&C
Av. Popocatepetl 176, General Anaya,
México D.F. Tel. 5605 8060
Mail: revo1999@prodigy.net.mx



VIEWHAUS SISTEMAS

Guadalajara:
Av. Guadalupe No. 850, Chapalita,
Gdl. Jalisco. Tel. 33 3123 9355
contacto@viewhaus.com.mx
www.viewhaus.com.mx

De Venta en:



AATOMO STORE
Diagonal San Antonio 934,
Col. Del Valle, México DF
Tel. 5658 8935
www.aatomo.net / paulina@aatomo.net

INSITEL MEXICANA
Insurgentes Sur No. 1685 604,
Guadalupe Inn, México DF Tel. 4196 0056
www.insitel.com.mx
www.ventasinsitel@insitel.com.mx

Cd. México:
Av. Universidad núm. 989,
Despacho 201 Col. Del Valle 03310
México, D.F. Tels. 55 55348068



que continúe encantando a las personas alrededor del mundo, independientemente de la ventana donde sea exhibido. La demanda por nuevas ventanas de exhibición está en plena transformación y en formación, lo mismo ocurre con el modelo de negocio. Pero la premisa más importante que supone hacer llegar el contenido a los espectadores donde quiera que estén sí está consolidada», concluye.

En una misma línea argumental es **Carlos Castro Acosta**, Director General de Ventas de **Televisa Internacional**, quien afirma: «La producción y transmisión de contenidos para las nuevas plataformas se encuentran expansión, por lo tanto los modelos de negocio para su explotación comercial también están también en constante evolución. La clave para maximizar esta explotación está en la flexibilidad y en la visión a mediano y largo plazo.»

Completar el escenario de análisis **Luis Daniel Capriles**, Vicepresidente de Medios Digitales de **Telemundo Internacional**, al brindar detalles de su estrategia para abordar el mercado de las nuevas plataformas. «Estamos ofreciendo a

nuestros clientes derechos de catch up, así como otros derechos VOD para que puedan ofrecer a su audiencia contenido que pueden ver cuando y donde quieran. Conscientes de que las nuevas plataformas son el complemento perfecto para la televisión abierta, cable y satélite, adaptamos nuestras telenovelas para que se ajusten a este cambiante patrón de consumo. Hemos realizado adaptaciones que han sido dirigidas, producidas y reeditadas a modo de ofrecerle a la audiencia que demanda contenido TV everywhere, opciones con menos cantidad de episodios que lo hacen más fácil de consumir considerando el género de la telenovela y su formato.»

A la luz de los testimonios que se ofrecen en esta apretada síntesis, se pone en evidencia que tras el eslogan que la organización impulsó este año ->«No Barriers, New Business»- la gran mayoría interpreta que las segundas pantallas constituyen una herramienta indispensable para conducir a las audiencias al contenido de primera pantalla. Y todos reconocen que la segunda pantalla es mejor cuando incluye a los

Brandon Tartikoff Legacy Award 2014



Emilio Azcárraga, Lauren Zalaznick, Lilly Tartikoff Karatz, Jon Feltheimer y James L. Brooks

El martes 28 se realizó la 11ª edición de los **Brandon Tartikoff Legacy Award**. Este año los galardonados fueron Emilio Azcárraga Jean, Presidente y CEO de **Grupo Televisa**; **James L. Brooks**, creador de *Los Simpsons*, **Jon Feltheimer**, CEO de **Lionsgate**, y **Lauren Zalaznick**, veterana ejecutiva ex **NBCUniversal**, todas primeras figuras.

«Los hemos elegido porque han conseguido logros extraordinarios y son algunos de los mejores del negocio. Sus logros son destacables, desde la formidable expansión de Televisa lograda por Emilio, la habilidad única de Jim entretenernos con sus historias y la estrategia de crecimiento para todas las pantallas establecida por Jon y los logros de Lauren en la creación de marcas para cable en esta época tan digital» expresó **Rod Perth**, CEO de **NATPE**, durante el acto de apertura.

El único ejecutivo latinoamericano, **Emilio Azcárraga Jean**, dedicó la distinción recibida a los 25 mil trabajadores de **Televisa**, al tiempo que reconoció públicamente la labor de **José «Pepe» Bastón**, Presidente de Televisión y Contenido de **Televisa**, y de sus ejecutivos del área internacional **Carlos Castro**, **Pedro Font** y **Fernando Pérez Gavilán**.

anunciantes, puesto que facilita la financiación de ciertos contenidos.

Lanzamientos, exhibiciones y acuerdos

Uno de los lanzamientos más importantes de NATPE 2014 fue el nacimiento de **Cisneros Media Dis-**

tribution. El área de la piscina del Fontainebleau Resort fue el escenario escogido por **Grupo Cisneros** para presentar en sociedad su nueva distribuidora global de programación y contenido para todas las plataformas.

«Esto es mucho más que un cambio de nombre para la empresa, tenemos una nueva misión corporativa que se extiende por todo el mundo y se expande con la innovación de la industria al compás de una tecnología que rompe las fronteras geográficas, las barreras de distribución, y la manera en la que el público ve el contenido de entretenimiento», explicó **César Díaz**, Vicepresidente de

CMD, quien reconoció que la compañía está decidida a incrementar su catálogo de programación, «no sólo con el aumento de la producción de nuestras empresas afiliadas en Venezuela y los Estados Unidos, sino mediante la creación de una infraestructura empresarial para facilitar el inventario y la comercialización de productos realizados por terceros independientes, que es nuestro primer objetivo en esta nueva era».

La **Organización Cisneros** también anunció en Miami su alianza estratégica con **Bungalow Media + Entertainment**, grupo privado de medios y entretenimiento recién



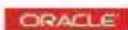
Jonathan Blum de Cisneros Media Group y Juan Carlos Sosa de Venevision Studios rodean a los talentos de 'Sangre de diván'

In situ

digitalización

In Situ es una solución integral que le ofrece:

- Conversión de archivos en cualquier formato análogo al formato digital que más le convenga
- Servicio en sus instalaciones y adecuado a sus necesidades.
- Absoluto control de calidad
- Personal altamente capacitado
- Compatibilidad con las principales bases de datos



¡Llámenos! Tenemos la mejor solución para usted

Tel. (55) 559-9060
Miguel Ángel de Quevedo 218
Col. Barrio de Santa Catarina, Coyoacán
D.F., CP 04000



www.in-situ.mx



@insitu_digit



/InSituDigitalizacion

PROCESO

EL SISTEMA DE DIGITALIZACIÓN IN SITU ESTÁ DISEÑADO PARA REDUCIR AL MÁXIMO LAS DESVENTAJAS DE TRANSFERIR MATERIAL ANÁLOGO. YA SEA UN PAR DE HORAS O GRANDES VOLÚMENES PONE A DISPOSICIÓN DEL CLIENTE SU MATERIAL EN FORMATOS DIGITALES PARA SU RECUPERACIÓN, ALMACENAMIENTO O EXPLOTACIÓN.

1• Preparación del Soporte
Análogo; Entrada a la
Base de datos



2• Digitalización



3• Formato Original Digital
Alta Resolución



4• Generación de copias
Baja Resolución
[Proxy]



5• Control de Calidad



6• Entregable



temente fundado por Robert Friedman, enfocándose en el desarrollo de series y contenidos para audiencias latinas producidos tanto en inglés como en español. Asimismo, la organización renovó y amplió el convenio de distribución internacional que mantenía con **Medina Media**.

Entre los screenings, una vez más sorprendieron fueron **Globo** y el talento brasileño. La compañía reunió más de 200 programadores en su tradicional desayuno donde destacó su nutrido catálogo que este año se vio enriquecido con los largos metrajes de **Globo Filmes**



Pedro Lascurain, Alberto Santini y Rodrigo Fernandez de Azteca rodean a Joshua Mintz de Telemundo Studios

tición -que se disputará en territorio brasileño- y que contará con recursos sin precedentes: tecnología de punta e infraestructura de primer orden, 600 periodistas deportivos que estarán traba-

dente de **Telemundo Internacional**, y en los que participó **Joe Uva**, Chairman Hispanic Enterprises & Content de **NBC Universal**. En ese contexto, se anunció el lanzamiento de su nueva súper serie «Camelia la Texana» con la presencia estelar de **Sara Maldonado**, protagonista princi-

pal de la serie que ocupará la franja horaria central de las 10pm, donde ya brillaron «La Reina del Sur» y «El Señor de los Cielos».

La compañía también aprovechó la oportunidad para comunicar el acuerdo alcanzado entre **Telemundo Media** y la espa-

ñola **Reset TV** para la creación, producción y distribución del formato de competición musical «El artista» para la temporada 2014-2015. En este sentido, vale señalar que **Toni Cruz** y **Josep Maria Mainat** fueron creadores de formatos exitosos como «Crónicas Marcianas», «Mira Quien Baila» y «Operación Triunfo».

Adicionalmente, **Telemundo Internacional** anunció a partir del 1 de febrero el lanzamiento de un segundo feed para su canal de TV paga en América Latina.

En rueda de prensa, **Viacom International Media Networks The Americas** anunció la ampliación de su portafolio de producción con más de 1200 ho-



Robert Friedman de Bungalow Media+Entertainmenty junto con Adriana Cisneros de la Organización Cisneros

y el lanzamiento de **New-Source Globo**, agencia que ofrece contenido informativo y servicios de transmisión para dar apoyo a productores e las redes de TV extranjeras.

Como emisora oficial del próximo mundial de fútbol FIFA 2014, **Globo** ofreció detalles acerca de la cobertura que está preparando para la compe-

jando en las 12 sedes con más de 40 cámaras exclusivas dedicadas a mostrar las historias más conmovedoras de cada una de las 32 selecciones que competirán en 64 partidos.

En el marco de una conferencia de prensa y un impactante screening, eventos encabezados por **Marcos Santana**, Presi-

Sony Pictures Television celebró 10 años en Latinoamérica



Alexander Marín, Angélica Guerra y Keith Legoy de SPT rodean a José Bastón de Televisa

La división de producción y distribución de la compañía convocó a amigos y clientes de Latinoamérica en el Soho Beach House para celebrar su décimo aniversario en la región. Por parte de la compañía anfitriona estuvieron presentes **Keith Legoy**, Presidente de Distribución de SPT; **Alexander Marín**, VP Senior de Distribución para Latinoamérica y U.S. Hispanic de SPT; y **Angélica Guerra**, VP Senior y Directora General de Producción de SPT. Entre los invitados de honor, destacaron personalidades de la industria como **José Bastón**, Presidente de **Grupo Televisa**; **Mario San Román** y **Pedro Lascurain**, CEO y Director de Adquisiciones de **Azteca** respectivamente; **Eric Jurgensen**, CEO y Director de **América TV** y **Luis Camacho**, Director de Comunicaciones del canal peruano con quien acordó la realización de la segunda adaptación latinoamericana de la comedia *Los Jeffersons* (*Los Gutiérrez*).

Adicionalmente, se informó que junto con **Teleset**, inició la producción la serie original «En la boca del lobo», que se emitirá en Colombia a través de la pantalla de **RCN Televisión** y será vendida en los mercados de habla hispana.

GV STRATUS

Desde cualquier lugar, a cualquier lugar



Las salas de redacción de noticias exigen flexibilidad. El conjunto de herramientas unificadas GV STRATUS® ofrece a las redacciones la capacidad de **compartir contenido en cualquier lugar**. A lo largo de la empresa y entre la sala de redacción y el campo. Todo ello con una publicación transparente para destinos de broadcast y medios digitales.

www.grassvalley.com/stratus

Visítenos en la **NAB 2014**, stand número SL 206

ras de producción original a través de múltiples plataformas en mercados clave. La compañía dio luz verde a más contenido original, incluyendo la primera novela de **Nickelodeon** en portugués producida en Brasil «Dani Who», los «Kids' Choice Awards Colombia» y la versión colombiana del show de «MTV Catfish». El anuncio lo hizo **JC Acosta**, VP Senior, CFO y Ejecutivo a

Hispanic, **Tatiana Rodríguez**, VP Senior de Programación y Estrategia Creativa de **Nickelodeon Latin America** y **Federico Cuervo**, VP Senior y Brand Manager de **Comedy Central Latinoamérica**.

En ese marco, **Tatiana Rodríguez** anunció la producción de su nueva serie original «La cocina de Talía» en asociación con **Somos Productions**.



Jesús Torres Viera de Telemundo, Sara Maldonado protagonista de 'Camelia la Texana', Joe Uva de NBC Universal y Marcos Santana de Telemundo International



Tatiana Rodríguez, JC Acosta, Fernando Gastón y Federico Cuervo de Viacom rodean a Lorna Salazar, Damaris Valero y Libelle Salamao del MIC de Colombia

Cargo de Producción de **VIMN The Americas**, quien estuvo acompañado por **Fernando Gastón**, SVP - Brand Head de **MTV VH1 Latin America** y **Tr3s US**

La compañía también anunció diversos acuerdos y renovación de programación alcanzados con importantes televisoras en la región como

Bandeirantes y **SBT** de Brasil, **UCVTV** de Chile y **Televisa** de México.

Univision dio a conocer un acuerdo de licencia con

Telelatino en Canadá para cambiarle el nombre a la cadena por **Univision Canadá**. Ambos canales han mantenido una relación de socios durante más

de una década y **Telelatino** se emite actualmente por las plataformas de televisión de pago más importantes de ese país. **Alberto Ciurana**, Presidente de Programación y Contenido de **Univision Networks**, se mostró satisfecho unirse a la familia de **Corus Entertainment** bajo su propia marca. «El compromiso de Univision de servir a la audiencia hispana en los Estados Unidos se expande hacia Canadá con el objetivo de ampliar la presencia de nuestra compañía en otro mercado hispano», declaró.



Alberto Islas de América Móvil junto con Enrique Martínez y Allan Navarrete de Discovery



Bruce Boren y Fernando Betancurt de Televisa Networks



Ricardo Gómez Pérez y Enrique Yamuni de Megacable



Verónica Velazco y Epigmenio Ibarra de Argos Comunicación

ROSS

Production Technology Experts

Libere su Creatividad



Tecnología
para Producción
de Video

NAB'14 Stand N3806

www.rossvideo.com

Robotic
Camera
Systems

Production
Switchers

Motion
Graphics

Terminal
Equipment

Video
Servers

Control
Systems

Routing
Systems

News and
Social Media

Virtual Sets &
Augmented Reality

Mobile Video
Productions

Cóctel de AMC Networks / Sundance Channel

La noche del miércoles 29, última jornada de NATPE, **AMC / Sundance Channel** realizó un cóctel en The Standard Miami Beach al que asistieron sus máximos ejecutivos: **Bruce Tuchman**, Presidente Global; **Ed Palluth**, VP Ejecutivo de Distribución Global; **Elana Mandelup**, VP de Comunicaciones Corporativas; y **Gustavo López**, VP de Distribución Global y Desarrollo Comercial para Latinoamérica.

Tuchman dio la bienvenida a los invitados, ante quienes aseguró que **Sundance Channel** fue muy bien recibido por los televidentes de Latinoamérica desde que fue lanzando el año pasado a través de **DIRECTV**. Luego fue el turno del propio **López**, quien explicó que la señal se encuentra disponible para operadores regionales de TV paga en formato estándar y alta calidad, servicio de video on demand, dispositivos móviles y streaming online autenticados.

El cóctel contó con la presencia de ejecutivo de la talla de **Bruce Boren** y **Fernando Muñiz Bethancourt** de **Televisa Networks**; **Juan Carlos Gómez**, **Carla Conde** y **Diana Baumberger** de **Discovery**; **Marcelo Contro** y **Ricardo Montagnana** y **Alejandro Kember** de **Chellomedia**; **Alejandra Marano** y **Ralph Haiek** de **Construir TV**; **Fernando Gastón** de **Viacom**; **Esteban Borrás** de **Claxson** y **Marta Ochoa** de **Alianza Contra la Piratería de Televisión Paga**.



Bruce Tuchman y Gustavo López
de AMC Networks / Sundance Channel



Elana Mandelup y Ed Palluth
de AMC Networks / Sundance Channel

Asimismo el ejecutivo hizo saber que **UniMás** adquirió los derechos exclusivos de la serie dramática «El varón de la droga», basada en la historia de Joaquín «El Chapo» Guzmán, escrita por Andrés López López; al tiempo que adelantó que el 23 de febrero próximo por primera vez en la historia de los medios de comunicación dirigidos a los hispanos en los Estados

Unidos, **Univision**, **UniMás** y **Galavisión** se unirán para transmitir simultáneamente el estreno de la serie dramática «La Viuda Negra».

Telefe opciónó el formato «Aliados» de **Cris Morena Group** a **Televisa** Estados Unidos para el mercado doméstico. El anuncio fue realizado por **Daniel Otaola**, flamante Gerente de Distribución de Contenidos.

Julián Giraldo, VP de Canales Internacionales de **RCN**, adelantó durante el show que a partir del 1 de marzo **TvColombia** se transformará en **Nuestra Tele**. La señal internacional comenzará a utilizar su nueva imagen y tendrá una nueva fórmula de entretenimiento con una programación en la que estarán las mejores producciones del **Canal RCN** y también contenido propio y original.

BBC Worldwide anunció durante el show un acuerdo que permitirá a los usuarios de **Xbox Video** en América Latina adquirir y descargar los mejores contenidos de la **BBC** directamente a sus consolas de juego «Xbox 360», la plataforma de juegos y entretenimiento de Microsoft. La compañía británica también informó acerca de la venta de su formato «Dancing with the Stars» a **Teletica** de Costa Rica.

FremantleMedia International y **Young Hollywood** hicieron público un acuerdo de primera opción con el pionero del entretenimiento digital, ampliando así el portfolio de propie-

Menashe y distribuido por **DMG** es transmitido en Alemania, Grecia y Portugal, con pilotos que están siendo producidos en Francia y Bélgica.



Alberto Ciurana
de Cadenas Univision

dades multiplataforma de **FremantleMedia** que ahora incluye los shows de «Young Hollywood's Greatest» y «Young Hollywood Presents Evolution Of...». La comunicación fue realizada por **Hayley Dickson**, flamante VP de Adquisiciones y Desarrollo de **FremantleMedia**.

Dori Media anunció ventas europeas para su formato «Lo Sabe, No Lo Sabe». Creado por **Oded**

La casa productora de contenidos multiplataforma **Blue Print** presentó en NATPE su alianza comercial con **PXTV** por más de 500 horas de programación dedicadas a los deportes en acción, cuyo contenido será distribuido internacionalmente por **Comarex**. En la conferencia de prensa que sirvió para comunicar el acuerdo estuvieron presentes **Raúl Campos**, CEO



Paul Dempsey
de BBC Worldwide

COMTELSAT

INTEGRANDO SOLUCIONES

Con más de 20 años de experiencia, fundada en 1993, Comtelsat es una empresa creada para soluciones de alta tecnología.

Expertos en el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones, podemos integrar soluciones de ventas, servicios, diseño e implementación de proyectos y sistemas, proporcionando el apoyo de las mejores marcas en la industria y tenemos un equipo de ingenieros altamente calificados y certificados para resolver las necesidades de cualquier cliente.



Dejero LIVE+



Panasonic

plura
broadcast



Tektronix



Cóctel de Stingray Latinoamérica

Stingray Digital, que recientemente adquirió los activos de **DMX Media Latin America**, organizó un cóctel que tuvo lugar en los **jardines del Eden Roc Hotel**. Allí presentaron **Eric Boyko**, Presidente y CEO de **Stingray Digital**, junto con su VP de Operaciones **Alejandro Cacciola** y **Gustavo Tonelli**, Gerente General de **Stingray Digital América Latina**.

Durante el evento, **Stingray** anunció un acuerdo que permite llevar sus 50 canales de música a la plataforma digital de **Columbus Communications**, uno de los prestadores de servicios de TV paga más importantes del Caribe. Bajo la marca **Flow**, ofrece 50 canales del servicio de música digital **Galaxie** a sus clientes de **Flow TV** en cuatro de sus más importantes mercados: Curaçao, Granada, Jamaica y Trinidad. **Raelene Rydzik**, Directora Sénior de Contenidos de **Columbus Communications**.



Raelene Rydzik de Columbus Communications junto con Moisés Chico de Stingray Digital



Gustavo Tonelli, Eric Boyko y Alejandro Cacciola de Stingray Digital



Marcel Vinay Jr., Raúl Campos y Alejandro Mercado

de **Blue Print**; **Alejandro Mercado**, Presidente de **PXTV**; y **Marcel Vinay Jr.**, CEO de **Comarex**.

Un día después del show, **HBO Latin America** presentó en Miami el nuevo feed en inglés para **MAX** en el Caribe. «Este nuevo canal fue creado específicamente poder satisfacer las necesidades de nuestro público en el Caribe, dándoles el contenido de calidad que esperan de nosotros y para que puedan disfrutar de todo lo que el paquete Premium de **HBO/MAX** ofrece,» declaró **Gustavo Grossmann**, VP Corporativo de **HBO LA Networks**.

El CEO de **NATPE**, **Rod Perth**, confirmó durante la conferencia de clausura que el año que viene la convención volverá a hacerse en el **Fontainebleau** de Miami entre los días 20 y 22 de enero. Prometió que, mientras continúe al frente de la organización del show, las fechas no volverán a coincidir con **Realscreen**. El ejecutivo se mostró entusiasmado por los números de **NATPE 2014**, especialmente al reconocer que «se registró un crecimiento de dos dígitos en número de buyers, con fuerte participación de compradores digitales».

en el medio
de sus proyectos
desde 1990

www.newslinereport.com



EDICION ES

Newsline
REA

tv • cable • cine • pro

Blackmagic Production Camera 4K

Obtén la creatividad de un sensor de Súper 35mm



IMPONENTE BELLEZA 4K

La Blackmagic Design Production Camera 4K graba archivos 4K/Quad HD en formatos RAW CinemaDNG y Apple ProRes 422 (HQ) directo a discos de estado sólido SSD de 2.5". La cámara es compatible con lentes con montura EF/XE y viene con un sensor tamaño super 35.

Con 12 pasos de rango dinámico, la imagen es increíblemente detallada y con una nitidez perfecta.

FLUJO DE TRABAJO

Los archivos son compatible directamente con todos los editores principales de video, Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro X, Autodesk Smoke, etc. Otras cámaras 4K en el mercado requieren flujos de trabajo complicados con formatos propietarios para trabajar. Además, incluido con la cámara es DaVinci Resolve, el corrector de color más poderoso.

ULTRAHD



Sensor Súper 35



Fácil y rápida programación de datos



Paquetes disponibles

Mattebox, follow-focus, soportes y baterías externas se venden por separado para armar paquetes profesionales a la medida.

TELMEX

Tiene poder para comprar a Dish México

La telefónica cuenta con acuerdos para adquirir a la firma de TV de paga desde 2008, según revelan documentos y auditorías entre las empresas.

Telmex tiene un acuerdo de compra/venta con el servicio de televisión paga satelital **Dish México**, donde la telefónica puede solicitar auditorías, información, además de opciones de adquirir la empresa que controla la familia Vargas.

Los papeles muestran que a inicios de 2012, **Telmex** y **Dish México** (donde convergen **Grupo MVS** y **EchoStar**) contaban con diversos acuerdos para definir tanto las características de su contrato de prestación de servicios de facturación y cobranza; como convenios para definir las opciones de compra/venta entre ambas compañías.

«DM (Dish) otorga a favor de Teninver (Telmex) una opción incondicional e irrevocable para que ésta suscriba 51% del capital social de DM (...) Teninver otorga a favor de DM una opción incondicional e irrevocable para obligar a Teninver a suscribir 51% del capital social de DM», señala un documento entre las compañías.

Los archivos muestran un acuerdo denominado «Pull&Call Agreement», en que **Telmex** cuenta con una opción para adquirir a **Dish**, y que para ejercerla, debe-

rá pagar **US\$ 325 millones**, o el DTH puede obligar al operador de telecomunicaciones a consumir la compra, condicionado a la autorización del ente regulador. Además **Telmex** cuenta con una opción para «auditar» a **Dish México** y sus subsidiarias sin especificar un límite ni momento. Esto reabre la acusación que realizó **Telefónica**, a través de su subsidiaria de servicios de comunicación fija **GTM**, ante la extinta Comisión Federal de Competencia (CFC) a fines de 2008 por una relación ilegal entre **Telmex** y **Dish**. Sin embargo, la CFC había negado que existiera alguna relación indebida ya que la prestación de **Telmex** «consisten en la factu-



Carlos Slim

ración y cobranza, distribución y arrendamiento de equipos» y estos «no permitirán a **Telmex** conducir efectivamente a **Dish**, ni permitirán u obligarán un com-

promiso de adquisición accionaria o de partes sociales que posibiliten a **Telmex** participar en asambleas de accionistas de **Dish**, ni participar en el nombramiento de funcionarios de **Dish**», había explicado el desaparecido organismo en su resolución CNT-116-2008 del 13 de mayo de 2009.

En el acuerdo denominado Distribution Agreement se muestran relaciones menos fuertes entre las compañías, pues indican que tanto **Telmex** como **Dish** tienen la opción de realizar dos auditorías al año, aunque añaden una cláusula donde se le prohíbe a la telefónica prestar servicios «similares a favor de cualquier tercero en condiciones más favorables que las otorgadas a Cofresa (Dish México)».

Dish aceptó en un comunicado de prensa que existe una opción de compra de **Telmex**, pero que no significa que exista una participación accionaria de la firma de **Carlos Slim**, y asegura que América Móvil ha informado a las autoridades estadounidenses desde 2008 sobre la existencia de estos contratos y sus alcances.

Canitec cuestiona la relación Telmex-Dish

La **Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable** (Canitec) criticó la relación que existe entre **Telmex** y **Dish**, sobre acuerdos de compra/venta en que la compañía de **Carlos Slim** puede adquirir una parte de **Dish México**.

«Legisladores, reguladores, consumidores y tomadores de decisiones de política pública han sido testigos de nuestro esfuerzo por evidenciar siempre los embates de la empresa dominante en telecomunicaciones, por mantener privilegios a costa de todo y de todos», señaló la cámara en un desplegado.

Telmex admitió tiene la alternativa de tomar en el futuro hasta 51% de **Dish México**, aunque descartó que sea accionista del operador de televisión restringida. El director de alianzas estratégicas de **Telmex**, **Arturo Elías Ayub**, señaló que la empresa siempre ha sido transparente en su relación con **Dish**. Po su parte, **Canitec** calificó la respuesta de **Telmex** como una mentira al señalar que el comisionado presidente del **Instituto Federal de Telecomunicaciones** (IFT), **Gabriel Contreras**, dijo que el organismo no tiene dicho acuerdo entre el operador de televisión y la telefónica en sus expedientes.

«Se abre un nuevo capítulo en el que se evidencia el engaño, la violación de la ley y la complicidad de algunos funcionarios y autoridades regulatorias, a favor de una empresa y en contra de todos los mexicanos», concluyó **Canitec** sobre el tema.



Sistemas Digitales
en Audio y Video S.A. de C.V.

soluciones de punta a punta ...

¿Conoces openGear?

OpenGear está basada en una arquitectura abierta que ofrece mayor poder en un módulo de 2RU con una capacidad de hasta 20 tarjetas de una amplia gama de 20 diferentes marcas que adoptan esta tecnología en el mercado mundial del broadcast, esto permite escoger libremente y con flexibilidad para aplicaciones particulares.



OpenGear también provee la plataforma con un sistema de control a través de una red LAN, que permite de una manera fácil y rápida el monitoreo y el control de cada módulo y frame en la red a través de



ROSS

Production Technology Experts

MultiDyne
Video & Fiber Optic Systems

Blackmagicdesign



sencore



Telecast
Fiber Systems, Inc.



SIERRA VIDEO

Wohler

Banamex



Aceptamos tarjeta de crédito excepto American Express y 6 ó 12 meses sin intereses con Banamex

www.sistemasdigitalesav.com.mx
Pestalozzi No. 245 Col. Narvarte México D.F. CP. 03020
Tel. 5639 3510 / 5639 3517 / 5639 1914 Fax 5639 3538
info@sistemasdigitalesav.com.mx



Casi 15 millones de suscriptores

Estas cifras significan que el sector creció un 13% durante el año porque añadió 1,7 millones de usuarios (los números oficiales de 2012 eran de la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones - Cofetel-), impulsado principalmente por el crecimiento de 15.9% y 11.7% en los segmentos de cable y vía satélite, respecto al mismo periodo de 2012.

De acuerdo con los resultados del ITEL, estos dos servicios de TV restringida fueron de los mejor desempeños en telecomunicaciones en el último cuarto trimestre de 2013, junto a larga distancia internacional de entrada y telefonía celular móvil.

De acuerdo a un informe del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), el mercado alcanzó los 14,7 millones de abonados al finalizar 2013.

El servicio de televisión vía satélite o DTH registró un crecimiento el cual, aunque significativo, es el más bajo registrado desde el segundo trimestre de 2009. Esta modalidad totalizó en 7.8 millo-



nes de suscripciones en el último trimestre de año, consolidándose como la principal tecnología de televisión de paga.

La televisión por cable observó un mayor crecimiento en el trimestre, con una tasa de 15.9%, y concluyó el trimestre de referencia con 6.8 millones de suscripciones, las cuales representan 46.3% del total de los usuarios de televisión restringida.

El número de suscripciones de

servicio de televisión vía microondas (MMDS) reitera su tendencia negativa, al descender en 11.5 por ciento, a tasa anual, en el último trimestre de 2013, respecto al mismo lapso de 2012. Al finalizar el periodo, este servicio contaba con más de 134 mil suscripciones.

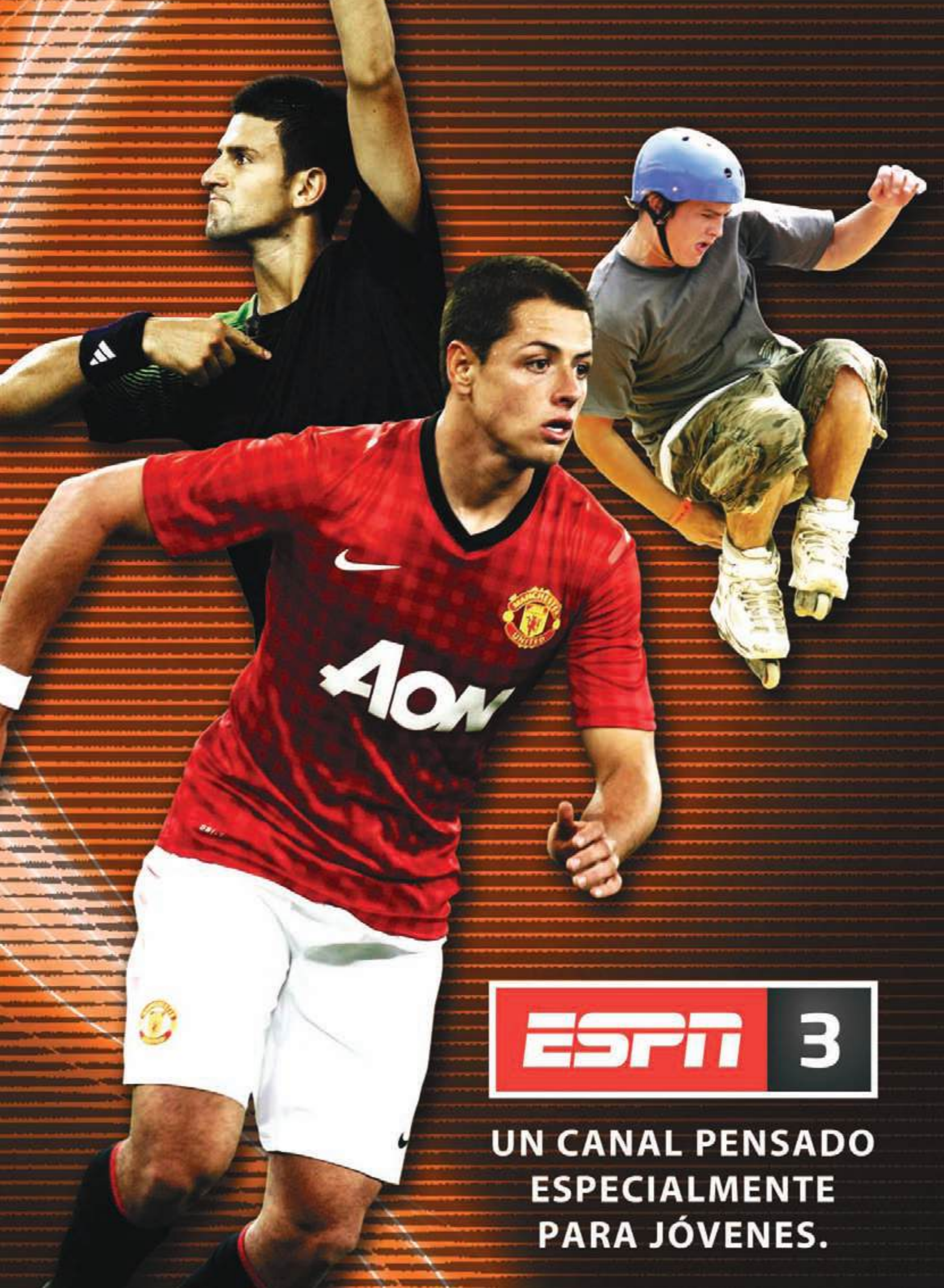
**XCEEDING
STANDARDS**




"The new XS live production server delivers the fastest access and distribution of multi-camera recorded content, for enriched tv programming."

www.evs.com/XS





UN CANAL PENSADO
ESPECIALMENTE
PARA JÓVENES.

VIENE DE TAPA / MÉXICO, UN MERCADO ÚNICO CON EL MAYOR POTENCIAL DE NEGOCIO A NIVEL MUNDIAL

Este positivismo, el mismo que mantiene **Andrés Martínez**, Director General de **Amtec** que nos dice: “El efecto será muy positivo y habrá varios beneficiados: los mexicanos televidentes; los productores, artistas y técnicos de la televisión que tendrán más trabajo; las empresas que nos dedicamos a la promoción, venta, instalación y servicio de equipos; los

banda de 6 Mhz actual se pueden multiplexar de 10 a 12 señales digitalmente, adicionalmente a la sincronización de metadatos, pues entonces imaginemos un espectro en el que la televisión no solo llevará entretenimiento como lo ha hecho tradicionalmente. Permitirá cultivar y educar a los mexicanos proporcionando, además identidad nacional y una

cios considera que para los nuevos jugadores será complicado: “A menos que me equivoque, creo que las nuevas cadenas -si es que alguien se aventura- entrarían a un mercado de desigualdades ya con mucha competencia impuesta. Con relación al negocio broadcast, deberíamos tener en mente que quizás dependiendo de los ganadores de las licitaciones; de hecho, puede darse la situación de que se trate directamente con el fabricante, algo que ya se está dando en México”.

Jaime Tovar de **Artec** también encamina sus comentarios por el ámbito político, asegurando: “Pienso que el presidente Enrique Peña Nieto está encarando muy bien el proyecto de las nuevas cadenas. Se ve la mano de una persona experta y conocedora en la redacción de la ley, ya

varla a los dispositivos móviles, con nuevos desarrollos y tecnologías que hoy no se están utilizando en México”.

Por el lado de la continuidad en el desarrollo del apagón analógico en México, sin dudas **Teletéc** ha sido uno de los participantes más importantes hasta el momento, por lo que el propio **Alfonso Vazquez** señala: “Creo que el apagón analógico es un tema de convergencia de beneficio social, como ya lo he dicho; por ejemplo como el caso de Tijuana, fue un beneficio claro, llegábamos, le instalábamos y ya, era palpable. Tijuana fue un caso de éxito maravilloso, con el 93% de penetración en esa ciudad, ósea de menos de un 20% ir a un 93% en 3 meses, fue una locura. Hoy día se acaba de llevar el segundo piloto que llevo la SCT en el cual cam-



fabricantes aunque la mayoría son extranjeros. Respecto a las grandes cadenas que ya existen, no creo haya preocupación pues realmente una pequeña parte de sus ingresos se verá afectada, pero muy pequeña”.

Con profundidad **Eduardo Aguilar** de **Canon** sostiene que: “La apertura en México de un sector importante que ha permanecido sin cambio durante muchas décadas. Da una visión de modernidad, en la que México se posicionara como punta de lanza en la Producción de todo tipo de géneros, pero uno de ellos muy relevante será el educativo. La convergencia tecnológica, permite hoy el anexo a la televisión al uso de banda ancha y proveer de servicios de valor agregado que permitan hacer llegar la cultura y la enseñanza a todos los mexicanos. El 28% de los alumnos de Secundaria reciben clase por medio del sistema de *Telesecundaria*. Hoy la tecnología permite cerrar la interactividad con los alumnos por medio de la Televisión y la Banda Ancha. Si a esto agregamos que en el ancho de

brecha amplia al conocimiento universal.”

Para **Alejandro Frago** de **Dicimex**, el desafío a comenzado y así lo persive: “Hay mucho ruido desde hace varios años acerca de esto, todos los proveedores broadcast estamos esperando ese buen momento de la economía. Te diría que ya hay mucho movimiento de clientes que están pidiendo información y cotizaciones. Si bien aun no hay un panorama claro, todos hablamos de los mismos candidatos para estas nuevas cadenas. Por el lado de **Rodolfo Vergara**, considera clave el ámbito político en este momento: “Lógicamente se habla del tema de las nuevas cadenas en México. Yo creo que descansa mucho mas esta decisión de más cadenas televisivas en el aspecto político, por lo que creo que la apertura esta más en las ganas que tengan importantes jugadores de la industria en participar de los medios televisivos, por lo que te diría solo -por dar un ejemplo- que hoy **Grupo Carso** está listo para comenzar.”

Paulino García de **Videoservi-**



que me gusta mucho esto de que primero se abra una etapa de selección de participantes, de posibles licitantes; porque con eso prevenimos esto de los prestanombres, de darle canales a los candidatos de siempre, a mí me gustaría que aparecieran nombres nuevos, ya que considero que México se merece tener una visión diferente de la televisión, abriéndose la posibilidad a los empresarios que están dentro de este negocio, ya sea como dueño, sino también dentro de la parte de ingeniería, creativa, con la forma de expandir la televisión y lle-

bio el modelo, con televisiones de 24 pulgadas con el sintonizador integrado, van a hacer una especie de distribución, no incluye servicios, no incluye antenas, entonces ese laboratorio que creo será Reynosa y Nuevo Laredo, en conjunto con el primer laboratorio de Tijuana. Indudablemente, les va a dar la visión completa para salir al apagón formal para prácticamente la mitad del país. El apagón analógico lo veo necesario porque estamos hablando de las cadenas sino tengo liberado el espectro y no estoy penetrando y apagando ciudades, a las nue-



Stand N2503

imaginecommunications.com



Stand N609

gatesair.com

HARRIS BROADCAST DELIVERED THIS MOMENT

El 17 de Marzo, Harris Broadcast se convirtió en
Imagine Communications y GatesAir

Un líder del mercado que ahora son dos

Descubra la visión definida por software de Imagine Communications para
la industria y la innovación en transmisión por aire de GatesAir

Experimente la transformación en nuestros stands de NAB



vas cadenas quienes las van a ver, van de la mano, es el último eslabón en la cadena de nuestra industria. A nivel país, la SCT está teniendo un gran acierto en combinar la penetración de la televisión digital con la interconectividad del país. Esos son los dos grandes retos.”

En este punto, **Enrique Gutierrez** amplía su pensamiento acerca del estado de situación. “Creo que la mayoría de las televisoras más importantes y buena parte de los estatales han estado trabajando para llegar por etapas al final del camino, y pues creo que todo el mundo va muy bien, creo que al final esperamos buenos resultados para finales del 2015”.

Así la preparación es profunda en cada empresa proveedora para estos desafíos que se avecinan en el mercado profesional mexicano, como lo dice **Jorge Camacho**: “Nos hemos preparado con tecnología de punta que ha cambiado la forma de capturar y enviar noticias en vivo, en tiempo real y con calidad, como es el caso de LIVEU, que hoy día es un estándar en la industria mexicana en news gathering. A su vez, proporcionando servicios de producción, post-producción, digitalización, almacenamiento, transmisión y distribución de contenido para cubrir los requerimientos inmediatos de nuestros clientes como partners de ellos en esta tarea.

Concordante, **Paulino García de Videoservicios** declara: “Con relación a la preparación de nuestra empresa para el apagón analógico, que es donde tenemos la visión que tenemos de podemos captar operaciones por la diversificación, tenemos proyectos bajo la planificación de integración de soluciones llave en mano.”

Eduardo Aguilar nos comenta al respecto el claro compromiso de **Canon** en México:

“Canon es una empresa líder en la creación de imágenes. En esta década, estamos en la gran expectativa del efecto detonante en la economía de los países MINT (México, Indonesia, Nigeria y Tur-

quía) que seguramente desarrollarán su infraestructura durante la presente década. Canon ha apostado a esta expectativa estableciendo bases sólidas en todas las divisiones de negocio en México, además de completar la gama de productos que se manejan a nivel mundial en México. En el año 2012 se estableció el negocio de broadcast, cinema y medicina en México y apenas el pasado mes de enero ejecutamos la fusión de **Oce** en **Canon Mexicana**. En el área de cinema y lentes de televisión tuvimos un excelente año en ventas pero más importante en el posicionamiento de los creadores de contenidos de alta calidad. Hoy está en plena producción el largometraje «Tierras Rojas» que utiliza nuestra óptica y cámaras cinema EOS en locaciones de Guadalajara y México D.F. Los diversos documentales de la serie *Planeta Televisa* utilizan lentes y cámaras Cinema EOS, entre muchas otras producciones. Hoy proporcionamos HD, 2K y 4K en la adquisición y tenemos un reconocimiento de los expertos en imagen. Prueba de ello, es nuestro primer lugar al booth más visitado en la convención de la NAB durante los últimos 3 años.”

Alejandro Fragoso no duda en afirmar que observa mucha actividad en varios estados por el tema del apagón analógico. “Por ejemplo había migrado a digital el Mexiquense, ya comenzó Tabasco y esperamos este año se de al menos en diez estados más. Así también lo expresa **Andrés Martínez** reconociendo que “México se está preparando para este evento, ello es lógico y nosotros también lo estamos haciendo”.

Edgar Díaz de la Vega de **Insitel Mexicana** expresa: “Sin lugar a dudas será una gran oportunidad para las compañías proveedoras de México, por lo cual todos debemos estar listos para dar lo mejor en este momento importantísimo de la industria televisiva mexicana”.

Israel Gómez, Director General de Broadcast y Servicios de Pro-

Las televisoras “dominantes” también juegan su papel



Gabriel Contreras, Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) aclaró en su momento que **Televisa** ni **Azteca** no podrán participar en la licitación de dos nuevas cadenas de televisión.

En este sentido, explicó, que ambas compañías ya cuentan con 12 megahertz de espacio radioeléctrico, por lo que no podrían competir por las dos nuevas cadenas de televisión.

Mario San Román, Director General de **Azteca**, cuestiona: “Yo creo que se habla mucho de la ley, pero en realidad lo que tenemos que ver es cómo queda; pues ahorita, no hay ley. Si nos ponemos a ver qué va a pasar no sabemos porque todavía no se discute la ley. En México se alude a que habrá una tercera y cuarta cadena, pero contemos cuántas cadenas hay. Lo que pasa es que a **Televisa** y a **Azteca** nos cuentan como una cadena, pero en Estados Unidos una cadena es **ABC**, que es un canal y otras cadenas son **NBC**, **CBS** y **FOX**. Aquí tenemos los canales **2, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 22, 40, Cadena Tres**. Entonces, ¿cuál tercera cadena? Hay muchas cadenas.”

Cuando se le sugiere que la normativa refiere a la existencia de dos cadenas dominante es categórico: “Sí, pero que haya más o menos canales no es la diferencia. Aquí lo más importante es ver qué contenidos se le va a dar a las audiencias. Se dice que va a haber mucha competencia, pero si vamos a tener un canal como **Estrella TV**, pobre México. Y aquí me gustaría puntualizar los riesgos porque la calidad de producción y de contenidos la televisión mexicana es muy alta, que viaja por todo el mundo y es bien reconocida. Entonces, lo que no podemos permitir es que esta ley nos obligue a bajar la calidad porque ese sería un riesgo muy fuerte. Y además, resulta evidente que en muy pocas partes del mundo ha habido más de dos cadenas rentables; eso hay que ponerlo muy claro. Y no por eso quiere decir que la gente tenga más alternativas porque la gente quiere ver buenos contenidos y entretenerse de acuerdo con sus propios intereses”.

Finalmente, vale destacar la palabra del grupo de comunicación más importante de México. **Emilio Azcárraga Jean**, Presidente de **Grupo Televisa**, declaró tras finalizar su participación en Miami durante el show de NATPE: “La competencia es el mejor motor para el desarrollo y el crecimiento económico. La competencia es también siempre positiva para las empresas privadas y la iniciativa apunta en esa dirección”. Y sentenció: “Damos la bienvenida a la competencia en televisión, nosotros ya estamos preparados para competir”.

División
BROADCAST



Video



Audio



Sistemas de
iluminación



Intercomunicación



Parrillas y distribución
eléctrica



Transmisión
terrestre y satelital



Almacenamiento
para Big Data



Automatización

LA
SOLUCIÓN

INTEGRAL



TELETEC

Av. Central Mzna. 30 Lte. 11, Col. Industrial Alce Blanco
Naucalpan Edo. De México, C.P. 53370 Tel. 01(55) 5000 - 9400
www.teletec.com.mx broadcast@teletec.com.mx



ducción de **Comtelsat** para Estados Unidos, México, Centroamérica y Brasil, pone en duda que todo el mundo esté listo para llegar al apagón en tiempo y forma para el 2015. "Este es uno de los

temas que está tomando mayor importancia dentro de nuestra industria, sobre todo en clientes de mediano y del gobierno que están preocupados por los tiempos. A esto hay que sumarle la

coyuntura del cambio de gobierno, donde muchos proyectos estaban parados y ahora se están reactivando. Si bien muchos de los clientes han empezado a equipar sus satélites para transmitir en HD, lo último que se había quedado es el tema de transmisión. Muchas compañías están con un gran avance en el tema de producción y generación de contenidos en alta definición y los que se vendrá será el tema netamente de transmisión. El tema interesante será combinar esto con la reciente iniciativa de reforma en telecomunicaciones, con temas de 'must carry' y 'must offer' y la licitación de dos cadenas nacionales. Esto puede tomar una importancia grande y puede ser un

driver. Viene una buena época para México y hay lugar para más jugadores, servicios y mucho por construir". Mostrando un panorama y su visión de lo que vendrá en el mercado profesional de México, **Jaime Tovar** está convencido de su modo de ver la cuestión: "Se vienen el Mundial y los Juegos olímpicos, ambos en el mundo latino. Esto llevará a que habrá mucho impulso y venta de publicidad en la televisión; por lo que creo que 2014 será un gran año. Veo venir para México dos años muy buenos para esta industria. Teniendo un 2015 con nuevas cadenas y el apagón analógico, la industria profesional global estará con la mirada puesta en México".

GOSPELL DIGITAL TECHNOLOGY

Apuesta al crecimiento con la digitalización

El foco de la firma en México llega de la mano del apagón, ya que invirtió muchos recursos financieros acercando una gran tecnología al país con los mejores precios. Otro negocio en auge es el desarrollo de OTT.

Tras cumplir 20 años en el mercado, la empresa china quiere seguir creciendo en México de la mano de la TV Digital, donde la compañía invirtió muchos recursos financieros en el mercado de broadcast contando con trans-

misores de TV Digital Abierta, cajas receptoras y un gran abanico de productos para esta industria, señala **Idan Kessel**, Director General de **Gospell Digital Technology**.

«En 2013 iniciamos la operación de broadcast en el país por decisión de la empresa y nos asociamos a grandes empresas del sec-

poco con el cambio de gobierno por el atrasaron licitaciones y decisiones», como también el cambio de la **Cofetel** por la nueva **IFETEL**. «Todo esto es una barrera pequeña que se debe pasar y tenemos muchas expectativas, que tiene que ver con el proceso de la digitalización en el país», añade.



tor, ya que hay grandes empresas que cuentan con nuestros productos, otros están en proceso de compra y otros probaron nuestros productos. Ya podemos contar con clientes como Televisa, Azteca y MVS, entre otros», manifiesta el directivo de la empresa. Sin embargo, **Kessel** dijo que el sector broadcast «sufrió un

Según el ejecutivo la filosofía de la compañía es tener la mejor tecnología del mundo con el mejor servicio y cubrir de la forma más cercana a nuestros clientes, con servicios rápidos en reparaciones por medio de nuestros ingenieros y dos oficinas en el país. Otro foco fuerte en el mercado



Idan Kessel

mexicano es el desarrollo de OTT. Por eso la firma apunta a cubrir este tipo de mercados con soluciones completas fabricando desde los centros de transmisión hasta cajas tipo Android, que convierten en una pantalla formal en la casa hasta pantalla Smart TV. «Básicamente convertir una pantalla de televisión en una computadora», indica. En sus tres años en la industria de la televisión mexicana, también distribuyen y fabrican cajas de recepción digital hasta centros de transmisión para cableoperadores o sistemas satelitales y ofrecen soluciones llave en mano.



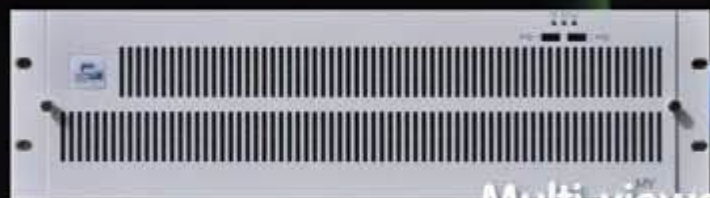
INSITEL MEXICANA,
S.A. DE C.V.

www.insitel.com.mx

NOS VAMOS AL MUNDIAL CON LA MEJOR TECNOLOGIA



Archangel



Multi-viewer

Kahuna 360



Linea Compass



Canon KJ21



HJ15



Insurgentes Sur # 1685 6º piso - Colonia Guadalupe Inn - México, DF. CP: 01020
Tel. 4196 0056 (con 6 líneas) - insitel@infotel.net.mx, ventasinsitel@insitel.com.mx - servicios@insitel.com.mx

SE LANZA AL MERCADO DE AMÉRICA LATINA

AVP Distributors

Desde Miami y con el foco puesto en América Latina, profesionales de la industria con vasta experiencia en el mercado se unen para buscar ser la primera opción en distribución para sus clientes y proveedores.

Con una misma filosofía de trabajo de más de dos décadas en la industria profesional de América Latina de sus fundadores, abre sus puertas al mercado **AVP Distributors** operando desde el Doral en Miami, Florida, ubicados estratégicamente en las cercanías del aeropuerto y las

empresas de exportación para facilitar la mejor logística para sus clientes, tal como explica **Carlos Carrillo**, CO-CEO de **AVP Distributors**, definiendo: "Somos una empresa que distribuye equipos de Audio, Video, Fotografía y accesorios para uso profesional y broadcast en todas las regiones de América del sur, Centroamérica y el Caribe, región que conocemos ampliamente y que hemos proveído durante muchos años, por lo que todos los referentes de nuestra industria nos conocen muy bien". En esta misma línea **Rubén**



Gómez, CO-CEO de **AVP Distributors**: "A nuestra vasta trayectoria en la industria, agregamos una amplia selección de productos y marcas



Ruben Gómez.

que sabemos garantizan la mayor satisfacción de nuestros clientes, a un precio competitivo, fácil acceso y el asesoramiento especializado que siempre le hemos dado", ampliando: "Somos conscientes y conocemos perfectamente las infinitas oportunidades disponibles en videografía, fotografía y otras industrias de difusión en el mercado, por eso nuestros clientes confían en los todos los profesionales de de la compañía a la hora de adquirir sus equipos."

Los ejecutivos destacan que el servicio al cliente es una de las principales prioridades para **AVP Distributors**, tal como lo remarca **Carrillo**: "Estamos orgullosos de nuestros profesionales altamente respetados con más de 24 años en la industria, siempre dispuestos a brindar el asesoramiento correcto y el soporte que necesite nuestros clientes, ya sea vía telefónica,

email o personalmente." Ampliando en este sentido **Gómez**: "Es la misma temática de trabajo profesional con la que nos hemos mantenido durante muchos años en la industria profesional de América Latina, por lo que con todo ese background de años de profesionalismo que poseemos, decidimos lanzar nuestra propia compañía con nuestra propia filosofía, respaldados por un equipo profesional que también conoce perfectamente el mercado de la región y sus necesidades, para de la manera más rápida y efectiva, poder proveer y revolver todas las inquietudes y necesidades existentes de nuestros clientes en América Latina". "Todo nuestro equipo se esfuerza por ser los mejores en lo que hacen, con el objetivo de ser la primera opción para nuestros clientes y proveedores", concluyen al unísono los directivos.



Carlos Carrillo.

Máxima eficiencia. Mínimo costo de operación. R&S®Tx9: la generación de transmisores preparada para el futuro.

Como operador de redes usted necesita soluciones rentables. La generación de transmisores R&S®Tx9 satisface todas sus necesidades.

- Eficiencia pionera en el mercado que permite un gran ahorro de energía
- Mínimo espacio de instalación requerido
- Ahorro en el mantenimiento gracias a una plataforma común de repuestos

Está disponible para los estándares de FM y DAB(+) así como para los estándares de televisión digital y analógica.

www.rohde-schwarz.com/ad/Tx9



Descubrelo ahora!
NAB 2014 in Las Vegas
April 6 – 10, 2014
Booth SL 1605



E⁵ – eficiencia a la
quinta potencia.


ROHDE & SCHWARZ

ALBERTO MORELLO, DIRECTOR PARA LATINOAMÉRICA DE SCREEN

Una solución completa e innovadora



¿Cuáles son las principales novedades que la compañía exhibirá durante NABShow?

Para nosotros, NAB 2014 será una gran oportunidad de presentar al mercado y a los clientes nuestra nueva imagen corporativa y nuestra planificación para los próximos años. **Screen** ha sido reestructurado recientemente, la dirección ha sido cambiada y la nueva inyección de capital acordada con nuestro pool de bancos, permitirá a la compañía liderar el mercado con mayor fortaleza que en el pasado. Este proceso de cambio se viene desarrollando de muy buena manera, lo que se ve reflejado en el entusiasmo de nuestros inversores; de hecho, en las últimas semanas nuestras acciones se han duplicado. En este contexto, el foco de nuestra propuesta es el equipamiento de productos broadcast al que abordamos con soluciones innovadoras y una alta performance en que

Sostiene que Brasil continúa siendo el principal mercado para TV digital en América del Sur, al tiempo que asegura haber realizado importantes operaciones en Ecuador, Perú, Colombia, Chile y Argentina.

concierne a los tiempos de entrega.

¿Cómo están evolucionando las soluciones de la compañía en el campo de la TV digital y la TV móvil?

En los últimos meses hemos presentado nuevas soluciones y equipos innovadores para aplicaciones de TV digital. Estamos constantemente entregando equipos desde nuestras dos fábricas, la italiana y la brasileña. Nuestra nueva línea de transmisores *High Efficiency Broadband* garantizan a nuestros clientes las mejores prestaciones con un consumo de energía muy bajo, lo que demuestra nuestro fuerte compromiso para alcanzar y satisfacer sus necesidades.

¿Cuál es el panorama actual de los negocios de Screen en América Latina?

Desde cinco años estamos fabricando equipamiento para la región desde nuestra fábrica en Brasil. Este activo es

probablemente el más importante de **Screen Group**. En este sentido, **Screen do Brasil** ha vendido más de 1200 equipos de transmisores para TV digital destinados para el mercado local y el resto de América Latina. Observamos que el crecimiento que estamos experimentando es bastante veloz, especialmente si consideramos que años atrás no estábamos con una participación tan activa en estos mercados. Hemos podido revertir nuestra posición gracias a nuestro formidable equipamiento, soluciones perfectas para nuestros clientes y un personal local dedicado y comprometido, que siempre está próximo de las necesidades de nuestros clientes, desde la primera cita



hasta después de los procedimientos de soporte de ventas y mantenimiento.

¿En qué medida la inauguración de la fábrica en Brasil les abrió nuevas oportunidades hacia la expansión regional?

En los últimos años iniciamos con firmeza nuestras actividades en todos los países de Latinoamérica. Tuvimos muy buenas ventas en países como Ecuador, Perú, Colombia, Chile y Argentina. Y por supuesto Brasil continúa siendo nuestro principal mercado en América del Sur, teniendo en cuenta también que es el país que realiza mayores inversiones en TV digital.

¿Cuáles son los atributos que distinguen a la tecnología de transmisión desarrollada por la compañía respecto de sus competidores?

El equipamiento de **Screen** posee una tecnología única, patentada *SWDT* (Software Defined Transmitters), que le *posibilita* el uso de una sola plataforma como hardware y la carga de todos los diferentes estándares analógicos y digitales utilizados en todo el mundo. Esa es la razón por la cual todos nuestros equipos tienen un modo dual real de transmisión analógico / digital, sin la necesidad de solicitar cambios de hardware para pasar de una operación analógica a una operación digital. De hecho, solo se requiere de algunos segundos para cambiar. Desde el momento en que los clientes comienzan a probar y utilizar nuestros equipos advierten que son de una operación muy sencilla, pudiendo ser operados de forma local o remota ya que todos cuentan con conexión IP para internet.

Nuestra línea de productos no solo incluye transmisores, sino que proponemos una solución completa: desde la recepción con nuestro satélite RX, pasando por todo el *head end* con nuestros multiplexores y decodificadores, los MW Links con muy alta capacidad, mono y bidireccional, especialmente dedicados a las contribuciones para TV Digital Broadcast.

TELEVITAL

RENTA Y VENTA

www.televital.com.mx
ventas@televital.com.mx



Canon

CHROMAHEGO

compix



E-IMAGE

Panasonic

SONNET
SIMPLY FAST



Renta de : Foro Acústico · Unidades Móviles HD · Unidad Móvil SD · Sistemas portátiles · Móviles de iluminación y tramoya · Plantas generadoras · Servicio de transmisión y recepción vía IP Satelital · Flyaway y Segmento Satelital · Microondas · Grúas y Dollies · Circuito cerrado de televisión · Cámara robótica · 3 CCDs · Luz Fría ·



CONCEPTOS CLAVE Y PRÁCTICAS RECOMENDADAS

El uso de la metadata en sistemas de DAM



Por el Ing. Jaime Tovar Fischer

¿Sabe usted qué activos digitales tiene y como identificarlos, organizarlos y describirlos? Esta pregunta merecen tiempo para contestarse apropiadamente pues su impacto en la puesta en marcha de un sistema de DAM se traducirá en eficiencia y finalmente en resultados. El efecto de una buena estrategia con su metadata se reflejara en sus flujos de trabajo y en todos los procesos involucrados.

¿Qué es la metadata y qué implica dentro de un sistema de DAM?

La metadata es un activo en sí misma, de hecho, de suma importancia pues provee la estructura y la información requerida para permitir la accesibilidad a sus activos de media y por lo tanto maximizar su valor. En otras palabras, la metadata convierte sus activos en «activos inteligentes». La simple digitalización de sus archivos de audio y video es solo la capa inferior del valor de dichos activos digitales, su verdadero potencial se hace realidad con el uso y la relevancia de la metadata asociada a ellos. ¿Cuánto valor puede tener un activo que no se encuentra?

Simplemente poner datos acerca de los datos. Se refiere a los elementos descriptivos que definen y describen un activo. La NISO (National Information Standards Organization) clasifica la metadata en 3 grandes categorías: 1- **Descriptiva**: la metadata que describe un activo con fines de identificación y origen (es la que se usaría normalmente en una búsqueda). Se trata de elementos como título, autor y palabras clave.

2- **Estructural**: la metadata que indica como está formado el activo, por ejemplo, cuantas páginas tiene el libro, con cuantos capítulos y cuantas páginas... (P.E. Formato de archivo, dimensión del archivo, longitud del archivo, cuantos canales de audio, etc.)

3- **Administrativa**: la metadata que provee la información requerida para administrar el activo, como por ejemplo, cuando fue creada, quien puede accederla, quien es el dueño, etc. Hay varios subgrupos de metadata administrativa, hay 2 subgrupos que normalmente se tratan separadamente: metadata concerniente a derechos de autor (que tiene que ver con la propiedad intelectual del activo) y la metadata de preservación (que incluye toda la información concerniente a como archivar y preservar los activos)

Algunos conceptos importantes de entender si está iniciando su análisis de metadata:

Taxonomía: la ciencia encargada del poner nombre y organizar los objetos en grupos, clases o tipos que comparten características similares. En el caso de DAM es con el propósito de clasificar, agrupar e identificar activos digitales.

Taxonomía en la metadata: las categorías, subcategorías y términos que resultan en una taxonomía, frecuentemente son resultado de la metadata. La taxonomía en la metadata permite obtener resultados más precisos en

los procesos de búsqueda y permite la personalización y la segmentación.

Vocabulario controlado: los vocabularios controlados contiene los vocablos «preferidos» y sus variantes con relaciones definidas, jerárquicas o asociativas, algunos ejemplos de vocabularios controlados son los glosarios, diccionarios especializados, sinónimos listas de terminología de estándares, definiciones taxonómicas específicas y tesauros.

Tesauros: una herramienta que controla sinónimos y que identifica las relaciones entre diferentes términos. Normalmente hay un término preferido y sus relaciones jerárquicas, pero no forzosamente tiene que ser así. Por ejemplo: Perro, can y cachorro, donde «Perro» es el término preferido.

Archivos con jerarquía: típicamente utilizados para listas de personas, organizaciones, geolocalizaciones PE. Segmentos de la industria, empresas públicas y ubicaciones geográficas. Estas pueden verse como taxonomías.

Definiendo una estrategia con la metadata: puntos clave

Una vez revisado los cimientos con las definiciones y conceptos clave, ahora se puede pensar en la estrategia. Las tres preguntas que debe Usted hacerse son:

- 1- ¿Cuáles son los problemas que estoy tratando de resolver?
- 2- ¿Quién va a usar la metadata y para qué?
- 3- ¿Qué tipo de metadata son importantes para este propósito?

Es importante considerar cuanta metadata va usted a necesitar, la metadata es cara, toma tiempo valioso crear la estructura y asegurarse de que va a satisfacer sus necesidades. Si usted no considera lo anterior entonces gastara tiempo y dinero en no encontrar los archivos que busca, debido a metadata inadecuada. Crear, probar, capturar los datos y mantener la metadata y sus taxonomías implican costo. Implementar una estructura efectiva para su metadata puede requerir cambios en la Interfaz del usuario (GUI) o en la electrónica. Cada campo de metadata cuesta dinero y tiempo no solo en su implementación, pero también durante el periodo de ajuste.

Se debe tener la estrategia de metadatos y los flujos de trabajo antes de comprar las herramientas tecnológicas, no cometa el error de hacerlo al revés, es decir comprar los equipos y luego iniciar la estructura de sus me-

La nueva cámara estilo documental



Calidad de imagen
ALEXA hasta 200 fps



Ergonomía para
monousuario – equilibrio
perfecto en hombro



Corrección de color en
la cámara con excelente
relación costo-beneficio



Producto con calidad
ARRI – robusta y
confiable

Pick Up > Shoot

AMIRA[®]

ARRI AMIRA. VERDADERAMENTE CINEMÁTICA.



www.arri.com/qr/bvs/amira_es

ARRI[®]

tadatos. Cerciérese de que tener claro los objetivos del negocio y como la metadata debe contribuir a alcanzar estos objetivos. Para avanzar en este sentido, aquí le damos unos componentes críticos de la estrategia de metadata que debe considerar:

Tener el equipo humano correcto: nombre un equipo de colaboradores del DAM para identificar las metas y el diseño de la estrategia de metadata para conseguir dichas metas.

Definir sus requerimientos: antes de involucrarse con cualquier fabricante de tecnología o representante de ventas, usted debe ser capaz de definir claramente (al

fabricante y a su propia organización) aquellas cosas que usted necesita que el DAM haga para su organización

Haga la parte financiera: identifique todos los costos, beneficios y riesgos de crear y mantener esta estructura de metadata, cuando haga su cálculo de retorno de la inversión debe considerar los costos de añadir, mantener,

probar y actualizar su estructura de metadata y sus taxonomías. Asegúrese de considerar el mantenimiento de la base de datos que elija.

Especificaciones de su estructura de metadata: siempre sujetas a cambio pero usted debe tener una imagen clara de cómo se verá su estructura de metadata a lo largo de los diferentes flujos de trabajo que diseñe. Incluyendo vocabularios controlados y palabras clave.

Flujos de entrada: ¿de dónde viene la metadata?, ¿quién será el responsable de mantener y añadir la metadata?, ¿cuáles son los procesos que seguirán?, ¿tendrán un proceso de control de calidad de la entrada de metadata?

Recabar opiniones de usuarios y pruebas: tenga una forma de medir la efectividad de su estructura de metadata, flujos de trabajo y protocolos varios. Una métrica detallada ayuda muchísimo para la toma de decisiones y la mejora continua.

Es mucho el trabajo que se requiere, pero el seguimiento apegado de estos conceptos, le permitirá, iniciar la implementación de su DAM en la forma y dirección correctas.

¿Cómo se llega ahí?

Uno no puede exagerar acerca de la importancia de entender cuáles son los beneficios que la aplicación de DAM no puede realizar sin buena metadata. Debe vender la visión acerca de lo que su organización va a ganar teniendo buena metadata en su sistema. Una buena estructura de metadata maximiza la eficiencia en su DAM al permitir a los administradores, mejor control y a los usuarios les permite encontrar lo que necesitan ágilmente.

Algunos campos mandatorios para metadata son:

Metadata básica: creador, fecha de creación, propietario, fecha de publicación, título.

Metadata para identificación: creador, título, descripción, sinopsis, responsable de la publicación

Metadata para derechos de autor: fecha de expiración de derechos, restricciones de uso por geografía, restricciones de uso, precio, dueño de los derechos

Metadata de mantenimiento: ¿quién ha usado este archivo?, ¿para qué se usó?, ¿qué organización lo utilizó?

Metadata financiera.

La consistencia es clave cuando se trata de metadata, considere el siguiente ejemplo:

- Presidente Enrique Peña Nieto
- Enrique Peña Nieto
- Presidente Enrique Peña
- Peña Nieto
- Peña
- EPN

Cada una de estas etiquetas podría referirse a una temática distinta, sin embargo, el contenido del elemento «Presidente Enrique Peña Nieto» es lo que es relevante. El hecho de tener un administrador de su DAM o un especialista en manejo de metadata en su equipo de trabajo es fundamental. De hecho, dependiendo del tamaño de su organización puede darse el caso de tener varios administradores de metadata en diferentes ubicaciones que sean responsable de la catalogación e identificación de sus activos. En este caso cobra mayor grado de sofisticación e importancia la consistencia de la metadata.

También hay metadata en las cabeceras de los archivos (*headers*), en los *file systems*, convenciones para renombrar archivos y listas de actividad (logs) que pueden extraerse automáticamente y estructurarse en forma de metadata. Aunque las herramientas de clasificación automática existen y producen resultados sumamente consistentes, los humanos son más precisos para reconocer las variaciones en las etiquetas (véase ejemplo anterior), así que un esquema semiautomático, híbrido o simplemente supervisado por unos ojos humanos que permitan corregir, ampliar y asociar la metadata son la mejor forma de atender este aspecto.

¿Cómo es la estructura de su metadata?

Las personas utilizan varias formas de describir un activo según su propia experiencia profesional, nivel



The logo graphic for Avid Everywhere features four overlapping, curved lines in blue, yellow, green, and orange, forming a stylized 'A' shape.

AvidEverywhere™

Nuestra **Visión** del futuro en la industria de contenidos digitales es
conectar a organizaciones de medios
y profesionales creativos con sus consumidores, de una forma más
efectiva, colaborativa y rentable.

Visítanos en el Stand #SU902 y descubre cómo puedes unirte a nosotros y darle forma a este futuro.



Somos Avid.

Ayudando a crear los contenidos que más se escuchan, que más se ven y que más se aprecian en todo el mundo

© 2014 Avid Technology, Inc. Todos los derechos reservados. Avid y el logo de Avid son marcas registradas de Avid Technology, Inc., o sus subsidiarias en los Estados Unidos y/o en otros países. El resto de las marcas comerciales mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños.

cultural y puntos de vista. Este aspecto se traduce frecuentemente en mas de 75 campos para la catalogación de los archivos, algunas veces el numero de campos rebaza los 100, la sobre información mata, hace que la experiencia de consultar y buscar un archivo sea tediosa y que consuma más tiempo que el que debería provocando que la experiencia del usuario no sea tan positiva como quisiéramos. La idea es encontrar un número de campos «manejable», donde



uno sea capaz de discernir las características principales de un activo (administrativas, descriptivas y técnicas). No existe un número mágico de campos de metadata, la experiencia muestra que este numero de campos no debe exceder los 20.

¿Cuál es su taxonomía?

Una vez que usted haya identificado sus activos y tenga ya una estructura para su metadata, llega el momento de ver como esto quedara organizado dentro de su sistema de DAM, desde la parte del archivo hasta la interfaz para el usuario —de cabo a rabo—.

Los usuarios normalmente buscan sus contenidos de interés de varias formas:

Sistemas clasificados: búsqueda de activos por más de un valor o dimensión. P.E. Buscar por tipo de material: Oro, plata, bronce, etc.

Búsqueda por folders: búsqueda en folders debidamente organizados. P.E. El folder de «Aves», estará en la «a» dentro de un arreglo alfabético.

Vocabulario estructurado: según un vocabulario definido y relacionado por el administrador del sistema, P.E. «Búsqueda / Búsqueda avanzada»

Piense en sus usuario y en como querrán navegar dentro de su catalogo y buscar los activos. La solución puede no ser única o cumplir con sus objetivos plenamente pero cualquier aplicación de DAM reconocida le permitirá configurar sus mecanismos de búsqueda de tal forma que mejor cumpla con sus requerimientos.

¿Cuáles son los estándares en la industria y cuales son adecuados para mí?

Es necesario revisar los estándares mundiales durante la planeación de su estrategia de DAM. Los estándares y las normas fueron creadas por miembros de la industria para satisfacer los requerimientos de su industria específicamente. Es recomendable apegarse a una norma si encuentra alguna que sea adecuada para sus requeri-

mientos y se flexibilice tanto como usted lo necesite. La flexibilidad en los estándares es importante, es común que los estándares no consideren algún aspecto que sea importante para Usted.

Frecuentemente los dueños de contenido requieren herramientas que permitan niveles de colaboración que permitan el intercambio de contenidos y la interoperabilidad de la metadata entre diferentes plataformas y aplicaciones de DAM. Es importante recordar que los estándares y las normas son imprescindibles para las búsquedas precisas, las búsquedas federadas, la recuperación de materiales desde otros repositorios, el intercambio de materiales entre sistemas de DAM, así como para la automatización de flujos de trabajo colaborativos, distribución de media y metadata y la integración con otros sistemas, incluso con otros módulos de su propio sistema. La adopción de estándares trae como resultado grandes ahorros debido a las eficiencias que generan.

Beneficios de una metadata bien organizada

Es común que las personas pierdan más del 40% de su tiempo buscando activos de su interés o simplemente recreándolos o sustituyéndolos cuando no los encuentran. Esta perdida de productividad puede resultar muy costosa. La clave para evitar estos costos innecesarios es tener buena metadata para ayudar y permitir la búsqueda y recuperación de archivos. Otros beneficios de tener buena metadata son:

Mejor retorno de su inversión: basada en maximización de ventas al encontrar mas fácilmente los materiales requeridos y a través de la minimización de tiempos de procesamiento y de utilización del sistema.

Disminución de costos: resultado de la disminución de llamadas de soporte técnico y de atención a usuarios con problemas

Manejo efectivo de derechos de autor: minimización de perdidas dado el pirataje de materiales o uso de materiales piratas.

Reducción de redundancias: en recursos productivos y sistemas de almacenamiento

Cumplimiento de regulaciones: Evitar el romper reglas mercantiles, de derechos de autor, evitar demandas, etc.

Metadata y taxonomías a mediano plazo

La mejor forma de planear a futuro su estructura de metadata es dejar espacio para cambios, permitir la flexibilidad y prever el crecimiento. Mantener su estructura, las especificaciones de su metadata y las relaciones taxonómicas no es todo lo que hay que hacer. Los vocabularios (o tesauros) deben actualizarse para mantenerse vigentes, esto implica nuevos términos que deben agregarse a los activos, así como sinónimos y/o términos informales o vocablos nuevos que aparecen. La interfaz del usuario (GUI) puede necesitar actualizaciones o adecuaciones de acuerdo con momentos históricos o con cambios en los requerimientos y costumbres de los usuarios. Una forma idónea de asegurarse que su estructura de metadata y la plataforma tecnológica está

Productos a demanda, Conocimiento al momento.
www.BandH.com/espanol



BandH.com Más de 300,000 productos de foto, video, audio y computación disponibles a precios competitivos.

BandH.com/indepth Aprenda más sobre todos los productos nuevos, revise nuestras recomendaciones y compruebe como trabajan los profesionales

B&H Mobile

Busque todos los productos vendidos en nuestra tienda

Vea todos los detalles en su móvil

Lleve sus manuales donde quiera que vaya



Google play

Available on the App Store

Descargue hoy: **BandH.com/app**



BandH.com/catalog
 Suscríbase al catálogo de B&H

212-444-6609 - 001-866-353-7047
 Hable con un asociado de ventas

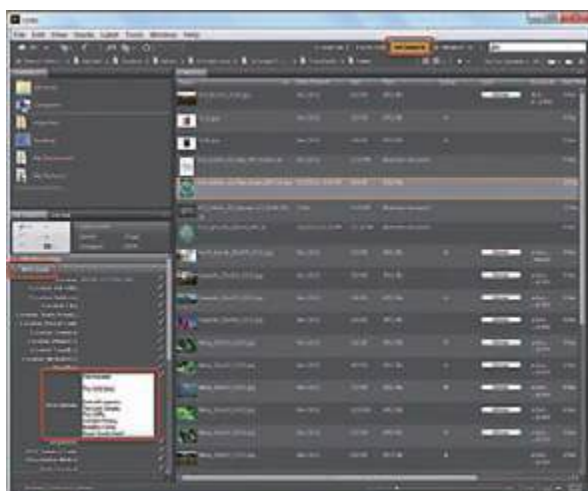
420 Ninth Ave, NYC
 Visite nuestra super tienda



cumpliendo con los requerimientos de los usuarios es el de ofrecer un formato de sugerencias y un procedimiento interno para aceptar o rechazar dichas sugerencias. Cualquier cambio en el sistema debe ser ampliamente notificado a los usuarios para evitar confusiones y prevenir malas experiencias en la utilización de su DAM.

Evaluando el control de calidad de su metadata y taxonomías

Frecuentemente descartados después de la puesta en marcha, los procesos de monitoreo y administración de la metadata deben ser continuos. El control de calidad y pruebas son críticos para el éxito de su implementación. Las pruebas deben empezar desde las fases más tempranas en el proceso, de hecho, deben iniciar con la primera ingesta de materiales y metadata a su sistema. Es importante notar que la metadata y el desarrollo de taxonomías son procesos iterativos y que requerirá de retroalimentación por parte de sus usuarios. Utilice métricas cualitativas y cuantitativas y evalúe con la mayor flexibilidad posible. Algunos parámetros medibles son:



- Consistencia en los datos.
- La oportunidad de etiquetar (clasificar con taxonomía).
- Tiempo para completar las tareas y/o operaciones.
- La reacción a los resultados de las búsquedas.
- La utilidad de los materiales de capacitación o instrucciones de operación.
- La satisfacción del usuario hacia la experiencia en su DAM.

Prácticas recomendadas

Utilizar la metadata en forma óptima requiere de mucho trabajo, pero una vez que lo consiga, esto se convertirá en su mejor activo. Algunas prácticas recomendables son:

1- Inicie con pocos campos de metadata que sean relevantes para todos sus archivos y gradualmente etiquete-

los dentro de grupos o aplique campos que no sean tan universales (aquellos específicos para algunos formatos de archivo, productos específicos y aplicables a grupos de usuarios especialmente definidos).

2- Evite sobrecargar a sus usuarios con campos de metadata

3- Pida el apoyo de un experto en la materia para analizar y decidir acerca de las categorías, las etiquetas y los grupos

4- Pida retroalimentación a los usuarios para asegurar que su experiencia este siendo satisfactoria y esté dispuesto al cambio y a la mejora continua

5- Prepárese para ajustar la estructura de su metadata y sus taxonomías a medida que el archivo crezca.

Reglas prácticas para la metadata

Aquí algunas reglas que debe seguir con su metadata:

a. Desarrolle un proceso incremental que permita al identificar y empoderar al usuario, que los «enganche» con el propósito de recibir comentarios, realizar pruebas y evaluaciones. Este proceso puede iniciarse con el registro de los usuarios en línea, e incluso con estrategias utilizando las redes sociales.

b. Haga una rápida implementación que le provea de resultados medibles tan pronto como le sea posible y deles seguimiento.

c. Acepte que su esquema inicial no sea perfecto, la estructura de su metadata siempre será mejorable. Asegúrese que su diseño inicial cumpla con sus requerimientos y parta de ahí para hacer los ajustes pertinentes.

d. Defina su filosofía y políticas operacionales. ¿Quién decide los cambios? Basados en que métricas?

e. Reutilice sus activos tan frecuentemente como le sea posible.

El contenido no es rey, el usuario sí que lo es...

Si usted tiene grandes contenidos pero nadie los encuentra, el valor de sus contenidos se ve disminuido. Usted debe entender como sus usuarios y clientes quieren interactuar con sus activos antes de iniciar el diseño de su estructura de metadatos. Si lleva esta definición de requerimientos de los usuarios hacia la base del diseño estructural de su metadata, usted ofrecerá las facilidades que el usuario requiere, como las categorías, etiquetas y atributos del contenido que usaran para filtrar los datos y encontrar los contenidos que necesitan.

El diseño estructural no debe apresurarse, tómese el tiempo para aprovechar las recomendaciones y practicas recomendadas para su metadata y taxonomías. Recuerde que la metadata es dependiente del tiempo, manténgala actualizada y déjela crecer y enriquecerse. Mantenga su foco en sus objetivos, una vez que el mejor diseño de su estructura de metadatos será el que increméntela utilización de su sistema de DAM y maximice el poder de los datos acerca de sus datos.



Tired of the strain? Introducing playout without the “rack” pain.

Cloud-enabled playout lets you win the battle over databases, servers and complex systems.

The all-new **cloud-enabled playout platform** from Miranda couples the power and efficiency of true cloud computing with the rock solid performance of solid-state playout modules. The result is the most flexible, extensible playout architecture around. Want to expand globally or regionalize your content, add new channels, change your base of control? No problem, Miranda Cloud makes it painless.

Lightweight, cloud computing means expansion and growth is just a simple command away. **Solid-state playout cards** installed at the edge handle the rest. New channels are on air, wherever you need them, as fast as it takes you to power up. And the simplicity of pay-per-use Software as a Service means added cost certainty.

Stop making important business decisions based on your tolerance for aggravation and complexity. With Miranda, it's pain free.

Come and see our solutions at NAB 2014, booth N2513, or visit www.miranda.com/cloud-nl for more information.



Miranda
A BELDEN BRAND

LABODIGITAL

Desarrolla plataformas junto a Aspera

Con más de 40 años en la evolución de la industria cinematográfica, **Labodigital** comprendió que el mercado se dirige hacia la desmaterialización del contenido digital y comenzó a imaginar una plataforma y herramienta para los distribuidores y exhibidores de México, para luego expandirlo al resto de América, inclusive Estados Unidos.

Si bien existe la desmaterialización de contenido digital a través de tecnologías satelital, la compañía pensó en una tecnología más abierta, mucho más rápida, eficiente y con menos costos de development. **Labodigital** ya trabajaba con **Aspera** para transfe-



labodigital

rir contenido fílmico digital entre los estudios de Estados Unidos y México, con regionalización de películas, trailers, subtítulos, doblaje y gráficos, y utilizando un flujo de trabajo en duplicado sean discos y USB que se envían directamente a los cines.

«Como ya teníamos probados los productos de la firma durante varios años, quisimos montar nuestra plataforma sobre la tecnología **Aspera**. Para ello platicamos con gente de la marca y desarrollo, adquirimos el SDK y desarrollamos una plataforma: *DCP Box*», sostiene **Benkis Gómez**, Software Development Project Manager de **Labodigital**.

DCP Box utiliza servidores de **Aspera**, con los productos *Faspexy* *Enterprise Server*, que viven en sus

La empresa de producción, postproducción, distribución y exhibición generó la aplicación DCP Box, en conjunto a las herramientas Aspera. La idea es que a futuro sea su partnership para promocionar la nueva plataforma.

instalaciones y son el corazón de la plataforma en cuanto a la transferencia de contenido, razón principal de la aplicación. «Nuestra plataforma brinda confiabilidad, disponibilidad y una mejor administración de los contenidos que se pueden bajar cuando uno quiera, a diferencia de la satelital que no quedan alojados. Así unimos fuerzas con **Aspera** y ahora tenemos un gran apoyo por parte de su equipo de desarrollo para implementar todas las herramientas», declara **Gómez**.

La plataforma *DCP Box*, creada por **Labodigital**, agiliza el intercambio de material digital, pudiéndose descargar en cualquier momento películas, trailers y publicidades sin mayor problema. Todo el material cumple con las especificaciones técnicas y son validados para su correcta proyección. Con un despliegue inmediato, la plataforma cuenta en todo momento con soporte y ofrece un reporte sobre los materiales de cada título, como el núme-



Benkis Gómez.

ro de descargas y listas de streamings, que agiliza el tiempo de intercambio y ahorra una gran cantidad de gastos técnicos. Si bien aún es una versión beta, el ejecutivo afirma que la plataforma está por realizar unas primeras pruebas con un estudio grande y con festivales de cine en México, esperando que a fines de abril estén comenzando a entregar contenido físico.

Esta plataforma en línea apunta a los tres cuadros más importantes en la industria cinematográfica: exhibidores, distribuidores y agencias de publicidad. El exhibidor y el distribuidor tienen un espacio cloud o en línea donde están



alojados los contenidos, promocionales corporativos, seminarios o promociones de palomitas o cortinillas para transmitirlos a través de esta plataforma a todos los cines. De igual manera funciona para las agencias con su cine-minuto o trailers de algún producto y publicidades para cines, evitando los USB u otra red.

Gómez indica que este cambio de **Labodigital** es dar «un paso hacia ser una empresa de tecnología, al desarrollar aplicaciones y servicios en la nube». «En el mismo tenor de convertirnos en

una empresa de tecnología y desarrollo de aplicaciones, tenemos otros proyectos que también irán de la mano con las herramientas de **Aspera**, contando con sus productos *Faspex*, *Enterprise Server* y utilizaremos *Cargo* para llegar directamente a los servidores de los cines», sostuvo el Software Development Project Manager de **Labodigital**. Además, agregó que usan herramientas de administración como *Console* para automatización de procesos.

Aspera está completamente inmerso en la compañía —sostiene **Gómez**— ya que domina el contenido fílmico de las películas en una resolución 2K y con estos productos están haciendo tanto producción como posproducción en sus instalaciones de la primera serie latinoamericana en 4K, la segunda temporada de *Señor Ávila* de **HBO**.

«La idea es convertir a **Aspera** como partnership y que ambos podamos promocionar la aplicación. Estamos en una etapa de crecimiento, edificando unas nuevas instalaciones en México DF, donde habrá nuevos servidores **Aspera** y vivirá *DCP Box*. Cuando lleguemos a un caso de éxito con la plataforma, **Aspera** será nuestro partnership no solo para México sino para la región», cerró **Gómez**.

Evertz EXE Video Service Routing Platform

A Scalable Video Delivery Solution For Powering Your Video-Over-IP Facility

46Tb/s

Of Switching Capacity

40RU

Switching Platform

2304 Ports

Of 10GE Signal Processing

4K Ready

Supports UltraHD and 8K



Get Connected using Evertz EXE

Visit us at NAB: Booth N1503

www.evertz.com • 1.877.995.3700 • sales@evertz.com



Para cualquier consulta favor contactarse con :

*Rodrick Smith
Director Ventas
RSmith@evertz.com*

*Ricardo Salazar
Gerente Ventas
Ricardo@evertz.com*

SEMINARIO ORGANIZADO POR AMTEC

The Foundry en México

La presentación realizada en México por **The Foundry** viene siendo parte del Tour que la compañía está realizando por toda América Latina, cuya próxima parada será en Colombia en colaboración conjunta con naskadigital y la fecha del evento será el jueves 20 de febrero a las 18:00 horas en el Crown Casino Zona T, Carrera 13 # 82 – 85 and Carrera 14 # 82 – 66, en Bogotá, Colombia.

En México, **The Foundry** junto a **AMTEC** realizaron su presentación mostrando todas las virtudes del **NUKE 8** y del **Hiero 1.8**, realizada la conferencia por **Juan Salazar**, Creative Specialist de la compañía donde dedico gran parte de su exposición a la nueva versión de **NUKE** y la herramienta de manejo de escenas, **HIERO**, tanto para usuario de **NUKE**, como para los buscadores de soluciones para flujos de trabajo eficientes, donde en este evento se trato de brin-

dar las mejores soluciones a las dudas de los usuarios. Por el lado de **NUKE 8**, **Salazar** destacó que viene lleno de nuevas herramientas y depurado su funcionamiento. Esta nueva versión ofrece algo para todos los usuarios, desde los usuarios más novatos hasta los expertos, pasando por los integradores de flu-

jos de trabajo, contando con controles para artistas creativos, herramientas innovadoras para compuestos, opciones avanzadas adaptables a los usuarios y mejoras en velocidad y rendimiento. En el caso de **HIERO 1.8**, novedades como que tiene un alto rango de herramientas nuevas y mejoradas para ayudar al usuario, **HIERO** y **HIEROPLAYER 1.8** se enfocan en la integración con **NUKE** y mejoras en el flujo de trabajo. «Entre sus nuevas caracte-



AMTEC y The Foundry en el seminario en Ciudad de México.

rísticas se incluyen controles para el manejo de color en Quicktime, herramientas para edición de audio, lectores de imágenes adaptables y mejoras en el rendimiento de playback». También conto la presencia de **Tatiana Romero**, Licence Compliance Latin America de **The Foundry**, como también el staff de su distribuidor en México con la presencia de **Octavio Ríos**, Gerente de Ventas y **Andrés Martínez Marín**, Director General de **AMTEC**.

HAZ LA JUGADA GANADORA

VEN Y VISITANOS EN LA NAB
SOUTH LOWER HALL 1110

CHYRON-HEGO

www.chyronhego.com

facebook.com/chyronhego

twitter.com/chyronhego

linkedin.com/company/chyron

AVP

DISTRIBUTORS



AUDIO



VIDEO



PHOTO

4815 NW 79th Avenue Suite 17 Miami, Florida 33166 USA
contact@avpdistributors.com - www.avpdistributors.com
T: 305-507-8686 - F: 305-742-0780



AVP Distributors

ESTARÁ EN NAB CON SUS PRODUCTOS

Velocom y su área de integración tecnológicas



Alejandro Puente Córdoba junto con Enrique Gandulfo y Señora tras recibir el premio a la innovación tecnológica otorgado por Canitec.

Este 2014, la compañía exhibirá todos sus productos en los eventos internacionales de NAB, CANITEC, Expo Cine Video Televisión, SCTE, CAPER, ABTA, y otras convenciones a nivel regional. “Esperemos tener el mismo reconocimiento de nuestra labor, ya que el año pasado obtuvimos el premio a la innovación tecnológica. Este año durante febrero y marzo sumamos a nuestros

clientes más de 40 servidores VEAS, y más de 12 servidores de administración de usuarios y cacheo para redes de datos”, explica **Enrique Gandulfo**, Director de la compañía. La compañía demostrará su servidor multicanal multiformato Veas Black, poderoso servidor de playout que incorpora nuevas prestaciones como multi-forma-

De VEAS presentará su línea de servidores para canales que implementan lo más avanzado tanto en hardware como en software.

to, HD, y un nuevo render CG (OSD). La solución -que destaca por sus funciones de inserción de logos y cintillos, delay y record- es lo más avanzado en servidores para la generación de canales HD. Además de tener un costo muy accesible, cuenta con soporte técnico local, apoyo para la instalación y monitoreo 24/7/365. “Hemos instalado múltiples servidores de Ad Insertion en IP, y Servidores para aplicaciones de Pay Per

View multichannel en SD y Full HD en este breve comienzo de 2014”, asegura **Gandulfo**, quien sostiene que en el área de servidores de administración y cacheo “hemos agregado más features a nuestras aplicaciones, permitiendo la mejor operación y optimización de ancho de banda a usuarios”.

“Tenemos contemplado ya la instalación de más de 15 servidores de este tipo para el resto del año en conjunto con instalaciones completas de infraestructura. Estamos trabajando con Headend para RF, e IPTV, como así OTT, aplicando **Sumavision** y productos digital broadcasting devices, como de otras marcas. Este año será un año de importantes inversiones, tanto en desarrollo como en infraestructura, que nos permitirán seguir creciendo”, concluye el ejecutivo.

SYNMC
CONTROL WHEN YOU NEED IT



The Master Control room is the beating heart of your broadcast operation; the technical hub where mission-critical programming decisions are made. Rock-solid reliability is vital. The ability to scale your Master Control operations as and when you need to is crucial in today's rapidly evolving media landscape.

Don't be constrained by the limitations of traditional Master Control systems. With SynMC, you can easily expand and manage your Master Control system in line with your changing broadcast needs.

SynMC - giving you control when you need it.

**Come visit Axon at NAB2014
April 7-10, Booth N4606**

AXON
THE HEART OF BROADCAST



videointegra®
soluciones audiovisuales

Porque en Video Integra sin importar que tan grande o pequeño sea su proyecto, **nuestro equipo de especialistas aportará todo el conocimiento y experiencia a sus proyectos**, para que éstos cumplan con las necesidades en sus metas de comunicación y dentro de su presupuesto de operación

SERVICIOS

- Venta y Mantenimiento de equipo para Audio y Video Broadcast y Profesional, con representación directa de la marca y servicio de mantenimiento autorizado.
- Ingeniería, Diseño e Integración de sistemas y soluciones a la medida de sus necesidades de comunicación audiovisual



PRODUCTOS

• CÁMARAS

Panasonic, JVC, Sony, Canon, Hitachi

• VCR Y GRABADORAS DIGITALES

Panasonic, Datavideo, AJA, BlackmagicDesign

• EDICIÓN AUDIO Y VIDEO

AVID, Pro Tools, Final Cut Studio, Adobe ProductionDesign CS5

• VIDEO SERVIDORES

Omneon, 360 System, Cablecast

• TITULADORES

Complx, Datavideo, Inscriber

• TARJETAS DE EDICIÓN

Matrox, AJA, BlackmagicDesign

• CCTV SEGURIDAD Y VIGILANCIA

Panasonic

• TRIPIES, SOPORTES Y GRUAS

Acebil, Libec, Manfrotto, Cartoni, JonyJob, Varizoom

• MEDICIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONVERSIÓN

Harris, AJA, BlackmagicDesign, Ross, Extron, Kramer

• SWITCHERS

Panasonic, Tricaster, BlackmagicDesign, Sony, Ross

• ILUMINACIÓN

Desisti, Lowel, Flou-Tec

• BATERIAS

Panasonic, IDX, Anton-Bauer

• MICROFONOS

Shure, Sennheiser, Lectrosonic

• MEZCLADORAS DE AUDIO

Phonic, Yamaha, Sound Devices

• BOCINAS

M-Audio, Nexco, Kef, DB Technologies, Cerwin Vega

• MONITORES PROFESIONALES DE BROADCAST

Panasonic, TV Logic, Datavideo, JVC

• VIDEOPROYECTORES, PLASMAS Y LCD

Panasonic, Hitachi, Samsung, LG

• PANTALLAS DE LED GRAN FORMATO

LED-G

• CABLES Y CONECTORES

Canare, Neutrik, Belden, Amphenol

• HERRAMIENTA

Jensen, Fluke

• CONSUMIBLES DE VIDEO

Betacam, Betacam Digital, DVCPRO, DVD, Blu-ray

• WEBCAST, LIVESTREAM, VOD (VIDEO EN DEMANDA)

Viewcast, Newtek, BlackmagicDesign, AJA, Kramer

MATRIZ

Real del Monte 2865 Col. Mitras Centro
Monterrey, N.L. México, C.P. 64460
(81) 8123.9351, (81) 1453.0009
(81) 8333.2091, (81) 8333.2656

GUADALAJARA

Real del Monte 2865 Col. Mitras Centro
Monterrey, N.L. México, C.P. 64460
Tel (33) 15 93 81 40

QUERÉTARO

Tel 0144 22 34 69 47
Nextel: (44) 24 44 00 41
ID. 82 - 13 - 53117

www.videointegra.com

PRESENTACIÓN EN EL TEATRO MILÁN, FORO LUCERNA

Teletec

junto a EMC² e ISILON

Almacenamiento para el nuevo mundo de flujos y soluciones de trabajo para Big Data.

Con la presencia de todos los principales directivos de los directivos de **Teletec**, entre los cuales estaban presentes **David Alexander, Alfonso Vázquez, Enrique Lask y Joaquín Ávila**, se realizó en el Teatro Milán, Foro Lucerna, que recientemente fue modernizado y reestructurado por la compañía para presentar el concepto «Big Data» y de su producto **EMC² Isilon**. El evento fue abierto por **Alfonso Vázquez**, Director Comercial de **Teletec**, destacando el nuevo concepto de la compañía, mostrando su modernización y los importantes casos de éxitos que han tenido en nuestro país, mostrando importantes proyectos en los que Teletec ha trabajado, como el **Museo de Bellas Artes, Televisa, Canal 23, TV Azteca, Concierto Emmanuel & Mijares, Estadio Omnilife, el Auditorio Nacional, Uxmal**, el concierto de **David Guetta, Plaza Carso, Grupo Vallas, Centro Cultural Mexiquense Oriente, Museo Memoria y Tolerancia**, como así también se mostró la expansión que está desarrollando **Teletec** en América



Los ejecutivos de Teletec y EMC² e ISILON en el Teatro Milán

Latina, con apertura de oficinas en países claves como Ecuador, Perú o Brasil. Por el lado de **EMC²**, habló **Miguel Reyes** quien remarcó el compromiso de la compañía con México, siendo un país clave en América Latina con el que **EMC²** ha trabajado, para continuar y hacer la presentación, **Martin Libch** quien comenzó remarcando que con el avance de la digitalización todo esta evolucionando y cambiando, basándose este avance en 3 pilares: la experiencia de consumo digital, la monetización con el

digital y la cadena de suministro digital. Durante el evento, se remarcó la utilización del almacenamiento tanto para broadcast como para postproducción, pudiendo trabajar con distintas plataformas de almacenamiento con diferentes formatos y archivos, realizando conversiones y preservación de archivo. El **EMC Isilon OneFS** es un sistema operativo muy poderoso que proporciona la inteligencia detrás de toda escala de sistemas de almacenamiento, combina las

tres capas de almacenamiento tradicional arquitecturas sistema de archivos, gestor de volúmenes y de protección de datos, todo unificado mediante software, generado la creación de un único sistema de archivos inteligente que se extiende por todos los nodos de un clúster. La X-series de **EMC² Isilon** escala desde pocos Terabytes (TB) hasta más de 20 Petabytes (PB) y sobre 100 gigabits por segundo (GB/s) de ancho de banda, todo en un solo file sistema. Y en el escalamiento permite rápida-

VIDEOSTONE

**LOS MEJORES
PRECIOS
EL MEJOR
SERVICIO
LA MEJOR
OPCION**



VIDEOSTONE USA

6925 NW 51 STREET - MIAMI, FL 33166

TELEFONO: +1 305-406-3335

EMAIL: INFO@VIDEOSTONEUSA.COM

VIDEOSTONE MEXICO

CIENCIAS 25 A - COL HIPODROMO CONDESA - 06170 - MEXICO, DF MÉXICO

TEL: +52 55 52718855; +52 55 59085200 - FAX: +52 55 52718855

mente crecer la capacidad de manera independiente y lineal. Con sus arquitectura modular y el software, permite hacer desplegar el sistema y manejar la administración de manera muy simple. Una vez instalado en el Rack puede llevar solo 10 minutos hacer la configuración, con un solo volumen y con herramientas globalizadas no hay necesidad de soportar multiples volúmenes.

Con **Isilon** se puede almacenar eficientemente al usar un promedio del 80% de capacidad contra el 50% que dan los sistemas de SAN o NAS

tradicionales, y para hacer mas reducciones hay herramientas como Isilon SmartDedup para deduplicación de data, esto se traduce en una alta eficiencia y menor costo de adquisición y operación. Con su capacidad de hacer encriptación de drives, permite cumplir cualquier

regulamiento y necesidades para resguardar datos con herramientas como SyncIQ es muy rápido y flexible la replicación asincronica de archivos.

A nivel de protección de datos, permite hacer niveles de protección de manera global o por carpeta desde N+1 hasta N+4 y sistemas en espejo. Soporta protocolos de NFS v3 (UDP or TCP) SMBv1, http, FTP, NDMP,LDAP,ADS, NIS,NDFS y soporta clientes de Microsoft Windows, Linux, Apple de Macintosh.

De cara al futuro

En 2015, el 80% de toda la capacidad de almacenamiento será vendida para guardar datos basados en archivos. En este momento **EMC Isilon** tiene un claro crecimiento con más de 4000 clientes en el mundo, destacandose majors

tales como **Turner Studios, ABC, Paramount, Technicolor, Pandora TV, NBC Sports, FOX Sports, Discovery, DIRECTV, Comcast, Fujifilm, ESPN, Adobe, Los Yankis de New York, Imageworks y NBC Universal** por nombrar algunos.

Luego **Martin Libch**, diferenci



los conceptos de hoy en día de archivo, dividiéndolo en dos conceptos: el de arquitectura y el de software, diciendo que el caso antiguo de arquitectura tipo SAN ya es obsoleto porque cuenta con limites en su performance de almacenaje, para EMC el concepto de almacenaje es diferente, trabajando sobre la base de distribución del material a almacenar mediante nodos, y de

esta manera tener un cluster muy potente en su desempeño y muy práctico en cuanto a su administración para instalaciones dedicadas a video.

Los cambios en los flujos de trabajo realizados por los medios ya no son los clásicos, por lo que los movimientos de archivos pueden generar cuellos de botella en el trabajo, tornándose en ocasiones difícil de manejar en escala, por lo que **EMC²**

Isilon plantea una solución en su escala de salida con una nueva arquitectura NAS, trabajando tanto con las plataformas **Windows, Linux, Macintosh**, siendo un perfecto sistemas de archivo, administrador de volúmenes y protección de datos. De esta manera, **Teletec** se exhibió la familia completa de productos **EMC Isilon**, contando con S-Series, x-SERIES y NL-Series.

megatrax®
The Sound of Entertainment

Megatrax le da vida a sus producciones a través del poder de la música.

www.megatrax.com info@megatrax.com



Estamos trabajando en la ampliación de nuestra sólida red de revendedores autorizados en América Latina y el Caribe.



NABSHOW
Where Content Comes to Life

VISITANOS!

7-10 de Abril
Las Vegas, Nevada

LVCC North Hall

N4035



SONY

Distribuidor Maestro para América Latina y el Caribe de Sony Professional Solutions Latin America® & Sony Recording Media Latin America®.
Estructure, Vinten, Sachtler, O'Connor, Nipros, Litepanels, Anton Bauer, Autoscript y Cobalt Digital.

1420 Celebration Blvd. Suite 305 Celebration, FL 34747. Tel: (407) 476-7132 / sales@vidiexco.com / www.vidiexco.com

*Restricciones territoriales aplican.

PANASONIC

Soluciones 4K y Full HD

Panasonic exhibirá dos personalidades de la emblemática videocámara *VariCam*. Por una parte, estará la *VariCam 35* para captura en video con calidad de Ultra Alta Definición 4K incorpora un sensor MOS 35mm recientemente desarrollado por **Panasonic**; mientras que por otro estará la *VariCam HS* representa la tercera generación de *VariCam 2/3"* con captura de alta velocidad a 1080p y hasta 240 cuadros para producir extraordinarias imágenes en Alta Definición que cumplen con las condiciones más demandadas por documentalistas, realizadores de eventos deportivos y para aplicaciones específicas de cámara lenta en la generación de efectos especiales. Ambas incluyen los avanzados codecs de la familia AVC-ULTRA.

Para captura, movilidad y transmisión inalámbrica por redes

3G, 4G y LTE, la compañía exhibirá la nueva videocámara profesional compacta AJ-PX270 combina la alta calidad de imagen, eficiencia de la grabación a bajas tasas de bit y la flexibilidad de la transmisión inalámbrica por redes 3G, 4G y LTE, pero con las funcionalidades clave de su hermana mayor para grabación al hombro AJ-PX5000 con el código AVC-ULTRA. Este nuevo modelo portátil incluye una nueva generación de sensores 3-MOS de 1/3" de alta sensibilidad y bajo ruido para producir imágenes sobresalientes incluso en condiciones de baja iluminación.

También habrá una nueva generación en el sistema P2 de estado sólido de 256GB, que está diseñada específicamente para grabación con altas tasas de cuadros, hasta 120 fps en 4K con el cuerpo *VariCam 35* y de hasta 240fps con el cuerpo *VariCam HS*

a 1080 HD. Por su parte, la tasa de transferencia de datos alcanza hasta 2.4Gbps y tiene un sistema de corrección de errores, equivalente a la recuperación RAID, para restablecer un sector, una página o un bloque completo de datos. La descarga de los archivos se podrá realizar por medio de un drive que incluye tanto ranura para tarjetas expressP2, como para P2 convencionales. El sistema estará disponible en el último trimestre de 2014.

Finalmente, también hará lo propio con el nuevo switcher AV-HS6000 2 M/E para producir en vivo, es un equipo poderoso con una relación costo-beneficio óptima. Incluye 32 entradas HD-SDI y dos más DVI-D. En cuanto a salidas tiene 16 HD-SDI, cuenta con 16 bancos para fuentes de video, cuatro independientes para visualización múltiple, almacenamiento de clips expandible y



un servidor Web, entre otras características. La diversidad de flujos de trabajo no representa ningún problema, gracias a la posibilidad de personalización para cada uno. El nuevo switcher AV-HS6000 es una herramienta ideal para la producción en eventos deportivos, espectáculos y conciertos, ceremonias religiosas, transmisión de televisión y aplicaciones educativas.

Estos avances y muchos otros estarán disponibles en el stand **C3607** dentro del Central Hall en el Las Vegas Convention Center durante NABShow 2014.



GRUPO ARTE Y TECNOLOGÍA S.A. DE C.V.

Innovación tecnológica en constante evolución

Diseño de soluciones • Integración de sistemas • Soporte • Capacitación



Miguel Angel de Quevedo 218
Coyoacan, Mexico D.F. 04000
Tel. (52) 55- 5659-9060

www.artec.com.mx
 /grupo.artec
 @GrupoArtec



La Fuente del
Profesional™



CREAR UN MUNDO DE VIDEO

Ofrecemos asistencia de la más alta calidad para el profesional de video. La experiencia y conocimiento de nuestro personal no tienen paralelo, nuestra selección es increíble, y nuestros precios son extraordinarios.



420 Ninth Ave, NYC
Visite nuestra Super Tienda



001-866-353-7047
Llame gratis desde México
212-444-6609
Mundial



www.BandH.com/espanol
Compre cómodamente en línea

NEWTEK

Ajusta TriCaster y 3Play para YouTube

Con más de un millón de visitas mensuales, **YouTube** juega un papel creciente como distribuidor en línea de cobertura de deportes en vivo. **TriCaster** representa la norma de la industria para producción y webdifusión multicámara de alta calidad, aunque asequible. **3Play** es un servidor profesional para repeticiones con cámara lenta, esencial para la producción deportiva, y está disponible a una fracción del precio de los sistemas de repeticiones tradicionales. Juntos nivelan el campo de juego para productores deportivos en **YouTube**.

Posibilitará difundir en vivo una gran gama de actividades competitivas mediante el servicio de webdifusión de deportes en vivo de YouTube.

te importantes, y pueden lograrse con los virtuales del TriCaster» declaró **Andrew Cross**, Director de Tecnología de **NewTek**.

dían soñar», sostuvo. Tradicionalmente, las producciones deportivas de muy alta calidad venían con precios muy altos, ya que requerían de un camión de producción que costaba decenas de miles de dólares para alquilar durante un solo juego o partido. **TriCaster** y **3Play** permiten a las instituciones deportivas mejorar la calidad de producción de sus programas, bien sea para transmisión al aire o por la web, sin requerir un gran desembolso de capital de adquirir equipos de video profesionales o del gasto operacional de un

ahora sólo se necesita una conexión internética, un **TriCaster** y un **3Play**, y estás listo para transmitir con repeticiones instantáneas, tremendos escenarios virtuales creados con un pequeña pantalla verde, y todo lo que se pueda pretender del contenido de televisión por cable TV».

La disponibilidad de herramientas asequibles de producción como **TriCaster** y **3Play** no pudo haber llegado en un mejor momento para el canal de Deportes de **YouTube**. Una convergencia de tecnologías, economía y equipos de producción fáciles de usar lo está haciendo posible para cada liga deportiva imaginable, desde las locales del boliche, pasando por los programas deportivos colegiales y universitarios hasta las ligas deportivas profesionales y cadenas de TV para alcanzar audiencias, extender su respectiva marca y generar ingresos en línea. **YouTube** está a la vanguardia de impulsar las tecnologías necesarias para webdifundir contenido a una gama de aparatos, desde televisores inteligentes hasta teléfonos móviles.

«Creo que hemos alcanzado ese interesante punto óptimo en el tiempo, cuando el ancho de banda va bajando en precio y se está volviendo más asequible y el costo de crear una producción decente y el nivel de conocimiento también vienen bajando» destacó **Tobin**. «Creo que la producción de deportes en video es la próxima frontera aún sin explotar de la Internet. Mientras seguimos reduciendo los costos y mejorando la calidad, creo que veremos momentos cada vez más interesantes», concluyó.



«Hoy en día, los espectadores pretenden ver actividades deportivas profesionalmente producidas. No se conformarán con ver programación deportiva que carece de elementos esenciales, tales como repeticiones instantáneas y gráficos en pantalla. Los escenarios de TV que luzcan profesionales también son vitalmen-

«TriCaster y 3Play te permiten lucir como si estuvieras en televisión al aire. La Internet ha permitido que ya no te haga falta una enorme antenna ni una licencia del gobierno. La compatibilidad con YouTube significa que los equipos de cualquier tamaño pueden alcanzar a sus fanáticos de maneras que antes sólo po-

camión de producción de TV.

«En el pasado, el costo ha sido prohibitivo» dijo **Perry Tobin**, Gerente de Tecnología del Canal de Deportes de **YouTube**. «Afortunadamente, los productos como **TriCaster** y **3Play** han bajado el costo de entrada para este espacio. Aunque antes se necesitaba contratar un camión satelital,

VEAS



SU CANAL EN

HD

VEAS BLACK



**play out server multicanal
multiformato
gráficas animadas
scroll, roll
hora, temperatura, humedad
reporte de emisión
record & delay
edit on the fly**



- INSERCIÓN DE COMERCIALES
- DELAY
- GRABACIÓN TESTIGO
- ADMINISTRACIÓN CENTRALIZADA DE CONTENIDOS
- MONITOREO ONLINE
- NVOD SERVERS
- SOPORTE TÉCNICO Y MONITOREO 24x7x365

AVID

Visión estratégica con Avid Everywhere



Louis Hernandez Jr., Presidente y CEO de Avid

Con Avid Everywhere, se encontrarán maneras eficientes, colaborativas y rentables de conectar a las organizaciones de medios y a los profesionales creativos con sus audiencias. EL producto entrega flujos de trabajo dinámicos -desde la creación de medios a la monetización- con una mayor flexibilidad, posibilidad de elección y seguridad que nunca. A través de Avid Connect, se llevarán a cabo valiosas sesiones de aprendizaje. Empresas de investigación independientes compartirán su visión de la industria y sus experiencias, asociados tecnológicos mostrarán sus

últimos plug-ins y Avid y sus socios comentarán las exitosas historias de implementación de productos a gran escala. Las sesiones educativas más esperadas, que han sido anunciadas por la empresa, son Video Everywhere, Audio Everywhere y Broadcast Everywhere.

En esas sesiones, los asistentes aprenderán sobre los siguientes puntos:

Video Everywhere: las últimas innovaciones tecnológicas, inspiradas por Avid Everywhere, que han resuelto retos actuales y futuros de flujos de trabajo de postproducción. Se verá cómo

La compañía exhibirá el entorno de distribución y producción de media más abierto, integrado y flexible de la industria.

acelerar y gestionar la ingesta, y cómo los avances en la orquestación del flujo de trabajo y los metadatos pueden acelerar la producción. También, cómo editar en la nube, descubriendo más formas racionales de trabajo que establecen el punto de referencia para la colaboración a distancia en tiempo real. Finalmente, se desmitificará el 4K, trabajando en alta resolución con el uso de infraestructura existente y a partir de inversiones en la más reciente tecnología.

Audio Everywhere: se advertirá cómo es posible resolver ahora y a futuro los problemas de flujo de trabajo de producción de audio. Para ello, el profesional deberá monetizar sus medios. Con Avid Everywhere, podrá aprender aquello que está disponible para ayudar a los usuarios de Pro Tools a que licencien y vendan su música con mayor facilidad. Además, la

colaboración en la nube será clave. Se accederá a un repaso de cómo los usuarios de Pro Tools colaboran con otros usuarios en ese entorno. Incluso, se conocerá cómo se realizará la mezcla del futuro, con las últimas tecnologías que han mejorado la mezcla para los formatos de televisión y de cine de la próxima generación.

Broadcast Everywhere: se obtendrá una mirada en profundidad de la forma en que Avid Everywhere resuelve los desafíos asociados con el flujo de trabajo broadcast. Primero, se conoce la plataforma



ma, recibiendo una descripción técnica completa de la plataforma en la que se construye la visión del Avid Everywhere. Además, se lleva al dispositivo móvil, permitiendo conocer cómo las últimas soluciones permiten a los periodistas crear un contenido de noticias convincente allí donde las noticias se están produciendo. A la vez, se entrega en todas partes, y se aprende a simplificar la complejidad de llegar al actual público multipantalla a través de la distribución multiplataforma.



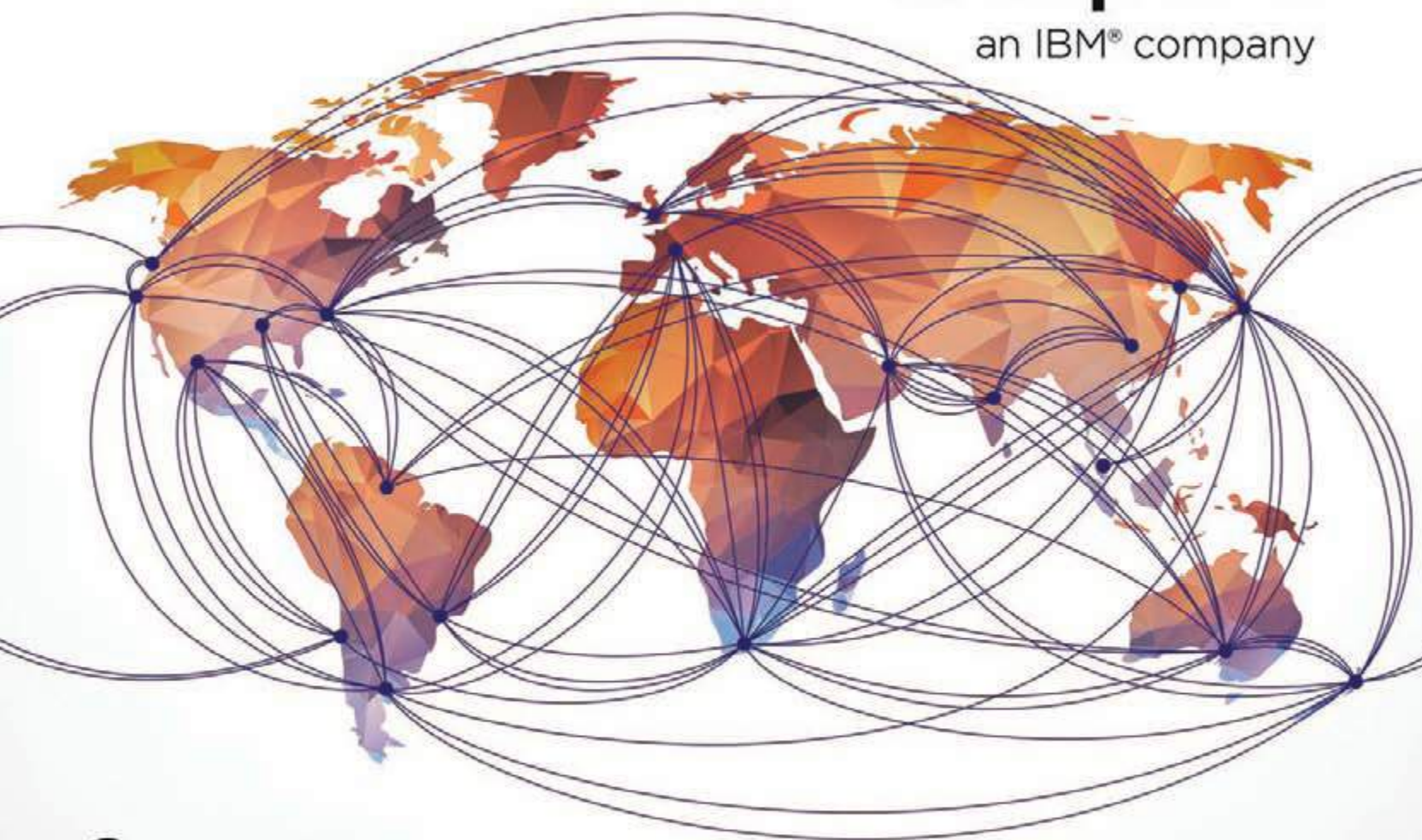
Acelerando y Automatizando tu Flujo de Trabajo de Contenidos Global

Donde quiera que este tu contenido: en la nube, en tus instalaciones o al otro lado del planeta, el software de Aspera permite el acceso, ingesta, conversión, almacenamiento, sincronización, entrega y distribución con la mayor rapidez, y sin restricciones.

Con la tecnología patentada de FASP™, como base en la plataforma de todas las soluciones de transferencia de archivos, Aspera permite acelerar los flujos de trabajo mas sofisticados del planeta.

Visitanos en NAB 2014 | booth #SL8511

Conoce mas en asperasoft.com





25° ANIVERSARIO SONY PSLA

Desde Miami para Latinoamérica

La empresa surgió como una división de Sony Corporation de Panamá. El 2 de mayo de 1988 fue trasladada a Miami para centralizar sus operaciones en Latinoamérica y el Caribe, siendo bautizada con el nombre de Sony Broadcast Export Corporation (SOBEC). Inicialmente, la compañía se concentró únicamente en productos tecnológicamente avanzados para el mercado de transmisiones radiales y de televisión. La distribución se realizaba a través de representantes autorizados en el continente.

Sin embargo, con el transcurso de los años extendió su oferta al mercado profesional con un acercamiento más diversificado, conocido como Empresa & Aplicación (Business & Application), lo cual trajo como resultado la ampliación de sus operaciones, requiriendo el establecimiento de un nuevo canal de distribución especializado.

Debido a la gran importancia de los productos profesionales de Sony, a partir de 1998 se la denominó como Sony Broadcast & Professional Latin America (BPLA); y ya a partir del 2011 se recibió su nombre actual Sony Professional Solutions Latin America (PSLA), que refleja de una manera más fiel los productos y servicios ofrecidos, al igual que identifica más claramente los países donde opera la empresa.

En la actualidad, con 25 años de trayectoria y oficinas centrales en Miami, Florida, es el proveedor líder de equipo de tecnología avanzada para teledifusores y otros usuarios profesionales. Como parte de Sony Latin America Inc. (SOLA), Sony PSLA se dedica a la venta, la comercialización y la atención al cliente de una amplia gama de productos profesionales, que son distribuidos a través de toda Latinoamérica y el Caribe.



PROFESSIONAL
SOLUTIONS
LATIN AMERICA

SONY
make.believe

**COMPANIA COMERCIAL
CURACAO DE COLOMBIA S.A**
FELICITA A
SONY PROFESSIONAL SOLUTIONS
LATIN AMERICA

POR SUS **25 AÑOS**
LIDERANDO
EL CRECIMIENTO DE
NUESTRA INDUSTRIA

SONY
make.believe



COMPANIA COMERCIAL CURACAO DE COLOMBIA S.A

93 N° 19B-67 - BOGOTA - COLOMBIA



SEIICHI YAMAMOTO, PRESIDENTE DE SONY LATINOAMÉRICA

«Proporcionaremos las mejores soluciones y servicios también en los próximos 25 años»



¿Cuál es su reflexión sobre el 25° aniversario de Sony en América Latina?

Es una fecha para celebrar. Nuestra historia en América Latina se basa en nuestro poderoso canal de distribución, incluyendo nuestros representantes y distribuidores locales. Al mismo tiempo, estamos orgullosos de la relación continua que hemos establecido con nuestros clientes, que vienen utilizando nuestros productos profesionales en estos últimos 25 años. **Sony** ha liderado y continuará siendo el líder del mercado a partir de la confianza que nuestros clientes nos depositan. Proporcionaremos las mejores soluciones y servicios también en los próximos 25 años.

¿Cómo se está preparando la empresa para enfrentar los retos tecnológicos que genera la distribución de contenidos a través de múltiples plataformas? Seguimos ofreciendo no sólo pro-

ductos de alta calidad, sino también tecnología innovadora que permite a nuestros clientes ubicar contenidos en diversas plataformas. Este año, por ejemplo, estamos avanzando en nuevos codecs de video (XAVC) tanto para aplicaciones de video profesional como de consumo. Eso permitirá a nuestros usuarios disfrutar de contenido de video 4K en la producción de cine y televisión de alta gama. A la vez, podrán deleitarse con estas producciones en sus viviendas entregadas a través de múltiples plataformas con cuatro veces la resolución del HD, todo mediante nuestra promesa 'Lens to Living Room' (De la lente a la sala de estar). Estos usuarios buscan la máxima calidad. Incluso a los clientes que usan los productos del equipo profesional de **Sony** les seguimos brindando una solución rentable y fácil de usar. Así, las plataformas múltiples

para la entrega, tales como multi-en TV/BD y DVD/WEB, y la transición a HD desde SD en el pasado, está disponible en nuestras soluciones 4K 'Lens to Living', que, desde **Sony**, se combinarán con el equipamiento del consumidor.

¿Cuál es su proyección respecto a las oportunidades de negocio para PSLA de cara al futuro?

Durante los últimos 25 años, el negocio de **Sony** ha crecido con la expansión de nuestro mercado. El negocio de la televisión en América Latina ofrece oportunidades de crecimiento a medida que la transmisión digital terrestre se acelera en muchos países. Esto nos dará oportunidades de entregar al mercado productos adicionales de producción HD y hasta 4K, y de generar una mayor apertura del mercado en el lado de los consumidores. **Sony** tomará esta oportunidad como una

Sostiene que el negocio de la televisión en América Latina ofrece oportunidades de crecimiento, que Sony continuará proveyendo a sus clientes del equipamiento que necesitan y que Sony PSLA continuará profundizando la confianza para continuar siendo el mejor socio del mercado profesional.

gran chance de colaborar con el negocio de los consumidores.

¿Cuál es su visión de Sony a nivel global para los próximos años?

En el ámbito de los negocios profesionales, **Sony** continuará proveyendo a sus clientes del equipamiento que necesitan. Asimismo, estamos ampliando los servicios que requieren para mejorar sus negocios ahora y en el futuro. **Sony PSLA** seguirá construyendo a partir de la asociación y la confianza que hemos establecido con nuestros clientes. Siempre estaremos del lado del mercado y de los consumidores. Procuraremos continuar siendo buenos socios en el mercado profesional.

Desde Bolivia

Arze Asociados S.R.L.
Ingeniería y Representaciones

SISTEMAS DE VIDEO Y AUDIO
PROFESIONAL

felicita a

SONY

make.believe

por sus destacados

25 AÑOS

DE EXCELENCIA

**en la Industria Profesional
de América Latina.**



LUIZ PADILHA, VP EJECUTIVO DE MARKETING Y VENTAS PROFESIONALES DE SONY PS LA Y SONY BRASIL

«La compañía ha sido muy seria y comprometida con su labor profesional»

¿Qué reflexión le merecen estos 25 años de vida de Sony PS LA?

Si bien no he estado en **Sony PS LA** desde sus inicios, siempre estuve muy próximo en todo lo que respecta al trabajo estratégico de mercadeo desarrollado desde Miami. Este 25 aniversario encuentra a la compañía en una etapa donde ha alcanzado un desarrollo y un crecimiento muy fuerte en toda la industria profesional. Recuerdo que cuando conmemoramos el 20 aniversario, estaba al frente reportándome a la estructura americana que por entonces conducía **John Scarcella**. Desde entonces **Sony PS LA** se propuso ultrapasar sus límites con una fuerza muy grande basada en la altísima competencia profesional de sus integrantes. Muchos de ellos formados en la compañía, lo que constituye una demostración inequívoca del gran legado que tiene y que constituye su potencial de trabajo. A lo largo de todos estos años, y pese a los diversos cambios de la conducción, la compañía ha sido muy seria y comprometida con su labor profesional. Y esto siempre se ha visto reflejado no solo en la relación con los clientes, sino también con nuestros representantes, que son los verdaderos socios de los negocios de **Sony** en la región.

A lo largo de todos estos años en los que estuvo al frente del mercadeo de Sony PS LA, ¿qué línea de productos y qué hitos fueron los que marcaron el rumbo de los negocios?

Sony tiene una historia y una tra-

Destaca esto siempre se ha visto siempre reflejado no solo en la relación con los clientes, sino también sus representantes, a los que reconoce como los verdaderos socios de los negocios de Sony en la región.

dición vinculada al desarrollo de tecnología de vanguardia, razón por la cual fue quién definió el padrón y los formatos del mercado internacional. Esto se ha visto reflejado también en América Latina donde ciertos padrones de formatos de video fueron estandarizándose para toda la región. A la hora de puntualizar productos recuerdo hitos como el U-Matic, el Betacam SP, el Betacam digital, el formato de una pulgada, el XDCAM EX, todos ellos rápidamente se fueron transformando en estándar de la industria. Sin embargo, creo que uno de los hitos más significativos quedó marcado a fuego con la entrada de **Sony** como un gran player en el área de cámaras, que por entonces eran de tres tubos. Otro vuelco importante lo tuvimos con la entrada al mundo de los switchers, que implicó grandes cambios incluso dentro de la propia estructura de la compa-



ñía por lo que implicó su seguimiento en el mercado.

Evidentemente, si hay algo que no se puede soslayar es que la revolución digital marcó un punto trascendental en esta última década para toda la industria de la televisión mundial. Y de su mano, el gran momento de HD que ya comienza a establecerse con gran propiedad en todos los países. Ahora el nuevo desafío es la tecnología 4K y **Sony** vuelve a tomar la iniciativa. Como anunciáramos durante **SET Broadcast & Cable**, ya está definido que algunos partidos de la **Copa FIFA 2014** serán transmitidos en 4K. Todavía no sabemos cuántos y cuáles, pero las pruebas fueron superadas con éxito. Por eso, la empresa lanzó recientemente al mercado su línea de televisores para consumo doméstico; resta ahora que los productores de contenido comiencen a adoptar la tecnología, que es fantástica. Hasta ahora, la re-

ceptividad del 4K está muy por encima de lo que nosotros esperábamos ya que ha logrado un impacto y un retorno por parte de los consumidores muy alto, pese a que no existe mucho contenido en 4K.

¿Cómo avizora el futuro a Sony en la región?

Sony está muy bien posicionado en Latinoamérica no solo en cuanto al volumen de operaciones y de negocios, sino que también está cumpliendo muy satisfactoriamente con su labor de mercadeo. Este es un factor fundamental para poder brindar a sus clientes soluciones tanto a nivel de tecnología, como de negocios y diseño. Soluciones completas, de eso se trata, porque la tecnología ha avanza muy rápidamente y su renovación es constante y muy dinámica. Sobre este tipo de enfoque se basa el reconocimiento de los clientes y el claro liderazgo que mantiene en la región.

TELECUADOR C. LTDA.

Representante de Sony Broadcast en Ecuador

felicitamos a

SONY PSLA

por sus

25 AÑOS

a la vanguardia
de la tecnología.

SONY
make.believe



Madrid E11-26 y 12 de Octubre
Tel: 02 2504862 / 2504866 / 2528904 • Fax: 2504921
Guayaquil Tel: 2687305



HUGO GAGGIONI, CTO DE LA DIVISIÓN BROADCAST & SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DE SONY ELECTRONICS

«El 4K será uno de los pilares fundamentales de los próximos años»



¿Qué reflexión le merecen estos 25 años de vida de Sony PS LA?

Muy orgulloso de estos 25 años, en un entorno con una fuerte competencia. Tenemos productos en todas las instalaciones de Latinoamérica con un continuo crecimiento, penetraciones más profundas, servicios más completos y soluciones mucho más amplias. Mientras los mercados norteamer-

Sostiene que el futuro de la TV por aire es creíble y esperanzador en Latinoamérica; mientras en Norteamérica y Europa avanza la distribución por IP. Afirma que el contenido seguirá siendo el rey y esto creará nuevas oportunidades para las casas de producción y creación de contenido como nunca se ha visto antes.

ricano y europeo están siendo saturados, el mercado latinoamericano sigue creciendo muy rápidamente con oportunidades como

el Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos, que representan niveles de negocios bestiales para presentar las nuevas tecnologías. El 4K será uno de los pilares fundamentales de los próximos años; también las operaciones basadas en archivo para tener sistemas de televisión HD y la transmisión IP. Estamos muy contentos de trabajar con los grandes broadcasters.

¿Qué línea de productos le ha dado más satisfacciones a lo largo de todos estos años en la compañía?

Es difícil de contestar porque en ese período hubo muchos cambios tecnológicos. Puedo argumentar que el Betacam SP fue el producto que más alegrías dejó a Sony dentro del mundo analógico, junto al Triniton de televisión, tanto casera como profesional. Al realizarse en 1992 la transición al digital, el Betacam Digital se convierte en nuestro caballo de batalla y lo mismo hace el HDCAM SR en el

traspaso al HD. Depende la tecnología, hubo diferentes productos en este período que nos dieron muchas alegrías.

¿Cómo avizora el futuro a Sony en la región?

Hay un cambio en el mundo bastante incierto como el futuro de distribución de las señales de entretenimiento y media en general. Sin embargo, los eventos deportivos son fundamentales ya que atraen una gran masa de espectadores. El futuro de la televisión por aire es creíble y esperanzador en Latinoamérica; mientras en Norteamérica y Europa avanza la distribución por IP. Al haber varios caminos de distribución, el contenido seguirá siendo el rey y esto creará nuevas oportunidades para las casas de producción y creación de contenido como nunca se ha visto. Ahora la transición hacia sistemas de cinematografía 4K creará otras fuentes de oportunidades.

ayudamos a hacer
crecer su negocio
desde 1990

www.newslinereport.com

REPORT

tv • cable • cine • producción • satélite **SUR**

Felicidades por estos primeros 25

SONY
make.believe

PROFESSIONAL
SOLUTIONS
LATIN AMERICA



VIDIEXCO
DISTRIBUCIÓN ESPECIALIZADA



VIDIEXCO
iberica



ANDREW NELLS, GERENTE DE VENTAS SÉNIOR DE SONY PSLA PARA AMÉRICA CENTRAL, AMÉRICA DEL SUR & CARIBE

«Sony seguirá avanzando tanto en cine como en producción»



¿Qué reflexión le merecen estos 25 años de vida de Sony PSLA?

En estos 25 años en **Sony** he hecho muchos amigos con los que compartí buenos tiempos y de los que tengo buenos recuerdos. También realizamos buenos negocios en la parte de tecnología

Avizora que la evolución vendrá de la mano del 4K, a la que considera una realidad en cine, y destaca que en los próximos años se generarán muchas más producciones para televisión.

en este tiempo comenzando por la Betacam, que era el rey de la tecnología, y hoy ya estamos hablando de productos 4K. En este proceso en el tiempo se reduje-

ron mucho los presupuestos que fueron un beneficio para la industria, ya que aportaron enormes cambios tecnológicos y grandes prestaciones. Esto generó mejoras en las producciones alcanzando una alta calidad y democratizaron el terreno con equipos económicos y buenas prestaciones al alcance de más compañía y personas.

¿Qué hitos de la compañía recuerda y cuáles marcarán el rumbo del futuro a nivel tecnológico?

De la mano de los productos de bajo costo, la revolución llegó con la introducción de la línea HDV que dio comienzo a la era de la alta definición. Muchos productores peque-

ños comenzaron a trabajar con esta línea, realizando producciones increíbles a bajos costos tecnológicos. La evolución vendrá de la mano del 4K, que ya es una realidad en cine y en los próximos años se generarán muchas más producciones para televisión. Este será en gran salto de tecnológico.

¿Cómo avizora el futuro a Sony en la región?

Si bien es difícil pronosticar el futuro, **Sony** seguirá avanzando tanto en el área de cine y producción con la creación de más herramientas para la industria. El próximo salto para la producción estará en televisión y la expansión en el área de cine latinoamericano.

Desde América Central, Los Representantes Oficiales de
HONDURAS | GUATEMALA | COSTA RICA | EL SALVADOR:



Celebran el

25 aniversario de

SONY
PSLA

SIEMPRE A LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA

Felicitamos a Sony PSLA por sus 25° aniversario

y le damos las gracias por continuar
con su visión histórica de atender
al mercado de Latinoamérica con recursos propios,
capacitando a sus representantes y distribuidores.

D I S T R I B U I D O R E X C L U S I V O

VIDITEC S.A. /// HUMBERTO 1° 2889 - CABA - ARGENTINA
Tel: +54 11 4122-1200 /// Fax: +54 11 4308-5493
info@viditec.com.ar - www.viditec.com

Viditec



1) ¿Qué reflexión le merecen estos 25 años de vida de Sony PSLA? 2) ¿Qué producto de Sony le ha provocado mayor atractivo? 3) ¿De qué manera ve el futuro para Sony?

Daniel Mc Donald
Gerente de Soluciones de Sistemas de Sony PSLA



1) Para Sony PSLA es un gran honor poder tener una presencia tan fuerte en el mercado de broadcast y contar con un equipo de representantes que tienen hasta más años en la industria de cuando Sony tenía su matriz principal en Panamá. Para mí, en lo personal, estoy muy orgulloso trabajar desarrollando soluciones con tecnología nueva y liderar la industria.

2) Indudablemente, el Walkman.

3) Sony continuará siendo un gran líder de tecnología e innovación.

Juan Pablo Garza,
Gerente de Cuentas para la Región Sur de Sony PSLA



1) Me considero actor y testigo de estos 25 años de intenso trabajo

en donde Sony siempre se ha destacado por su gran innovación y calidad.

2) Definitivamente, el deck modelo DVWA500 Betacam Digital el cual vi nacer dentro de la empresa; y también el Jumbo Tron que me dio la oportunidad de manejar proyectos muy diversos en la industria.

3) Sony seguirá trabajando en base a los últimos desarrollos tecnológicos para crear productos y soluciones únicos pero lo más importante es que seguirá con su política de estar siempre cerca del cliente.

Fernando Cruz
Gerente de Cuenta para la Región Norte de Sudamérica de Sony PSLA



1) He estado 15 de estos interesantes 25 años que cumple la compañía en la región, y he visto tecnologías muy interesantes para la región, que han estado a la vanguardia tecnológica.

2) Varios productos han cambiado la tecnología. Al estar muy involucrado en el producto, el disco óptico ha sido clave por la manera de grabar y

poder ser manejado como casi una cinta, causando una sensación y aceptación en América Latina. Esto me generó mucho orgullo al ser gerente de ese producto en la región.

3) Sony está muy bien posicionado en el mercado del broadcast y tecnología. Estamos con productos muy interesantes en las líneas de 2K y 4K y otros productos próximamente a ser lanzados para muchos usuarios. Tecnológicamente y tras el lanzamiento del disco óptico, cambiará de manera total en que se archiva con productos que modificarán la regulación y será una generación muy interesante para el usuario.

Beatriz Pineda
Gerente de Producto de Producción en Vivo y Monitores de Sony PSLA



1) En estos 25 años nos hemos mantenido como líderes en la industria y seguimos en el tope en todos los países de Latinoamérica, al igual que en el resto del mundo.

2) Si bien estoy en Sony hace cinco años, llevo

más de 15 años en televisión. Desde que estoy en la industria el cambio más importante es la transición hacia el HD, que fue un proceso muy largo en que Sony se ha mantenido a la vanguardia con la incorporación de nuevas tecnologías: HD, 3D, 2K, 4 y 8K. Por eso la compañía siempre ha estado en el tope de la tecnología, creando nuevos productos para mantenerse en primera fila.

3) Sony es una compañía como ninguna otra que está en todas las áreas abarcando muchos y diferentes mercados. Ofrece todas las áreas como ingesta, producción y display, por lo que se puede equipar una compañía brindando equipos de la mejor tecnología y calidad en todas las áreas: profesional, video e industrial, en que cada uno pueda realizar exitosamente el trabajo o proyecto.

Felicia Travillat
Marketing & Comunicación de Sony PSLA



1) No me sorprende que estamos celebrando los 25 años de Sony.

Es una marca emprendedora que lleva mucha historia en todo el mundo. El trabajo arduo de la personas que han estado y contribuido, tanto como empleados de Sony como nuestro canales, desde el principio se demuestra y la misma marca se destaca por si misma por ser tan valiosa. Estoy segura que vamos a seguir teniendo muchos años más de éxito.

2) Para mí las nuevas cámaras innovadoras son las que me captan la atención. Las cámaras 4K de cinema digital están cambiando el panorama de Broadcast. No sólo en la parte de digitalización, sino también en la parte de calidad de imagen. Es increíble ver las tecnologías que Sony saca siempre. Empezando en sus primeros años, siempre estuvo Sony delante de la tecnología con lo más avanzado.

3) Sony seguirá siendo una marca que no descansa. Siempre estará el frente de las nuevas tecnologías para ofrecer a nuestros clientes los mejores productos y soluciones. Lo más importante para Sony es mantener una relación excepcional con sus clientes y estoy segura de que si lo continuara.



TELVICOM felicita a

SONY
make.believe

por sus 25 años a la vanguardia de
la tecnología.

LIMA
T. (01) 618-9090

CHICLAYO
T. (074) 326-151

AREQUIPA
T. (054) 259-480

www.telvicom.com
info@telvicom.com

TELVICOM
Integramos tecnología con innovación



TESTIMONIOS, A 25 AÑOS

Tres ingenieros que destacaron en los inicios

Edel García



«Inicie mi carrera profesional en **SOBEC** al graduarme de la universidad (FIU) como ingeniero electrónico. Entre a **Sony** como Ingeniero de soporte cuando ellos mudaron su operación desde Panamá a Miami. Junto a **Alfredo Vincenty** y **Juan Punyed** entramos a montar el departamento de ingeniería debajo de **Armando Inshirmaru**, quien comenzó su carrera en **Sony Brasil**. Nuestro rol fue el apoyo e entrenamiento técnico de los

Eran jóvenes profesionales que hace 25 años ingresaron como Ingenieros de Soporte del Departamento de Ingeniería de Sony Broadcast Export Corp.

resellers.

Sony me dio la oportunidad de entrar a esta industria al igual que a muchos otros profesionales de la industria hoy basados en Miami. En esos entonces muy pocas empresas en nuestra industria tenían sus operaciones para Latinoamérica en Miami. **Sony** fue líder en establecer a Miami como el lugar ideal

empresa en nuestra industria depende mucho del nivel de apoyo técnico que pueda ofrecer a sus clientes y resellers. En mi opinión, **Sony** mostró desde el fin de los 80's que Latinoamérica no era solo una región más de los EE.UU. si no una región con sus propias necesidades y forma de trabajar que merecían una inversión importante en tener recursos dedicados a ella.»



Uno de los primeros entrenamientos con REPS en Miami. Se Juan Punyed, Edel García, Alfredo Vincent, Eduardo De Nucci y Ricardo Ríos, entre otros.



Armando Ishimaru, Juan Punyed y Michael Chin con sus esposas; la esposa de Edel los hijos de Juan, el hijo mayor de Edel, Alfredo Vincent y Edel García.

para operar una sede principal para la región. La experiencia que obtuve y amigos profesionales que conocí durante mis 10 años en **Sony** me permitió crecer profesionalmente. Debo mi carrera a **Sony**. Desde iniciar sus operaciones en Miami **Sony** le dio grande importancia al soporte técnico dedicado a la región. El éxito en Latinoamérica para cualquier

Juan Punyed



SONY

LA REVOLUCIÓN EN AUDIO PROFESIONAL HA COMENZADO

La nueva generación de la serie UWP incorpora un novedoso sistema de procesamiento digital de señal de alta calidad desarrollado por Sony, garantiza un sistema estable de transmisión inalámbrica utilizando un sistema de recepción de diversidad real y opera en un ancho de banda de hasta 72 MHz permitiendo mayor cobertura y mayor disponibilidad de canales. Además contiene características importantes como: ajuste automático de canales, alimentación y carga de baterías vía USB, entrada de línea, chasis de metal y salida de auriculares para monitores.



Serie UWP



Juan Pablo Garza, Edel García, Carlos Augusto Yhama, Alfredo Vincenty, Juan Punyed y Peter Hendrix durante NAB 2012.

«Los 25 años de Sony en Latinoamérica son especiales puesto al ser mi primer empleo y unos de los primeros que trabajó en la empresa, que se denominaba **Sony Broadcast Export Corporation (SOBEC)**. Comencé como ingeniero de soporte dedicado a toda la parte de audio y estando a cargo de productos como las primeras máquinas *U-matic* y los primeros equipos *Betacam*, en que quería expandir el conocimiento que había traído de Japón a toda Latinoamérica, mientras la

tecnología cambiaba fuertemente. Teníamos mucho trabajo y tuvimos la oportunidad de trabajar con excelentes colegas de la industria, donde vimos crecer, madurar y expandir los formatos que se hicieron estándares en la industria. Las cosas cambiaban cada 20 años pero se redujeron los tiempos drásticamente en los últimos años y ahora se avanza tecnológicamente cada dos o tres años, dependiendo de la industria. Hemos sido parte del grupo que estuvimos en una empresa que

es sólida y lidera Latinoamérica. Es difícil mantenerse en primer lugar porque tener la marca no garantiza la venta sino que se debe estar detrás del producto, los servicios y ofreciendo los mejores precios para salir adelante. Haber visto los formatos nos han marcado en todo estos años. Luego en la empresa, personalmente di un salto hacia el área de sistemas el paso por la empresa pasó a sistemas, donde realicé una venta de un sistema de televisión en las islas del Caribe y estuve a cargo de llevar un listado de productos y asegurarme que todo quedara en marcha. Por último, el paso a ventas donde siempre es complicado generar importantes acuerdos comerciales y mucho peor cuando los clientes son amigo, pero uno se lleva una gran impresión al ganar una negociación con estos, al igual que aquellos que se los convence pasar a utilizar **Sony** y dejar otra marca.»

Alfredo Vincenty



«Mi estadía en **Sony** fue una gran experiencia laboral y personal. Fue mi entrada a esta gran industria de televisión y radio. Aprendí de las personas que me rodearon y con los cuales compartimos. Entramos aprendices y salimos ejecutivos. Viajamos mucho y conocimos personas extraordinarias que indudablemente quedan en mis memorias. Han pasado muchos años desde que me fui, pero nunca olvido.



SALUDA A
SONY PROFESSIONAL SOLUTIONS
LATIN AMERICA
POR SUS 25 AÑOS A LA
VANGUARDIA DE LA INDUSTRIA

SONY
make.believe

La mirada de los **REPS** de América Latina

1)

¿DESDE CUÁNDO REPRESENTA A SONY EN SU PAÍS? ¿QUÉ RELACIÓN UNE A SU EMPRESA CON SONY PSLA Y QUÉ SIGNIFICA PARA SU EMPRESA SER RESELLER EN SU MERCADO?

2)

¿QUÉ REFLEXIÓN LE MERECE ESTE 25 ANIVERSARIO DE LA COMPAÑÍA EN LA REGIÓN?

3)

A TRAVÉS DE TODOS ESTOS AÑOS, ¿CUÁL HA SIDO LA LÍNEA DE PRODUCTOS SONY QUE MÁS SATISFACCIONES LE HA DADO?

4)

¿CUÁL ES EL SHARE DE NEGOCIOS QUE TIENE CON LA MARCA SONY EN SU TERRITORIO?

Son los representantes de Sony en diversos países de Latinoamérica, representan la fuerza de venta que la compañía posee en la región. Lo que sigue es la palabra de los hacedores de negocios de la compañía.

ARGENTINA
Eduardo De Nucci
de Videtec



1) Para nosotros es muy difícil hablar de Sony porque hay una historia de familia. Sony fue la excusa a través de la cual nació Videtec como su representante hace más de 30 años, cuando su línea profesional estaba integrada por unos diez productos. Desde que estaba en Panamá, el presidente Takamatsu tenía la visión de estar en Latinoamérica, atender al mercado con recursos propios y capacitar a sus representantes y distribuidores. Esa visión se ha prologado hasta nuestros días, también desde que Sony se instaló hace 25 años en Miami.

2) A lo largo de todos estos años la compañía creció exponencialmente tanto en variedad como en complejidad de productos, pu-

diendo pasar de ocupar la tercera o cuarta posición en el mercado broadcast a liderarlo indiscutiblemente. Esto fue así tanto en cámaras, switchers, y camcorders, como en monitores y media de grabación; lo mismo ocurrió con las tecnologías de compresión, de grabación y display, donde si no fue líder único, ha estado en el pelotón de los líderes. Entonces, aquí el éxito parece venir de la mano de dos factores combinados: la visión de Sony y el talento de la fábrica. Para Videtec, los años de trabajo con Sony han sido muy buenos ya que hemos aprendido mucho a nivel de tecnología, nos han capacitado mucho a nivel técnico y por eso seguimos muy firmes manteniendo una relación que no solo es la más antigua sino también la más fuerte.

3) A nivel de mi propia experiencia, considero que hubo muchos hitos en Argentina. Recuerdo que en su momento hubo una batalla muy grande en torno al formato de una pulgada analógico, cuyos players eran AMPEX y Bosh, mientras que Sony aparecía como un producto secundario. Se trataba de una máquina compleja como la BVH-1100; después sacó la BVH-2000 y la BVH-3100, que no solo lideraron el mercado sino que se transformaron en best sellers. Por entonces, tuve la suerte de estar en la parte técnica, recibir

todas las capacitaciones y ser el responsable de la venta técnica del producto. En la era del U-Matic también hubo mucha competencia con JVC y Panasonic, pero cuando Sony salió con el Betacam SP para el mercado argentino explotó. Otro de los productos que dio muchas satisfacciones ha sido el Betacam Digital, que en la Argentina vendió 600 máquinas que valían unos US\$50 mil. Fueron momentos donde las propuestas tecnológicas de alto nivel de Sony tenían muy buena aceptación en el mercado. También fuimos los que vendimos más el Betacam SX en todo el país. En lo que respecta a cámaras de estudio, recuerdo que en los inicios los fabricantes que lideraban el mercado ofrecían cámaras con tubos de una pulgada y Sony siempre estuvo en 2/3, pero cuando sacó la primera cámara práctica y económica, comenzó a darse vuelta el mercado y de nuevo pasó de ser de segundo o tercero a ser el primero en todo el mercado de cámaras y en todas las categorías. Otro muy buen producto fue el primer editor A/B BvE-900 de Sony en un momento en el que el mercado empezó a incorporar islas de tres máquinas y empezó a ser común que eso fuera así tanto en los canales como en las productoras. Con los switchers hubo una pelea atroz, Sony no existía porque solo tenía para producción



de bajo costo y de repente lanzó la familia 2000 y la 5000 en componentes digitales y a partir de ahí y hasta hoy con 5 generaciones de switchers que ganaron el mercado. También hubo algunos fracasos, algunos productos que no cumplieron las expectativas, pero por suerte fueron pocos. Hay anécdotas con los editores no lineales de Sony como el Destiny que nunca funcionó en nuestro mercado; hubo un switcher generador de efectos, DME-450 que era muy económico y tenía muchos efectos pero eran en un solo sentido, siempre se iban pero nunca volvían.

Hay algo que ocurre claramente con Sony: cuando el cliente compra percibe claramente que adquiere un producto de calidad, y por lo tanto no acepta que tenga fallas. Esta es una exigencia muy grande para Sony.

4) Respecto al futuro inmediato, Sony se impondrá con la tecnología 4K. Más allá de que los productos son muy recientes, está claro que el mercado ha comenzado a verlos, a probarlos y a realizar sus primeras experiencias con un nivel de aceptación muy importante. De manera que la expectativa es alta, tal es así que estimo que en un lapso de tiempo no mayor a los doce meses Sony va a estar liderando el mercado.

BOLIVIA

Luis Fernando Arze Chavez de Arze Asociados S.R.L.



1) Arze Asociados S.R.L. trabaja en Bolivia junto a Sony desde el año 2001 y durante todos estos años nos une una relación tecnológica y comercial del más alto nivel; con los desafíos constantes y continuos del desarrollo tecnológico de Sony y la responsabilidad empresarial que significa seguir esas tareas, con la preparación de nuestros profesionales y la transferencia de conocimiento a nuestros clientes en el país. Ser un Reseller de Sony en Bolivia, al margen del respaldo de la marca, significa una responsabilidad con nuestro mercado.

2) Para toda empresa es un desafío cumplido el poder llegar a los 25 años de vida, que muestran la responsabilidad asumida en la fundación, que en el caso de Sony PSLA a pesar de los cambios de nombre durante estos 25 años, la esencia de la empresa se a mantenido en el servicio a Latinoamérica y el Caribe.

3) Para nuestro mercado los productos que siempre han estado presente en Bolivia, son las cámaras de estudio, camcorders y videograbadoras, en los diferentes formatos que la tecnología ha manejado durante estos años. En algunos años también fueron muy usados los monitores de video.

4) Para Arze Asociados S.R.L. todas las empresas que representamos tienen la misma importancia y responsabilidad, sin embargo en términos comerciales Sony representa el 50% de los negocios realizados por nosotros en el mercado boliviano.

CHILE

Francesco De Ambrogio de Videocorp

1) Videocorp representa a Sony en Chile desde 1983. La división Broadcast & Profesional de Videocorp es una de las más importantes entre todas sus áreas de trabajo, porque fue justamente con ésta con la cual se dio



inicio a la compañía hace 30 años, gran parte de los cuales ha sido representante de Sony para Chile.

2) Para Videocorp representa todo un orgullo, un desafío, una oportunidad y una enorme responsabilidad.

3) Es muy difícil, pero no hay dudas que tres de los más importantes hitos han sido el Betacam y las líneas DVcam y HDV.

4) Se sabe que anualmente, en el marco de NAB, Sony hace un reconocimiento al mejor distribuidor de América Latina. Este año, Videocorp y su división Broadcast fueron galardonados con el Premio Shogun. Es que en Chile estamos a los canales en el proceso de digitalización no solo como proveedores de tecnología, sino también a la hora de escoger cuáles son las mejores opciones para la empresa. El premio reconoce justamente la relación del proveedor con sus clientes. En los últimos años, Videocorp se ha preocupado por profesionalizar todas sus áreas de negocio, para ya no solo dedicarse a la venta de equipos sino ofrecer un servicio postventa, con personal calificado que permita a los clientes contar con un acompañamiento en sus proyectos, además de contar con servicio técnico.

COLOMBIA

Carlos Cuadros de La Curacao



1) Somos representantes de Sony para el mercado broadcast desde hace 35 años aproximadamente.

2) La reflexión que tenemos para el aniversario 25 de Sony consiste en la necesidad de reacomodarse a las nuevas reglas del mercado donde la presión de nuevas tendencias tecnológicas de bajos costos de producción están cautivando los mercados tradicionales, adicionando el hecho que también los cambios generacionales exigen mantener variables de calidad, movilidad y precios competitivos, al igual mantener un servicio altamente profesional y de reacción casi que inmediata.

3) En realidad todas las líneas de productos Sony han sido exitosas y generan una enorme satisfacción en sus respectivas épocas pasando desde 3/4", 1", DV-CAM, BETACAM y XDCAM, las cámaras tanto de reportería y de estudio han sido absolutamente exitosas, sin olvidar la línea de monitores y micrófonos. Nos sentimos muy orgullosos de ser participantes activos en todo este proceso a lo largo de estos 25 años, donde es notoria la creatividad e ingenio que aporta tecnológicamente Sony a la industria del broadcast.

4) En la globalidad de cámaras, que incluyen reportería y de estudio, se estima una participación entre el 85 y 90 %.

COSTA RICA

Enrique Somogyi de Sonivision



1) Representamos a Sony desde el año 1977. Han sido 36 años de continuo trabajo de ambas empresas en pro del desarrollo del mercado de video profesional en Costa Rica. Para Sonivisión ha sido un orgullo trabajar con una empresa como Sony que en sus inicios tenía una gama limitada de productos, pero que ha ido creciendo año con año y desarrollando soluciones integrales para nuestros clientes lo que nos ha puesto en una situación de liderazgo en el mercado costarricense.

2) Nosotros formamos parte de región de CEACA (Centro América y el Caribe). Sin lugar a dudas representan 25 años de brindar no sólo productos, sino de haber establecido una red de revendedores y soporte postventa que sin lugar a dudas es la mejor de toda Latinoamérica. Nuestros clientes valoran este nivel de soporte y es lo que ha posicionado a Sony PSLA como un líder en la región.

3) Sin lugar a dudas la línea de Betacam tanto SP como Digital ha sido la línea de productos que ha dejado mayor satisfacción no sólo a los resellers de PSLA sino que a nuestros clientes. Se trató de una línea de productos de excelente calidad y que prácticamente nadie dudaba de la superioridad del producto respecto a lo ofrecido por cualquiera de nuestros competidores. Las diferentes

líneas de Betacam se caracterizaron por contar con un nivel de calidad insuperable que permitió a Sony y a sus reseller colocarnos como líderes indiscutibles en los diferentes mercados.

4) Actualmente podemos indicar que Sony tiene en promedio un 70% de participación de mercado a nivel de broadcast y profesional en Costa Rica. Las principales estaciones de televisión en Costa Rica depositan su confianza en Sony para la selección de sus cámaras de estudio así como en sus diferentes formatos para ENG y EFP como XDCAM y DVCAM. A nivel institucional el formato NXCAM se ha impuesto gracias a su amplia línea de productos que permite brindar una solución para cada nivel de presupuesto.

ECUADOR

Fabían Landivar de Telecuador C.Ltda.



1) Nuestra Empresa Telecuador Cia. Ltda., es fundada en el año de 1952 y desde sus inicios ha estado ligada con el desarrollo y avances de la tecnología electrónica, en especial en el área de las comunicaciones, constituyéndose en una de las empresas pioneras en nuestro País en la distribución de equipos para la industria de la televisión. Hemos estado juntos a PSLA desde sus inicios por lo cual nos sentimos muy complacidos y orgullosos de representar en nuestro país a una marca tan reconocida y prestigiosa como

Sony y nos unimos en esta felicitación a Sony PSLA al cumplir sus Bodas de Plata y les deseamos junto a sus integrantes toda clase de éxitos en el futuro.

2) Podemos afirmar que durante todo este tiempo Sony PSLA ha contribuido y apoyado a todos sus clientes, para el desarrollo sostenido de la Industria de las comunicaciones en la región, incluyendo un servicio de alta calidad a través de una selecta red de distribuidores y ahora contribuyendo y apoyando fuertemente para el cambio tecnológico a la nueva era digital de la televisión.

3) Sony tiene varias líneas de productos exitosos, y las que más satisfacciones nos han dado en nuestro mercado a lo largo de este tiempo han constituido los equipos de grabación y reproducción, y por supuesto los equipos de producción. Las cámaras profesionales Sony se han constituido estándares de la industria en nuestra región.

4) Podemos afirmar que gracias al esfuerzo conjunto con PSLA hemos mantenido un buen porcentaje del mercado profesional en nuestro país.

EL SALVADOR

Jaime Punyed de AVP Broadcast Solutions



1) Tenemos 8 años de ser representantes de Sony en El Salvador. La marca está muy posicionada a nivel mundial, sus productos son y siempre han ido a la van-

guardia de la tecnología. El poder representarla en nuestro país nos compromete con nuestro mercado ya que siendo una marca líder, debe de ser respaldada por una atención al cliente líder también.

2) 25 años dentro de la región significa que no es coincidencia su liderazgo dentro del mercado. Sus productos son de primera clase y sus servicios no se quedan atrás. Son muy conscientes del buen trato con el cliente final, pues son al final del día los referentes primordiales de sus productos.

3) Las cámaras han sido nuestro día a día, sin olvidar todos los productos que gozan de un excelente respaldo por fábrica (PSLA).

4) La marca Sony dentro del share de negocios en El Salvador tiene una posición sólida y se mantiene como referencia dentro de nuestro mercado, y es líder en su ramo, su excelente labor de mercadeo, gran satisfacción al cliente y soporte es inigualable.

GUATEMALA

Federico Licht de Broadband Solutions



1) Trabajamos con Sony desde 1982.

2) Para Centro América, que un sistema de Distribución dure 28 años es para celebrar.

3) Sin lugar a dudas, los productos broadcast, especialmente las cámaras de HD.

4) Nuestro share de negocios con la marca Sony en su territorio es del 85%.



HONDURAS Allen Maldonado de Cocatel



1) Cocatel representa a Sony desde el 2003, año en el cual la compañía nos dio la oportunidad de representar tan prestigiosa marca para el territorio de Honduras. Este acuerdo de representación y distribución entre Sony y Cocatel, nos permitió crecer más rápidamente, pues se nos abrieron otras oportunidades con clientes importantes en nuestro país, quienes confían en los productos Sony por su calidad y sobre todo por el servicio post venta que Sony - Cocatel brindan. Estamos orgullosos y contentos de representar Sony PSLA en Honduras y todo el team Cocatel se esmera año con año para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y así mantener el estándar de calidad en el soporte post venta que es una tradición en Sony.

2) Nos unimos a las felicitaciones a Sony PSLA por este 25 aniversario, son 25 años de ser líderes en la región y esto demuestra que los productos Sony unen calidad, Innovación, durabilidad y variedad, pues llegar a ser líderes tiene mucho merito pero lograr mantenerse 25 años siendo líderes demuestra que Sony es una empresa con cultura y tradición de calidad y que continuamente se está reinventando e innovando.

3) Honduras es un país en vías de desarrollo y por tanto los presupuestos que manejan las esta-

ciones de televisión y productoras de video son moderados, por lo que la línea de productos que mas hemos vendido son los productos PVNON, como ser las cámaras HXR-NX5, la HXR-MC2000, y en cámaras de Estudio Con Sony tenemos 2 Cámaras de batalla: la HXC-100 y la HXC-D70, las cuales están siendo solicitadas para los principales canales de television de nuestro país.

4) Cocatel se dedica al suministro, instalación y mantenimiento de equipos de televisión, radio y tecnologías de educación en Honduras y actualmente Sony representa el 35% del total de ventas de la empresa, lo cual es un valor sustancial. Honduras es un país Sony.

MÉXICO Juan Carlos Medina, Director de Viewhaus



1) Viewhaus es representante de Sony desde el año 2004. Viewhaus es un distribuidor autorizado por Sony Professional Solutions Group división de Sony de México, además de ser un Centro de servicio autorizado para la línea de equipos profesionales. Para Viewhaus desde un inicio representar a Sony ha sido un reto y un orgullo, cuando te dan la confianza de ser socio de la marca líder en la industria y a la que todos aspiran a competirle supone una responsabilidad con el servicio, la excelencia y la calidad que una firma como Sony busca en sus negocios.

2) 25 años se dicen fácil pero lo primero de lo que habla es de Solidez, de ser una empresa que asumió el compromiso de desarrollar su portafolio de soluciones en América latina y que a la vuelta de estos años lo ha hecho de una manera correcta, buscando no solo generar negocios sino alianzas, de cuidar la continuidad en la región y de ofrecer a sus clientes el soporte local tan necesarios para esta industria. También Sony esta hoy en día ante el reto de seguir demostrando que el líder es aquel que crea, desarrolla y pone a la mano tecnologías de nueva generación y estoy seguro que como en estos 25 años Sony continuará marcando la pauta de la industria tanto en América latina como a nivel mundial.

3) Viewhaus es una empresa relativamente joven y por ello nuestros logros van de la mano con los formatos digitales, Sony dio el gran paso del HDV y nunca podremos olvidar el camcorder que revolucionó y democratizó el formato de alta definición, estoy hablando de la HVR-Z1, más adelante podemos hablar del formato que se convirtió en un estándar y que hoy está muy consolidado, Viewhaus ha sido líder en ventas por varios años de XDCAM EX, cámaras como la PMWEX3 han hecho que Sony deje clara su posición en el mercado. Hoy en día NXCAM y las nuevas apuestas de Sony para el mercado de Cine Digital y 4K nos han dado muchas nuevas oportunidades.

Antonio Casado, Director de Ingeniería de Magnum Soluciones Digitales



1) Con magnum hace unos años que estamos trabajando con Sony, pero anteriormente con el Ing. Camacho desde los años ochentas trabajaban con la marca, por lo que llevamos con mucho tiempo conociendo los productos Sony y ahora con la nueva generación de productos hemos venido realizando un gran trabajo, Sony es una empresa muy grande generadora de tecnología innovadora y ese es el nicho en el que estamos nosotros.

2) Sony se convierte en un parteaguas tecnológico, muchas marcas siguen las tendencias que impone Sony, para nosotros tener esta marca punta de lanza en la región, nos da ese avance tecnológico en Latinoamérica, poniéndonos al día con todos los nuevos desarrollos en nuestra industria.

3) En la historia y con relación con Magnum, el producto más destacado de Sony fue el DAT, que fue la punta de lanza del audio analógico al mundo digital. Yo creo en la actualidad el producto insignia es el Professional Disc, que es una tecnología de grabación de video en un formato profesional de Blue Ray, en el mercado es un producto probado, tiene más de diez años funcionando.

PANAMA Alessio Gronchi de Dataserve S.A.



1) Representamos a Sony desde el mes de diciembre del año 1999.

2) Representar a Sony le da estatus a nuestra empresa ya que podemos ligar nuestro nombre con un líder en soluciones broadcast a nivel global como lo es SONY. Manejar esta marca en Panamá nos da la oportunidad de ofrecer en nuestro mercado productos de tecnología avanzada y de ser los primeros en traer al país los distintos adelantos que SONY propone continuamente para beneficio de toda su base instalada y potenciales nuevos clientes.

3) El porcentaje de mercado que logramos con la marca SONY varía según el producto pero podemos hablar de que en el mercado broadcast abarcamos entre un 50% y 60% del mercado de video profesional.

4) Por nuestra entrada relativamente reciente al selecto grupo de representantes de SONY, hasta el momento el producto más exitoso para nuestra empresa ha sido la línea XDCAM HD.

PARAGUAY Washington Curbelo de Man/pizzo Paraguay



1) Representamos a Sony desde 2004 y sin dudas, es la marca más importante entre nuestras representadas. Desde ese entonces y hasta hoy, ha impulsado un crecimiento constante de Manpizzo Paraguay SRL en nuestro país

y nos ha permitido consolidarnos como referentes en nuestro mercado Broadcasting.

2) Haber formado una red de Representantes con empresas serias y de gran prestigio en cada uno de los países, es la demostración de la importancia que la marca le ha dado a Latinoamérica y a sus clientes de esta parte del mundo. Asegurándoles, no solo productos de la más alta calidad, sino también un servicio de Garantía y soporte técnico local, con los que ninguna otra marca cuenta.

3) Dadas las características de nuestro mercado, la línea de cámaras de bajo precio ha sido lo más comercializado, sin embargo estamos ya trabajando para el cambio tecnológico que se viene en Paraguay y pensamos que con nuestras soluciones de Broadcast, vamos a poder seguir dando tranquilidad y confiabilidad a todos nuestros clientes.

4) Hasta hoy contamos con el 70 % del mercado. Pero tomando en cuenta el trabajo que venimos desarrollando con Sony durante casi una década y el de Manpizzo Paraguay SRL con casi 20 años de permanencia en el mercado, tenemos la confianza y la seguridad de que este porcentaje se incrementará en el futuro inmediato.

PERU Carlos Anciburo de Telvicom



1) Nuestra empresa mantiene una relación comercial con Sony desde el año 1999, cuando comenzamos en calidad de Reseller. Luego fuimos Systems Integrator y finalmente desde el año 2004 somos los únicos Representantes Oficiales de Sony PSLA para el Perú. Para Telvicom representar a Sony PSLA significa tener la confianza y el respaldo una de uno de los fabricantes más importantes de la industria a nivel mundial y al mismo tiempo un compromiso de liderazgo y una responsabilidad que nos compromete a brindarle a nuestros clientes un servicio que supere todas sus expectativas.

2) La presencia de Sony PSLA durante 25 años continuos en América Latina le han permitido marcar un estándar de calidad insuperable en la región, siendo en nuestro caso y para el mercado peruano haber logrado suministrar los mejores equipamientos para producciones en Alta Definición (HD) en todas las estaciones de televisión, casas de producción, cableras, universidades, videografos e instituciones de prestigio. Asimismo la amplia gama de soluciones ofrecidas nos han permitido segmentar a nuestros clientes y ofrecerles un producto casi personalizado y a la medida de las necesidades de cada usuario en video y audio profesional, optimizando las ventajas diferenciales que solo Sony puede ofrecer.

3) Para Telvicom han sido varias las líneas de productos que nos han dado grandes satisfacciones entre las cuales podemos mencionar las cámaras digitales de estudio, camcorders, switchers de producción, monitores profesionales de video, archivo digital, etc.

4) Telvicom conjuntamente con Sony hemos logrado una participación en el mercado profesional y broadcast de aproximadamente 60% en promedio, con niveles más altos en algunas líneas de productos como por ejemplo en

cámaras de estudio con alrededor del 90% del mercado local.

PUERTO RICO David Castillo de Caribbean Broadcast Suppliers Inc.



1) Caribbean Broadcast Suppliers Inc. representa a Sony desde el año 2005. Para nosotros ha sido de gran beneficio la relación con PSLA, pese a que nuestro mercado es un mercado híbrido con mucha influencia Norte Americana, el poder relacionarnos con una empresa multinacional, la cual ha dedicado una oficina exclusiva para nuestro mercado, ha creado una confianza en los clientes que los pone en primer plano y no son un número de cuenta más en una cartera de ventas. Para Caribbean Broadcast Suppliers el trabajar con una empresa que ha marcado los estándares de la industria broadcast mundialmente, ha sido una experiencia única, ya que con sus productos y nuestro amplio conocimiento de la industria y la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros nos ha convertido en la combinación perfecta, para poder ofrecer a nuestros clientes soluciones completas a sus necesidades.

2) Para nuestra región, Puerto Rico, estos 25 años de Sony PSLA se han convertido en una garantía, una solidez empresarial incomparable, esto nos da la seguridad, a nosotros los representan-



tes y a los clientes de que Sony no piensa solo en la ventaja económica de la región si no, que también tiene ese toque personalizado para ella, que además de tener un producto de calidad tenemos un servicio un apoyo incondicional de una empresa del calibre de Sony, sin dejar a un lado la tecnología que nos dejan como legado, que ha sido y sin lugar a duda será el estándar de la industria por muchos años. Cabe mencionar que todo esto no sería posible sin el personal que PSLA posee para brindarnos todo lo antes mencionado, no los menciono uno a uno para que no se me quede ninguno, pero a todos ellos nuestros saludos y felicitaciones en estos 25 años de arduo trabajo. Sigamos hacia adelante y mucho éxito en los años venideros.

3) Para nosotros, el formato XDCAM HD y XDCAM EX han sido los formatos que han venido a sentar la diferencia en los formatos de grabación en nuestro mercado y han hecho que muchos cliente fijen su interés en los Productos Sony. Sin dejar a un lado las cámaras de estudio, que se han convertido en el estándar de la industria en todos los aspectos, la serie HXC y la HSC han sido de rotundo éxito en nuestro mercado en el formato HD, con todos los principales canales de nuestro territorio utilizándolas.

4) Actualmente nuestro margen de mercado con Sony es de un 75%, pero todavía queda mucho por hacer, todos los años Sony nos sorprende con nuevas tecnologías y equipos para cubrir estos porcentajes de mercado que antes no podíamos llegar por cuestiones de presupuesto.

URUGUAY
Mariano Elzaurdia
y Enrique Frider
de Ridel



1) Ridel S.A. representa a Sony desde 1992 en el área de consumers, y desde 2002 en el área de PSLA. Previamente el personal incorporado para el área broadcast tenía contacto con Sony desde el año de fundación de SOBEC.

2) En Uruguay la penetración de Sony Broadcastes muy importante, tenemos una penetración de cerca del 95% en el área de cámaras de estudio y por encima del 60 % en el resto de las líneas que manejamos.

3) Considerando los inicios de SOBEC, el U-matic y la penetración del Betacam fueron fundamentales.

4) Nuestra división de Ridel comercializa Sony únicamente y complementa con equipamiento complementario las marcas necesarias.

VENEZUELA
José I. Cadavieco S.
de Corporación Video
Carrillo



1) Nuestra empresa representa los productos profesionales de Sony desde hace casi 40 años. Nos cupo el honor de introducir los equipos de video en los mercados educativos y corporativos y luego fuimos la primera empresa autorizada por Sony para vender los productos Broadcasting. Hemos visto nacer, crecer y desarrollarse el uso del video a todo nivel, siempre de la mano de Sony, y siempre como líderes. Nuestra relación inicial fue directamente con Japón, a través de Sony de Venezuela. Después de la devaluación de 1983, pasamos a trabajar a través de Sony Panamá. Y posteriormente, al establecerse la operación Miami, originalmente llamada SOBEC, hemos estado trabajando en ellos. En todos estos años hemos disfrutado de una relación saludable, basada en pocas cosas, fluidez en la comunicación bidireccional y la participación en el diseño de estrategias exitosas. También hemos disfrutado del reconocimiento que los clientes tienen hacia Sony y particularmente a su tradicional soporte técnico en toda la región que es tal vez nuestro acervo más importante. Ser representante y reseller de Sony es por una parte una gran responsabilidad, por las altas expectativas a que están acostumbrados sus clientes. Por la otra es una fuente de satisfacciones al recibir testimonio de parte de estos, de que los productos han llenado y excedido lo esperado de ellos. Y también la grata expe-

riencia de ir creciendo juntos a medida que el mercado se ha ido desarrollando.

2) Como era de esperar, las condiciones del mercado han venido cambiando gracias a los nuevos desarrollos tecnológicos. Sony ha sido una empresa que ha ido llevando a sus clientes a lo largo de este proceso, sin saltos bruscos, sino más bien proporcionando una evolución sin traumas y sin que sus inversiones se hayan tornado obsoletas en forma prematura. El compromiso de Sony con sus clientes es, junto con su constante vanguardia tecnológica lo que más apreciamos en estos años de convivencia.

3) Es difícil optar por una, en detrimento de las otras. Tengo un profundo aprecio por el venerable U-MATIC, que realizó la primera revolución en los videograbadores. Y por el Betamax, que sirvió de origen al formato profesional más exitoso, como es toda la familia Betacam, y su sucesora XDCAM. Pero las cámaras, han sido tan exitosas, han sido la base de partida de tantas empresas y han merecido tanta aceptación en nuestro país, que probablemente son tan apreciadas como los grabadores. ¿Y dónde dejamos a los monitores y a nuestros medios magnéticos? ¿O los micrófonos inalámbricos? Es muy difícil decidir, porque el reto de Sony en Video, desde el principio, fue permitir al cliente obtener todo lo necesario para integrar su sistema, en una sola marca.

4) Nosotros podemos decir que Venezuela es una País Sony. El liderazgo de la marca es compartido en el mundo de consumidor y en el profesional. Tenemos el mayor share de mercado en cámaras, grabadores, monitores, mixers de video, entre otros. La relación de Sony con Venezuela ha sido siempre de mutua afecto y de una probada lealtad por parte de los usuarios.



Queremos ser parte de su empresa.

Tenemos todo para convertirnos en el área de logística de su empresa. Su éxito es nuestro negocio. En **Aerodoc** aplicamos **ingeniería** a la logística para garantizarles a nuestros clientes un beneficio económico y una entrega rápida y segura de sus bienes de capital y de uso. Contamos con **licencias propias de importación**, lo que nos permite ofrecer un servicio puerta a puerta real. Hacemos la puesta a punto y el embalaje en **depósitos propios**, para proteger el equipamiento de nuestros clientes. Monitoreamos todo el proceso y podemos controlar tiempos de entrega y costos totales, y ofrecer un **SLA** de tiempo de tránsito garantizado.

Oficinas, depósitos y agentes propios en diferentes países de Latinoamérica -incluyendo Argentina y Brasil- nos permiten tener la **flexibilidad** para adaptarnos a los procesos de cada mercado, y **trabajar cerca** de cada uno de nuestros clientes. En **Aerodoc** podemos satisfacer sus necesidades de **distribución**, tanto a nivel operativo como cultural. Si su empresa no tiene un área de logística, podemos convertirnos en ella. Si la tiene, podemos darle todo el soporte que ésta necesite.



NUEVA PLATAFORMA MULTIMEDIA

El Financiero y Bloomberg TV

El Financiero, empresa filial de Grupo Lauman, y Bloomberg L.P, presentaron un servicio de noticias de negocios a través de una multiplataforma en español.



El Museo del Cárcamo, de Chapultepec, en la ciudad de México, fue el escenario escogido por el **Grupo Lauman, y Bloomberg** para el lanzamiento del servicio de noticias multiplataforma producto de la alianza entre **El Financiero – Bloomberg TV**.

Enrique Peña Nieto, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, fue el invitado de honor de un evento que tuvo como anfitriones a **Manuel Arroyo**, Presidente y Director General de **El Financiero**, y a **Andrew Lack**, Presidente de **Bloomberg Media Group**.

Tras felicitar a los directivos de **El Financiero** por el nuevo proyecto y desearles éxito, **Peña Nieto** dijo que las reformas estructurales son importantes pero no son suficientes porque se tiene que dar el siguiente paso. Aseguró que hoy vivió dos contrastes, por un lado el relanzamiento de **El Financiero** y por otra la visita que realizó a Michoacán en donde la gente está preocupada por la situación, y pese a ello son personas

que tienen el compromiso y la voluntad de salir adelante.

«La región está creciendo en un contexto económico, político y social clave, y ahora más que nunca los jugadores requieren de información precisa, analítica y de última hora que les permita tomar decisiones informadas» declaró **Manuel Arroyo**, Presidente y Director General de **El Financiero**.

Por su parte **Andrew Lack**, Presidente de **Bloomberg Media Group**, sostuvo que esta alianza ayudará a las empresas mexicanas a conectarse aún más con el mercado global. «Juntos ofreceremos a los profesionistas del ámbito financiero y de negocios análisis y perspectivas de aquellos acontecimientos globales y regionales que realmente importan y que mueven los mercados».

El Financiero Bloomberg (TV) es el único canal de noticias en español orientado a los negocios, y el primero de este tipo en HD, que transmitido para México y Centroamérica (Gua-



temala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá). Empezando con cuatro horas de programación original local en español, el canal emite a nivel nacional a través de los principales operadores de televisión paga. Asimismo, ofrece también contenido de noticias financieras y económicas en inglés a través de **Bloomberg TV**.

Empezando con 4 horas de programación original local en español, el canal cuenta con los más destacados periodistas en México como **Enrique Quintana**, **Carlos Mota**, **Alejandro Cacho** y **Leonardo Kourchenko**. El canal, que será transmitido a nivel nacional a través de los principales operadores de televisión de paga, ofrecerá también contenido de noticias financieras y económicas en inglés a través de **Bloomberg TV**. La alianza también incluye la renovación de la versión impresa de **El Financiero**, así como de la aplicación móvil a través de las nuevas Apps de iOS y Android, más la versión digital, desarrollada en una plataforma de diseño innovador, con la última tecnología de programación en HTML y una amplia experiencia multimedia.



HARRIS BROADCAST

Reorganiza su estructura operativa y se transforma

Harris Broadcast anunció lo que será a partir de ahora su nueva identidad corporativa bajo las marcas **Imagine Communications** y **GatesAir**. La primera de ellas tiene sede en Dallas, con Centros de Excelencia en Denver, Toronto, Los Angeles, Tel Aviv y Beijing; en tanto que la segunda está basada en Cincinnati, con su centro de fabricación, cadena de suministro y desarrollo en Quincy. «Con vibrantes nuevas identidades y enfoque, **Imagine Communications** y **GatesAir** están bien posicionados para servir a nuestra industria y clientes. Nuestra visión, dirección y estrategia se alinean

Se divide en dos nuevas empresas, **Imagine Communications y **GatesAir**. La primera se enfocará en la entrega y monetización del contenido multipantalla; la segunda tendrá su eje en proporcionar innovaciones inalámbricas que reduzcan el consumo de energía.**

en ambas marcas con las actuales tendencias de transformación, las redes del futuro y nuestros clientes y socios. Hemos creado dos compañías que están innovando en diferentes áreas del espectro tecnológico. **Imagine Communications** liderará los mercados de medios y entretenimiento hacia un futuro definido por IP, software, Internet y TV Everywhere, con una visión de arquitectura para la entrega y monetización de contenido multipantalla. Del mismo modo, **GatesAir** seguirá al frente de la próxima generación de mercados over-the-air para radio y televisión, con el enfoque puesto



Charlie Vogt, CEO de **Imagine Communications** y **GatesAir**

en proveer innovaciones inalámbricas que reduzcan el consumo de energía y la huella de carbono, mientras se aprovecha el crecimiento de la transmisión de TV y la radio digital en todo el mundo» declaró **Charlie Vogt**, CEO de **Imagine Communications** y **GatesAir**.

En lo estrictamente ligado al próximo show de la NAB, en Las Vegas, **Imagine Communications** hará demostraciones en vivo su stand N2503; en tanto que **GatesAir** hará lo propio en su stand N609.

LA SUPER TIENDA DE FOTO Y VIDEO

SONY Videocámaras, Baterías, Micrófonos, Cassettes, Grabadores, VTR's	Canon Cámaras, Videocámaras, Baterías, Battery Grip, Lentes, Lens Hoods, Flashes	Panasonic Videocámaras, Cassettes, Baterías, Switchers	Proaim Estabilizadores, Sistemas de Rieles, Grúas, Cabezas Motorizadas, Kits de Caña con Bimip	AZDEN Micrófonos lavalier y Shotgun	SENNHEISER Micrófonos lavalier, Mano y Audífonos
RingLight Sistemas Soportes para DSLR, MatteBox y Follow Focus, Estuches para cámaras, Viewfinders, Protectores de Lluvia para cámaras	ikan Lámparas y Sistemas de Iluminación, Telepromoters, Soportes para DSLR, Follow Focus, Monitores, Estuches, Baterías y Cargadores	GoPro Cámaras y Accesorios	RODE Micrófonos, Cañas, Bimpos, Soportes para micrófonos	2COM Grabadores de Audio Portátiles	Capa View Finder
Libec Triplés, Dollies y Grúas	Manfrotto Triplés y Estuches	SUNPAK Triplés	Blackmagic Cámara, Convertidores y Switcher	Pravali Grúas, Cabezas Motorizadas y Monitores	KATA Estuches y Protectores de Lluvia para cámaras
SYSTEM Sistemas, Soportes para DSLR, MatteBox y Follow Focus	¡Cuatro Sucursales para Servirle!				
VIDEO STAFF www.videostaff.com.mx • Enviamos a toda la República Mexicana • Aceptamos Pago con Tarjeta de Crédito					
VideoStaff Insurgentes Ave. Insurgentes No. 247 1er. Tabasco, Locales A y B Col. Roma México, DF Tel: (55) 5520-5545 / 5511-2315 alfredoo@videostaff.com.mx		VideoStaff Valle Ave. Col. Del Valle No. 316 - PB (A 3 cuadras de Insurgentes) Col. Del Valle, México, D.F. Tel: (55) 1107-6255 / 5523-1182 evlino@videostaff.com.mx		VideoStaff Donceles Donceles No. 59 entre Palma y Res. De Chile Col. Centro México, DF Tel: (55) 5512-5525 marys@videostaff.com.mx	
VideoStaff Bialos Centro Comercial Bialos Donceles No. 87 Exp. República de Brasil Local 105 y 106 Bialos, México, DF Tel: (55) 5512-9523 inserv@videostaff.com.mx					

EL LIBRO FUE PRESENTADO EN EL MARCO DEL FIGG 2014

Anuario estadístico de Cine Mexicano

El 23 de marzo se llevó a cabo la presentación del libro “Anuario estadístico de cine mexicano” de IMCINE. La introducción de la conferencia la dio el presidente del FIGG, Iván Trujillo y en seguida, la moderadora **Gabriela Warkentin** introdujo a la mesa que explicó la importancia del libro.



José Woldenberg fue el primero en hablar, explicó en dos grandes rubros la publicación: **Los avances** (que se componen del aumento y mejora que ha habido en la producción, avances y taquilla del cine mexicano) y los nudos (que consisten en que el porcentaje mayoritario de películas mexicanas no alcanzan a terminar su ciclo: ser vistas). También mencionó que la

televisión, o pantalla chica, es una ventana para el cine. **Édgar San Juan** tocó los temas del acercamiento y la conexión con la audiencia que debe tener la industria. Agradeció las herramientas que existen hoy en día para conocer al consumidor y cerrar el ciclo comunicativo: saber qué quieren y que ellos sepan qué es para ellos. Mencionó como maravilla la

ventana de consumo que identifica las preferencias del público, Netflix. En tercer lugar, **Lorenzo Hagerman**, fotógrafo cinematográfico, expuso la importancia del valor agregado en la experiencia del cine. Habló sobre las salas de cine independiente y de la importancia de conocer y registrar el número de asistentes. **David Maciel** habló del cine mexicano en

Estados Unidos y de la trascendencia que tiene no sólo para los estadounidenses, sino para los latinos nacidos allá. Mencionó un convenio de la UCLA con IMCINE y aplaudió los esfuerzos de cintas a cerca de las comunidades de *chicanos*, como es la cinta más reciente de **Diego Luna**. **Jorge Sánchez**, aparte de reafirmar la información de los demás colaborativos, dio la noticia de que los próximos días estarán aplicaciones e iBook del libro, para una actualización de la estadística del cine mexicano más frecuente y a la mano. También hizo referencia a que la edición de este año del libro ya tiene registro ISBN.

El dato

- 12% de ingresos en taquilla han sido para películas mexicanas.
- 60% de películas expuestas en México son de Hollywood.
- 5,500 pantallas son las que existen en el país.
- 44% de mexicanos no tienen cine en su localidad.
- 4 ó 5 cintas mexicanas se transmiten a diario en la televisión abierta del país.



www.newslinereport.com

SONY
make.believe

Sony trae para ti las nuevas **PMW-F55 y PMW-F5**

- Sensor 4K (4096x2160) S35mm (11.6M pixeles totales)
- F55 con shutter global
- 240fps a 2K en F55 y 120fps a 2K en F5
- Grabación RAW a 16Bits
- Formatos XAVC, SSIp y XDCAM
- 2 opciones en VF, LCD ó OLED
- Batería de olivino (carga en la mitad de tiempo y dura el doble que el tradicional ion de litio)
- Montura Sony FZ/PL
- 14 pasos de rango dinámico y Slog 2



Para mayor información visite: www.sonypro.com.mx

Color Cassettes S.A. de C.V.
Lafayette 49 Col. Nueva Anzures
Del. Miguel Hidalgo México D.F.
C.P. 11590
Tel.:
Mex: 01 55 10 84 23 00
Gdl: 01 33 31 22 79 14
Lada: 01 800 022 65 67
www.colorcassettes.com.mx
ventas@colorcassettes.com.mx

Viewhaus
Av. Guadalajara 850 Col. Chapalita
Guadalajara, Jalisco, C.P. 45040
Tel. 01 33 31 23 93 59 / 95 55

www.viewhaus.com.mx
juancarlos@viewhaus.com.mx

Av. Universidad núm. 989,
Despacho 201
Col. Del Valle
03310 México, D.F.
Tels. 55 55348068, 55 55347521

Video Track S.A. de C.V.
Av. Fundidora 501 local 118 PN
Monterrey, Nuevo León, C.P. 6410
Tel. 01 81 81 91 91 91
ventas@vitrac.com.mx

Magnum Audio y Video
Contacto: Antonio Casado
Calle Factor no. 18
Col. San José Insurgentes
Delegación Benito Juárez
C.P. 03900 México D.F.
Tel: 5615 7419 Email: acasado@magnumdigital.com.mx
www.magnumdigital.com.mx

Videoservicios S.A. de C.V.
Agustín Delgado 16
Col. Tránsito
Del. Cuauhtémoc
México D.F. C.P. 06820
Tel. 01 55 55 42 40 20
www.videoservicios.com.mx
gchmail@videoservicios.com.mx