

BOLETÍN 2

ASIPI ARENA / Intersección del Derecho, Deporte y Entretenimiento

31 de mayo al 2 de junio de 2026



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

ÍNDICE

Carta de Introducción de Matías Noetinger. Presidente de ASIFI	3
Entrevista de Raquel Toñáñez. Tesorera de ASIFI	4
Running – Walking Tour	6
¡Oficialmente Inaugurado el Seminario de ASIFI en ASUNCIÓN !	7
La evolución de los Derechos de Transmisión estuvo en el centro del debate en ASIFI ASUNCIÓN	9
Entrevista Percy Wilman. SVP Business and Legal Affairs Sports & Entertainment en TelevisaUnivision, Inc. (México)	11
<i>Ambush marketing</i> en eventos deportivos: límites, sanciones y defensa de activos	12
Entrevista Magali García, Socia en Allende & García Abogados (Perú)	14
Entrevista Anna Claudia Toledo Avellar. Directora de Eventos y Derechos Comerciales en Bichara e Motta Advogados (Brasil)	16
Antipiratería y enforcement en tiempo real: Streaming, IPTV y social clips	18
Entrevista Virginia Cervieri, Socia Directora en Cervieri Monsuarez (Uruguay)	21
Derechos y gobernanza: clubes, federaciones y confederaciones	24
Firma de Convenio con la Universidad FASTA	26
Taller “De experto en PI a generador de negocio”	27
Cóctel de los Estudios	28
ASIFI y University of New Hampshire (UNH) Franklin Pierce School of Law: una alianza que se fortalece año a año	33
Patrocinadores	34

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

CARTA DE INTRODUCCIÓN DE MATÍAS NOETINGER

Queridos colegas y amigos de **ASIPI**,

Llegamos a Asunción, una capital donde el pulso de la modernidad late entre casonas coloniales y el aroma de los lapachos. Bañada por las aguas del río Paraguay, esta ciudad nos invita a descubrir el equilibrio perfecto entre su pasado heroico, la hospitalidad de su gente y una identidad guaraní que se respira en cada rincón y se saborea en cada encuentro.

Este seminario es particularmente especial para mí ya que se trata del primero de mi gestión como Presidente de **ASIPI**, un cargo que estoy ejerciendo desde el año pasado con muchísimo orgullo, responsabilidad y una visión innovadora, centrada en los desafíos que el mundo de la Propiedad Intelectual está atravesando.

Nuestra gestión bajo el lema "**ASIPI 24/7**" busca transformar a la asociación en un motor de innovación constante y una plataforma real de oportunidades para cada socio. El objetivo central es que **ASIPI** sea una asociación presente todos los días del año, enfocándonos en liderar el diálogo con las autoridades, integrar a los profesionales de propiedad intelectual en los ecosistemas emprendedores y preparar al "Aboga-

do 4.0" para enfrentar con éxito desafíos como la inteligencia artificial, garantizando que nuestra labor genere un valor tangible y una ventaja competitiva en toda la región.

En esta ocasión nos reunimos para explorar la intersección entre el derecho, el deporte y el entretenimiento. Mediante conferencias con speakers de primer nivel y actividades de networking vamos a analizar cómo la PI se cruza con estas industrias, con especial foco en el fútbol, una pasión que identifica profundamente a Paraguay y a toda nuestra región.

Quiero extender un reconocimiento especial al Comité Anfitrión, al equipo académico, al staff y a todos los que trabajaron incansablemente para que este Seminario sea inolvidable.

A quienes vienen por primera vez, les doy una cálida bienvenida a esta comunidad que comparte herramientas profesionales, conocimientos, valores y afecto. Y a quienes venimos navegando juntos desde hace años, gracias por seguir formando parte de **ASIPI** y por representar a esta asociación con tanto orgullo.

Los invito a vivir estos próximos días con entusiasmo, espíritu colaborativo y ganas de aprender y de innovar.



Matías Noetinger
Presidente de **ASIPI**
2025 / 2027

ENTREVISTA



Raquel Toñáñez
Tesorera de ASIFI

1. Cuáles son las principales metas que se han fijado para este año desde la dirección de la tesorería de ASIFI?

Desde Tesorería, nos hemos propuesto dos objetivos:

- El sostenimiento operativo de la institución con un alto grado de responsabilidad en la preservación del patrimonio construido por generaciones de asociados, con una gestión más cercana y personalizada con el socio, dar mayor seguimiento y apoyo en el cobro de las membresías, investigar un poco más sobre la situación laboral de los socios con adeudos, ya que muchas veces se trata de cambios de despacho, desactualización de datos de contacto y a veces por errores técnicos que impiden la correcta comunicación.
- El cumplimiento del plan de trabajo y los ejes trazados por el presidente, a través del financiamiento de proyectos académicos y científicos, investigaciones y actividades de actualización que permitan el cumplimiento de los fines de la asociación y la mantengan a la vanguardia de los conocimientos.

2. ¿Puede contarnos más sobre su rol como tesorera de ASIFI y la importancia que esta función representa para nuestra asociación?

La designación como tesorera ha sido sin duda alguna todo un desafío para mí e implica una enorme responsabilidad ética e institucional, y un voto de confianza de Matías a la hora de armar su equipo de trabajo. Si bien tengo cierta experiencia en estas labores, porque he sido tesorera de la Asociación paraguaya de agentes durante varios años, estamos hablando de un patrimonio muchísimo mayor y una membresía de más de mil asociados, donde no solo realizamos el manejo administrativo del dinero, sino que somos el motor estratégico que hace posible que la asociación cumpla su misión institucional.

En una asociación sin fines de lucro con más de mil asociados y un patrimonio superior al millón de dólares, la tesorería deja de ser una función meramente contable y pasa a ser un rol de liderazgo, sostenibilidad y confianza que permiten el crecimiento institucional. La correcta administración de los recursos no solo garantiza transparencia y orden financiero, sino que permite convertir los objetivos del presidente en acciones concretas. Para la realización de este cometido, cuento con el apoyo de mi asistente Macarena Tribuzio, una profesional joven, inteligente y dinámica, que aporta una mirada moderna y eficiente a las gestiones diarias, lo que la convierte en un apoyo fundamental para la tesorería.

3. ¿El Seminario en Asunción ha cubierto las expectativas que ASIFI ha tenido en cuanto a la participación de la membresía en el evento?

Definitivamente hemos superado las expectativas. Habíamos estimado unos 190 a 210 participantes, sin embargo, recibimos 231 inscritos hasta la fecha y es una cifra interesante para un seminario, conforme los registros de eventos anteriores.

Destaco la gran participación del grupo paraguayo que se "ha puesto la camiseta" de **ASIFI**, así como los delegados, miembros de Comités, Comisiones y Programas que se han sumado al evento. Esto indica un alto grado de compromiso y cariño hacia la asociación.



31 DE MAYO AL 2 DE JUNIO DE 2026

4. ¿Qué representa para usted, como paraguaya, que ASIPI celebre este seminario en Asunción y qué podemos esperar de esta ciudad?

Que ASIPI vuelva a mi ciudad después de 11 años, representa un orgullo y una alegría enorme para mí. Tuve la oportunidad de colaborar en la organización del evento en aquella oportunidad, como delegada, y marcó un momento muy especial en mi trayectoria profesional y personal. Hoy, once años después, me emociona aún más poder vivir nuevamente esta experiencia, pero ahora desde un lugar de mayor compromiso institucional como miembro del Comité Ejecutivo.

ASIPI no solo representa la excelencia y el intercambio profesional, también simboliza el valor de construir vínculos duraderos y fortalecer nuestra comunidad. Por eso, recibir nuevamente a los colegas y amigos en nuestra querida Asunción, es un verdadero honor y una enorme satisfacción. Les abrimos las puertas de nuestro país con la calidez y hospitalidad que caracterizan al pueblo paraguayo, haciendo que cada visitante se sienta no solo bienvenido, sino también parte de esta nuestra tierra. Les invitamos a conocer nuestra hermosa cultura a través de experiencias únicas, con propuestas que han puesto a Asunción en el mapa gastronómico regional, la perfecta convergencia entre lo tradicional y lo moderno, restaurantes de autor que sorprenden a cualquier paladar exigente.

Asunción vive hoy un momento especial, con una cultura pujante, con un escenario económico de gran crecimiento y proyección, consolidándose como una nación en auge, con estabilidad, dinamismo y lleno de oportunidades. Esperamos que quienes nos visiten puedan no solo participar de un gran encuentro profesional y académico, sino también descubrir la energía, el potencial y el espíritu humano de nuestra gente.

¡Bienvenidos a Asunción!

ASIPI



**ArentFox
Schiff**

ArentFox Schiff

Smarter Service.

Full Service. Industry Focus.

Your goals define our mission. Whether an immediate need or a long-term objective, ArentFox Schiff helps you reach your full potential. As industry insiders, we partner with you to develop practical business strategies and sophisticated legal solutions to achieve today's targets and anticipate tomorrow's problems. We get you across the finish line.

**Smart In
Your World**

afslaw.com

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

RUNNING – WALKING TOUR

El día de ayer comenzó con nuestro Running – Walking Tour en Parque Ñu Guazú. Los participantes se reunieron en el lobby del hotel a las 6:30 para correr o caminar una distancia de 2.5, 4 o 7 km.

Todo lo recaudado en la inscripción fue donado a la Fundación Fe y Alegría.

¡Damos las gracias a todos los miembros de **ASIPI que participaron!**



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

¡OFICIALMENTE INAUGURADO EL SEMINARIO DE **ASIPI** EN ASUNCIÓN!

Con la entonación del Himno Nacional de Paraguay iniciamos una Ceremonia de Inauguración cargada de emotividad, visión estratégica y un profundo agradecimiento.

La apertura continuó con las palabras de Lorena Mersan y Antonio Villa en representación del Comité Anfitrión paraguayo, quienes expresaron el enorme orgullo de recibir a la comunidad de **ASIPI** y destacaron el gran trabajo del equipo local para hacer realidad este encuentro.

Seguidamente, Claudia Franco, Directora de la DINAPI, resaltó la importancia de estos días de debate para fortalecer la coope-

ración institucional y seguir protegiendo con firmeza el talento humano. Por su parte, la leyenda del tenis Víctor Pecci celebró el cruce entre derecho y deporte, destacando que los patrocinadores son el motor indispensable para la inversión y el desarrollo de la actividad atlética a nivel global.

El Presidente de **ASIPI**, Matías Noetinger, expresó su gran alegría por celebrar el primer evento de su gestión en Paraguay, recordando con mucho cariño sus vínculos con el país. Asimismo, elogió la pasión, la garra y el compromiso del grupo de asociados locales en la organización del encuentro.

¡Todo listo para comenzar!

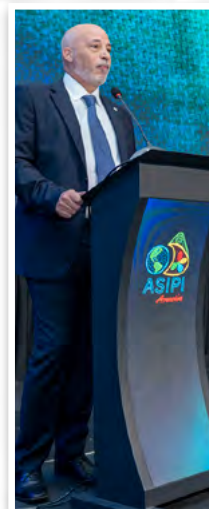
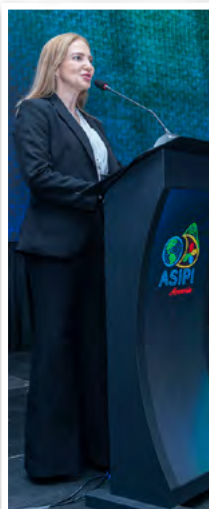


31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

LA EVOLUCIÓN DE LOS DERECHOS DE TRANSMISIÓN ESTUVO EN EL CENTRO DEL DEBATE EN **ASIPI ASUNCIÓN**

Durante el panel “Arquitectura de los derechos de transmisión del Mundial, CONMEBOL Libertadores, CONMEBOL Sudamericana y CONMEBOL Copa América”, moderado por Paula Bauer, (C.R. & F. Rojas Abogados - Bolivia), especialistas de la industria analizaron los desafíos que plantea un ecosistema cada vez más complejo, donde conviven televisión abierta, cable, streaming y nuevas formas de consumo de contenidos deportivos.

Percy Wilman (TelevisaUnivision, México) y Fátima González

(CONMEBOL, Paraguay) compartieron su visión sobre licencias y sublicencias, estrategias de distribución, protección de derechos frente a la piratería e impacto de la inteligencia artificial en la gestión y comercialización de contenidos audiovisuales.

Una conversación que puso de relieve cómo la tecnología, los cambios en las audiencias y la transformación de los modelos de negocio están redefiniendo el futuro de las transmisiones deportivas.





31 DE MAYO AL 2 DE JUNIO DE 2026



GOODRICH

RIQUELME
ASOCIADOS

MULTIDISCIPLINARY LAW FIRM OFFERING TAILORED
SOLUTIONS TO YOUR BUSINESS SINCE 1934.

COMMITTED TO
EXCELLENCE

CONNECTED TO
PEOPLE

ENRIQUE DÍAZ

TEL: +52 55 5525 1422

E-MAIL:

EDIAZ@GOODRICHRIQUELME.COM

GUILLERMO SOSA

TEL: +52 55 5207 7561

E-MAIL:

GSOSA@GOODRICHRIQUELME.COM

JUAN SUÁREZ

TEL: +52 55 5207 9261

E-MAIL:

JCSUAREZ@GOODRICHRIQUELME.COM

JULIO PRIETO

TEL: +52 55 5207 8183

E-MAIL:

JCPRIETO@GOODRICHRIQUELME.COM

GOODRICHRIQUELME.COM

ENTREVISTA



Percy Wilman

SVP Business and Legal Affairs
Sports & Entertainment en
TelevisaUnivision, Inc. (México)

Speaker en el panel "Arquitectura de los derechos de transmisión del Mundial, CONMEBOL Libertadores, CONMEBOL Sudamericana, CONMEBOL Copa América: titularidad, licencias y sublicencias"

1. Como SVP Business and Legal Affairs – Sports & Entertainment en TelevisaUnivision, ¿Cuáles son los principales desafíos con los que lidia en su día a día?

Lo principal es poder alinear los intereses de todas las partes involucradas en la operación de TelevisaUnivision de manera que se promueva el crecimiento del negocio y, a la vez, se cumplan las expectativas legales y comerciales de todos los equipos. A esto se suma, en particular en lo que respecta a derechos deportivos, que la negociación para la adquisición explotación de estos derechos pone a dos partes con objetivos contrapuestos una frente a la otra y es fundamental encontrar puntos de equilibrio en estas negociaciones tomando en consideración los objetivos de corto, mediano y largo plazo de cada una de las partes.

Por nuestra parte, no podemos ser ciegos a los requerimientos de las organizaciones que gestionan derechos (asociaciones, equipos, federaciones, agencias) dado que el éxito de sus torneos, competencias, equipos impacta directamente en el éxito de TelevisaUnivision. Encontrar el equilibrio entre todos estos intereses es lo más desafiante.

2. Desde su opinión profesional, ¿Cómo ha evolucionado la arquitectura de los derechos de transmisión del fútbol y del deporte en general en años recientes?, ¿Este mundial traerá alguna innovación en cuanto a los derechos de PI que protegen las transmisiones, licencias y todos los activos de la FIFA?

Los cambios son muchísimos, en algunos casos bastante obvios como la inclusión constante de nuevas plataformas y formas de transmisión de contenido. En otros, más sutiles, cuando estamos lidiando con organizaciones deportivas que tienen intereses que van más allá de la rentabilización de sus derechos. Los acuerdos comerciales pueden incluir requerimientos específicos para garantizar difusión o alcance en ciertos territorios o medios, se busca segmentar público, plataformas e identificar al consumidor. El Mundial de la FIFA esperaría ver novedades en la pelea contra la explotación no autorizada de contenidos evoluciona para abordar nuevas formas de piratería.

3. ¿Qué diferencias existen entre la arquitectura de los derechos de transmisión de las competencias del fútbol sudamericano, organizadas por CONMEBOL, y el mundial, organizado por la FIFA?

Sin entrar en mucho detalle, CONMEBOL gestiona derechos tanto de selecciones nacionales como de equipos profesionales de fútbol. Es ahí donde, torneos como la Copa América pueden tener una estructura, en lo que respecta a sus derechos de transmisión, similar a la de la Copa del Mundo. Por su parte, la Copa Libertadores (por ejemplo) es un torneo distinto, de duración extendida, que ocupa franjas de transmisión diferentes y constantes durante la temporada y, por consiguiente, requiere una aproximación que permita su difusión y que al mismo tiempo atiende los requerimientos regionales, de plataformas distintas y segmentos específicos de la audiencia.

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

AMBUSH MARKETING EN EVENTOS DEPORTIVOS: LÍMITES, SANCIONES Y DEFENSA DE ACTIVOS

Bajo la conducción de Diego Palacios (Palacios Abogados - Guatemala), las especialistas Anna Claudia Toledo Avellar (Bichara e Motta Advogados, Brasil) y Magali García (Allende & García Abogados, Perú) examinaron las complejas tácticas físicas y digitales que emplean las marcas no autorizadas para asociarse a grandes competiciones sin asumir costos de patrocinio.

Durante la sesión se destacó la necesidad de delimitar "zonas limpias" alrededor de los estadios mediante normativas municipales, y el uso estratégico



de los términos y condiciones de las entradas como defensa contractual en los recintos. Asimismo, se enfatizó en la diplomacia corporativa a través de cartas de advertencia y en un monitoreo crítico durante las 48 horas previas al evento, momento clave donde el daño comercial puede consolidarse.

Esta jornada demostró que la planificación jurídica oportuna y el criterio técnico son indispensables para blindar el ecosistema comercial que financia el deporte global.



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



SOMOS 1 EQUIPO CON 1 PRIORIDAD:
Proteger y defender la creatividad y la innovación.



ENTREVISTA



Magali García

Socia en Allende & García Abogados (Perú)

Speaker en el panel “*Ambush marketing en eventos deportivos: límites, sanciones y defensa de activos*”

1. ¿Qué nos puede contar sobre su panel dentro de este evento de ASIPI y por qué es importante en el marco de un nuevo mundial de fútbol FIFA con nuevos formatos publicitarios y estrategias de marca más innovadoras?

El panel en el que participo, “*Ambush marketing en eventos deportivos: límites, sanciones y defensa de activos*”, mantiene una importancia enorme para los abogados que vemos temas de Propiedad Intelectual, Derecho Deportivo y del Entretenimiento, así como Derecho de la Publicidad. Debemos estar preparados e informados para asesorar a nuestros clientes en el campo de Ambush Marketing, sea que asesoremos al titular del evento o patrocinadores del mismo, o tengamos que asesorar a la empresa que pretende beneficiarse de un evento en el que no es auspiciador o sponsor.

El *ambush marketing* (o marketing de emboscada) ocurre principalmente en eventos masivos globales y de gran impacto mediático, como lo es una Copa Mundial FIFA próxima a realizarse en nuestro continente; adicionalmente, la “emboscada” justamente se da porque se van generando nuevos formatos y estrategias publicitarias no realizadas con anterioridad, para que no puedan ser detectadas y/o previstas, y se cumpla el objetivo de obtener la atención mediática masiva, y la “publicidad gratuita” respecto de un evento en el que no solo no se invirtió, sino que muy probablemente invirtió una empresa competidora.

2. ¿Qué es el marketing de emboscada y cuáles son los principales problemas legales?

El marketing de emboscada (o *ambush marketing*) es una estrategia publicitaria en la que una marca se asocia indirectamente a un evento masivo logrando un reconocimiento determinado, sin haber pagado derechos de patrocinio o auspicio oficiales a los organizadores o titulares del evento. Los principales problemas legales incluyen infracciones de derechos de autor, actos de competencia desleal, publicidad engañosa y violación de normativas exclusivas de los eventos.

3. Mirando hacia el mundial, que es el próximo gran evento deportivo global, ¿cómo piensa que las nuevas tecnologías han afectado lo que conocemos como *ambush marketing*?

Las nuevas tecnologías han transformado por completo el *ambush marketing*, trasladando las “emboscadas” físicas (como paneles publicitarios, o presencia física en estadios) hacia el entorno digital, en tiempo real y a escala global. Al no depender de la presencia geográfica, las marcas logran asociarse a los grandes eventos de formas mucho más sutiles, económicas y difíciles de identificar y sancionar legalmente. Por ejemplo haciendo marketing en tiempo real usando hashtags o palabras clave que evocan el evento pero sin nombrarlo, contratando creadores de contenido o atletas que participan en el evento, utilizando inteligencia artificial, o publicidad programática dirigida.

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

4. ¿Al estar involucrada en finales de uno de los eventos deportivos más importantes de la región, la Copa Libertadores, que áreas de mejora existen a nivel legal, de educación y coordinación con los organismos competentes?

Existen muchas áreas de mejora, principalmente en el tema educativo. ¿Quiénes son los principales actores en el *ambush marketing*? Son empresas serias, formales con marcas usualmente reconocidas. En este sentido, resulta determinante concientizar a las agencias de publicidad, a los gerentes de marketing, y departamentos legales respecto de la ética que debe regir en la publicidad. Adicionalmente, se

debería educar también al consumidor respecto del valor de un patrocinio oficial, entendiendo que los patrocinadores oficiales son muchas veces quienes financian el evento y los premios, y no debería recompensarse a una marca "parásita", considerándola incluso como "creativa" por su intervención o presencia "de emboscada" en un evento en el que invirtieron otras marcas.

Finalmente, claro que resulta importante y fundamental establecer reuniones conjuntas entre la policía local, las autoridades de propiedad intelectual de cada país, los organizadores del evento y la autoridad municipal local, para coordinar la defensa de las marcas en tiempo real.

ASIPI

BKM | BERKEMEYER
PARAGUAY

**ASESORAMIENTO LEGAL CENTRADO
EN EL NEGOCIO DE CADA CLIENTE**

PROPIEDAD INTELECTUAL | ASESORAMIENTO CORPORATIVO



www.berke.com.py / law@berke.com.py
Tel.: (+595 21) 446 706

Asunción - Ciudad del Este
Paraguay



ENTREVISTA



Anna Claudia Toledo Avellar

Directora de Eventos y Derechos Comerciales
en Bichara e Motta Advogados (Brasil)

Speaker en el panel “*Ambush marketing* en eventos deportivos: límites, sanciones y defensa de activos”

1. Como Líder de la Práctica de Eventos y Derechos Comerciales en Bichara e Motta Advogados, cuáles son las áreas más críticas para sus clientes antes y durante la celebración de un megaevento deportivo?

Un megaevento es un entorno único donde coinciden al mismo tiempo los derechos de los patrocinadores, los derechos de transmisión, las normas del recinto, las políticas de “zona limpia” (cuando aplican) y la exposición digital. Por eso, gran parte del trabajo crítico se realiza antes de que empiece el evento.

Desde mi perspectiva, la clave está en construir la infraestructura legal adecuada con anticipación: proteger los activos de propiedad intelectual, estructurar acuerdos comerciales y de patrocinio sólidos, coordinar con las autoridades y preparar mecanismos de ejecución rápidos, lo que in-

cluye tener relaciones directas con las plataformas digitales para lograr eliminaciones de contenido inmediatas.

Una vez que comienza el evento, todo se reduce a la velocidad, el criterio y la toma de decisiones con enfoque comercial. Hoy en día, prácticamente cualquier cosa puede subirse a internet al instante, lo que significa que las decisiones legales también deben considerar el impacto comercial, la percepción de la marca y las realidades operativas en tiempo real. Contar con asesores que tengan tanto experiencia legal como una mentalidad comercial sólida se vuelve esencial, porque durante un megaevento hay muy poco margen para la improvisación, y el daño reputacional o comercial puede ocurrir de inmediato.

2. ¿Cómo has visto la evolución del *ambush marketing* en los últimos años y crees que debería tener una legislación especial o ampararse en principios generales de competencia desleal?

El *ambush marketing* (marketing de emboscada) ha evolucionado significativamente con el auge de los medios digitales y las redes sociales. Hoy en día, las asociaciones no autorizadas pueden difundirse globalmente en cuestión de minutos a través de influencers, contenido en tiempo real y campañas en línea, a menudo sin utilizar directamente la propiedad intelectual protegida.

A mi modo de ver, los principios generales de competencia desleal, el derecho de marcas y la protección al consumidor siguen siendo esenciales. Sin embargo, para los megaeventos, la legislación específica -especialmente la que aborda el *ambush marketing* por intrusión en el país anfitrión- también puede ser muy útil, sobre todo en lo que respecta a las zonas limpias, las restricciones publicitarias y los mecanismos de ejecución rápida.

Dicho esto, la protección legal hoy en día no depende únicamente de la legislación, sino también de la preparación, el monitoreo digital y la toma de decisiones con orientación comercial en tiempo real.

3. ¿Cuál es tu opinión sobre el impacto de las redes sociales en la distribución del contenido durante un megaevento y hasta dónde llega el derecho de un fan de transmitir imágenes en vivo?



31 DE MAYO AL 2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

Las redes sociales han transformado por completo la distribución de contenidos durante los megaeventos. El modelo tradicional de transmisión se construyó sobre la exclusividad y el control de la distribución, pero hoy en día miles de aficionados dentro de un recinto pueden capturar y compartir contenidos al instante con audiencias globales. Esto plantea grandes desafíos para los titulares de derechos, especialmente porque el contenido puede volver a aparecer en línea a los pocos minutos de haber sido eliminado.

Desde mi punto de vista, la clave está en centrar los esfuerzos de protección y eliminación en los contenidos que tengan un impacto comercial claro, como las transmisiones no autorizadas, las activaciones de marca o las cuentas de gran alcance.

El debate sobre las transmisiones de los aficionados es particularmente complejo. Si el aficionado es también un influencer con una gran audiencia, se vuelve mucho más difícil determinar si hay un propósito comercial detrás del contenido o simplemente una interacción espontánea. Es evidente que los organizadores y las cadenas de transmisión necesitan proteger el valor de sus derechos, pero también existe una realidad práctica y reputacional: los aficionados quieren, por naturaleza, compartir sus experiencias en vivo. En mi opinión, la distinción debería basarse en la intención, la escala y la asociación comercial; especialmente en si el contenido está vinculado a marcas, patrocinios o una monetización clara.

Un aficionado que publica un momento personal es algo muy diferente de alguien que transmite el evento de forma sistemática o que utiliza el contenido comercialmente sin autorización.

ASIPI

**CERVIERI
MONSUÁREZ**

Les damos la bienvenida a Paraguay.

Participamos del seminario de ASIPI, promoviendo espacios de encuentro y desarrollo profesional y reafirmando nuestro compromiso con la Propiedad Intelectual.

CERVIERI MONSUÁREZ

Paseo La Galería,
Av. Santa Teresa 1827,
Torre 1 / Piso 23 / Oficina 1,
ASUNCIÓN, PARAGUAY



www.cervierimonsuarez.com

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

ANTIPIRATERÍA Y ENFORCEMENT EN TIEMPO REAL: STREAMING, IPTV Y SOCIAL CLIPS

¿Cómo se combate la piratería audiovisual cuando el contenido se transmite en vivo y cada segundo cuenta? El acceso simple y accesible a plataformas formales es una de las herramientas más efectivas para reducir el consumo ilegal, una lección que compañías como Netflix y Spotify ya han demostrado.

Cristian Mir (Comité Olímpico de Chile - Chile) profundizó en las lecciones del Caso LaLiga, analizando la efectividad de los bloqueos dinámicos en directo y la ofensiva jurídica contra intermediarios de infraestructura como Cloudflare. El especialista remarcó la importancia de aplicar un enfoque quirúrgico para frenar las redes de IPTV sin generar daños colaterales en la red.

Por su parte, Virginia Cervieri (Cervieri Monsuarez - Uruguay) alertó sobre el riesgo del robo de datos personales en plataformas clandestinas y detalló cómo rastrean operadores ilegales junto a escribanos públicos para constatar infracciones en hoteles o locaciones clave. Además, repasó hitos judiciales de la industria como la victoria de Fox contra Rojadirecta y la investigación transnacional de Pelispedia junto a Interpol.

Con la conducción de Jean-Carlo Costa (MCG Law Firm - Perú), la sesión dejó en claro que la inmediatez técnica y la estrategia legal deben evolucionar al mismo ritmo que las redes de distribución no autorizadas.



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



***Expand your Intellectual Property
reach across the region with ease.***

CENTRAL AMERICA AND THE CARIBBEAN

COSTA RICA • NICARAGUA • EL SALVADOR • HONDURAS • GUATEMALA
HAITI • SAINT LUCIA • BARBADOS • TRINIDAD AND TOBAGO • GUYANA
MONTSERRAT • SAINT VINCENT AND THE GRENADINES

PATENTS • TRADEMARKS • COPYRIGHTS
SANITARY REGISTRATIONS • FASHION LAW
ENFORCEMENT OF IP RIGHTS



✉ info@ideasips.com

🌐 www.ideasips.com

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



ENTREVISTA



Virginia Cervieri

Socia Directora en Cervieri Monsuarez (Uruguay)

Speaker en el panel "Antipiratería y enforcement en tiempo real: streaming, IPTV y social clips"

- Como Socia Directora y cofundadora de Cervieri Monsuárez y especialista en combatir la piratería y el derecho de marcas, ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en su día a día con sus clientes que buscan protegerse frente a las diferentes amenazas como la piratería o el robo de uso ilegítimo de activos de marca?**

Hoy, uno de los principales desafíos es que la piratería cambia de forma con una velocidad enorme. Hace algunos años, el foco estaba puesto en la falsificación física y en puntos de venta concretos. Ahora, en cambio, las infracciones se desplazan al entorno digital: redes sociales, marketplaces, IPTV, streaming ilegal y plataformas online donde los responsables suelen operar de manera anónima y desde varios países a la vez.

Eso obliga a los titulares de marcas a reaccionar con mucha más rapidez y con estrategias más flexibles. Ya no

alcanza con registrar una marca o iniciar acciones legales tradicionales. Hoy es clave combinar tecnología, monitoreo digital, investigación y trabajo coordinado con autoridades y plataformas.

También es importante entender que detrás de una marca hay mucho más que un logo. Hay inversión, reputación, innovación y confianza del consumidor. Por eso, cuando existe piratería o uso ilegítimo, el daño no es solo económico: también golpea la reputación de la empresa y, en algunos casos, puede poner en riesgo la seguridad de las personas, especialmente cuando hablamos de medicamentos, cosméticos, juguetes o productos eléctricos falsificados.

A eso se suma otro reto central: generar conciencia. Muchas veces la piratería todavía se percibe como algo menor o informal, cuando en realidad suele estar conectada con estructuras de crimen organizado y economías ilícitas mucho más complejas. Por eso, combatirla exige una respuesta conjunta entre el sector privado, las autoridades, las plataformas tecnológicas y los propios consumidores.

- Los servicios de IPTV ilegales han sofisticado su infraestructura, usando redes de distribución de contenido (CDN) legítimas. ¿Cómo se aborda la gestión probatoria para identificar y litigar contra los verdaderos operadores detrás de estas redes masivas y anónimas?, ¿Por qué parece tan difícil bloquear algunos sitios piratas de transmisión de eventos deportivos?**

La piratería audiovisual cambió de escala en los últimos años. Antes, cuando hablábamos de transmisión ilegal de contenidos deportivos o televisión paga, pensábamos sobre todo en el robo de señales satelitales mediante sistemas FTA modificados o en esquemas mucho más rudimentarios. Hoy el escenario es otro: más complejo, más profesional y mucho más difícil de rastrear.

Hoy vemos organizaciones que funcionan casi como empresas tecnológicas. Usan servidores distribuidos en distintos países, servicios en la nube, VPN y plataformas propias para retransmitir contenido de forma masiva y en tiempo real. Incluso muchos servicios ilegales de IPTV ofrecen suscripciones y atención al cliente muy parecidas a las de operadores legales, lo que muestra el nivel de sofisticación que alcanzó este fenómeno.

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

El problema es que esas organizaciones también aprovechan herramientas legítimas para ocultar y distribuir transmisiones ilegales con mayor eficiencia. Eso obliga a mirar mucho más allá de una señal pirateada: hoy hay que entender una infraestructura tecnológica global, fragmentada y diseñada para dificultar la trazabilidad.

Por eso, la investigación y la obtención de prueba son cada vez más desafiantes. Muchas veces no alcanza con identificar un sitio web o una aplicación, porque detrás hay una estructura repartida entre varias jurisdicciones, intermediarios tecnológicos y mecanismos de anonimización pensados justamente para ocultar a los verdaderos operadores.

En ese contexto, los bloqueos siguen siendo una herramienta importante, sobre todo frente a eventos deportivos en vivo, donde el daño económico se produce en minutos. Las medidas de bloqueo dinámico han mostrado eficacia y además tienen un efecto preventivo claro.

Pero el bloqueo, por sí solo, no resuelve el problema de fondo. Estas redes se adaptan rápido: cambian dominios, crean sitios espejo, migran servidores o reaparecen a través de nuevas aplicaciones y plataformas casi de inmediato. Por eso, esas medidas deben complementarse con monitoreo constante, cooperación con plataformas tecnológicas y proveedores de internet, inteligencia digital y acciones orientadas a desarticular la estructura económica que sostiene estas operaciones.

La conclusión es clara: la piratería audiovisual ya no puede enfrentarse solo con una mirada jurídica tradicional. Hoy exige tecnología, cooperación internacional y capacidad de reacción en tiempo real.

3. En un mes comienza el mundial, ¿Puede comentarnos qué innovaciones tendremos para este gran evento deportivo desde el punto de vista de la antipiratería y el enforcement en tiempo real?



BC&B.
LAW & BUSINESS

Est. 1969

Becerril, Coca & Becerril

Sobre Nosotros

Con más de 55 años, Becerril, Coca & Becerril es una Firma multidisciplinaria con un modelo único, la cual ofrece soluciones legales y de negocios para lograr brindar a sus clientes una asesoría integral. Este modelo de negocio se fortalece con un grupo de expertos con el más alto grado de especialización para lograr crear, proteger y escalar soluciones legales, comerciales y digitales.

Contacto



55 5263 8730



main@bcb.com.mx



www.bcb.com.mx



Leibnitz 117, PH1, Ciudad de México



BC&B.
LAW

Est. 1969

Becerril, Coca & Becerril

Consultoría Legal

En Becerril, Coca & Becerril prevemos, cuidamos, defendemos y agregamos valor al patrimonio de nuestros clientes, acompañándolos en todo momento con un capital humano altamente calificado y especializado; para así darles tranquilidad, velar por sus intereses e impulsar sus negocios mediante la cultura de la legalidad y la innovación.

Servicios

- Propiedad Intelectual
- Derecho Corporativo
- Litigio Civil y Mercantil
- Litigio Administrativo
- Societario
- Fusiones y Adquisiciones
- Contratos Comerciales
- Gobierno Corporativo
- Reestructuraciones
- Franquicias y Distribución
- Litigio Familiar
- Arbitraje Comercial
- Derecho Regulatorio
- Derecho Migratorio
- Comercio Exterior
- Derecho Laboral
- Entrenimiento
- Adquisiciones Públicas



BC&B.
BUSINESS

Est. 1969

Becerril, Coca & Becerril

Consultoría de Negocios

Tenemos las soluciones que te permitirán lograrlo aprovechando al máximo los incentivos disponibles para maximizar tus ventajas competitivas. Apoyamos a las pequeñas, medianas y grandes empresas a transformarse para potenciar su negocio.

The Retail Community

Consolidamos la primera comunidad especializada en Retail & E-commerce de México.

Servicios

- Transformación Estratégica
- Transformación y Lobbying Comercial
- Innovación Sistemática para Retail
- Investigación Cualitativa y Cuantitativa del Consumidor/Cliente
- Reclutamiento Comercial
- Servicios de Nómina, Contabilidad e Impuestos
- Transformación Digital Comercial

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

Este tipo de grandes eventos deportivos marcan un punto de inflexión en materia de antipiratería y enforcement en tiempo real.

Hoy los titulares de derechos ya no esperan horas o días para actuar frente a una transmisión ilegal. El objetivo es detectar, bloquear y desactivar contenidos infractores mientras el partido todavía se está jugando. Para eso, veremos cada vez más herramientas basadas en inteligencia artificial, sistemas automatizados de monitoreo masivo y tecnologías capaces de identificar retransmisiones ilegales en segundos, incluso cuando el contenido fue modificado, recortado o redistribuido en varias plataformas al mismo tiempo.

También se está fortaleciendo la cooperación entre ligas deportivas, plataformas tecnológicas, proveedores de internet, autoridades y la industria en general. Ese es uno de los grandes cambios: el enforcement ya no se piensa de manera aislada, sino como una tarea coordinada entre actores públicos y privados durante los eventos en vivo.

Otro punto clave es el avance del bloqueo dinámico. Antes, muchas acciones judiciales se limitaban a un dominio específico. Hoy eso ya no alcanza, porque las transmisiones ilegales migran de forma constante. Las medidas dinámicas permiten adaptar la respuesta en tiempo real a medida que aparecen nuevas retransmisiones vinculadas a una misma operación pirata.

Sin embargo, el gran desafío sigue siendo la velocidad de adaptación de estas redes ilegales. La piratería audiovisual funciona hoy con estructuras muy profesionalizadas, capaces de reaparecer en minutos. Por eso, además de tecnología, hacen falta estrategias sostenidas en el tiempo, cooperación internacional y una articulación sólida entre el sector público y el privado.

En definitiva, la lucha antipiratería dejó de ser solo una cuestión legal: hoy es también un desafío tecnológico, operativo y de reacción inmediata.



GRUENBAUM,
POSSINHAS & TEIXEIRA

ADVOGADOS - PROPRIEDADE INTELECTUAL
LAW FIRM - INTELLECTUAL PROPERTY

TRADEMARKS
PATENTS
INDUSTRIAL DESIGNS
COPYRIGHTS
JUDICIAL LITIGATION
UNFAIR COMPETITION
SOFTWARE REGISTRATION
CONTRACTS
ENTERTAINMENT AND FASHION LAW
DIGITAL LAW
PLANT VARIETIES



INTELLECTUAL PROPERTY
INNOVATION AND PROTECTION
MAKE THE DIFFERENCE

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

DERECHOS Y GOBERNANZA: CLUBES, FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES



Qué pasa cuando la pasión del fútbol se cruza con la gestión de marcas millonarias? El panel “Derechos y gobernanza: clubes, federaciones y confederaciones” abordó el deporte como un negocio complejo sostenido sobre activos intangibles.

La sesión, moderada por Li An Chong (Legalia Panamá), planteó cómo la coexistencia de múltiples actores exige una gobernanza estratégica para prevenir conflictos de PI.

El debate contó con la experiencia real de dos especialistas desde las entrañas de los clubes:

Peter Eduardo Siemsen (ABPI - Brasil), expresidente de Fluminense (2011-2016), analizó la evolución del fútbol brasileño hacia modelos como las Sociedades Anónimas Fútbolís-

ticas (SAF). Resaltó los ejemplos de ligas internacionales que logran un desarrollo más rápido al unificar la comercialización de sus derechos de propiedad intelectual.

Alberto Guerra (Guerra IP - Brasil), Expresidente del Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense (2023 - 2025), bajó el debate a la realidad política de los estadios. Explicó que aplicar compliance ante crisis (como acoso o xenofobia) cuida al socio y protege los cuatro intangibles más valiosos de un club: reputación, integridad, imagen y valor de marca.

Como conclusión, coincidieron en que la mejora en la gobernanza y la negociación conjunta de derechos es un camino sin vuelta atrás que ya marca la diferencia competitiva en la región.

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



DANNEMANN SIEMSEN

BRAZIL | LATIN AMERICA

“ *INNOVATION MEETS LEGACY* ”

**Dannemann Siemsen, the Brazilian
Intellectual Property firm dedicated
to offer first-rate services since 1900.**

#WEAREDANNEMANNSIEMSEN

Rio de Janeiro
55 21 2237-8700

São Paulo
55 11 2155-9500

Brasília
55 61 3433-6694

dannemann.com.br

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

FIRMA DE CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD FASTA

Durante la tarde de ayer, el Comité Ejecutivo de **ASIPI** firmó un nuevo convenio educativo, en este caso con la Universidad FASTA. Esto permitirá la posibilidad de hacer actividad en conjunto con una nueva institución académica y así seguir expandiendo el rol de **ASIPI** como motor de promoción de PI en los centros educativos de la región.

En representación de esta universidad estuvo Adrian Luis Alveolite, Director Académico de la Diplomatura en Propiedad Intelectual, Nuevas Tecnologías, Fashion Law e Industrias Creativas de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad FASTA.





31 DE MAYO AL 2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

TALLER "DE EXPERTO EN PI A GENERADOR DE NEGOCIO"

Organizado por el Comité de Desarrollo Profesional y moderado por su presidenta María de los Ángeles Lombeyda, este espacio analizó cómo los abogados de PI pueden transformar su proactividad en oportunidades reales.

Hugo T. Berkemeyer (Socio Gerente de BKM | Berkemeyer) destacó la importancia de planificar la presencia en los congresos y que cada profesional debe desarrollar su propia técnica para acercarse a clientes y firmas, convirtiendo la asistencia en verdaderos negocios.



Por su parte, Victoria Pereira Ramos (Bloom Coaching Marketing) explicó en líneas generales el concepto de Business Development (BD) como una responsabilidad personal basada en la reputación, detallando los distintos estilos existentes para lograr que el cliente ideal te elija primero.



Asesoría jurídica de alta
calidad, respaldada por
experiencia y enfoque en
soluciones integrales y
efectivas.



PALACIOS

ABOGADOS

+502 2231 8500

info@sercomi.com.gt



Diagonal 6 12-42, zona 10,
Edificio Design Center,
Torre I, Nivel 3, oficina 301,
Guatemala, Guatemala

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

CÓCTEL DE LOS ESTUDIOS



Guanes, Heisecke & Piera
Abogados

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



Salomoni & Asociados
ATTORNEYS & COUNSELORS

EXPERTOS EN

**PROPIEDAD
INTELECUAL**

30
años

de experiencia
en Propiedad Intelectual
y Derecho Corporativo



ASUNCIÓN,
PARAGUAY



law@salomoni.com.py

Especialistas en investigación, vigilancia y acción penal contra violaciones de propiedad intelectual, orientado a la identificación y neutralización de redes de falsificación y piratería, brindando protección efectiva y estratégica a los derechos de nuestros clientes.

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



Pérez
Guerrero LLC

Marcas en Puerto Rico y los Estados Unidos

31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO



31 DE MAYO AL



2 DE JUNIO DE 2026

LUNES 1 DE JUNIO

ASIPI Y UNIVERSITY OF NEW HAMPSHIRE (UNH) FRANKLIN PIERCE SCHOOL OF LAW: UNA ALIANZA QUE SE FORTALECE AÑO A AÑO

Como cada año, los socios de **ASIPI** podrán aplicar a las becas que la **UNH Franklin Pierce** ofrece a los miembros de nuestra asociación.

Si quieres especializarte en Propiedad Intelectual en una universidad de prestigio internacional, podrás aplicar a una beca completa para:

- **JD** en Propiedad Intelectual, Tecnología e Información
- **LLM** o **MIP** (presencial o virtual)
- **IPSI** (Intellectual Property Summer Institute)

¡Próximamente estaremos comunicando en nuestros canales oficiales todas las novedades sobre las inscripciones de la edición 2027!



ASIPI + University of New Hampshire Franklin Pierce School of Law Scholarship Program

An exclusive partnership to develop intellectual property leaders across Latin America through educational initiatives and a scholarship program for ASIPI members to attend UNH Franklin Pierce IP educational programs.

ASIPI hosts an annual essay competition. The winners, selected by a qualified ASIPI jury, receive full tuition scholarships for Franklin Pierce programs:

1

Full Tuition Scholarship for Hybrid JD in Intellectual Property, Technology, and Information Law

2

Full Tuition Scholarships to the in-person or online LLM in Intellectual Property or Masters in Intellectual Property*

3

Full Scholarships to the Intellectual Property Summer Institute

All ASIPI members are eligible for partial tuition scholarships to Franklin Pierce programs, including:

- **50% tuition scholarships for:**
 - Master of Laws in Intellectual Property*
 - Master's in Intellectual Property*
 - Graduate Certificate in Intellectual Property*
 - Intellectual Property Summer Institute
- **30% tuition scholarship for the Hybrid JD in IP, Technology, and Information Law.**



University of New Hampshire
Franklin Pierce School of Law

* In-person and online modalities available.



ASIPI ARENA
Intersección del Derecho, Deporte
y Entretenimiento

31 mayo - 2 junio, 2026
Hotel Sheraton

PATROCINADORES INSTITUCIONALES



ArentFox
Schiff

BARLAW
BARRERA & ASOCIADOS



BC&B.
LAW & BUSINESS
Est. 1970
Becerril, Coca & Becerril

BKM | BERKEMEYER
PARAGUAY

CERVIERI
MONSUAREZ
URUGUAY - PARAGUAY - BOLIVIA - ANGUILA

DANNEMANN
SIEMSEN

GOODRICH
RIQUELME
ASOCIADOS

GRUENBAUM,
POSSINHAS
& TEIXEIRA

IDEAS
INTELLECTUAL PROPERTY ADVISORS
CENTRAL AMERICA & THE CARIBBEAN

PALACIOS
ABOGADOS

PATROCINADORES DEL EVENTO

GHP

Guanes, Heisecke & Piera
Abogados



Pérez
Guerrero LLC

Marcas en Puerto Rico y los Estados Unidos

Salomoni & Asociados
ATTORNEYS & COUNSELORS

SOCIO ACADÉMICO



University of
New Hampshire
Franklin Pierce
School of Law

MEDIA

LexLatin

MARCASUR

The Patent Lawyer

The Trademark
Lawyer

IP Tech & Innovation
Services Annual

The Global IP
Magazine

WOMEN'S IP
WORLD