Você já parou para refletir sobre qual será o futuro da TV ou a TV do futuro? Para a maioria das pessoas pode ser apenas um sonho, desejo ou um exercício de futurologia. Mas para quem trabalha diretamente no setor de mídia e entretenimento, essa discussão é a realidade do dia a dia do trabalho.

Vai muito além da discussão técnica ou operacional. Em 2020, ano em que a TV completa 70 anos de história no Brasil, pensar no seu futuro envolve a ressignificação da TV como a conhecemos. Para os criadores, implicará em mudanças narrativas na hora de contar suas histórias – será que a novela continuará a mesma?

Já para a publicidade, essa TV do amanhã promete mudanças significativas não apenas no "fazer propaganda", mas também em novas formas de monetização. Se hoje o branded content já é realidade, no futuro a união de história e anúncio será mais intensa, personalizada e indissociável.

Isso sem contar as mudanças na tecnologia para quem faz o show! A pandemia mostrou que é possível produzir muita coisa de casa. Jornais, séries e outras atrações ganharam um novo fôlego, migrando das estruturas profissionais dos estúdios para algo individual, feito dentro de casa.

E tudo isso no momento em que entramos no ápice da TV 2.5, já pensando no que queremos para a TV 3.0. Nem todos sabem, mas o que há de mais moderno na televisão de hoje foi desenhando há mais de uma década!

Se ficou curioso para saber mais sobre essa história e para onde vai o mercado de tecnologia e negócios de mídia e entretenimento, fique atento ao calendário da **SET eXPerience 2020**.

Em 1º de outubro começam as mini-palestras on demand da **SET eXPerience Academy**. No final de novembro tem início a SET eXPerience Live, evento ao vivo, gratuito e com transmissão digital.

Mas, afinal, qual é o futuro da TV e a TV do futuro? Levamos a questão aos principais especialistas do mercado e não chegamos a uma resposta, mas a várias!

Confira abaixo as principais impressões de quem faz a **SET eXPerience 2020**:"Aquele momento em que uma pessoa senta no sofá e relaxa não vai mudar. O que deve existir no futuro é uma TV que reconhece o padrão de uso do telespectador, como a graduação do volume, o horário, o tempo gasto em determinada atração, e adapta o que é oferecido no momento em que o aparelho é ligado. A TV do futuro é aquela que aprende e te proporciona uma experiência personalizada. E você olha e acha que aquilo é mágica" – disse David Britto (Membro do conselho deliberativo da SET, coordenador do módulo de mercado do SBTVD, CEO Mirakulo).

"Eu vejo essa TV do futuro muito vigorosa. Ela transita entre os eventos de massa na TV aberta, passando pelos conteúdos que atendem a grupos e nichos da TV a cabo, até chegar na outra ponta, com a internet no um a um. Quando falamos no futuro da TV, é esse o mecanismo que eu vejo" – explicou Roberto Franco (Head de Assuntos Institucionais e Regulatórios do SBT e conselheiro das entidades: SET, ABERT e Fórum SBTVD e Curados da Trilha **SET Business & People**).

"Na introdução de uma tecnologia, é preciso escolher o estado da arte, para quando a migração for concluída, ela ainda seja relevante. O que quero que a TV seja pelos próximos 20 anos? Agora considero a ultra-alta definição, o estado da arte em codificação de áudio, mais quadros por segundo e uma integração com a internet ainda melhor" – comentou Luiz Fausto (Luiz Fausto, coordenador do módulo técnico do Fórum SBTVD e especialista em Tecnologia e Regulatório Globo).

Continua...