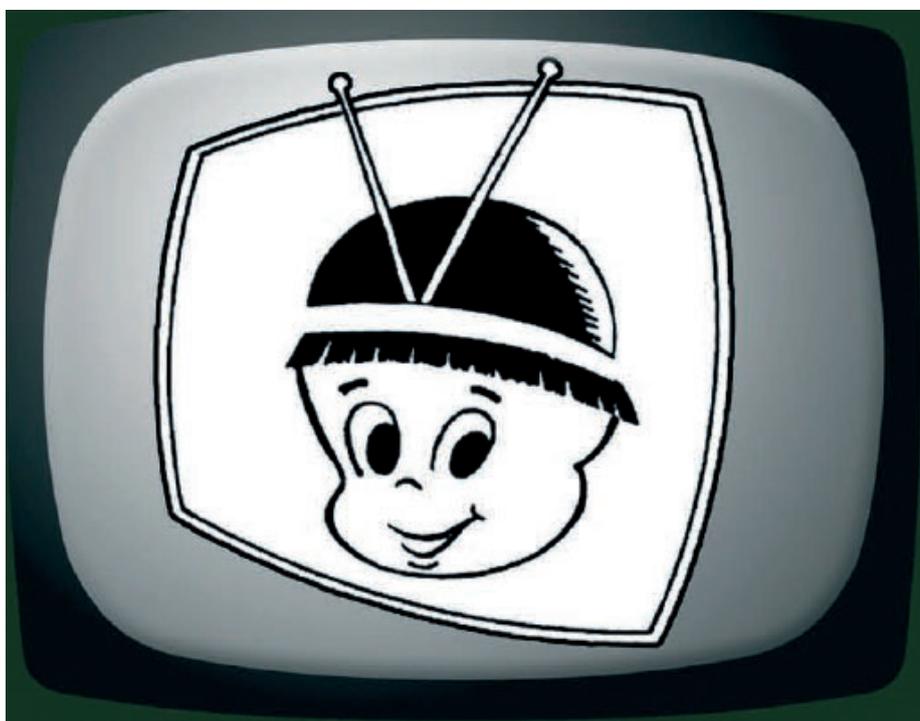


# 70 anos da TV: Mudanças profundas na TV aberta

*A TV brasileira comemorou as suas primeiras 7 décadas de história com mudanças tecnológicas que levam as transmissões broadcast a um novo patamar, o de uma TV 3.0 que emerge de uma profunda hibridização dos seus conteúdos e tecnologias de produção e distribuição em um mundo convergente onde o tel(espectador) já não é passivo*

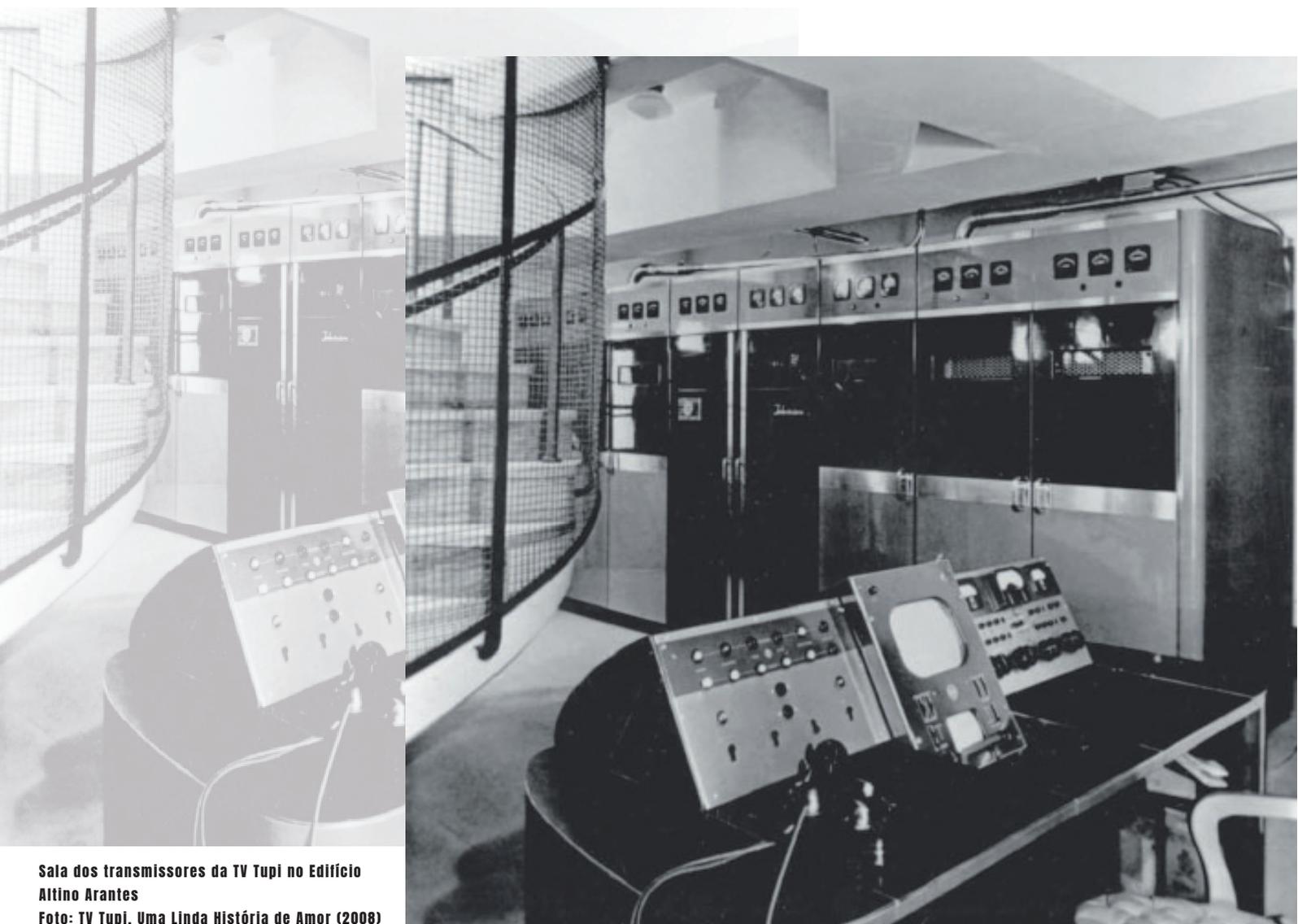
Por Fernando Moura, em São Paulo



Fonte: TV Tupi  
Uma linda história de amor  
(2008)

Após 70 anos de Assis Chateaubriand ter lançado o projeto da TV aberta no país, um anseio pessoal que se tornou geral, os conglomerados de mídia brasileiros avançam para mudanças profundas no modelo de negócio. No mês de setembro de 1950 teve início a aventura dos Diários Associados, primeiro conglomerado de mídia do país, quando Chateaubriand inaugurou as transmissões regulares de TV, mesmo sem legislação nem um público definido, na cidade de São Paulo da TV Tupi, a que viria a ser o canal 3 paulistano. Essa jovem senhora completa sete décadas inaugurando uma nova era na distribuição da TV no Brasil, indicando que o streaming é a principal saída.

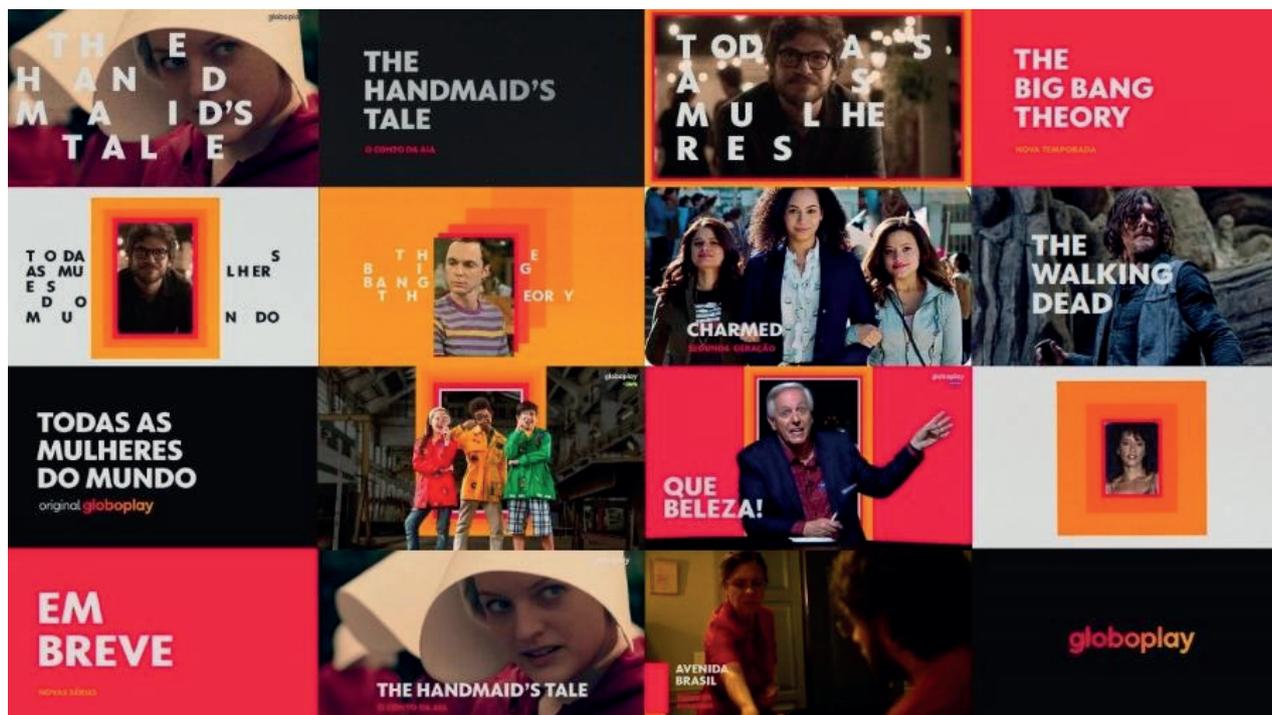
Na edição 183 da Revista da SET, na seção “Memória da Radiodifusão”, o professor Elmo Francfort afirmava que “Inicialmente a ideia foi de que a primeira emissora fosse montada no Rio de Janeiro, então Capital Federal e local em que muitas das atividades dos Diários Associados eram centralizadas. Por fim, acabou que São Paulo foi a primeira emissora do País, após estudos internos dentro dos Diários Associados. São Paulo em 18 de setembro de 1950 inaugurou, com equipamentos da RCA, a TV Tupi, canal 3 paulistano. Pouco tempo depois, com equipamentos da GE, foi implantada no Rio de Janeiro, em 20 de janeiro de 1951, a TV Tupi, canal 6 carioca”.



Sala dos transmissores da TV Tupi no Edifício Altino Arantes  
Foto: TV Tupi. Uma Linda História de Amor (2008)

Francfort narrou nessa matéria que no dia da estreia nem tudo correu como estava previsto, e ensaiado, pois “no início da transmissão uma das câmeras RCA TK-30 apontou um defeito e parou de funcionar” o que determinaria “o cancelamento da estreia da TV Tupi naquela noite. Acontece que o jovem Cassiano Gabus Mendes – com pouco mais de 20 anos, o primeiro operador de switcher do Brasil, e assistente do diretor-geral da emissora Dermival Costa Lima – discordou, e “bateu o pé” em relação à decisão. Disse que o show iria continuar com uma câmera a menos. E foi o que aconteceu. Com garra, criatividade e improviso foi ao ar o show “TV na Taba”, em que numa só noite todos os gêneros foram apresentados, da teledramaturgia ao esporte”.

Em setembro de 2020, o Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia familiar do mundo e uns dos primeiros 20 do planeta, virou o jogo da distribuição de TV brasileira e anunciou a integração na sua plataforma OTT (*Over-the-Top*) Globoplay com os conteúdos da Globosat e TV Globo. O pacote “Globoplay + canais ao vivo” pretende levar a experiência de consumo linear dos canais Globo, além de todo portfólio Globoplay, juntando na sua plataforma TV Aberta, TV paga e conteúdos exclusivos de streaming. Tudo isso porque, como noticiado pela Revista da SET, desde 2018 a Globo virou para a segunda década do século XXI, visando ser uma “*Tech company*”, e já não apenas uma produtora de conteúdos.



Assim, a partir da terça-feira (1/9/20), em regime de pré-lançamento, a plataforma, de forma pioneira, passou a oferecer o pacote **Globoplay + canais ao vivo** para seus atuais assinantes, “proporcionando a experiência de consumo linear dos canais Globo da TV por assinatura, além da TV Globo, dos conteúdos on demand e todo portfólio Globoplay em um ambiente único, seguindo o conceito *“all in one”*. Em 1º de outubro, a nova oferta passou a estar disponível para todo o público.

Este anúncio disruptivo mudou o conceito, e assim a Globo começou a ofertar os seus canais de TV Paga de forma direta, o que justifica a seguinte frase do comunicado: “O mês de setembro será histórico não só para o Globoplay, mas para o mercado de streaming no Brasil”, porque, de fato, este anúncio muda o negócio e começa a virar o ecossistema da TV por Assinatura e os serviços de streaming no país.

### Ginga D, DTV Play e TV 3.0

Uma das grandes novidades deste ano foi a aprovação do perfil D do Ginga (leia matéria), também conhecido como DTV Play, “*middleware* de interatividade obrigatório nos aparelhos a partir de 2021, os conteúdos da TV aberta e do streaming poderão ser combinados no televisor, possibilitando um aumento sensível na

qualidade da imagem e do som, além de permitir que novos serviços sejam oferecidos ao telespectador. Isso será possível porque o DTV Play prevê a sincronização da programação da TV aberta com os conteúdos oferecidos pelas plataformas de streaming das emissoras. Assim, será possível mesclar o conteúdo da novela com outras séries e vídeos exclusivos de assinantes, por exemplo”, explica o Fórum Sistema Brasileiro TV Digital Terrestre (SBTVD) nas suas redes sociais.

De fato, para José Marcelo Amaral, presidente do Fórum SBTVD, o trabalho da entidade foi essencial para o desenvolvimento deste novo padrão, o que “mais uma vez demonstra a vocação do Fórum para desenvolver pesquisas e inovações tecnológicas referentes à TV Digital aberta, promovendo a melhoria contínua do serviço de TV”.

O executivo da Record TV afirma que a Portaria que definiu que os novos aparelhos de TV cheguem ao mercado com o Ginga D embarcado de forma progressiva até 2023, gerará “inúmeros novos serviços para a população. E estará à disposição de todos os segmentos que produzem TV aberta e streaming no Brasil”.

Ainda, Maurício Kakassu, superintendente do Fórum SBTVD, afirma que “existe um ditado que diz ”o brasileiro não desiste nunca”, e como boa brasileira, assim é a nossa TV aberta. Nestes 70 anos de história, surgiu o serviço de TV por assinatura, plataformas de streaming e outras formas de entrega de conteúdos audiovisuais, mas, ainda assim, a TV aberta continua a se desenvolver, porque sabe que é a principal fonte de informação e entretenimento da população brasileira (...) A televisão evoluiu para ter recursos como o *targeted advertising*, VOD, HDR e áudio imersivo, possibilitando que a população tenha acesso ao estado da arte da tecnologia em seus lares e um serviço com cada vez mais qualidade e, o melhor, sem custo”.

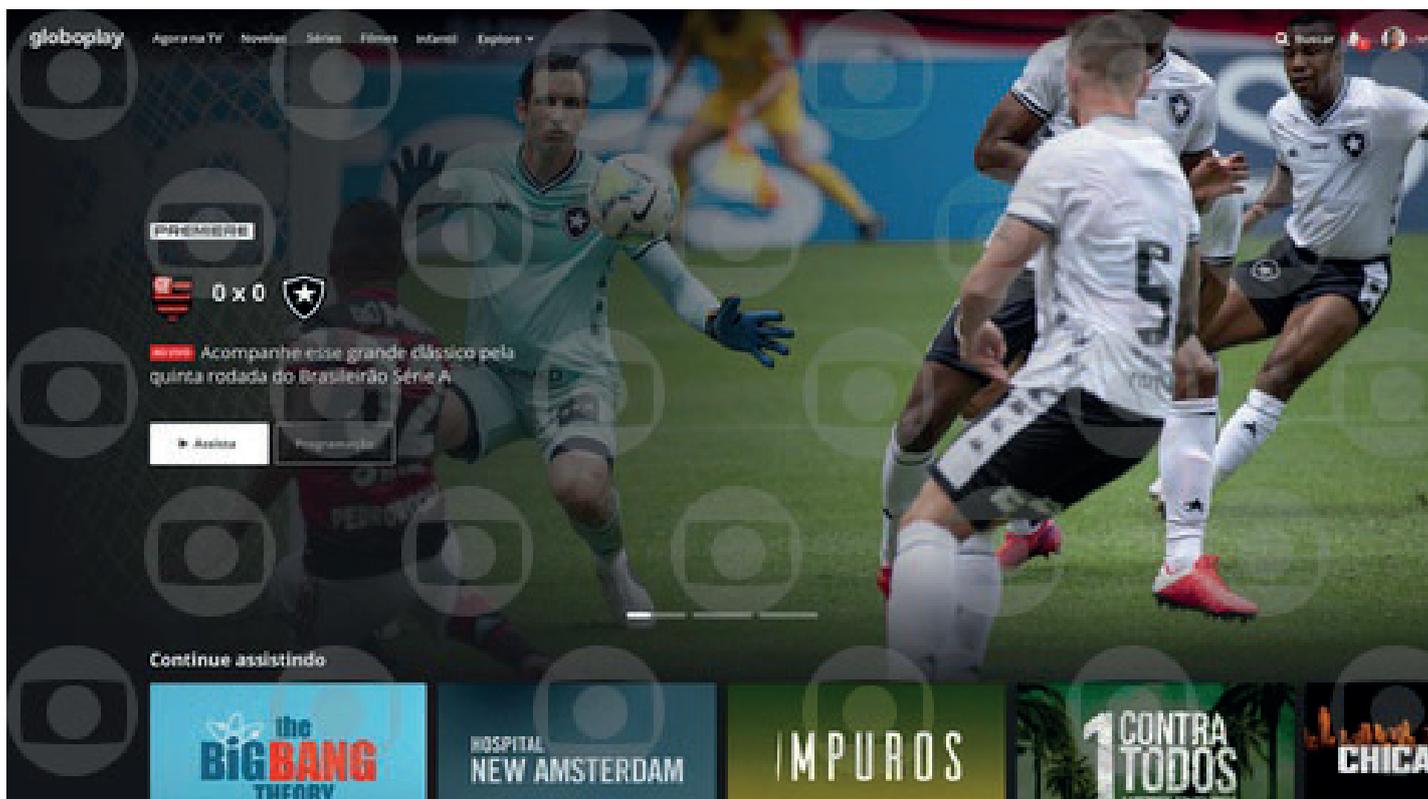
O professor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp, Francisco Machado Filho afirma que se bem um dos argumentos das emissoras é que o DTV Play será fundamental neste processo porque

os espectadores se beneficiaram com o Ginga embarcado nas TVs, este não é, necessariamente, o processo natural para que a TV aberta faça a transição para o streaming. “Recentemente a Globo lançou uma plataforma de compra integrada com as Casas Bahia.

A estratégia é claramente comercial”, não é apenas tecnológico. O que é reforçado por Almir Almas, Chefe do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes da USP (Universidade de São Paulo). “As emissoras como a Globo não têm como matar a TV aberta” porque precisam pensar no público que não tem acesso e penetração de internet de Banda Larga. “A Globo não vai ficar sem pensar nesse público, ela vai ainda pensar nesse público”. Mas se ela, afirma o docente universitário, não pensa, pode ser porque “pode estar apostando para uma elitização do seu canal no Brasil”.



SET | eXPerience



### “Globoplay + canais ao vivo”

Com o anúncio, a Globo reuniu na plataforma, além da Globo (TV Aberta), os canais ao vivo Globosat - Multishow, Globonews, Sportv 1, Sportv 2, Sportv 3, GNT, Viva, Gloob, Gloobinho, Off, Bis, Mais Globosat, Megapix, Universal TV, Studio Universal, SYFY, Canal Brasil e Futura -, séries e filmes que são sucesso no Brasil e no mundo, conteúdos de humor, jornalismo, esportes, variedades, documentários e realities. Com isso, o Globoplay passa a ter um espectro de ofertas sem precedentes no mercado nacional.

“O **Globoplay + canais ao vivo** promove um encontro entre dois mundos: o do streaming e o dos canais lineares. São universos de muito valor para o consumidor que a evolução tecnológica hoje reúne em uma só oferta. Os canais Globo têm tradição na produção de conteúdos como jornalismo, esporte, variedades e eventos musicais ao vivo. Agora, tudo isso se soma a séries, filmes, novelas e documentários. Não existe no mercado brasileiro um produto tão completo”, avalia Paulo Marinho, diretor dos Canais Globo.

Marinho afirma que “esta iniciativa marca também um importante movimento na transformação digital da Globo. A empresa passa a se relacionar de forma ainda mais profunda com o consumidor, com uma oferta de produtos adequada aos diferentes perfis de audiência, colocando o direito de escolha do público em primeiro plano, dando a ele a autonomia para montar, de acordo com suas preferências, o arranjo de conteúdos que mais lhe interessa, de maneira simples e orgânica”.

“Nestes cinco anos de jornada do Globoplay, aprendemos muito com nossos consumidores. Aqui na Globo usamos dados a favor dos nossos assinantes, para ofertar novos produtos afinados com os interesses e gostos deles, para gerar insights sobre criação e produção de conteúdo, para melhorar a experiência em nossos ambientes digitais. O lançamento do **Globoplay + canais ao vivo** é resultado de um grande amadurecimento tecnológico da Globo e um passo firme no caminho da empresa para se tornar uma mediatech” diz Erick Brêtas, diretor de Produtos e Serviços Digitais da Globo.

Tudo isso vem alinhado a uma profunda transformação digital de todo ecossistema Globo, que busca gerar mais fluidez no relacionamento entre seus produtos e serviços e o público. Além de investimentos robustos nas suas plataformas, a Globo tem como um dos pilares dessa movimentação o desenvolvimento de novas tecnologias, parte indissociável desta evolução.

Sendo assim, além do conteúdo, o Globoplay – como peça-chave desse ecossistema – tem a tecnologia como parte fundamental do negócio. Para a chegada dos canais ao vivo, a plataforma intensificou as melhorias em relação à arquitetura de informação, para tornar a navegabilidade mais intuitiva, e também à sua capacidade de distribuição, através da ampliação de sua CDN (*Content Network Delivery* ou Rede de Distribuição de Conteúdo), infraestrutura necessária para fazer aproximar a entrega do conteúdo de streaming dos pontos de consumo pela internet.



Raymundo Barros em coletiva de imprensa no SET EXPO 2019 / Foto: SET

“Estamos trabalhando com parceiros para ampliar nossa infraestrutura de CDN e chegamos a agosto deste ano com 1 Exabyte de distribuição, que equivale a mais de 1 bilhão de horas de consumo de vídeo, quase 4 vezes mais do que o número de horas consumidas no mesmo período em 2019. Na prática, isso significa que mais do que dobramos a capacidade da nossa CDN, levando os nossos conteúdos para mais perto do consumidor em todo Brasil, usando a força da rede de afiliadas como pontos estratégicos da distribuição digital, já que nossas emissoras estão presentes nas 123 maiores cidades brasileiras. Além disso, houve uma revisão de toda a arquitetura de software para que o aplicativo pudesse somar essa experiência de consumo dos canais. Com isso, as pessoas em casa conseguirão ter a mesma experiência que têm na TV aberta em relação à troca dos canais”, explicou Raymundo Barros, diretor de Tecnologia da Globo.

Houve investimentos também na evolução do consumo do Globoplay nas TVs conectadas, um ambiente ainda muito fragmentado no Brasil. “Há 10 marcas de TVs, com 20 sistemas operacionais que rodam em mais de 1800 modelos. Desenvolvemos códigos que rodam o Globoplay em cada um deles, respeitando as limitações de cada modelo, e para as TVs produzidas após 2015 teremos uma considerável melhoria da experiência do consumidor que assiste aos conteúdos da plataforma diretamente pela TV. Mais recentemente, em 2019 e 2020, fizemos acordos específicos com alguns fabricantes para ter o Globoplay nativo nos sistemas operacionais dos televisores e, em alguns casos, acesso direto pelo controle remoto. Nesses modelos, a experiência é simplesmente fantástica!”, acrescentou Barros.

## A opinião dos acadêmicos

Nestes 70 anos a noção de telespectador mudou e não foi pouco. Mudou desde a forma de distribuição até o formato dos aparelhos receptores. Assim, frente a estas mudanças estruturais na cadeia de produção de conteúdos, desde a produção até a distribuição, uma coisa parece ficar clara, a forma de assistir também mudou. E, como ela, como o espectador se posiciona, já que em muitos casos deixa de ser um (tel)espectador e se converte em um consumidor de conteúdos audiovisuais em diferentes suportes e plataformas, já que na atualidade ele observa, enxerga e consome audiovisual de forma individual e personalizada.

Em um mercado com produtos híbridos e onde por vezes o *Broadcast* se confunde com o *Broadband*, o diretor da TV Unesp, o professor Francisco Machado Filho, afirma que este é um caminho, mas não necessariamente o caminho natural da TV com as mudanças de consumo de conteúdo. “Os players que estão surgindo estão ligados aos estúdios de cinema e não às emissoras. O problema é que nos Estados Unidos as emissoras de TV fazem parte de grandes conglomerados de comunicação, e aqui no Brasil, não. Em um país do tamanho do Brasil fica complicado para emissoras de TV abrirem mais essa frente de investimento. Talvez a Globo, o SBT e a Record TV ofereçam este serviço, mas dizer que é um caminho natural para a TV, não, pelo menos no Brasil”.



Almir Almas (Obted/USP)

Pela sua parte, para o também coordenador do Observatório Brasileiro de Televisão Digital e Convergência Tecnológica (Obted), Almir Almas, com a nova forma de distribuição de conteúdos a “Globo quer criar com este pacote a criação de uma espécie de TV híbrida. Na verdade ela está fazendo mais que isso, e vai criar um precedente onde mistura telecomunicação com radiodifusão”. Para Almas, membro do Conselho Deliberativo da SET, esta nova forma de empacotamento “vai funcionar para a Globo nos grandes centros, mas nas cidades do interior, onde não tem penetração da internet, ela vai que ter de continuar ao seu serviço de radiodifusão”, para assim chegar aos telespectadores. O que Machado Filho reafirma: “a radiodifusão não será substituída. Algumas emissoras podem deixar de trabalhar, mas não a plataforma. Não há como atingir 96,9% dos domicílios no Brasil se não pelo sistema aberto de televisão”.

Finalmente, o diretor da TV Unesp acredita que a TV aberta continua sendo fundamental no Brasil, mas que o modelo de negócio está mudando, tanto que para o professor, a TV por assinatura passa por um momento de reconversão, o que pode fazer que a TV paga “deixe de utilizar o empacotamento atual e se reorganize se concentrando em nichos cada vez mais personalizados, talvez até canais de bairros, aproveitando-se da estrutura que existe atualmente”.



Francisco Machado Filho (TV Unesp)