

A hora e a vez da produção remota

Modelo audiovisual baseado em streaming avança nas plataformas digitais e ganha espaço na programação broadcast ao vivo

Por Fábio Eitelberg*



Quem imaginaria, num longínquo ano de 2009, que seria possível abrir mão de grandes estruturas de produção e radiofrequência para a transmissão de um jogo de futebol ou um concerto de música? Quem preveria com segurança que emissoras de televisão dividiriam tão rapidamente o bolo de receitas publicitárias com jovens empresas de mídias digitais ou que eleições majoritárias, que definem os maiores líderes do planeta, seriam decididas pela comunicação viral das redes sociais? Ou mesmo que uma pandemia sem precedentes causasse milhões de mortes e um risco de contágio por simplesmente estarmos juntos num mesmo espaço?

Tão longe, tão perto. Em 2009, dois fatos marcaram os profissionais que trabalhavam em televisão. A posse de Barack Obama e o funeral de Michael Jackson, além da comoção e significados político e cultural, foram acontecimentos transmitidos pela primeira vez com uma tecnologia que viria a dominar o mercado: os weblinks ou mochilinks de transmissão via IP. Por ser baseada na soma da capacidade de múltiplos modems 3G (ainda não existia a quarta geração mobile), a invenção foi batizada pela engenharia de TV de *cellular bonding*. De maneira inédita, a viagem de um presidente americano eleito no *A Train*, tradicional percurso de vitória desde Abraham Lincoln, foi transmitida ao vivo, em movimento, para o

Transmissão da Super Liga de Vôlei para Sportv com produção remota utilizando tecnologias LiveU
Foto: Autor



telespectador norte-americano. Já o enterro do caçula dos Jackson Five e, talvez, o maior artista pop do mundo chegou na tela da Globo, no Brasil, por meio de um LiveU LU30, equipamento que inaugurou o gênero.

A partir daí, já não seria tão difícil de presumir que a adoção do recurso seria generalizada e que os weblinks cresceriam em progressão geométrica. Redes e emissoras de televisão passaram a testar e utilizar a ferramenta, inicialmente no jornalismo diário - quando a cobertura das redes 3G e 4G se estabeleciam - e depois para qualquer tipo de conteúdo. Afinal, se tratava de uma solução portátil que poderia ser carregada nas costas por um cinegrafista ou produtor, independente de cabos, posicionamento de antenas e livre do exorbitante custo de segmento espacial satelital. Além disso, o uso de sim cards de diferentes operadoras e a inteligência de priorizar chips com melhor cobertura local facilitaram a aceitação e reduziram a desconfiança em performance.

Em pouco mais de uma década, as mochilas azuis se espalharam nas redes de TV mais importantes do Brasil, operadas por equipes de emissoras próprias e afiliadas, levando o telespectador literalmente para dentro da notícia. O fator mobilidade encantou também grandes portais de notícias e rádios, que passaram a considerar o vídeo uma ferramenta importante, senão essencial, para competir por uma audiência cada vez mais mobile e consumidora de mídia. Há exatos dez anos, a TV Globo ganhava um prêmio importante, o Emmy Internacional (considerado o Oscar da televisão), por sua cobertura ao vivo da invasão do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, uma operação das forças de segurança do Estado. Grande aliado dos correspondentes e mesmo do Exército, os weblinks mostraram perseguições da polícia nas vielas da comunidade.

Consolidada a tecnologia e rompida a barreira da imobilidade, os desdobramentos do recurso causariam outras tantas mudanças, sempre

beneficiando o orçamento gradualmente escasso para investimento em estrutura e produção. Se hoje a internet nos permite editar filmes publicitários, de ficção e documentários online, por que não aconteceria o mesmo, de maneira robusta, com os conteúdos ao vivo?

A produção remota não significa mais um ataque do *streaming* ao modo tradicional de produzir vídeo, mas que ele, uma vez desenvolvido e utilizado, dominou um espaço considerável nos processos de vaivém das mídias, seja para a distribuição do produto ao consumidor final, seja na concepção do conteúdo. É como se o mundo IP permitisse que um cozinheiro de São Paulo adicionasse sal a gosto e muitos outros temperos a um prato preparado em Buenos Aires e servido em Nova York; ou Cidade do México; ou Londres; ou Mumbai.

O relatório State of Live 2020, produzido pela LiveU, maior fabricante do setor de weblinks, mostra o tamanho da brincadeira: somente em 2020, o ano agudo da pandemia de Covid-19, houve um crescimento de 100% na distribuição de vídeo via IP. Coberturas ao vivo como as Eleições norte-americanas, por exemplo, foram captadas, transmitidas e distribuídas para parceiros e estações locais por meio de simples servidores de recepção, usando internet dedicada e um software proprietário de gerenciamento. O interessante é que o documento traz dados da experiência real do cliente, ou seja, são informações baseadas no uso de mais de 3 mil clientes ao redor do globo. Neste ano de duro confinamento, 30 mil

feeds de vídeo ao vivo por mês foram distribuídos local, nacional e internacionalmente, permitindo que a produção remota gerasse conteúdos originais e ricos em ângulos e detalhes.

No caso do esporte ao vivo, o modelo é um prato cheio para multiplicar e democratizar o acesso do público, principalmente às modalidades olímpicas com menor interesse comercial, até então órfãs de cobertura de qualquer tipo. Mas transmitir por IP e produzir remotamente significam uma mudança de paradigma enorme no esporte: além de eventos de longo tempo de exibição, partidas de futebol, basquete ou vôlei carregam patrocínios e consequentemente entregas publicitárias relevantes, sem possibilidade de falhas. O porto seguro de qualquer engenheiro de TV, por consequência, sempre foi o conforto e sofisticação de produção das unidades móveis e a estabilidade dos enlaces das SNGs, estruturas que requerem tempo, logística, muita gente e mobilização de recursos relevantes para cobrir cada evento. Mas não é que a produção remota de conteúdos esportivos, ora empregada de maneira bem-sucedida em plataformas OTT e redes sociais, finalmente chegou ao mundo broadcast?

Em 2018 e 2019, campeonatos regionais de futebol como o Paulistão Sub-20, Paulistão Feminino e Copa do Nordeste foram transmitidos com desenvoltura por players relevantes como Globoesporte.com, LiveFC e Facebook. Além de estarem fora da TV tradicional, as produções tinham outra coisa em

comum: o corte e a pós-produção do conteúdo ao vivo, como a inserção de grafismo, narração e comentários, não eram feitas no local do jogo. Partidas captadas por três (3) cinegrafistas em Aracaju/SE, Teresina/PI ou São José do Rio Preto/SP, por exemplo, eram cortadas em São Paulo/SP, onde se inseria arte gráfica antes de ir ao ar ou mesmo enviadas ao Rio de Janeiro/RJ para narração offtube. O fenômeno foi chegando à TV sem alarde. A Liga de Basquete Feminino, com equipes espalhadas pelo Brasil em cidades como Blumenau/SC, Santo André/SP, Araraquara/SP, São Luís/ e Recife/PE, foi exibida ao vivo pela TV aberta (Rede Gazeta) e fechada (ESPN +) com transmissão 100% via IP. O skate da STU e o futsal da LNF seguiram do mesmo modo no digital da Globo, assim como os estaduais de futebol e o Brasil Open de Tênis. Clubes de futebol passaram a experimentar produções remotas, exibindo partidas de categorias de base e treinos no YouTube, gozando de relevante audiência orgânica. Em janeiro de 2019, por exemplo, o Palmeiras conseguiu 70 mil espectadores simultâneos em uma partida amistosa no centro de treinamento em plena terça-feira à tarde. As repetidas experiências para distribuição digital construíram uma verdadeira curva de aprendizagem, mitigando riscos e aproximando o resultado dos produtos broadcast e broadband em qualidade. Hoje, é possível afirmar que produzir remotamente já não assusta mais. Amparado por redundâncias de weblinks, links dedicados nos ginásios e arenas, comunicação e captação de áudio dobradas, o

modelo chegou à Superliga de vôlei. Curiosamente, no dia em que o prêmio da TV Globo pela cobertura no Complexo do Alemão completava dez anos, a SporTV, emissora do grupo e líder em audiência na TV a cabo, transmitiu uma partida da liga masculina com produção remota: câmeras e microfones em Taubaté, switcher, diretor de corte e todo o resto, no Rio de Janeiro.

Assim como os weblinks vieram para ficar, a produção remota não tem razão para voltar pro banco. Trata-se de mais um gol da tecnologia. Na verdade, um golaço do *streaming*. A redução de custos atrelada à padronização na direção de imagens e controle da entrega publicitária dá às TVs e às plataformas digitais novas possibilidades de formato e workflows. E, para quem detém direitos esportivos, a ampliação significativa da cobertura. Com o advento das redes 5G e de weblinks que codificam mais de um sinal de vídeo simultaneamente – sem falar nos sistemas de produção automatizada com inteligência artificial – é quase claro que o cardápio esportivo será amplo e para gostos diversos. Aos telespectadores e internautas habituados a maratona séries, só resta fazer um convite: venham conhecer, se divertir e compartilhar esses novos conteúdos.



Fábio Eitelberg é jornalista, diretor da 2Live Streaming e sócio-fundador da Ablink. Contato: fabioe@2live.com.br