

## Pavilhão Brasileiro com balanço positivo

*As empresas brasileiras na NAB se mostraram conformes no final da feira.*

*Referiram à reportagem que o nível de contatos foi importante e que a mudança de local trouxe um público diferente. Abinee estima que as empresas possam faturar, nos próximos 12 meses, até 50 milhões de dólares*



Foto: Abinee

No retorno da NAB presencial as empresas brasileiras que apostaram junto da Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica), organizadora em 2022 do Pavilhão, obtiveram bons resultados e a aposta foi ganha,

como disse à reportagem, Rodrigo Araújo, diretor comercial da EiTV, que teve reuniões diversas com potenciais clientes de diferentes origens. “O diferencial em 2022 foi a vinda à procura de soluções de clientes norte-americanos, uma

coisa que antes não tinha acontecido. Como abrimos recentemente uma filial da nossa empresa nos Estados Unidos, isso pode ajudar muito no relacionamento com os clientes americanos, que procuram suporte local”.

Diagnóstico similar ao de Juliano Milanez, gerente de desenvolvimento da SNews, que disse à Revista da SET que a feira foi muito frutífera. “Tivemos entrevistas de negócios com pessoas de diversos países. O mais impactante foi um projeto que se gestou aqui e acreditamos que será implementado na Nigéria”. A empresa apresentou os seus desenvolvimentos com destaque para o ANEWS ARION, “uma solução que garante a produtividade da notícia até a exibição final já que integra o fluxo completo de jornalismo, com a equipe, entre praças e softwares. A solução atende e rege esses cenários como uma orquestra com apuração integral, agenda global e pauta estruturada”

A iniciativa marcou a consolidação da participação da área de radiodifusão como vertical do projeto coordenado pela Abinee em parceria com a ApexBrasil, afirmou a entidade, que O objetivo com a participação na feira foi a reaproximação com os compradores internacionais, *benchmarking* e *matchmakings* promovidos durante as rodadas de negócios que aconteceram nos próprios estandes das empresas, no pavilhão Brasil.

De fato, Monique Sanchez Morata, gerente de Relações Internacionais do projeto Electronic Brasil, disse à reportagem que “a expectativa de negócios é da ordem de USD 50 milhões para os próximos 12 meses”, que foi gerada a partir de “mais de 150 reuniões realizadas com potenciais compradores”.

Monique disse ainda, que tudo isso, foi produto da intensificação dos esforços da Abinee “para termos uma agenda de reuniões consistentes, com foco no resultado das exportações das empresas brasileiras de radiodifusão. Acreditamos que com a retomada da feira presencial, foi possível demonstrarmos o dinamismo do mercado brasileiro em atender as necessidades dos clientes internacionais neste setor”.

Entre as demonstrações no Pavilhão, a Showcase demonstrou a sua solução para a implementação do MPEG-H áudio no canal Amazon SAT da Rede Amazônica (leia mais na reportagem sobre o SET’30). “Em parceria com o Instituto Fraunhofer, a empresa atualizou o Remultiplexador Inteligente IFN 100, para integrar o novo sistema de áudio imersivo e personalizável”, explicou Marco Antônio Melo, diretor da ShowCase.

Melo disse que com a integração hoje é possível levar som tridimensional a mais de 60 municípios da Região Norte que recebem o sinal digital do Amazon Sat, incluindo Rio Branco (AC), Manaus (AM), Macapá (AP) e Boa Vista (RR).

Segundo Melo, para gerar um conteúdo 100% original, o Amazon Sat desenvolveu um setup para gravar e editar o áudio imersivo em qualquer situação. O material captado é editado em um estúdio de 7.1.4 canais. Os canais de áudio imersivo são então exportados pelo software MPEG-H *Authoring Tool* para o sistema de exibição da emissora. “Graças ao Remultiplexador Inteligente ShowCase IFN 100, estes canais são mapeados e identificados, para serem transmitidos com o sinal principal até a casa do telespectador”.



Esquerda, Antônio Melo e Erica Jacob da ShowCase que demonstraram a solução de áudio MPEG-H no Amazon SAT/ Direita perfil do pavilhão Brasil / Fotos: Fernando Moura

# As empresas do Pavilhão Brasil 2022 em imagens

Fotos: Fernando Moura



Dubsol (esq) e a Altus fizeram a sua estreia no Pavilhão Brasil



A VoicInteraction participou com dois estandes na NAB 2022, no Pavilhão Brasileiro e no West Hall. No Pavilhão Alberto Issi e Hailton Lopes destacaram as soluções de closed caption, transcrição e compliance e monitoramento



A PLaYlist apresentou em Las Vegas a sua ferramenta, External button que dentro da sua plataforma Aires Studio permite que o usuário possa fazer até dois monitoramentos externos independentes



Rodrigo Araújo, diretor da EITV e Maurício Kakassu, Gerente do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital, que também participou do Pavilhão Brasileiro



Equipe da SNews fez um balanço positivo da NAB 2022