

Evento em Amsterdã reúne a indústria de mídia europeia e do mundo

Os quatro dias da edição 2022 do IBC, que se realizou na capital dos Países Baixos, em setembro último, mostrou a força da indústria audiovisual europeia, africana e de parte da Ásia, com pavilhões cheios, muito público nas sessões do congresso e novidades em diversas áreas.

Por Fernando Moura, em Amsterdã



Se bem havia certo ceticismo sobre a afluência de público, o IBC, *Internacional Broadcasters Center*, recebeu de 9 a 12 de setembro, no RAI Amsterdam, na capital dos Países Baixos, 37.071 visitantes de 170 países, que visitaram os mais de 1.000 expositores que realizaram lançamentos de tecnologia para a indústria de mídia e entretenimento. O Congresso contou com mais de 250 palestrantes de alto nível. A **Revista da SET** esteve presente e realizou uma cobertura inédita com entrevistas e *Lives* realizadas em direto dos pavilhões do espaço que foram transmitidas pelas redes sociais da entidade (**Facebook** e **Youtube**) e levaram ao público as principais novidades do IBC 2022 com destaque para a participação brasileira na capital dos Países Baixos.

Michael Crimp, CEO do IBC, disse na coletiva de imprensa de encerramento do evento que “foi ótimo ver, sentir e ouvir o zumbido de um IBC ao vivo mais uma vez. A qualidade dos visitantes tem sido excelente e houve uma verdadeira sensação de positividade. Nós somos mais fortes juntos”.

Jeff Rosica, CEO da AVID, disse que “IBC para mim e a minha empresa sempre foi muito importante. Este show reúne, como nenhum outro, visitantes

da indústria *broadcast* e *broadband*. É apenas um lugar muito importante para a nossa indústria se reunir para interagir e mostrar novos produtos e tecnologias. Também é um momento muito importante para ouvir”. Pela sua parte, Olivier Bovis, Head of Media Solutions Europe da Sony, disse que “foi fantástico estar de volta a Amsterdã, porque foi uma oportunidade de se reconectar com os clientes”. Katrina King, líder de estratégia mundial/produção de conteúdo da AWS, comentou que observou “uma grande quantidade de inovações no show, o que foi incrível”. Entretanto, Andrew Cross, CEO da Grass Valley, foi além e explicou que, “o IBC é onde todos os fornecedores que tornam a TV possível se encontram. E assim, de muitas maneiras, o IBC é muito mais importante do que apenas a reunião de um grupo de fornecedores”, porque eles são os que viabilizam a indústria.

O **IBC Conference** se focou no futuro da mídia, com a pergunta: “O que vem a seguir? Como podemos projetar o futuro juntos?”, e realizou uma prova de conceito com o **IBC Accelerator Media Innovation Programme**, levando aos pavilhões demonstrações no Palco Inovação, e apresentações de alta qualidade, com Keynotes, masterclasses, demonstrações e estudos de caso. No **Showcase**



O IBC 2022 recebeu em Amsterdã mais de 37mil visitantes vindos de 170 países / Foto: Fernando Moura

Theatre, as principais marcas de tecnologia demonstraram as suas tecnologias e os grandes grupos de mídia se debruçaram sobre os seus desenvolvimentos, como foi o caso da Globo. Lá, no centro do pavilhão, Raymundo Barros Raymundo Barros, CTO da Globo e Conselheiro da SET, participou do painel **“MediaTech leaders panel: Bold transformation moves”**, junto com Andrew Walker, Global Communications & Media Lead da Accenture; Dana Filip-Crandal, EVP and Chief Operating Officer – Sky Germany; Tim Fell, Vice President, Future Friendly Technology Services – TELUS; e Just Hut, Director, Media Experience Lead – KPN, onde debateram as transformações da tecnologia de mídia. Na conferência a Globo, Sky, TELUS e KPN explicaram como desenvolveram novas formas de trabalho, diferenciaram as suas ofertas e continuaram a serem relevantes atendendo às necessidades de um mercado em constante evolução.



Raymundo Barros, CTO da Globo e Conselheiro da SET, no painel “MediaTech leaders panel: Bold transformation moves” do IBC 2022 / Foto: Fernando Moura

Barros explicou quais foram os principais pontos que a empresa teve de mudar na sua estrutura organizacional para se tornar uma MediaTech. O CTO da Globo disse que no Brasil, diferentemente do que acontece nos mercados dos Estados Unidos e alguns da Europa, “não existe a cultura e o hábito de utilizar set-top-box. A penetração da TV paga no Brasil não fez com que ele se tornasse algo comum na casa dos brasileiros, que são mais de 70 milhões de domicílios com televisão no Brasil. Portanto a digitalização dos

domicílios e da experiência de consumo de mídia tem acontecido principalmente em dois ambientes, o móvel o que nos deixa basicamente atrelados a duas plataformas que são o Android e o iOS, o que é bastante simples de gerenciar, mas por outro lado, dentro da casa o grande consumo, a maior parte do consumo acontece na TV Conectada e ela é um dispositivo extremamente fragmentado porque tem diversos sistemas operacionais que são independentes. Então são muitos sistemas operacionais, e sobre eles tem diversas versões que falam do ano de fabricação do modelo de aparelho. Cada fabricante pela sua vez tem na sua plataforma um modelo de entrada, um médio e um *high-end*, com versões diferentes de *firmware* o que infelizmente não representa um único Globoplay rodando em todos esses dispositivos, o que faz que tenhamos de fazer ajustes para tornar o Globoplay o mais performático possível para aquele dispositivo”.

Para Barros existem formas mais simples de ter uma solução de mídia que ofereça uma performance aceitável, “mas se nós fizermos isso, não seremos competitivos e não teremos condições de disputar a liderança. A única forma do Globoplay ser realmente líder é performar da melhor forma possível em cada um dos dispositivos conectados a internet, o que representa uma imensa fragmentação e como mencionei no painel, em alguns momentos pode chegar até duas mil versões do Globoplay sendo gerenciadas simultaneamente”.

O diretor da IBC, Steve Connolly, disse que “a empolgação do setor para retornar à IBC tinha sido tremenda. Tivemos muitos negócios. No segundo dia do evento, remarcação de estandes para o show do próximo ano já tinha tanta demanda que expandimos a área de exposição do IBC2023 para incluir um salão não usado este ano”. A edição 2023 do IBC está



Foto: Fernando Moura

marcada para ser realizada de 15 a 18 de setembro.

Pela sua parte, John Honeycutt, Chair do IBC Council, disse à reportagem no final da reunião do conselho do IBC, da qual participou Carlos Fini, Presidente da SET e disse que a presença brasileira no evento é muito importante, tanto como a parceria com a SET. Ele deixou uma mensagem para os associados da SET. Assista clicando no código QR

John Honeycutt, Chairman do IBC, e Carlos Fini, Presidente da SET



Novidades

Entre as muitas novidades apresentadas pelas mais de 1000 empresas expositoras, a Sony apresentou a sua visão quanto ao design do futuro do setor de mídia que gira em torno a três pilares: Creators' Cloud, Networked Live e Connected Content Acquisition. Para isso, a companhia apresentou um ecossistema de ferramentas, serviços e pontos de integração na nuvem "baseado na segurança, na centralidade do usuário e na capacidade de ampliação como foco definatório da tecnologia de produção. Creators' Cloud é a plataforma de produção na nuvem de próxima geração para a aquisição, a criação, o intercâmbio e a distribuição de conteúdo, de qualquer rede a qualquer dispositivo".

O Networked Live que "facilita a produção remota e distribuída desde qualquer lugar", utiliza "o novo sistema de produção automática por Inteligência Artificial, A2 Production, uma ampliação de sua atual oferta do Media Analytics Portal: ao reunir e integrar diferentes funções de inteligência artificial da Sony e de outras empresas, podem-se agilizar os fluxos de trabalho de produção para a edição, o gerenciamento e a distribuição de arquivos", explicou Felipe Siqueira à reportagem. E o Connected Content Acquisition que permite a captura de qualquer parte.

A Grass Valley apresentou novidades no seu *workflow* de produtos, entre elas, a nova câmera LDX 135, Global Shutter com Xenios Imager com captação UHD com HDR. A LDX 135 não inclui a possibilidade de 3X de alta velocidade (*high-speed*), que é possível com a versão LDX 150. A alta sensibilidade (F11@2000 lux vs F9@2000 lux) da câmera com seus três novos geradores de imagens Xenios "permitem ampliar a faixa dinâmica no modo HDR, ter uma



Sony destaca gravação em 8K com câmera Venice 2 do Carnaval 2022. Veja entrevista com Luiz Padilha (Sony) / Foto: Fernando Moura

relação sinal-ruído aprimorada reduzindo o ganho para imagens mais limpas; maior profundidade de campo, permitindo aberturas de lente menores para um foco mais fácil e melhor e JPEG XS de alta qualidade", explicou Rodrick Smith, Vice-Presidente de Vendas da Grass Valley. Ainda foram apresentadas atualizações do switcher Kula, o novo Kaleido-IP Multiviewer e os modelos de roteador Sirius.



Rodrick Smith (Grass Valley) e Nahuel Villegas (SDVI)/Foto: Fernando Moura

A ARRI apresentou a nova óptica elipsoidal do Orbiter que produz uma luz nítida, e chega ao mercado com um Elipsoidal de 25° e 35° o que garante uma “distribuição uniforme de luz e cor excepcionais por todo o campo de luz sem aberração cromática na borda”, afirmou à reportagem, Sybelle Urban diretora da Eurobras, distribuidor oficial da ARRI no Brasil.



Estúdio da ARRI no IBC 2022

Sybelle disse, ainda, que a nova óptica combinada com o mecanismo de luz ARRI Spectra, um sistema óptico de alta tecnologia, fornece um profile de LED de última geração. “A óptica Elipsoidal do Orbiter, entrega uma precisão incomparável em todos os detalhes, permitindo uma projeção nítida de um ponto de luz, bem como projeção gobo e cortes precisos do obturador. O campo de luz é uniforme e sem aberração cromática. A projeção não tem ponto quente visível ou queda de foco”.

A LiveU demonstrou, no IBC 2022, o seu novo conceito de fluxo de produção em nuvem de ponta a ponta, baseado na solução EasyLive. José Luis Reyes, VP para Latam da empresa, afirmou à Revista da SET que a solução permite experiências ao vivo inovadoras e interativas já que se trata de

uma solução completa para produção em nuvem ao vivo, orquestração, ingest e distribuição, que apode atender as necessidades de diferente tipos de clientes.



Gustavo Franken (UCAN), Frederico Rehme (Univ Positivo/SET) e Jose Luis Reyes (LiveU) no estande da LiveU no IBC. Reyes explicou o funcionamento do workflow apresentado. Clique no código QR e assista.



Sidnei Brito, diretor comercial da SDB Multimídia (revendedora da Harmonic no Brasil) e Elisio Silva Junior, Sales Director Brazil da Harmonic, que falou à reportagem sobre o processo de migração para a nuvem, e as principais novidades da empresa no IBC2022. Clique no código QR e confira/Foto: Fernando Moura

Integradoras brasileiras no IBC

A Foccus Digital anunciou no IBC a consolidação da parceria com a Grass Valley, que visa à linha de produtos da empresa, mas foca na linha de câmeras LDX e a nova LDX 135 – UHD como default. O diretor da Foccus Digital César Donato, disse à reportagem que aquisição do equipamento pode ser vantajosa para os clientes, “pois apresenta o padrão de qualidade Grass Valley, combinado a preço de compra competitivo. Além disso, a empresa também traz ao IBC a Kula IP com GV Kombinem, nova e poderosa plataforma de produção remota. Estamos aqui para fortalecer nossa parceria, não somente comercial, mas extensiva ao nosso time de engenheiros para que eles possam conhecer em profundidade os produtos Grass Valley e, assim, prestar o melhor

suporte aos nossos clientes”.



César Donato e Rodrigo Amaro de Foccus Digital. Assista a entrevista com Donato clicando no código QR / Foto: Fernando Moura

Outra integradora presente no IBC 2022 foi a Videodata, que deslocou a capital dos Países Baixos a Marcelo Blum, Gerente de Arquitetura e Tecnologia da VideoData, e Henry Bartz, Gerente de Projetos da Videodata. Blum explicou à reportagem os lançamentos de Pebble e as mudanças da indústria audiovisual, enquanto Bartz compartilhou a sua visão sobre a sua mudança profissional e como se enxerga como fornecedor de serviços e quais as perspectivas do mercado.

Outra integradora presente foi a LineUp. Nilson Fujisawa, CEO da LineUp e CTO na LiveSport Brasil, explicou os projetos da empresa em Angola e os desenvolvimentos da LiveSport. O executivo falou da internacionalização da empresa e como os projetos em África podem ser importantes para o desenvolvimento futuro da empresa.



Assista as entrevista de Marcelo Blum e Henry Bartz de Videodata clicando no código QR / Foto: Fernando Moura



Jose Carlos de Moraes e Arthur Braghetto da Opic Telecom. Clique no código QR e assista a entrevista com Moraes, onde explica quais foram os lançamentos do IBC2022 que chamaram a sua atenção e quais os objetivos da integradora em Amsterdã. / Foto: Fernando Moura



Assista a entrevista com Nilson Fujisawa clicando no código QR. / Foto: Fernando Moura