



Foto: Fernando Moura

## SET:30 com casa cheia e sinalização para a nova TV 3.0

*A sala da SET onde se realiza o SET:30 foi um dos principais palcos de atenção da delegação Brasileira na NAB 2024, mas não só, também dos países e empresas que ainda disputam espaço no novo padrão de TV que começara a ser implementado de forma voluntária em 2025 no país. Na sala, além das tradicionais palestras, houve reunião da delegação com o Ministro das Comunicações e conversações bilaterais entre os governos do Brasil e Japão, entre outros. Tudo com foco na TV 3.0 e as suas inovações tecnológicas.*

Por Fernando Moura, em Las Vegas

As salas N107 e N108 do Pavilhão Central do *Las Vegas Convention Center* foram ocupadas durante os quatro (4) dias da NAB 2024 e as três manhãs do SET:30 por profissionais brasileiros e do resto do mundo, o que, uma vez mais, mostrou a importância da SET no evento e porque os debates realizados nas manhãs podem se estender durante o dia.

Na edição de número 31 do **SET:30** a TV 3.0 ganhou força e deixou mais certezas sobre o futuro da

radiodifusão brasileira. Na abertura, na manhã de 14 de abril, o Ministro das Comunicações, Juscelino Filho, disse aos quase duzentos participantes do evento – sala cheia e ingressos esgotados com anterioridade – que o governo brasileiro está empenhado no desenvolvimento da radiodifusão brasileira e que está fazendo esforços, junto ao Fórum SBTVD e entidades como a SET, para que a partir de 2025 as emissoras possam começar de forma voluntária a migração para o novo modelo de TV.



Assista a entrevista completa com o Ministro Juscelino Filho.

Juscelino Filho afirmou que o MCom trabalha na procura de financiamento para a migração e que, para o Governo brasileiro, este é um tema prioritário. “Neste momento estamos criando os alicerces para o futuro, com previsão de implantação voluntária a partir de 2025”. Este, desde a sua óptica, será “um passo significativo para a TV e para a população brasileira”.

Para o Ministro, a unidade do setor é fundamental, por isso, disse contar com a contribuição de todos trabalhando para manter este setor forte, ativo para continuar “levando uma comunicação de credibilidade para a sociedade, pois vivemos em um ambiente que está muito contaminado pela desinformação e **fakenews**, e a TV ajuda as pessoas a se informar de forma correta”.

Em entrevista exclusiva à Revista da SET, Juscelino Filho disse que “a TV 3.0 é uma TV democrática, gratuita e para todos, por isso não precisa da internet para ter a TV 3.0 na residência, a internet quando esteja disponível vai permitir que o telespectador tenha mais funcionalidades baseadas em mais aplicações na TV aberta”. E ratificou que a **migração será “voluntária”** e que demandará de “um processo longo que vai precisar de muito investimento, por isso estamos apoiando o setor para tentar conseguir financiamento para que a implantação se realize o mais rápido possível”.

**“A TV 3.0 é uma TV democrática,  
gratuita e para todos”**

Juscelino Filho

No primeiro dia, domingo 14/4, A manhã começou com a palestra **“Tecnologia para conectividade e transmissão”**, onde Marcelo Amoedo, Diretor de Vendas Sênior – Intelsat Serviços de Broadcast do Brasil, e Marcos Jesus dos Santos, Engenheiro Sênior de Soluções da SES explicaram as principais novidades do setor. A moderação foi de Caio Klein, Diretor Geral da TVE RS/SET.



Carlos Fini presidente da SET, disse na abertura do SET:30 que o evento é uma vitrine para o futuro e as tendências do mercado de mídia e entretenimento/ Foto: Fernando Moura

Na palestra, ambos executivos concordaram que as empresas de satélites passam por um momento de transformação e que o caminho as leva a serem provedoras de serviços para os seus clientes. Dos Santos disse que “a SES está pensando na reposição de alguns satélites e terá o primeiro satélite só definido por software. O Astra 1P, com 500 sinais HD na Europa, chega com mais potência (80 Transponders), um satélite que vai substituir os quatro que ocupam hoje a posição”. O segundo é o Astra 1Q, que será totalmente definido por software com maior qualidade de vídeo, “permitindo uma estrutura **future-proofed** com software definido e adaptável”

Para o executivo, esta é uma mudança tecnológica importante porque inclui o uso da tecnologia DTP (*Digital Transparent Processor*), que utiliza algoritmos digitais para realizar diversas funções, como modulação e demodulação de sinais, roteamento de dados, correção de erros e gerenciamento de largura de banda, “permitindo qualquer combinação de entrada e saída, mudando até a cobertura por software”. Outro tema foi à migração para MPEG-TS para IP-based com “um padrão que cobre toda a mudança do **broadcast** tradicional para um ambiente exclusivamente IP com a possibilidade de transição sustentada com o



Esq: Marcelo Amoedo da Intelsat. Dir: Marcos Jesus dos Santos da SES / Fotos: Fernando Moura

envolvimento de terminais e **gates** que criará uma experiência mais transparente e de maior qualidade para o cliente, adaptando-se e tornando-se mais acessível e flexível”.

Amoedo disse no **SET:30** que o mercado de mídia é evoluído no Brasil e por isso a empresa aposta em um ecossistema dinâmico de TV e mídia, e entende que hoje há “operadores com grandes agregadores de tecnologia” nos quais a internet de alta velocidade vai continuar a estimular o crescimento de SVoD e **streaming** linear”. E que a empresa “lançou uma parceria com a AWS que permite manipular conteúdos da nuvem”. Por outro lado, destacou o lançamento do IntelsatOne IP, que permite transporte de vídeo. “E lançaremos o Pop do Rio de Janeiro até o final do ano, com gerenciamento seguro ao roteamento, o que dará visibilidade de rede e alcance global, transmitindo por várias rotas”.

A manhã se encerrou com Raymundo Barros, Conselheiro da SET e Diretor de Estratégia & Tecnologia – Globo, contando com a presença de Kerry Oslund, VP Strategy & Business Development da Scripps; Aditi Pandey, Head of Vendor Management & Partnership da NRK, e Judy Parnall, Head of Standards & Industry da BBC, para o debate “**Futuro, tendência e mercado no olhar do broadcaster**”.

O painel teve início com menções sobre a indústria e como “a experiência é importante, e como fazer com que o produtor esteja perto do público consumidor”, disse Aditi Pandey. Ela acrescentou que “as novidades tecnológicas estão diretamente ligadas às populações e em como elas estão sendo desenvolvidas”. Para a executiva da BBC, Judy Parnall, “a TV aberta continua sendo importante e relevante”, a questão passa

em como se faz a difusão e, por outro lado, como “monetizamos para assim produzir conteúdos de qualidade e que sejam relevantes”.

Pela sua parte, Oslund disse que “o padrão é importante e na transição o espectro será crucial” para manter a relevância, “o que é difícil, mas dele depende a sobrevivência do ecossistema”. Com respeito ao Brasil, disse que é preciso adaptar o padrão e o espectro para poder suportar a transição de padrão. Falando do Reino Unido, Judy disse que a BBC “combina sistemas” e os oferece aos consumidores.

Na conversa ficou claro que a experiência do consumidor é fundamental nas transições de padrão como as que o Brasil vai começar a transitar no próximo ano, e que o espectro é decisório nesse contexto. Mas, como disse Pandey, “as populações e as suas características são fundamentais para a definição de padrões tecnológicos”.



Kerry Oslund (Scripps), Judy Parnall (BBC), Raymundo Barros (Globo/SET) e Aditi Pandey (NRK) / Foto: Fernando Moura

## Inteligência artificial na produção

A manhã da segunda-feira (15/4) começou com uma interessante apresentação de Kohei Kambara, **Chief of Advanced Transmission Systems Research Division** da NHK STRL, que na palestra “**AI image**

**analysis in era of short-time viewing**” - Análise de imagens de IA na Era da Visualização em curto espaço de tempo, explicou que se bem a utilização da Inteligência Artificial (IA) é essencial, a produção

desses vídeos e sites requer especialização de alto nível e trabalhos de longa duração, com muito trabalho humano. Segundo ele, o trabalho foi necessário para desenvolver uma ferramenta que permita adaptar os conteúdos às novas tecnologias de análise de imagens de IA e aos sistemas práticos que as utilizam, como a geração automática de vídeos.



Kohei Kambara (NHK) explicou como extrair conteúdos e criar novos vídeos com IA / Foto: Fernando Moura

Kambara explicou como automatizar a produção de **Shorts**, com aplicação de **auto-summaritazion** que gera vídeo automatizado, e mostrou como o sistema faz **delivery** direto, e a única coisa que tem de ser feita é escolher o conteúdo e a sequência de importância e ordem, depois explicou que, com a base de imagens a solução realiza o trabalho de criação do conteúdo. Outra das funcionalidades demonstradas foi a de criar um vídeo de 2,50 minutos de um documentário de 30 minutos.

Continuando com a Inteligência Artificial (IA), o segundo painel que foi moderado por André Dias Arnaut, Especialista de Produção Virtual e Motion Graphics da Legado Tecnologia e coordenador do GT de Produção Virtual da SET, analisou **"Inteligência artificial aplicada na produção de conteúdo"**, e teve a participação de Marlon Campos, Specialist SA M&E – Content Production da Amazon Web Services, e Kyle Maddock, SVP de Marketing e Business Development da AppTek.

Marlon Campos da AWS disse que é preciso entender as contradições, os mitos e os medos da utilização da inteligência artificial, afirmando que "a indústria precisa entender as diferenças". Avançou

para como gerar imagem, com IA usando por exemplo localização de voz que também faz a tradução com inteligência artificial.



André Dias Arnaut (Legado Tecnologia/SET), Kyle Maddock (AppTek) e Marlon Campos (AWS) / Foto: Fernando Moura

Ele falou ainda sobre como utilizar a AWS Generative AI Stack com diferentes aplicações que precisam de ferramentas de negócios para avançar, e explicou que há diversas formas e soluções, e disse que o cliente deve pensar na segurança do serviço e como o conteúdo é produzido. "São soluções seguras, encriptadas e com soluções que permitem a produção de conteúdo de forma segura".

Kyle Maddock, da AppTek, falou de hiperlocalização e, com isso, como gerar conteúdos diferenciados. Segundo o executivo, a parceria da Deluxe com a AppTek gerou um player Premium com IA. Ele defendeu o conceito da hiperlocalização pois ela garante uma experiência nativa localizada, um aumento do engajamento da audiência e garante que o espectador possa ter, por exemplo, dublagem com os termos locais. Ainda, a possibilidade de manter a suspensão do ceticismo.

Ele falou de tradução de fala e dublagem, voz interativa, tradução generativa e dublagem sintética, todos gerenciados por **Data Services toFuel HLY Models**. Segundo ele, o debate de hoje passa pela Hype VS Reality, que é gerada pelas expectativas e formas de desenvolvimento das soluções que tem a ver com os processos de tradução/legendagem/dublagem de conteúdos e a forma como são criados. Para ele, a IA deve ser utilizada como ferramenta e não como um substituto da mão de obra humana.

## Integração de newsroom brasileiro com a Reuters é tema de debate

O painel **"Futuro, tendência e mercado no olhar de CEOs dos produtores de serviços e soluções"**, teve a participação de Rodrigo Brasil, CEO da SNEWS

Newsroom Solutions, e Julieta Nogueira, Head of Sales Latin America da Reuters, e foi moderado por Carlos Fini, presidente da SET.

Durante o painel, em forma de perguntas e respostas, Fini interpelou os palestrantes com diferentes pontos do **workflow** de produção e distribuição de conteúdos, e sobre como a tecnologia apóia o acesso à informação. Julieta Nogueira disse que a Reuters trabalha “buscando a tecnologia para informar o público”, e que nesse contexto “o mantra da Reuters é entregar uma notícia ampla, limpa e totalmente verificável”, que se utilize da tecnologia para “ajudar nesse crescimento”.

Brasiel disse que, no mercado de sistemas para conteúdo, “nós acreditamos no jornalismo colaborativo com **centralcasting** de jornalismo. Para os principais players, houve um decréscimo de **budget**, e, nesse aspecto, o papel do newsroom é muito mais do que um organizador de texto, ele é um centro de **ingest** e distribuição de conteúdos. No newsroom podemos ajustar o software do conteúdo, porque nós conseguimos modelar. Afinal, o fluxo de produção é similar, por isso, trabalhamos na convergência com diversos tipos de público”.

Para Julieta, a tecnologia é uma aliada, “temos uma estrutura de 2500 jornalistas espalhados em 200 cidades, por isso precisamos enviar de forma ágil e segura. Precisamos entregar uma informação próxima, verificada, apurada, o que fará que o jornalismo possa dedicar mais tempo para produções especiais”.



Foto: Fernando Moura

## Produção na Era do Streaming

A manhã do último dia do SET:30, terça-feira (16/4) analisou a “Produção e streaming”. O primeiro foi moderado por Igor Macaúbas, Diretor de Plataformas Digitais da Globo e coordenador do GT de OTT Video Streaming da SET. Participaram Arnault Lannuzel, VP Sales Latin America & South Europe at Broadpeak, e Rodrigo Godoi, Diretor de Vendas / Media & Entertainment, America Latina da Edgio.

No painel “**Produção, distribuição e monetização de conteúdo no streaming**”, Rodrigo Godoi disse que a “utilização da Inteligência Artificial nos tem ajudado a chegar mais perto do conteúdo e assim ter CDNs mais ágeis”, resumindo “análises de dados com IA e o melhoramento da CDN”.

O executivo disse ainda que a Sinclair anunciou ontem um acordo com a Edgio para “usar as CDNs. Em termos de TV 3.0, estamos vendo como usar o **stream** de dados. Hoje nos Estados Unidos a Sinclair cobre 75% do país com um espectro que consiga entregar dados, assim pensamos na possibilidade de entregar com broadcasting pública, em uma cooperação interessante”. E acrescentou que “a informação entregue pelo DataCast pode ajudar com mais controle de CDN”.

Pela sua parte, Lannuzel disse que “estamos na revolução para o IP, um dos desafios é a personalização, já que o público espera uma qualidade personalizada como era a da multitel. Precisamos ter colaboração, com exigência de latência cada vez mais baixa”.

Para o executivo francês, a cooperação é fundamental porque o tráfego está aumentando e tem por vezes picos enormes. “Com a cooperação, podemos ter formas de atenuar e organizar picos de demanda, como, por exemplo, na Itália, uma operadora se juntou com uma empresa para organizar picos e gerenciar a demanda dos jogos de futebol, que chegam a ter cinco (5) milhões de sessões simultâneas”.



Rodrigo Godoi (Edgio), Arnault Lannuzel (Broadpeak) e Igor Macaúbas (Globo/SET) / Foto: Fernando Moura

O **SET:30 2024** encerrou com a palestra “**Futuro, tendência e mercado no olhar de executivos dos produtores de serviços e soluções**”, da qual participaram Peter Riordan, Global Strategy Leader, Broadcast da AWS; Fabio Alencar, VP Vendas Regional Latam da SES, e Pascale Fromont, Vice President, General Manager Media da Intelsat. A moderação foi

de Paulo Henrique Castro, Conselheiro da SET e CEO/ Founder, Mediatech Lab.

Pascale Fromont disse que a empresa já não trabalha apenas no espaço e que, mesmo no ar, o ciclo é dinâmico, tanto que “hoje trabalhamos com satélites definidos por software, com uma nova geração de equipamentos de meia-órbita que trabalham na junção dos setores com tecnologias de ponta, e nos quais a distribuição IP com fibra é complementar para montar um ecossistema de transmissão que permita atender as necessidades dos clientes”.



Mais uma vez o SET:30 foi transmitido em direto por streaming de forma integral. Na foto Fabio Alencar (SES) fala no painel moderado por Paulo Henrique Castro (SET e CEO/Founder, Mediatech Lab) e com a participação de Peter Riordan (AWS) e Pascale Fromont (Intelsat) / Foto: Fernando Moura

Pela sua parte, Fabio Alencar ele disse que “temos multi-órbita” e começamos agora a operação em banda Ka, um satélite para o Brasil com reuso de tecnologias dinâmicas que trabalham com orquestração, o que permite reorganizar e administrar recursos. “O futuro passa pela migração para uma plataforma mais IP, com as suas vantagens tecnológicas.

“Estamos trabalhando em novas oportunidades,

mas o **software defined** nos permite ter mais flexibilidade e agilidade, o que nos oferece ter mais escala”, explicou o executivo. Ele disse ainda que “focamos em qualidade com transmissão simultânea, e o satélite terá de estar integrado e ser transparente para poder ser usado e alocado em lugares diferentes dependendo do momento, com um grande alcance, como é o caso da banda Ku”. Alencar acrescentou que “precisamos ter uma chave de monetização, um modelo de **advertising**, criando as ferramentas que ajudem os nossos clientes a gerar monetização”.

Pela sua parte, Peter Riordan (AWS) disse que as transformações e a adoção da nuvem são muito importantes, já que parte da ideia de como olhamos os canais e os seus públicos. A pergunta é como trabalhamos isso e o que oferecemos no playout. O cloud é importante, mas precisamos entender funcionalidades e como, com elas, considerando os devices, se faz a monetização e a entrega.

O **SET:30** teve a SES como patrocinadora Ouro. A AWS, Broadpeak, Intelsat e YouCast/Edgio. Ainda, a UCAN foi patrocinadora Bronze, e SNews/Reuters e Maxvideo como patrocinadores de conteúdo. Finalmente, contou com o apoio da MGE Broadcast.



HOW



Carlos Baigorri, Presidente Executivo e Presidente do Conselho Diretor da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, disse que a Agência estuda e se debruça sobre a identificação das faixas que possam ser utilizadas pela TV 3.0. E adiantou que apresentaria um estudo sobre a viabilidade de uso da faixa de 300 MHz para alocar nela TV 3.0 no país. “Já identificamos 14 canais, e sabemos que haverá mais canais no futuro”. Assista a entrevista completa escaneando o código QR

## Keynotes internacionais analisam o mercado mundial no SET:30

A edição 2024 do SET:30, como nos últimos anos, trouxe todos os dias para seu público keynotes internacionais que explanaram sobre pontos-chave do setor. O primeiro foi Mark A. Aitken, Presidente da ONE Media/SVP of Advanced Technology, Sinclair Broadcast Group (SBG), que no domingo (14/4) avançou sobre como o ATSC 3.0 abriu o caminho para uma nova Era da Televisão norte-americana.

Aitken disse no “ATSC – Empowering a new era of broadcasting”, que a implantação do ATSC 3.0 nos Estados Unidos, que, como informado anteriormente pela Revista da SET, ultrapassou 75% da população do

país com pelo menos um canal ATSC RF disponível, abriu uma nova fase de atividade. “As oportunidades de monetização estão vindo à tona, com discussões reais sobre contratos para aproveitar as oportunidades

de distribuição de dados (DDaaS – **Data Distribution as a Service**) com o lançamento doméstico da BROADSPAN”. O executivo explicou ainda como se realiza a comercialização do DDaaS, com atributos de rede central desenvolvidos pela Saankhya Labs e elementos OSS/BSS desenvolvidos em conjunto pela JV da SK Telecom CAST.ERA.



Aitken disse que o ATSC 3.0 permitiu mudar de patamar a TV norte-americana, e que as mudanças que se prevê para o Brasil manterão a TV relevante. Em termos de evolução, disse que, no conteúdo, o ATSC permitiu transformar o mercado em **“Broadcast Internet”** na **“All-IP” wireless Standard**, e que o **broadcast** deixa de ser apenas **“high Power/High Tower”**, e começa a avançar para o **Low Power** em **Cellular Traffic** com devices que avançam para aplicações de televisão. E se passa a um retorno híbrido que se disponibiliza por **“over-the-air”** e banda larga.

No segundo dia, segunda-feira (15/4), Sam Matheny, VP Executivo e Diretor de Tecnologia da NAB, disse que após 200 anos de parceria entre os Estados Unidos e o Brasil, **“A Brighter Tomorrow 1824-2024”**, “é importante renovar e ver as oportunidades, as formas e possibilidades de novas parcerias e no seu **keynote** analisou como o futuro do **broadcasting** está ficando mais brilhante à medida que as tecnologias aprimoradas se combinam com todos os novos aplicativos para criar oportunidades interessantes para a indústria dentro do marco da implantação do ATSC 3.0 nos Estados Unidos.

“O mercado com o ATSC tem avançado e hoje já chega a 75% da população. O avanço e o processo têm sido significativo”, tanto que, se bem, nos Estados Unidos a migração é voluntária, as emissoras têm realizado a transição e a mudança regulatória entendendo os benefícios trazidos pela nova tecnologia. “Hoje há mais de 16 milhões de **devices** conectados nos Estados Unidos, e esperamos que em 2028 cheguem a 120 milhões”.

O executivo ainda avançou para a tecnologia **Broadcast Position System** (BPS Works) utilizada pelo ATSC 3.0, e como ocorre com o GPS é possível ter um **GNSS-independent Reference Time** no sinal e, dessa forma, realizar a sincronização de sinais e antenas por



BPS. Hoje, explicou, o BPS pode ser usado em UHF e VHF, e que este sistema pode ser utilizado no Brasil pelas características do sinal para dessa forma gerar um desenvolvimento da cobertura de sinal.

Para fechar os **keynotes**, no terceiro dia de evento, terça-feira (16/4), Lorenzo Zanni, Head of Knowledge, Inform. Connect Support da IABM, falou sobre o **“State of mediatech – Key drivers of change in 2024 and beyond”**. No seu retorno ao SET:30, o executivo apresentou a pesquisa mais recente da IABM que analisou os principais fatores de mudança nas MediaTechs, incluindo uma análise das macro-tendências que influenciam o setor, bem como percepções baseadas em dados sobre os padrões de investimento e modelos de negócios das MediaTechs. Segundo ele, as tendências passam por Inteligência Artificial (IA), **edge computing** e nuvem.

Zanni disse que estamos em um momento de crise de Internet, e que estamos vendo que as companhias de mídia estão trabalhando e se consolidando em termos de streaming, “mesmo frente às dificuldades econômicas do mundo”. Segundo ele, em termos de margens, a indústria mostra uma redução de custos, que mudam a partir de formas de distribuição e como os orçamentos das empresas de mídia já não são o que eram, “havendo uma grande racionalização dos valores”.



Minutos antes do Keynote de Sam Matheny (VP da NAB), a SET homenageou a Dorian Sullivan, VP de Audience Development, e Chris Brown, VP executivo e diretor administrativo da NAB Global Connections and Events. Na homenagem, Olímpio Franco, diretor da SET, disse que como há três décadas, a parceria da SET com a NAB é fundamental para que a SET possa concretizar durante tantos anos o SET:30, e como ambas entidades trabalham juntas pelo avanço da televisão. Carlos Fini, presidente da SET agradeceu a colaboração durante as últimas três décadas junto da NAB por gerar laços e conexões cada vez mais estreitas