



Imagem gerada pelo autor por IA (Midjourney)

TV 3.0: Modernidade líquida e o futuro dos broadcasters

Por Tom Jones Moreira

Modernidade, mudanças de hábitos de consumo, novas tecnologias e big data mudaram o panorama audiovisual nos últimos anos. O autor recorre a Bauman para analisar o futuro da TV 3.0 no Brasil.

Estou lendo “Modernidade Líquida” do sociólogo polonês, Zygmunt Bauman (1925-2017). Na sua visão, a tecnologia desempenha um papel fundamental na transição do que ele chama de “modernidade líquida”. Argumentando que a tecnologia, especialmente, as tecnologias de comunicação e informação têm um impacto profundo na forma como nos relacionamos, nos conectamos e nos identificamos na sociedade contemporânea.

Uma das maneiras pelas quais a tecnologia contribui para a modernidade líquida é através da criação de uma sensação de conexão e proximidade virtual. Por meio da internet, das redes sociais e dos dispositivos móveis, as pessoas podem se conectar instantaneamente umas com as outras, independentemente da distância física. Isso cria uma

sensação de intimidade e proximidade que transcende as fronteiras geográficas, mas também pode levar a relações superficiais e efêmeras, em vez de conexões profundas e duradouras.

Além disso, Bauman argumenta que a tecnologia contribui para a liquidez da modernidade ao facilitar a rápida disseminação e obsolescência do conhecimento e da informação. As mudanças tecnológicas ocorrem em um ritmo acelerado, tornando difícil para as pessoas acompanharem e se adaptarem a essas mudanças. Isso cria uma sensação de incerteza e instabilidade, pois o que é relevante e atual hoje, pode se tornar obsoleto amanhã. E toda essa fluidez tem mudado, também, “os limites” das plataformas que conhecemos.

A tecnologia pela sua evolução está tirando as limitações que cada plataforma tinha, ou estava restrita, como por exemplo: **Quem podia entregar áudio e vídeo de um para muitos? Só a TV a cabo e os broadcasters. Quem podia entregar com mobilidade? Só o rádio.**

Agora a tecnologia com sua evolução trouxe a tona uma modernidade líquida, que está quebrando essas barreiras, dotando o “conteúdo” de uma fluidez cada vez mais líquida, libertando esse conteúdo que antes estava preso dentro de “legado analógico” que o aprisionava em redomas de grades de programação, ou playlist’s proprietárias. E passa a permitir que ele flua livremente até o público, como, onde e quando esse público quiser. Dando a esse público não só o controle, mas também, a possibilidade de interagir, tornando-se um **teleparticipante**.

Assim vimos surgir iTunes e Spotify. E a libertação do público para criar playlists individuais, podendo fluir de música para música, de banda para banda sem se importar com estações de rádio ou gravadoras, o usuário torna-se DJ de suas músicas favoritas.

E a monetização? Bom, essa é uma boa notícia, as gravadoras e os artistas nunca lucraram tanto! Primeiro porque as gravadoras foram rápidas em entender que são geradoras de conteúdo musical e não importa onde este conteúdo seja tocado ele deve ser monetizado, seja nas rádios, seja nos apps, seja no cinema, nos seriados, onde precisarem de música haverá monetização!

Os cinco artistas que mais lucram no Spotify em 2021 (Fonte: Spotify)

1. **Drake – 52,5 milhões de dólares;**
2. **J. Balvir – 37,9 milhões de dólares;**
3. **Post Malone – 37,5 milhões de dólares;**
4. **Bad Bunny – 36,2 milhões de dólares;**
5. **Ed Sheeran – 36 milhões de dólares.**

e temos até artistas independentes como Anita faturando “parcos” 6,8 milhões de dólares. Aqui chegamos a um ponto importante, a vinda do OTT. Mais precisamente da Netflix, da HBO GO (agora Max), Amazon Prime Vídeo, Disney +, e até do GloboPlay, que libertaram o “telespectador” da ditadura da grade de programação e lhes apresentou a fluidez das maratonas de seriados.

Serviu também para mostrar aos ditos canais de TV, que é hora de se ver como realmente são: Geradores de conteúdo. E esse conteúdo precisa estar também em todas as plataformas que puderem monetizá-lo. Essa é um grande quebra de paradigma, mas é nela

também que repousa, talvez, o último respiro dos broadcasters enquanto assume um posicionamento menos glamouroso, porém mais rentável do ponto de vista de sua sobrevivência.

E ainda falando em quebra de paradigmas e sobrevivência, chegamos até a TV 3.0, que amplifica muito a capacidade de distribuição de conteúdo da TV Terrestre, sem aumentar custos para o usuário final (uma teoria que ainda precisa ser provada eu admito), porque para os broadcasters distribuir para um ou para um milhão o custo é praticamente o mesmo, diferente do digital que foi criado para fazer a entrega de forma individual, ou por assinatura, como no caso do OTT, e como é até hoje no PayTV.

Podemos dizer que com a TV 3.0 estamos diante de um processo necessário e guardada as devidas proporções, melhor estruturado que o primeiro (que foi a implantação da TV Digital, e que não se enganem ainda está em implantação, é só olhar os números da SEJA Digital* que não me deixam mentir). Agora toda essa evolução da TV 3.0 precisa ser financiada.

O que nos leva até a fala do Ministro das Comunicações Juscelino Filho, em entrevista exclusiva a Revista da SET, durante o SET:30, onde disse: “Na TV 3.0 a migração será “voluntária” e demandará 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”.



Ministro Juscelino Filho e Fernando Moura, Editor Chefe da Revista da SET no SET:30. / Foto: Kayo Sousa/MCom

A preocupação com a viabilidade econômica existe, pois não se enganem terá que haver um novo **simulcasting**, teremos que discutir fontes de financiamento, e novas receitas devem ser criadas, porque não faz sentido investir para manter o mesmo número de anunciantes.

E não podemos nos esquecer da indústria, que precisa desenvolver: transmissores, multiplexadores e decoders (desde IRD's até **set-top-boxs**) de TV 3.0, sem falar dos usuários de baixa renda que novamente vão precisar ser financiados com novos aparelhos, e isso cria dúvidas de como financiar tudo isso.

Encontrar pontos de ajustes para fazer essa transição, é mais do que importante, é crucial, pois se a comunicação social é algo estratégico para o país. O país então precisa ter políticas públicas para viabilizar essa estratégia, ou a TV terrestre vai ficar para trás do resto do mundo. Mas não se enganem, como eu disse os broadcasters não são só TV Terrestre, são "produtores de conteúdo", que no caso do Brasil, tem uma grande relevância na sociedade.

Dessa forma que plataforma se pode usar para fazer a distribuição desse conteúdo tão concorrido? Pouco importa, porque como aprendemos o conteúdo é o rei e as pessoas vão pagar por ele. Mas um dos nossos grandes diferenciais como nação democrática até hoje foi oferecer essa mesma programação de forma **Livre e Gratuita**, pelo ar. Até como forma de política pública de livre acesso à informação. Mas se não houver viabilidade econômica, esse mesmo conteúdo de qualidade terá que fluir por outros meios. Seja por IP, por Apps em televisores no formato FAST TV, mas ele continuará chegando até as pessoas, não mais de forma gratuita até a sociedade, mas esta é uma escolha feita pelo poder público e não mais pelos broadcasters, ou melhor, dizendo produtores de conteúdo.

Não ter a TV 3.0 financiada como uma estratégia de política pública dos meios de comunicação, vai abrir o caminho de se estabelecer no Brasil o que já tem ocorrido em alguns outros países que seguiram esse mesmo caminho e viram nascer de forma jocosa: a **TV Do Rico** e a **TV do Pobre**, sem falar nos níveis de ilegalidade/pirataria crescendo no meio de tudo isso.

Camada de transporte, MUX e DEMUX com Dash apresentado pela U. Mackenzie, demonstrada em Brasília no "Seminário Apresentação da TV 3.0", realizado pelo Ministério e a Secretaria de Comunicação Social (SeCom) em maio último / Foto: Luana Bravo



Tom Jones Moreira é responsável por implementar novas soluções para sistema de IPTV, ISDBT, DVBS e OTT. Coordenar equipes multidisciplinares na engenharia de Aplicação da Tecsys do Brasil. Desenvolvedor de papers técnicos científicos e painelistas de eventos de tecnologia e novas mídias. Membro do Fórum SBTVD e FOBTVD (*Future of Broadcast TV*). Revisor Técnico da Revista da (SET).

Contato: tom@tecsysbrasil.com.br