



Fonte: Autor

TV 3.0: Uma breve introdução sobre negócios e tecnologia

Por Marcos de Araújo

Autor analisa as oportunidades e novos modelos de negócios que a migração para o novo padrão de transmissão da TV aberta, a TV 3.0 com a marca DTV+, podem gerar no país e alerta para as mudanças e modificações do ecossistema de mídia.

Um bom começo é responder por que este nome, TV 3.0? É que na realidade este será o terceiro padrão de transmissão da TV aberta terrestre brasileira. O primeiro padrão, analógico, surgiu nos anos 1950, quando Assis Chateaubriand criou a primeira emissora de televisão brasileira e da América latina em São Paulo, e ali começaram as primeiras transmissões em preto e branco pelo ar no Brasil, o qual foi denominado, TV 1.0.

Nos anos 1970, ainda no sistema analógico foram incluídas as cores ao sinal de vídeo. Esta é a TV 1.5.

Este padrão analógico perdurou por muitas e muitas décadas e só em 2007 é que surgiria o segundo padrão de transmissão da TV aberta brasileira.

Que ocorreu quando nós migramos do analógico para o digital, com alta definição, áudio 5.1 entre outras melhorias. Este segundo padrão, digital, é chamado de TV 2.0, correntemente em funcionamento e agora nós estamos muito próximos de mais um marco histórico da TV aberta brasileira que será a chegada de um terceiro padrão, também digital, TV 3.0.

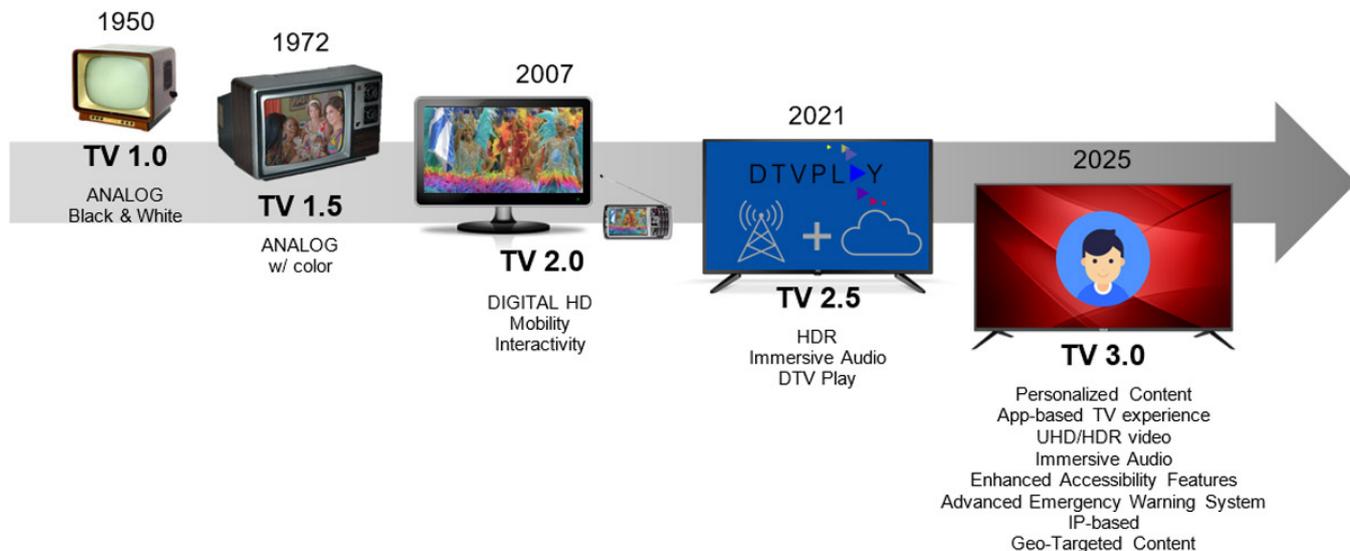
A TV 3.0 será híbrida, porque ela será a junção do **broadcasting** que é o sinal da TV aberta que chega pelo ar captado pelo televisor através de uma antena, com a banda larga, **broadband**, que é por onde os conteúdos audiovisuais adicionais à programação tradicional que a emissora queira disponibilizar aos telespectadores chegarão.

Sairemos de um modelo de sintonia de canais para um modelo totalmente baseado em aplicativos. Desta forma, quando quisermos assistir a uma determinada emissora, nós selecionaremos o seu aplicativo, e uma vez nele, nós poderemos transitar de um conteúdo chegando pelo ar para um conteúdo chegando pela

internet, de uma maneira transparente, fluída, sem interrupção, sem disparos, tudo dentro do mesmo ambiente, sendo difícil saber se o que estamos assistindo está chegando pelo ar ou pela internet.

Isso vai mudar totalmente a maneira de assistirmos a TV aberta, que deixará de ser uma experiência passiva, para ser uma experiência com muito mais interatividade e imersão. Do ponto de vista técnico, a TV 3.0 vai possibilitar uma interatividade praticamente plena, onde poderemos escolher o que assistir, onde assistir, na sequência que quisermos, bem como também escolher qual áudio escutar.

Fonte: Fórum SBTVD



Numa transmissão de futebol, por exemplo, poderemos através do controle remoto ou comando de voz, silenciarmos a voz do locutor e dos comentaristas e só ouvir o som das torcidas, com a qualidade do vídeo em 4K com HDR (**High Dynamic Range**), espaço de cores ampliados e áudio imersivo, onde teremos a sensação de estarmos dentro do estádio. Aliás, esta é uma das novidades que a TV 3.0 nos trará, que será uma imersão total.

A emissora poderá também, dentro deste mesmo jogo, enviar através de um aplicativo um banner pela internet que aparecerá na tela com um aviso do tipo: “se você quer ver o replay dos gols clique aqui”. Ao clicar, através do controle remoto, receberemos imediatamente um vídeo vindo pela internet dos gols e

ao final do replay, a emissora poderá enviar um anúncio personalizado para o telespectador.

Lembrando que a TV 3.0 será uma TV logada através do perfil do telespectador, e possibilitará o consumo de conteúdos distintos e personalizados em relação aos outros telespectadores.

Poderemos também em um programa de reality show, responder enquetes diretamente na tela e escolhermos quem deve ser eliminado, sempre dentro do mesmo ambiente, sem a necessidade de sair para outras plataformas.

Enfim, abre-se a oportunidade de vários tipos de interação que tornará a maneira de assistir à TV aberta muito mais atrativa e mais próxima do que já existe hoje nas plataformas digitais.



Esq.: Áudio imersivo na TV 3.0 testado no DTV+ durante o SET EXPO 2024/ Dir.: Quizz de votação no programa A Fazenda da Record / Fotos: Reprodução

Mudança

Mas a grande mudança que a TV 3.0 irá trazer para as emissoras será a oportunidade da abertura de novos modelos de negócios. Isto porque, diferentemente do que ocorreu quando da implantação da TV 2.0, onde as emissoras investiram pesado na aquisição, e troca de todos os equipamentos analógicos para digitais, e no qual os grandes beneficiários foram os telespectadores, que passaram a receber pelo ar um conteúdo com uma qualidade muito superior, o modelo de negócio das emissoras continuou exatamente o mesmo, não havendo nenhum ganho adicional.

Já a TV 3.0 será o casamento entre a fortaleza da TV aberta, que tem como características o alcance de um para milhões de telespectadores simultâneos, a credibilidade e popularidade, com a banda larga. Esta junção irá incorporar à TV aberta os aspectos tradicionais do ecossistema do digital,

como a possibilidade de programação segmentada, personalização de conteúdo e publicidade, gerando assim novas possibilidades de monetização.

Claro que terá que haver uma adaptação da maneira como esta personalização e monetização, que já acontecem nas plataformas digitais, serão aplicadas no modelo da TV Aberta, que não deixará de ser esse canhão que transmite programas e publicidades de uma maneira massiva, mas que agora poderá também usar essas ferramentas de personalização para realizar novas formas de monetizar seus conteúdos. Se esta adaptação for bem-feita, a monetização dessas experiências de publicidade personalizada na TV aberta poderá ter um valor muito superior à monetização obtida pelas plataformas digitais; devido ao seu alcance, mas, sobretudo pela credibilidade que a TV Aberta conquistou perante a população brasileira.

Datacasting

Outra possibilidade é transmitirmos dados de IOT (internet das coisas) para empresas inteligentes, para fazendas inteligentes etc. A título de informação, nos Estados Unidos, duas emissoras públicas que adotaram o ATSC 3.0, que é o modelo similar a nossa TV 3.0, estão fechando através da Sinclair (uma rede de TV aberta local), um contrato com empresas para

transmitir dados, usando uma parte da faixa do seu canal de transmissão e com isso esperam melhorar bastante o seu balanço financeiro.

T-Commerce é uma nova oportunidade para a TV aberta. Na imagem, teste realizado na Record / Foto: Reprodução



Prós e contras

São modelos de negócios sendo usados para alavancar a adoção do novo padrão ATSC 3.0. Mas nem tudo são flores; a adoção da TV 3.0 será algo bastante disruptivo e desafiador para os radiofusores. Várias áreas das emissoras sofrerão um grande impacto, principalmente, as áreas de produção e criação de conteúdo, como também as áreas de comercialização e marketing.

Os novos programas a serem produzidos terão que levar em conta que, com a TV 3.0, a interatividade terá que estar presente, gerando uma participação muito

mais ativa dos telespectadores, e, conseqüentemente, quanto maior a interação, maior será o interesse das pessoas, abrindo assim, ao setor comercial a possibilidade de novas formas de monetização dos programas, aproveitando a possibilidade de personalização de publicidade, por exemplo.

O futuro é bastante promissor e a TV Aberta, ao se aprofundar no mundo do digital irá se revigorar, e sem dúvidas, continuará a ser um player de grande relevância nesse novo tempo.



Marcos de Araújo é graduado em engenharia elétrica pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), e em gestão de projetos pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPN). Trabalha na TV Cultura SP desde 1977, atuando nas áreas de áudio e vídeo, participando de toda evolução do sistema de televisão brasileiro. Atualmente é coordenador de Projetos de engenharia da emissora.

Contato: marcosaraujo@tvcultura.com.br
