

TOP
C
LEVEL

Ano 1 - Número 7

SUM

**A palavra dos
executivos da
indústria de M&E**

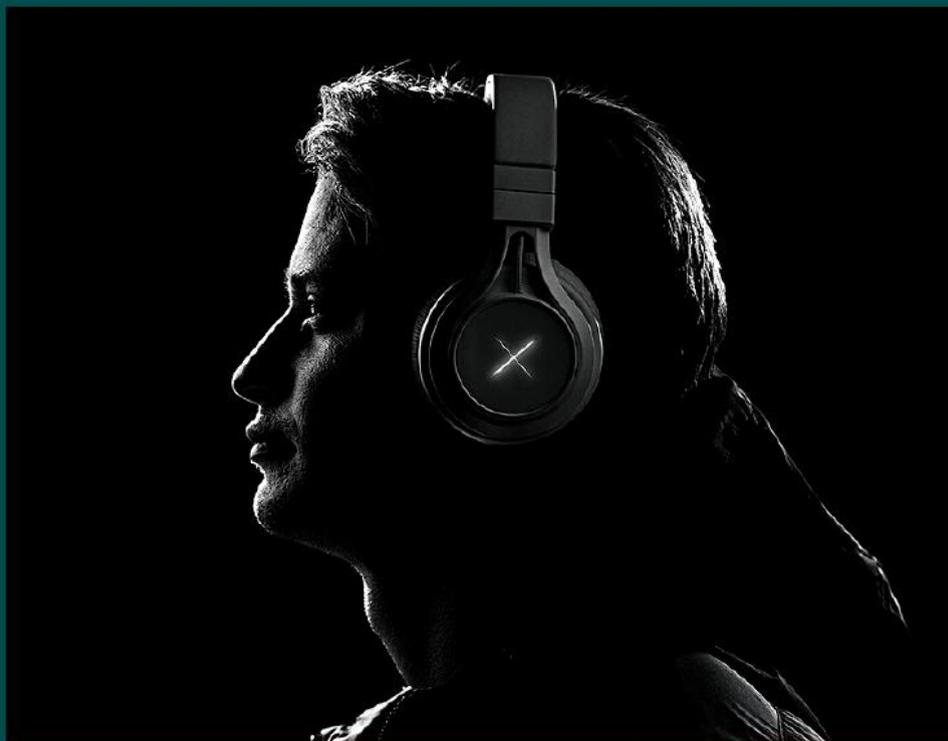
**META
VERSE**

**O Metaverso e a indústria da
mídia: ironias e oportunidades**



SHOWCASE e Instituto Fraunhofer

MPEG-H AUDIO



AD IMERSIVA

IFN 100

MPEG-H AUDIO contará com as soluções de acessibilidade criadas pela **SHOWCASE** para incluir a audiodescrição personalizada nas transmissões da televisão digital brasileira. Parceria com o Instituto Fraunhofer também beneficiará o consumo de conteúdos audiovisuais em outras plataformas.

Acessibilidade

O MPEG-H permite definir qual camada sonora deve se destacar em uma programação.

Experiência

IFN 100 já está funcionando no padrão MPEG-H na Rede Amazon Sat.

Conectividade

O mapeamento organiza outros serviços incluídos na transmissão, como o áudio original, o áudio 5.1, a audiodescrição e o EPG, incluídos no IFN 100.

e mais!

Além da imersão na produção audiovisual, o MPEG-H AUDIO apresenta novas ferramentas para a acessibilidade. O que combina perfeitamente com os nossos desenvolvimentos para Acessibilidade e Broadcast.

showcase.com.br

NAB Show 2022 Uma nova experiência?

Estamos próximos da NAB Show, o primeiro grande evento global da indústria de mídia e entretenimento que acontecerá em Las Vegas nos dias 24 a 27 de abril.

A primeira certeza que temos sobre a NAB Show deste ano é: ela será muito diferente daquilo que estávamos acostumados até 2019 – última edição presencial do evento antes da pandemia, onde mais de 100.000 pessoas, de todos os continentes, passaram pelos pavilhões da feira e pelos cerca de 1.500 expositores que apresentavam as mais diversas soluções para nossa indústria.

Para este ano, uma diferença sensível esperada é, justamente, o número de visitantes esperados. Só para se ter uma ideia, a CES 2022 – Consumer Electronic Show - teve cerca de 70% menos visitantes que o habitual. O mesmo cenário, com uma redução importante de visitantes também deve ser experimentado nesta edição da NAB Show.

Outro ponto a se considerar é a estratégia que os expositores vão utilizar na feira. Já era nítido nas últimas edições do evento que os estandes de grandes proporções tinham uma tendência de redução de área, transformando-se em meetings points muito agradáveis e confortáveis



Paulo Galante - CEO Newcon

para gerar mais networking e promover mais convivência com clientes.

Inclusive a NAB Show deve responder se a pandemia acelerou este processo. Será que a partir deste ano os estandes de grandes proporções serão cada vez mais raros? Vale lembrar que, na fase pós-pandemia, toda a inovação pode ser lançada sem causar estranheza dos visitantes ou boatos nos corredores da feira, incluindo a alteração da estratégia de recepção de clientes e a consequente redução da área dos estandes.

Estamos ainda em fase de plena transformação das estratégias corporativas e a principal notícia de tudo isso é que, aos poucos, poderemos ver pessoalmente este movimento e, finalmente, começar a encontrar novos e velhos amigos.

Boa leitura!!

paulo.galante@newconb2b.com

O conteúdo sobre tecnologia e negócios do TOP C-Level é desenvolvido a partir da visão de executivos renomados da indústria de mídia e entretenimento.



**Daniel
Lahtermaher**
K2 Achievements



**José R.
Cristovam**
CEO UNISAT



**Vitor Chaves
de Oliveira**
Especialista DevOps



**Rodrigo
Arnaud**
Director Esconderijo Hub



**Alexandre
Britto**
Ceo ABX Consulting



**Mauro
Garcia**
Presidente BRAVI



**Roberto
Primo**
Executivo de Tecnologia



**Raimundo
Lima**
Executivo de Media



**George
Bem**
CTO - TIVIT



**Fernando
Cisneros**
Esp. Broadcast Latam



**Carolina
Vargas**
CEO Stenna



**Fernando
Morgado**
Esp. Mídia e Entretenimento



**Yassue
Inoki**
Diretora Wired7 Media



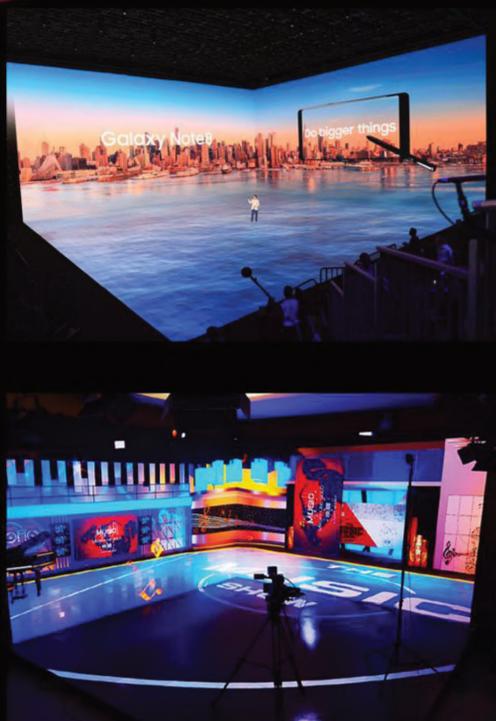
**Orlando
Custódio**
CEO Brasil Unilumin Group



LIFELIKE COLOUR PERFORMANCE

ESTENDA
A REALIDADE
DAS SUAS
PRODUÇÕES
PARA ALÉM
DA SUA
IMAGINAÇÃO.

CENÁRIOS BROADCASTING LED XR 360°



• REFRESH RATE
3840Hz - 7680Hz

• BRILHO
Acima de 1500nits

• Brompton

• GENLOCKED SCREEN
Low Latency

• 10-bits ou SUPERIOR / DCI-P3
Ampla Gama de
Cores Integrada (WCG)



SUMÁRIO

Tecnologia e Negócios

08 O Metaverso e a indústria da mídia: ironias e oportunidades

14 Ações de combate à pirataria em foco no Top C-Level Talks

22 News: Stenna anuncia novidades em conteúdo e programação para 2022

34 News: SHOWCASE IFN 100 leva o MPEG-H Audio ao canal Amazon Sat

24 News: Streaming, produção remota e 5G impulsionam emissoras a investir em soluções IP

26 News: Prática traz eficiência, confiabilidade e sustentabilidade em um fluxo de trabalho IP

ARTIGO

36 O futuro do broadcasting – reflexões

08



14



24



39





Cada gol, cada bis, cada história: os momentos ao vivo são os melhores. A Grass Valley capacita centros de mídia, unidades móveis de produção e redações de notícias 24 horas para entregar experiências ao vivo, de qualquer lugar para qualquer lugar, em bilhões de dispositivos.

[grassvalley.com](https://www.grassvalley.com)

Copyright © 2021 Grass Valley Canada. All rights reserved.

O Metaverso e a indústria da mídia: ironias e oportunidades

Por Fernando Morgado

Depois de tantas teorias de que a internet “mataria” as demais formas de comunicação, agora ela mesma parece ameaçada de morte. Para se ter uma ideia, no momento em que escrevo este artigo, um dos “problemas” que o Google sugere em seu serviço de busca é “what will replace the internet?” (“o que irá substituir a internet?”). E para esta pesquisa foram encontrados mais de 700 milhões de resultados que podem ser sintetizados em uma só palavra: Metaverso.

Só que essa ameaça de morte é tão irônica quanto equivocada, assim como também foram equivocadas as promessas de que o cinema mataria o teatro, o rádio mataria os jornais e a TV mataria o rádio. Explico adiante. Mas, afinal, o que é o Metaverso? Trata-se de um espaço digital que replica e amplia a realidade.

Ainda que Metaverso seja um dos assuntos mais comentados na atualidade, a verdade é que esse conceito não é inédito. O Second Life, (ambiente virtual e tri-

Canon

CÂMERAS PTZ 4K SOLUÇÃO REMOTA E DE ÚLTIMA GERAÇÃO.

- QUALIDADE DE VÍDEO E INTERFACES PADRÃO BROADCAST;
- FLEXIBILIDADE DE PROTOCOLOS (NDI®|HX E OUTROS);
- APLICAÇÕES INDOOR E OUTDOOR;
- CONECTIVIDADE IP.



CR-X300



CR-N300

CR-N500



RC-IP100



CR-X500



SCAN ME

4K
UHD

FULLHD
1920 x 1080

ACESSE AO QR CODE PARA MAIS
INFORMAÇÕES DE ONDE COMPRAR
AS CÂMERAS PTZ DA CANON.



dimensional que simula a vida real e social do ser humano através da interação entre avatares) criado em 1999, e lançado em 2003, já oferece isso. O Metaverso foi recolocado nas manchetes graças ao Facebook, que enfrenta severa crise de imagem e viu, nesse novo empreendimento, uma oportunidade para se reposicionar no mercado. A companhia de Mark Zuckerberg até mudou sua marca corporativa para Meta, fazendo - óbvia - alusão ao Metaverso.

Em um vídeo recente com mais de uma hora de duração, Zuckerberg e sua equipe abordaram diferentes atividades no Metaverso: ensino, dança, jogos, shows e, sobretudo, vendas. “O comércio será grande parte do metaverso”, disse o executivo do Instagram Vishal Shah.

Esse movimento representa um ajuste importante no modelo de negócio da empresa, que trocaria o primado da publicidade pela evolução do conceito de marketplace, uma vez que, no metaverso, lojas tridimensionais venderiam não apenas produtos físicos, mas também os virtuais, feitos sob medida para uso dos avatares de seus usuários.

Nenhuma parte dessa longa explicação foi exclusivamente dedicada àquilo que hoje representa parte relevante do tráfego (e das polêmicas) do Facebook. A empresa de Mark Zuckerberg, fortemente associada às fake news, passou a impressão de que quer recomeçar, mas bem longe da armadilha que ela mesma montou, e na qual ela própria caiu.





A publicidade em troca de clique ergueu uma gigante em termos de faturamento, mas pôs em xeque o sistema político de vários países e a saúde de bilhões de pessoas ao redor do mundo. Os efeitos legais de tanta desgraça agora ameaçam os negócios do Facebook, que se viu obrigado a mudar.

Ao que parece, no Metaverso, o “você é o que você posta” dará lugar ao “você é o local e com quem você está”. Nas redes sociais de hoje, tudo é mediado por fotos, textos e vídeos. Já na Zuckerberglândia, as relações seriam construídas de forma mais direta entre indivíduos e marcas, em ambientes que misturam elementos concretos e virtuais. Consumo, emoções e relações ditariam as normas. Conteúdos, portanto, perderiam protagonismo. Parafraseando Marshall McLuhan, seria um meio sem mensagem.

Mas é cedo para fazer considerações mais robustas sobre as consequências (e oportunidades) do Metaverso para os veículos de comunicação. A própria Meta (leia-se Facebook) disse que ainda falta muito para o seu Metaverso chegar ao público. Mesmo assim, a prioridade da tríade: consumo, emoções e relações sugere que, no metaverso de Mark Zuckerberg, a produção de conteúdo caminhará, mais do que nunca, junto à produção de atividades (ou experiências, como alguns preferem chamar). Nesse contexto, projetos especiais ganhariam novas possibilidades: ativação de marca em pontos de venda tridimensionais, promoção de shows virtuais e até sorteio de produtos para avatares (lê-se: usuário virtual).

A par de tantas especulações, é essencial que certas perguntas sejam respondidas para que os profissionais de comunicação

tenham maior noção do futuro. De que forma os conteúdos serão produzidos e consumidos no Metaverso? Qual será o modelo de remuneração para empresas e profissionais envolvidos nessa produção? O Brasil terá uma conexão à internet boa o suficiente para comportar o Metaverso? Como se dará a regulação desse mercado? As pessoas estarão dispostas a gastar com novos aparelhos, como luvas e óculos, para entrar no reino encantado de Zuckerberg? Haverá algum esforço mais efetivo em prol da inclusão digital? Em suma: o Metaverso veio mesmo para ficar, ou é apenas um estratagema para mudar o foco do noticiário em torno do Facebook? Aguardemos.



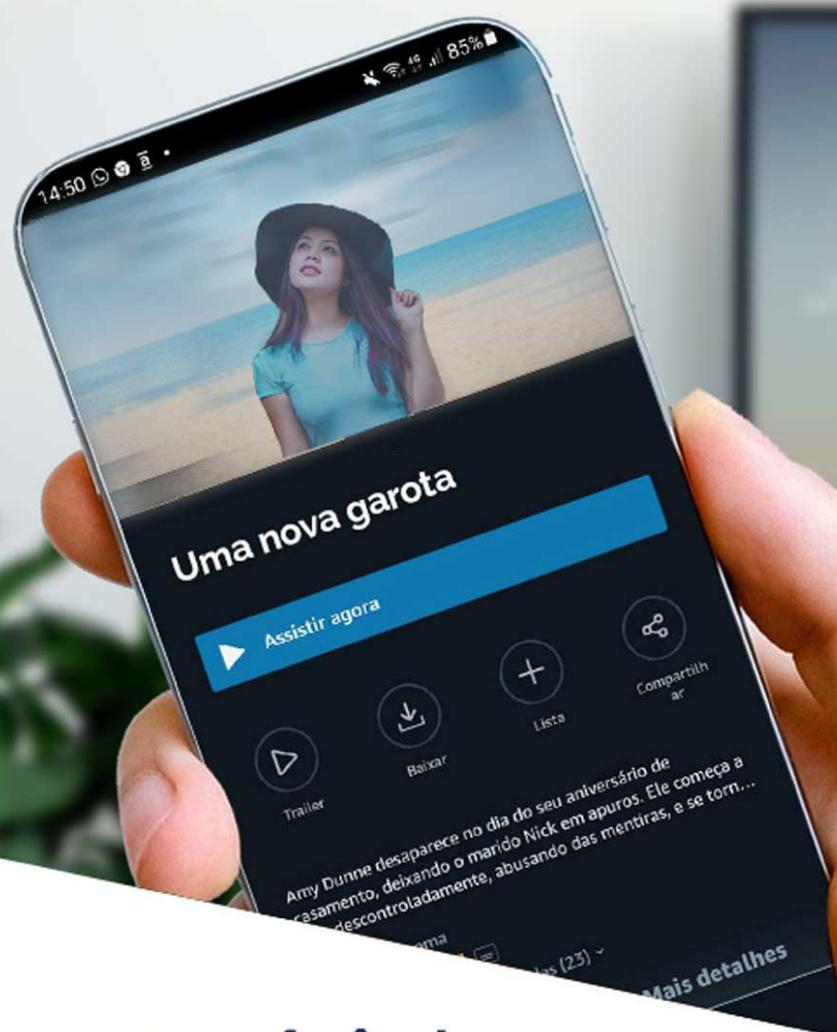
Fernando Morgado

Sobre o autor:

Fernando Morgado é consultor e palestrante nas áreas de marketing, inteligência de mercado e comunicação. Já atuou para empresas e instituições como ABERT, Americanas (Shoptime), Band, SBT e Sebrae. Na Globo, integrou as equipes de inteligência de mercado e planejamento estratégico das rádios do grupo. Professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso. Professor convidado da UAM-X e da EDINBA, ambas no México. Possui livros publicados no Brasil e no exterior, incluindo o best-seller Silvio Santos - A Trajetória do Mito. Membro da Academy of Television Arts & Sciences, entidade realizadora do Emmy, maior premiação da TV mundial. Foi coordenador adjunto do Núcleo de Estudos de Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Gestão da Economia Criativa e especialista em Gestão Empresarial e Marketing pela ESPM.

Integração de fluxos

Broadcast & Broadband



A empresa referência em MAM no Brasil, inova mais uma vez com projetos de integração Broadcast e Broadband.

Flexibilidade



Cloud



On Premises

Abrangência



Broadcast



Broadband



Saiba mais clicando aqui



MEDIA PORTAL
fluxos digitais inteligentes

Ações de combate à pirataria em foco no Top C-Level Talks

Alinhamento e união entre integrantes da cadeia audiovisual é essencial, na opinião de especialistas, assim como investimentos em cibersegurança, formação de equipes e contratação de profissionais com capacidade de investigação; marca d'água é indicada para combater furto de sinal pós-HDMI

Por Gabriel Cortez
e Frederico Rehme

O painel “Monetização: Impactos da pirataria e formatos para mitigar perdas” reuniu executivos da indústria de mídia e entretenimento com o objetivo de dialogar e apresentar soluções para o combate à pirataria.

Estima-se que o setor audiovisual deixou de faturar R\$ 15 bilhões - e mais de R\$ 2 bilhões em arrecadação de impostos - em 2020 devido à ação de piratas, de acordo com o moderador do painel, Alexandre Britto, CEO da ABX Consulting

e presidente da Associação Brasileira de OTT's (Abott's).

“Todos os elos da cadeia precisam estar alinhados nesse combate. Um terço dos acessos hoje são piratas. Quando a gente reclama que a TV por assinatura vem caindo, que [a base de assinantes] já foi de 20 milhões e agora está em 13 milhões, a pirataria é uma das culpadas. Tem várias associações fazendo um trabalho muito bom nesse combate, mas seria necessário unir os esforços”, afirmou Britto.

Participaram da sessão também Fábio Damásio, diretor comercial da Singular CDN; Danilo Almeida, diretor de integração de sistemas da Nagra para a América Latina; e Edmar Moraes, diretor de novos negócios da Abott's e executivo da SES.

“Se a marca da água não for inserida em todas as cadeias, não funciona. É preciso colocar níveis de finger print, de water marking; DRM é importante ainda, fechar o túnel é importante”, complementou Edmar Moraes.

Marca D'água como solução para furto de sinal pós-HDMI



Danilo Almeida

A forma mais comum e crescente de se aplicar a pirataria, de acordo com Danilo Almeida, da Nagra, é o roubo de

sinal após o HDMI, isto é, após a descodificação do vídeo, seja via broadcast ou via streaming. “Roubando lá na frente, significa que o pirata rouba após o túnel, na última milha, o chamado furto pós-HDMI”, frisou.

Os desafios são múltiplos, na visão do executivo. “A Disney, por exemplo, tirou todo seu conteúdo do Netflix.

A ferramenta técnica mais indicada para resolver esse tipo de problema, em sua opinião, é a marca d'água. “Ela pode ser feita de forma visual, em vídeo ou em áudio. É importante você saber quem está vazando o seu sinal. Quando a tecnologia está super bem afinada, ela consegue identificar o site pirata, o aplicativo pirata e te mostrar onde está o vazamento, mas os ‘fontes’ [piratas] nunca roubam sinal de um lugar só”, considerou.

Monitoramento e interação em tela por usuário para streaming

Fábio Damásio

As transmissões via streaming também têm sido alvo de diversos tipos de ataques piratas, desde roubo de sinal na



entrada e roubo de sinal na parte de transcodificação, já mais próximo ao usuário, lembrou Fábio Damásio, da Singular CDN. “São segundos para que a pirataria aconteça. Se tivermos uma falha de segurança na parte de tokenização com um cliente, o conteúdo se espalha. É tudo muito rápido.”

Em janeiro de 2021, a Singular CDN lançou a plataforma Spalla, uma solução de streaming que possibilita monitorar e modificar em tempo real a estrutura de transmissão de apenas um usuário. “A ideia é comandar o processo do início ao fim, com segurança, individualmente.

Na parte do player, a gente consegue oferecer a possibilidade de live commerce e de interação durante o evento, sem precisar de um QR Code, além de tokenização em tela, individual, e inserção de marca d'água. Assim, conseguimos identificar e derrubar o sinal do pirata. Se verificamos que aumentou o tráfego de maneira incomum de um usuário, é possível identificar e checar na base de dados”, comentou.

“A resposta dos hackers às ações tecnológicas e legais de combate à pirataria é muito rápida. Um dos maiores OTTs do Brasil hoje é pirata e, quando conseguimos derrubar judicialmente, eles voltam a partir de outra fonte. O que a gente pode fazer é garantir um esforço máximo para que o conteúdo seja protegido. Com tecnologias como marca d'água, DRM e Multi-DRM, tokenização, já se consegue uma boa filtragem”, acrescentou Damásio.

Laboratórios e investigação aliados à tecnologia

Danilo Almeida, da Nagra, reforçou a importância de aliar ferramentas de investigação às ferramentas tecnológicas de combate à pirataria. A empresa do grupo Kudelski, com sede na Suíça, conta com laboratórios dedicados à investigação no Brasil, nos Estados Unidos e na Espanha. “Nós acompanhamos todas as tecnologias de distribuição e de captação de vídeo utilizadas pelos piratas e oferecemos

serviços de monitoramento ativo”, explicou.

Perfil dos profissionais e ações legais possíveis

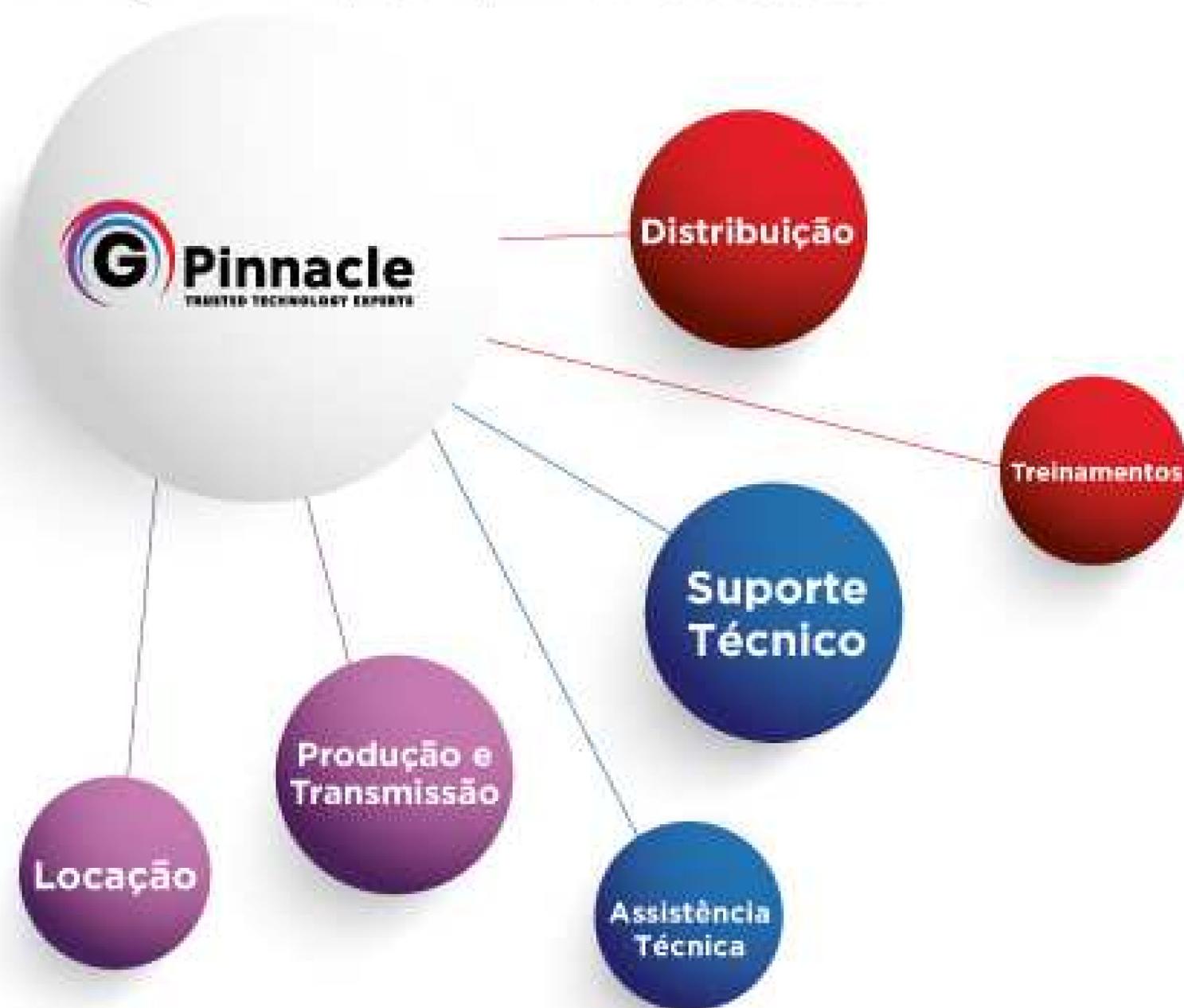
As ações legais de combate à pirataria no Brasil precisam passar por análise e aprovação do Ministério da Justiça, lembrou Danilo Almeida, “seja para você ir lá na porta do pirata e fazer o tear down da operação, quando se tem a certeza de que há um headend pirata ali, seja para o bloqueio de IP ou para o bloqueio de domínio do site, o bloqueio de DNS. A única coisa que tem sido possível fazer sem precisar de aprovação do ministério é a remoção dos aplicativos das lojas concentradoras de apps, mas também é um serviço que exige uma equipe especializada”.

O perfil de profissionais contratados pelas empresas de mídia e entretenimento tem se modificado nos últimos anos, segundo ele, e companhias que há uma década contratavam apenas engenheiros, hoje, investem também em investigadores e profissionais do mercado de cibersegurança.

Saber como os piratas se organizam, monetizam e se preparam é fundamental, em sua visão. “Não é uma estrutura simples, de garagem. Existem especializações, pessoas que só trabalham roubando sinal, pessoas que só trabalham condensando esse sinal e pessoas que vendem o front-end de sites e apps.”

O **Grupo Pinnacle** esta relacionado a todo mercado Audiovisual. Do Cinema ao Streaming, das principais fábricas aos grandes clientes.

Autoridades nas áreas de vídeo, áudio, fotografia e internet. Profissionais acessíveis para analisar, elaborar, produzir e entregar o melhor projeto para o **melhor resultado!**



Com um Centro de Distribuição em Miami, para atender toda a América Latina, atuando com consultoria e capacitação das equipes de vendas e técnicas para nossas revendas, além de um centro exclusivo na América Latina para dar **Assistência Técnica** para **Blackmagic Design** e todas marcas que distribuimos.

E uma área dedicada para Projetos Especiais para Produções e Transmissões chamada de **Abracadabraz**.



WWW.GPINNACLE.COM

 pinnaclebroadcastbrasil

 pinnaclebroadcasttv

 pinnaclebroadcast



 +55 (11) 99343-3633  atendimento@gpinnacle.com

BRASIL

Av. Ver. Abel Ferreira, 1800
CONJ 608-607-605 - Vila Reg. Feijó.
São Paulo - SP, 03372-015

USA

Pinnacle Home SRL, LLC
2025NW 102AV - UNIT 111 Doral
Miami - Florida - 33172

Ação conjunta e syndication



Edmar Moraes reforçou a importância de haver ações sincronizadas no combate aos piratas. “Há muitos interesses em jogo.

Temos provedores de tecnologia e criptografia, provedores de vídeo, diversos provedores de user interface, centenas de provedores de players, dezenas de CDN e centenas de produtores de conteúdo. Tudo isso, conseqüentemente, para proteger um conteúdo que será roubado e não gerará receita a toda essa cadeia.”

O conceito de syndication é defendido por Moraes, ou seja, a ideia de que um grupo de pessoas dê nome a uma associação e reúna os experts de cada companhia e de cada setor do mercado, com ações no que tange à educação, à tecnologia e às leis.

“Em um determinado momento, isso também precisa ser associado a contra-medidas. Os piratas vão continuar avançando e a indústria precisa tomar uma atitude. A Abott’s, por exemplo, pode ser esse ente. Não queremos reinventar a roda no combate a pirataria, mas é preciso haver essas ações sincronizadas.



Não adianta alguém simplesmente criar uma tecnologia sem haver uma lei associada a isso. Assim como não adianta os gestores aplicarem a lei, até porque, a lei nunca vai acompanhar a tecnologia. É muito fácil cada um querer vender a sua parte da tecnologia e se isentar de suas responsabilidades. Todos da indústria são os pais dessas ‘criança feia’ que é a pirataria”, argumentou.

Redução de preços e inovação para atrair quem consome conteúdo pirata

Do ponto de vista legal, tanto quem pirateia quanto quem consome o conteúdo pirata está cometendo uma infração, lembrou Danilo Almeida, da Nagra. “Se alguém pegar a lei e resolver ir no bit, por exemplo, quando os investigadores de polícia identificam uma operação pirata, seria possível buscar punições individuais.

Mas o que a gente tem visto na indústria é que não há interesse em fazer isso.

A opinião geral é que existe uma demanda ali. Se nós, como indústria, conseguíssemos chegar com um preço diferente, possivelmente aquele cara iria comprar ao invés de pagar para um pirata. O cara não me paga R\$ 100,00, mas paga R\$ 30,00 para o outro [pirata]. Será que se fizermos um grande esforço para cobrar R\$ 40,00, ele não pagaria?”, questionou.

Fábio Damásio, da Singular CDN, lembrou que a pirataria só existe porque o conteúdo que o mercado produz e entrega é relevante. “A gente pode melhorar e diminuir a pirataria também com formas diferentes e inovações para entregar conteúdo, por exemplo, por meio de pequenas premiações aos assinantes”, concluiu.



Da esquerda para direita e de cima para baixo:

Alexandre Britto (CEO da ABX Consulting e presidente da Abotts), Edmar Moraes (Executivo da SES e diretor da Abotts), Fábio Damásio (Executivo da Singular CDN) e Danilo Almeida (Executivo da Nagra)



Carolina Vargas ao lado do backdrop oficial do evento #SomosTodosStenna

Stenna anuncia novidades em conteúdo e programação para 2022

Holding aposta na diversificação inteligente de conteúdo por meio da Curadoria & Quality Control

Por Tainara Rebelo

A Stenna, holding referência no mercado audiovisual, aposta suas fichas para 2022 na estratégia da diversificação inteligente de conteúdo, o que será possível com a implementação da sua nova área: Curadoria & Quality Control. De acordo com a CEO Carolina Vargas, este novo departamento terá estudos e métricas estatísticas para ajudar o cliente a tomar melho-

res decisões para aquisições e parceiras, além de ter um braço para o controle de qualidade de cada produto adquirido.

A holding trabalha com a premissa da oferta de conteúdo plural, tanto de canais lineares quanto de VOD (Video On Demand), e sua proposta uma oferta de conteúdo diversificada e acessível.

As principais soluções da marca foram anunciadas no final de 2021, no Upfront, realizado em São Paulo. De acordo com Vargas, “todos os lançamentos apresentados na ocasião têm como foco levar para as operadoras de TV Paga, Plataformas de OTT e players de Streaming do mercado, por meio de uma estratégia de convergência e otimização de custos que impacte não só um único perfil de cliente, mas que ajude a fidelizar todos os perfis de base de assinantes em todo o território nacional”, disse.

Ainda conforme Carolina Vargas, o mercado lida hoje com um comportamento de consumo onde as pessoas precisam assinar diversas plataformas, das mais variadas telas, para suprir as necessidades de todos os integrantes da família. “Visto isso, o atual desafio da Stenna é ser um ‘One Stop Shop’, onde o cliente possa encontrar soluções para problemas de distribuição, regulatório, técnico e/ou legal. E isso é possível graças à nossa integração com os mercados do Brasil e Estados Unidos, intercâmbio fundamental para a importação e exportação de conteúdo e serviços entre os países”, explicou a CEO.

A convenção teve como mote “#SomosTodosStenna”, e abaixo você confere os principais destaques do evento:

No setor de infraestrutura, Jurandir Pitsch, o VP de Vendas e Desenvolvimento de Mercado da América Latina e Caribe da SES, anunciou uma parceria inédita

com a Stenna para o lançamento do produto “cloud playout” para programadoras de TV, que poderão lançar canais nacionais ou regionais em poucos dias ou até horas para clientes já familiarizados com a plataforma. A inovação tecnológica levará para os canais uma solução única, em nuvem, através de um sinal seguro e que não demande altos investimentos em equipamentos. Em breve, as empresas apresentarão mais detalhes sobre esta parceria.

Já a Youcast!, empresa líder no mercado de multimídia e dados, apresentou suas novas plataformas para 2022, contando com reforços da CrowdStrike para proteção virtual; Accedian, a fim de garantir visibilidade em telemetria de rede; Beegol, com o controle e gestão de EDP; e Arista, como ferramenta para conectividade. Todas essas soluções se resumirão em uma só, ainda mais completa, para plataformas de streaming e aplicativos de conteúdo.

Para desmistificar fatos do direito musical, Rafael Andrade, CEO da Minha Autoria, fez presença dando evidências para as oportunidades de receitas junto ao Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), bem como detalhou as obrigações dos canais de TV para com o órgão.

No quesito programação, a Stenna anunciou no evento a representação comer-

cial e distribuição exclusiva de dois novos clientes: Record News – consolidado canal de notícias do Grupo Record – e BM&C News – primeiro canal de notícias focado no mercado financeiro. Com isso, a holding completa sua carteira de notícias, que já conta com Euronews, TVE Internacional e Jovem Pan News.

Para falar de Record News, discursaram na plenária o Diretor de Jornalismo do canal, Thiago Feitosa, seguido do jornalista e apresentador Heródoto Barbeiro. Ambos os profissionais ressaltaram a qualidade e credibilidade do jornalismo do canal no momento em que as fake news têm revelado a importância de um jornalismo cada vez mais sério e comprometido com a checagem de fatos.

Paula Moraes, CEO da BM&C News, Luiz Messici, co-fundador e Rodrigo Mariz, Diretor de Jornalismo, dividiram o palco para apresentar ao mercado a programação do novo canal, com previsão de estreia na TV por assinatura no início de 2022 focado em investidores e interessados no mercado financeiro. Programas com notícias, análises para ajudar investidores em tomadas de decisões, setores e empresas em evidência e as companhias de maior destaque da Ibovespa farão parte da grade do canal que já é sucesso no YouTube, onde acumula mais de 5 milhões de visualizações.

Já em distribuição pela Stenna, a Jovem Pan News também marcou presença no

evento representada por Roberto Araújo, CEO do Grupo Jovem Pan, e Marcelo Camargo, Head de Marketing. Os executivos ressaltaram os 80 anos de jornalismo do grupo, referência na rádio e internet, agora compilados na televisão com sua programação diversificada e repleta de informação, opinião, entretenimento e esportes – DNA da marca.

O ZooMoo Kids, canal infantil pertencente à Stenna, revelou seu novo compromisso com a inclusão e a diversidade, causas que serão ainda mais abraçadas em 2022 através de uma nova programação voltada para todos os tipos de crianças. Jéssica de Angelo, Diretora de Programação e Aquisição de Conteúdo do canal apresentou ao mercado algumas das novidades para o próximo ano, que incluem Pataoons (série animada de Patati Patatá), Os Pequerruchos, Cantando pelo Mundo e Planeta Boo Numa descontraída conversa sobre o Like, a Diretora de Marketing e Comunicação Renata Granchi e o sócio-fundador Marco Altberg falaram sobre como surgiu a ideia do canal e a importância estratégica de sua programação para as TVs por assinatura e plataformas. Com o slogan “a gente recomenda e você curte”, o Like aborda filmes, séries e programas de todos os estilos, épocas e nacionalidades, sempre dando dicas para o público em geral do que assistir.

Também vieram prestigiar o evento os parceiros de longa-data Ricardo Bocão

e Antonio Ricardo, sócios-fundadores do Woohoo, em um emocionante discurso que relembrou os 15 anos de história do canal – comemorados em maio neste ano num evento no Rio de Janeiro (RJ). Ambos enalteciram tudo o que foi novidade neste ano e projetaram grandes estreias de variedades para 2022, que continuará investindo em programação jovem, incluindo, dentre outros temas, os esports.

Todas as novidades fazem parte da projeção da Stenna para 2022, que incluirá diversos novos anúncios ao longo do ano. Um novo evento será anunciado em breve para dialogar o futuro do mercado com stakeholders.



Carolina Vargas

Carolina Vargas é fundadora e CEO do grupo Stenna, holding que reúne diferentes empresas criadas para atender as necessidades do mercado audiovisual, telecomunicações e entretenimento. Empreendedora e investidora, possui uma carreira dinâmica no mercado audiovisual nacional e internacional com quase 15 anos de experiência na área e amplo conhecimento em distribuição a nível mundial de conteúdos sob demanda (VOD), aquisição, plataformas, canais lineares e streaming. Também é CEO dos canais ZooMoo Kids e Woohoo, que juntos somam mais de 18 milhões de assinantes com presença nas maiores operadoras de TV por assinatura do Brasil.

cvargas@stennagroup.com



Streaming, produção remota e 5G impulsionam emissoras a investir em soluções IP

Em entrevista exclusiva à Revista Top C-Level, Abel Honigsblum, Senior Director Latin America da Zixi, comenta os impactos da distribuição de vídeo IP ao setor broadcast e repercute as transformações pelas quais o mercado passa em meio à consolidação do 5G, ao que ele chama de “explosão internacional” dos serviços de streaming e ao aumento na demanda por soluções de produção remota

Por Gabriel Cortez
e Frederico Rehme

“Emissoras de todo o mundo estão investindo pesadamente na distribuição de vídeo IP.” É com este diagnóstico que o executivo Abel Honigsblum, Senior Director Latin America da Zixi, inicia entrevista exclusiva concedida à Revista Top C-Level. O que tem motivado as emissoras a buscar as soluções IP, de acordo com o exe-

cutivo, é a possibilidade de oferecer suporte à implantação de canais ágeis, que permitam trabalhar com eventos ao vivo, produção remota e canais lineares para muitos terminais de distribuição, exigindo transporte de vídeo em escala dinâmica, redes gerenciadas e não gerenciadas e latência ultrabaixa.



ARRI MULTICAM SYSTEM

PRODUÇÕES MULTI-CÂMARA AO VIVO COM QUALIDADE
VERDADEIRAMENTE CINEMATOGRÁFICA



AMIRA LIVE

Agora com uma nova câmera Super 35
especialmente projetada

www.arri.com/multicam



ARRI Brasil
Mario Jannini

Diretor técnico
de serviços

Um time dedicado e assistência técnica no Brasil para
todas as câmeras digitais e refletores LED da ARRI.

Av. Ibirapuera, 2907 - Cj. 421 - Moema | São Paulo - SP
Tel. (11) 5041-9450 | arribrasil@arri.com



“A distribuição de vídeo IP está desbloqueando conteúdo que antes seria muito caro para justificar uma produção ao vivo. O conteúdo de nicho e as transmissões locais agora podem atingir efetivamente um público”, afirma.

“O streaming linear e de eventos ao vivo está sendo transmitido simultaneamente em plataformas digitais, tornando mais fácil para o público sintonizar os aplicativos que já usam”, acrescenta.

Leia abaixo a entrevista completa com Abel Honigsblum para a Revista Top C-Level:

Top C-Level – Quais são os impactos da distribuição de vídeo sobre IP para a operação dos broadcasters?

Abel Honigsblum – As emissoras de todo o mundo estão investindo pesadamente na distribuição de vídeo IP. Existem diferentes motivadores para esse investimento, mas, quase universalmente, a necessidade de oferecer suporte à implantação de canais ágeis é fundamental. As emissoras estão cada vez mais oferecendo eventos ao vivo e canais lineares para muitos terminais de distribuição e exigindo transporte de vídeo em escala dinâmica para dar suporte aos negócios. A produção remota, acelerada durante a pandemia, potencializa a distribuição de vídeo IP em redes gerenciadas e não ge-

renciadas, permite transmissões de qualidade premium e novas experiências de visualização conduzindo o envolvimento do público. A distribuição de satélite tradicional está sendo confrontada com reduções significativas de largura de banda conforme o espectro da banda C é realocado para 5G, levando as emissoras a uma distribuição de vídeo IP de latência ultrabaixa e altamente resiliente. Por fim, aproveitando o backbone e a escala do provedor de nuvem pública, as equipes de operações de transmissão estão cada vez mais transferindo a produção e o playout para a nuvem, uma mudança fundamental que está permitindo a rápida rotação de novos canais OTT.

Top C-Level – Qual é o cenário da banda de internet atual nesta distribuição e como o 5G vai impactar nisso?

Abel Honigsblum – As redes 5G estão tendo impactos na contribuição e na distribuição. Fluxos de trabalho de contribuição de latência ultrabaixa, aproveitando a capacidade 5G reservada, estão acontecendo hoje. As redes 5G / híbridas e a proliferação de infraestrutura Mobile Edge Compute (MEC), como AWS Wavelength Zones, oferecem suporte a aplicativos de latência ultrabaixa que escalam dinamicamente, permitindo a produção completa de vídeo ao vivo e a funcionalidade de reprodução sem comprometer o desempenho e sem requisitos de

infraestrutura fixa ou as limitações com as quais os modos de transmissão tradicionais lidam. Além da contribuição, o 5G também está permitindo streaming de maior qualidade e maior interatividade para distribuição. As redes 5G podem entregar o mais alto Quality Of Service (QoS) e com maior largura de banda disponível, 4K HDR, multicanal e streaming de VR para dispositivos móveis conectados, os quais proporcionam experiências inovadoras ao público.

Top C-Level – Além dos broadcasters, quais são os principais benefícios para a audiência?

Abel Honigsblum – A distribuição de vídeo IP significa que mais experiências ao vivo de alta qualidade podem ser produzidas e entregues com mais eficácia. A distribuição de vídeo IP está desbloqueando conteúdo que antes seria muito caro para justificar uma produção ao vivo. O conteúdo de nicho e as transmissões locais agora podem atingir efetivamente um público. Uma explosão nos serviços de streaming internacional está ocorrendo à medida que a programação atinge uma audiência global por meio de redes IP. As experiências de streaming de vídeo interativo personalizado, onde o público pode escolher como ver a ação, estão se tornando mais comuns. O streaming linear e de eventos ao vivo está sendo transmitido simultaneamente em plataformas

digitais, tornando mais fácil para os visualizadores sintonizar os aplicativos que já usam. Tudo isso representa tendências emergentes que são possibilitadas pela adoção da distribuição de vídeo IP.

Top C-Level – Além da redução de custo na distribuição de vídeo sobre IP, quais são as outras oportunidades de monetização dos anúncios nesta plataforma para os broadcasters?

Abel Honigsblum – O conteúdo de nicho agora pode ser transmitido de forma eficaz para públicos altamente entusiasmados, o que pode ter um valor tremendo para patrocinadores e anunciantes. A programação linear ao vivo geralmente é fornecida simultaneamente em várias plataformas digitais, cada uma com o potencial de fornecer uma experiência de anúncio regional, local ou personalizada para o público. Isso simplesmente não era possível na transmissão tradicional. Os aplicativos de streaming OTT também podem fornecer percepções mais profundas sobre como o público se envolve com seus anúncios, fornecendo um valor tremendo para o anunciante. O público de hoje é altamente fragmentado em plataformas e dispositivos digitais. A distribuição de vídeo IP de programas lineares e de eventos ao vivo está permitindo que as emissoras e anunciantes alcancem o público, independentemente de onde estejam, e a visualização ao

vivo por “agendamento” continua a ser o conteúdo mais valioso para campanhas publicitárias urgentes.

Top C-Level – Quais são os principais recursos das soluções da Zixi?

Abel Honigsblum – A Zixi fornece o conjunto completo de ferramentas necessárias para que as emissoras adotem totalmente o vídeo IP em toda a cadeia de transmissão. Os sistemas de transporte de vídeo modernos devem ser ágeis, capazes de atender às demandas de um cenário de transmissão digital em rápida evolução. A Plataforma de Vídeo Definida por Software (SDVP) da Zixi permitiu às emissoras a flexibilidade, escala e operações autônomas necessárias.

O Zixi SDVP gerencia dinamicamente tudo o que é necessário para fornecer vídeo de latência ultrabaixa em redes IP com qualidade de transmissão e confiabilidade de nível de operadora. Os clientes da Zixi podem implantar o SDVP em seu próprio ambiente gerenciado ou aproveitar o Zixi as a Service (ZaaS) para ter toda a infraestrutura e serviços agrupados em uma única solução gerenciada.

Top C-Level – Quantos clientes no mundo utilizam a plataforma da Zixi?

Abel Honigsblum – Atualmente, a Zixi tem mais de 700 clientes de mídia e 300 parceiros de tecnologia, entregando com sucesso mais de 20.000 canais ao vivo em mais de 100 países todos os dias. O protocolo Zixi é amplamente re-



conhecido como a forma mais eficiente de largura de banda para fornecer vídeo IP em redes, incluindo Internet pública, e inclui correção de erros de última geração e tecnologia de failover sem sucesso, patenteada para garantir que a qualidade do stream não seja comprometida mesmo se a rede é inconsistente. No entanto, o Zixi SDVP suporta qualquer protocolo de entrega moderno, incluindo RTMP, RIST, SRT, HLS, MPEG DASH e mais, permitindo que os clientes e parceiros Zixi integrem perfeitamente seus vídeos no SDVP, independentemente da contribuição ou do ambiente de distribuição. O Zixi SDVP também oferece suporte à transformação dinâmica de conteúdo em tempo real com transcodificação avançada e recursos de empacotamento para que os fluxos compatíveis sejam garantidos em todas as plataformas necessárias. O SDVP inclui planos de controle Zixi ZEN Master para visualizar a saúde e o status de seus canais e infraestrutura, quer você esteja entregando um ou mil streams, e, agora, com o Zixi Intelligent Data Platform (IDP) embutido, o SDVP traz AI / ML poderoso, análise preditiva orientada, detecção de valores discrepantes e relatórios de incidentes precisos para encaminhar proativamente os desafios da rede e fornecer análises acionáveis instantâneas, além de identificar as causas dos incidentes quando surgirem problemas.



Abel Honigsblum

*Abel Honigsblum, Senior Director
Latin America da Zixi*

abel.honigsblum@zixi.com





Prática traz eficiência, confiabilidade e sustentabilidade em um fluxo de trabalho IP

Por David Kicks

Desde que a migração para fluxos de trabalho IP começou, a palavra “interoperabilidade” têm sido o foco principal da indústria de broadcast. As equipes de engenharia são impulsionadas pela promessa de substituir a rede de mídia proprietária por fluxos de trabalho de formato agnóstico. Isso porque, para alcançar verdadeiros fluxos de trabalho IP, a interoperabilidade é a chave para aproveitar os benefícios da rede IP padrão e rotear sinais – de qualquer origem – para qual-

quer número de destinos em uma rede. Mas, antes de avançarmos, é importante revisar nosso vocabulário.

Precisamos entender a definição de interoperabilidade e, mais importante, o que ela não é, não apenas em termos de automação de playout, mas para muitos sistemas que uma emissora pode estar avaliando. Assim, poderemos entender por que a interoperabilidade é tão importante dentro do contexto da automação.

LEGENDAGEM
AUTOMÁTICA

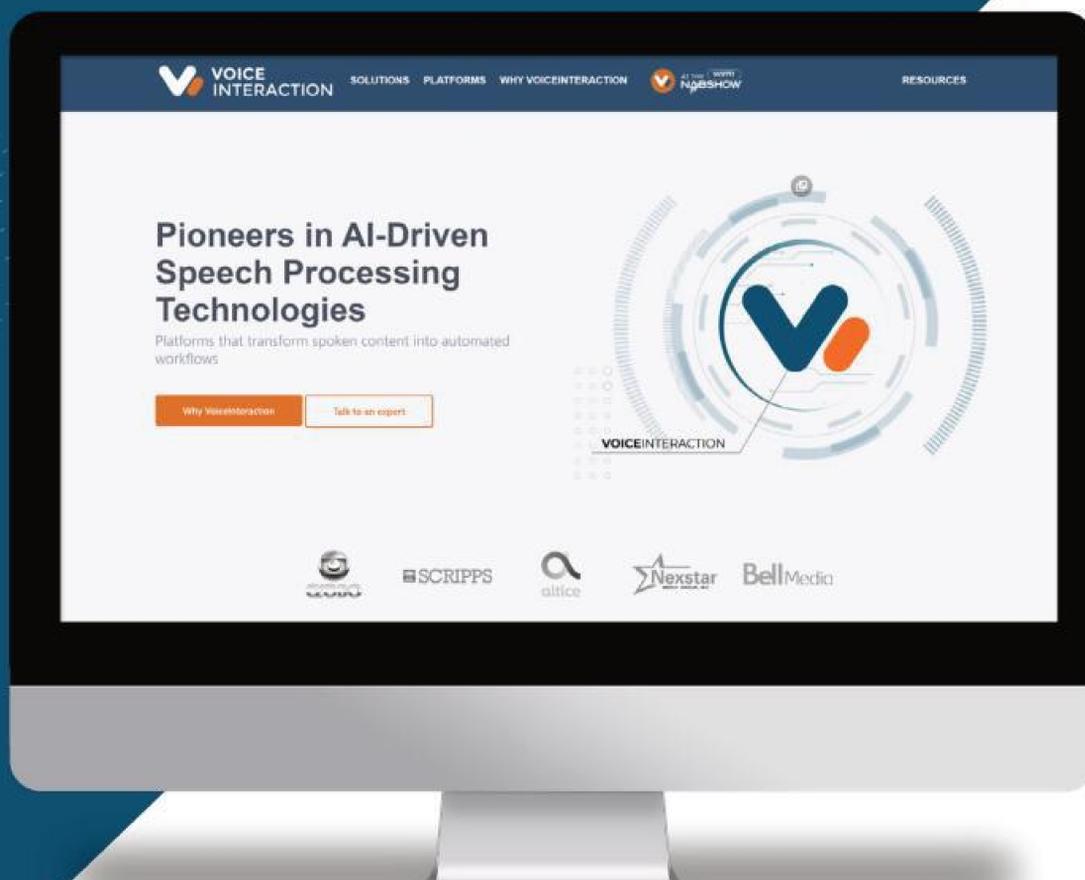
AUTOMAÇÃO
DE TRANSCRIÇÕES

COMPLIANCE &
MONITORAMENTO

SOLUÇÕES DE CONFIANÇA PARA A INDÚSTRIA DE BROADCAST

VoiceInteraction é uma **empresa de produtos** dedicada a **tecnologias de processamento de fala**. Pioneira em soluções de IA, VoiceInteraction baseia suas práticas em algoritmos de Machine Learning e Redes Neurais.

Com mais de 500 clientes em todo o mundo e escritórios em 4 continentes, VoiceInteraction continua trabalhando para oferecer soluções de excelência em tecnologias automatizadas de processamento de fala para seus negócios.



Renovamos nossa marca.

Descubra no novo site

www.voiceinteraction.ai

A interoperabilidade descreve a capacidade de uma aplicação, ou dispositivo, de interagir significativamente e trocar informações com outra aplicação, ou dispositivo, desenvolvido separadamente.

Há uma diferença entre protocolos abertos, protocolos proprietários e protocolos fechados. Algumas empresas acrescentam seus próprios protocolos, o que pode aumentar a dificuldade de integração dos dispositivos. Para que haja interoperabilidade com múltiplos fornecedores, os padrões e as melhores práticas são fundamentais.

O investimento nestas soluções permite a integração com outros produtos e sistemas de terceiros, proporcionando uma gama de benefícios de curto e longo prazo. A interoperabilidade permite ainda que

as emissoras aproveitem as melhores características das tecnologias de cada fabricante, combinando tudo em um único fluxo de trabalho contínuo altamente personalizável e adaptável. Ela também abre as portas para os mais altos níveis de flexibilidade e escalabilidade para se adaptar ao crescimento futuro.

Há dois padrões da indústria que ajudam a acelerar as implementações de IP: SMP-TE ST 2110 (o conjunto de padrões SMP-TE para envio de mídia digital através de uma rede IP) e o conjunto de protocolos NMOS (Networked Media Open Specifications). Juntos, estes dois avanços otimizam a forma como as redes IP transportam as mídias, incluindo vídeo não comprimido, áudio PCM e dados auxiliares – que são transportados em fluxos roteáveis separados-, bem como o geren-



ciamento de conexão de dispositivos em uma rede.

As redes IP são uma área complexa e podem parecer assustadoras para os broadcasters durante a transição para uma nova tecnologia. Mas, embora ainda existam muitas abordagens proprietárias no mercado, o objetivo deve ser tornar a interoperabilidade mais simples, em vez de colocar barreiras no caminho.

Cada vez mais fabricantes, incluindo a Pebble, estão trabalhando com os protocolos SMPTE e NMOS para simplificar o estabelecimento de fluxos de trabalho nativos IP. Para isso, são desenvolvidas soluções e aplicações que oferecem às emissoras uma interoperabilidade baseada em padrões para instalações e fluxos de trabalho IP. Essas novas soluções atendem às necessidades de facilidade de uso, interoperabilidade e confiabilidade, permitindo a expansão dos sistemas IP para arquiteturas de rede COTS mais complexas.

A interoperabilidade também exige trabalhar com sistemas antigos e atuais e, neste caso, o cumprimento dos protocolos da indústria é um fator chave. A capacidade de emular matrizes ou roteadores legados, baseados em índices, significa que qualquer IO, ou container, pode ser conectado usando o protocolo de roteador geral SW-P-08, por exemplo.

Agora, você tem compatibilidade perfeita com versões anteriores e futuras, inde-

pendente da escala e do escopo da sua organização. É a solução perfeita para avançar, oferecendo uma multiferramenta para suas operações de broadcast e permitindo total interoperabilidade entre tudo o que você tem em seu estúdio ou em seus fluxos de trabalho de playout.

Todo esse trabalho é realizado considerando que a eficiência, confiabilidade e sustentabilidade são vitais para estabelecer um fluxo de trabalho IP com interoperabilidade de ponta a ponta.

Para mais informações sobre a importância da interoperabilidade em ambientes IP, acesse <https://bit.ly/3t5B4KR>.



David Kicks

Sobre o autor:

*David Kicks,
Vice-presidente de Vendas,
Américas – Pebble*



SHOWCASE IFN 100 leva o MPEG-H Audio ao canal Amazon Sat

Depois dos games, shows e filmes on-line, o áudio imersivo chegou à TV aberta. O canal Amazon Sat acaba de adotar o MPEG-H Audio com o apoio da SHOWCASE. A nova tecnologia vai melhorar a experiência dos espectadores e ampliar a competitividade das emissoras.

Por Marco Antonio Melo

Empresa atualizou o Implementador de Funções e Remultiplexador Inteligente IFN 100, para integrar o sistema de áudio imersivo e personalizável MPEG-H AUDIO ao Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD). O som tridimensional proporcionará experiências inéditas aos espectadores, além de aperfeiçoar a

Acessibilidade Audiovisual aos deficientes visuais.

O sistema imersivo e personalizável MPEG-H AUDIO, criado pelo instituto alemão Fraunhofer, foi o escolhido pelo Fórum do SBTVD para compor a chamada TV 3.0, que entrará no ar nos próximos anos.

IP MEDIA INFRASTRUCTURE
has reached a **NEW GALAXY.**



HOME

Connected. Secured. Managed.

HOME is a new management platform for IP-based media infrastructures. It is designed to connect, manage and secure all instances and aspects of live production environments.

HOME addresses all pressing issues real-world broadcast operators face today and tomorrow, including automated discovery and registration of devices, connection management, flow control, software & firmware management, scalability and security.

Watch the full presentation here >>>



50^{YEARS}
ENGINEERING
THE FUTURE.

www.lawo.com

Reconhecida pelo intenso desenvolvimento de tecnologias para Televisão Digital, a SHOWCASE foi convidada para apresentar uma solução que permitisse a integração dos canais em MPEG-H às transmissões do canal Amazon Sat, do Grupo Rede Amazônica.

MPEG-H no Amazon Sat

Após estudos conjuntos com o Instituto Fraunhofer, o Implementador de Funções e Remultiplexador Inteligente SHOWCASE IFN 100 foi atualizado, em conformidade com o padrão MPEG-H e as normas do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD). Com o upgrade, os canais de áudio imersivo passaram a ser mapeados e identificados (PID), para serem transmitidos juntos com o vídeo, áudio original e o closed caption, entre outros serviços.

O fluxo de produção para áudio imersivo foi definido após um longo período de avaliação pelo Grupo Rede Amazônica. O padrão MPEG-H foi designado para o canal Amazon Sat, enquanto a Rede Amazônica, afiliada à TV Globo, utiliza o padrão Dolby Atmos. “A SHOWCASE deu apoio total e fez todas as atualizações para o Implementador de Funções IFN 100 receber as novas tabelas (PMT). Sem eles o sinal não iria para o ar”, conta Carlos Eduardo Lopes, diretor de tecnologia da Rede Amazônica.

Hoje o IFN 100 está homologado para a

implementação dos padrões MPEG-H e Atmos no Amazon Sat e na Rede Amazônica.

“A confiança da Rede Amazônica e o apoio incondicional do Instituto Fraunhofer permitiram levar os benefícios do MPEG-H ao IFN 100, garantindo compatibilidade em toda a cadeia de transmissão”, destaca Marco Antonio Melo, diretor da SHOWCASE. “Estamos muito orgulhosos pela parceria com o canal Amazon Sat, que passará a oferecer uma experiência ainda mais empolgante aos seus espectadores”.

Produção do áudio imersivo

“Após estas definições, o primeiro desafio foi criar conteúdos no contexto Amazônico, onde, por exemplo, as equipes têm duas pessoas. Com o apoio do Instituto Fraunhofer, nós organizamos um setup para gravar e editar o áudio imersivo em qualquer situação”, explica Carlos Eduardo Lopes. Desta forma, o Amazon Sat produzirá 100% do conteúdo transmitido com MPEG-H.

“Montamos um estúdio com 7.1.4 (canais), utilizando uma DAW e o software renderer. Após a edição e os efeitos visuais, o material é exportado com as trilhas de áudio separadas para mixagem em Dolby Atmos, estes áudios são então exportados pelo software MPEG-H Authoring

Tool (criado pelo Instituto Fraunhofer) para o sistema de exibição”, detalha Luciano Jeyson Rocha, Supervisor Técnico de Engenharia do Grupo Rede Amazônica.

Distribuição em MPEG-H

Na etapa de produção, os 16 canais de áudio disponíveis foram ordenados para acomodar o MPEG-H. Este mapeamento e identificação dos canais deve ser mantido desde a produção até a transmissão e recepção, para não haver falha de áudio na casa do telespectador. “Foi um dos desafios enfrentados na implementação e nós utilizamos a mesma distribuição de canais de áudio do sinal SDI”, explica Luciano Jeyson Rocha.

O mapeamento também organiza outros serviços incluídos na transmissão, como o áudio original, o áudio 5.1, a audiodescrição e o EPG. Todos recebem uma identificação específica (PID) ao passar pelo Remultiplexador Inteligente SHOWCASE IFN 100. “A equipe de desenvolvedores da SHOWCASE e o CEO da empresa, Marco Antonio Melo, foram de extrema importância no sucesso desse projeto”, completa Luciano Jeyson Rocha.

Áudio imersivo em casa

O AmazonSat tem uma geradora em Porto Velho (RO), de onde é gerada a progra-

mação para distribuição via satélite. Mais de 60 municípios da Região Norte recebem a programação através de afiliadas e em Rio Branco (AC), Manaus (AM), Macapá (AP) e Boa Vista (RR), onde a Televisão Digital está em operação, o áudio imersivo em MPEG-H já está disponível. Neste modelo de distribuição, todas as tabelas de sinalização do SBTVD são mantidas até os transmissores.

Para usufruir das vantagens proporcionadas pelo sistema de áudio imersivo e personalizável MPEG-H AUDIO, os telespectadores precisam ter um televisor ou soundbar capaz de interpretar os metadados e reproduzir áudio tridimensional. Nos demais equipamentos, a reprodução acontecerá da forma habitual, em mono, estéreo ou 5.1.

As transmissões nos padrões MPEG-H Audio e também Dolby Atmos (pela Rede Amazônica), facilitam o desenvolvimento de televisores compatíveis pela Zona Franca de Manaus.

“Um dos nossos objetivos é preparar os receptores para o áudio imersivo”, destaca Eduardo Lopes, Diretor de Tecnologia da Rede Amazônica. Ele explica que os televisores fabricados nos próximos anos devem ser capazes de identificar a disponibilidade de áudio imersivo nos programas, como também de selecionar o áudio 5.1 ou estéreo, para a transmissão

nunca ficar muda. “Este cuidado com o mapeamento dos canais e a recepção existe desde o início da televisão digital”.

Acessibilidade Personalizada

O MPEG-H AUDIO permite definir qual camada sonora deve destacada em um filme ou documentário: Os diálogos originais, dublagem ou audiodescrição, por exemplo. O mesmo se aplica a transmissões esportivas e telejornais. “Esta tecnologia será muito valiosa para os deficientes visuais, que dependem da Audiodescrição para acompanhar os programas de TV. Graças à capacidade de personalização em cada televisor, soundbar ou mesmo fones de ouvido, será possível ajustar níveis e balancear a distribuição do som principal e da audiodescrição, para o melhor conforto do usuário”, explica Marco Antônio Melo, diretor da SHOWCASE. “É mais uma inovação que se soma ao conjunto de serviços e soluções para Acessibilidade proporcionados pela SHOWCASE ao mercado”.



Marco Antonio Melo

Sobre o autor:

Marco Antonio Melo é Ceo e Diretor Comercial da ShowCase desde 2009

marco@showcasepro.com.br



O futuro do broadcasting – reflexões

Por Jurandir Pitsch

Fazer projeções sobre o futuro é sempre uma tarefa ingrata e, quase sempre, as avaliações erram ou no conteúdo ou nas datas. Algumas tendências, no entanto, vão se consolidando. E é sobre elas que iremos nos concentrar. Início de ano, é tempo de refletir e planejar.

Muitos setores passam por mudanças, mas o setor de entretenimento, radiodifusão e mídia, de uma forma geral, tem

passado por transformações praticamente em todos os seus segmentos: produção, geração e distribuição. Muitas delas são mudanças de paradigmas, disruptivas. Podem provocar a “morte” de algumas empresas, ao passo que tantas novas companhias irão surgir e outras irão se reinventar. Modelos comerciais estão sendo superados e substituídos e outros, novos, estão sendo testados. Alguns serão viáveis, mas outros terão vida curta.

Eu sou de uma época em que a televisão era analógica. Primeiro branco e preto. Depois, em cores. As famílias tinham uma televisão na sala e se reuniam para assistir. Muitos até iam à casa dos vizinhos para ter acesso. Eram poucos canais disponíveis, normalmente 3 ou 4, e a qualidade da imagem seria considerada simplesmente inaceitável hoje em dia.

O conteúdo era limitado. As emissoras paravam durante a madrugada, colocando uma tela de teste no ar. Trocava-se a TV da sala apenas quando a antiga quebrava e era um investimento significativo para as famílias.

Não havia mídias sociais, não tínhamos o Google para nos informar e não havia telefone móvel. Os fixos eram difíceis de conseguir e caros. E não estamos aqui falando de 100 anos atrás.

O Google tem 23 e o primeiro smartphone da Apple foi lançado em 2007. Quanta coisa mudou! O analógico tornou-se digital, os poucos canais viraram dezenas (ou até centenas para quem tem TV a cabo). Os lares passaram a ter várias telas e os tamanhos destas aumentaram. Veio a Internet. No início, o impacto na televisão era pequeno, porque as casas não tinham acesso à banda larga e os siste-



mas de compressão não permitiam mandar vídeo com as taxas disponíveis. Aos poucos, o ambiente foi se tornando mais e mais amigável ao vídeo. Primeiro com a explosão de conteúdos individuais, caseiros, que começaram a ser carregados em novos sites, como o YouTube. Protocolos foram desenvolvidos, permitindo a distribuição do vídeo, com alta qualidade, pelas redes IP, criando todo um novo mercado que está só começando.

E a tendência continua. O futuro é, sem dúvida, IP. No início, muitos tinham medo, porque a transmissão de vídeo pela Internet era ligada à pirataria, com pouco controle sobre a proteção dos direitos autorais. O mesmo se passava com o uso pelos bancos, que tinham receio da proteção das transações. Mas, a tecnologia evoluiu e este temor inicial se dissipou. Hoje, o produtor ou radiodifusor que não abraçar o IP está fadado à irrelevância. A evolução é cruel. Ou você se adapta ou “morre”. O ônus está no broadcaster. O usuário é cada vez mais exigente e livre para escolher.

O futuro é, também, multitelas. O conteúdo não pode mais ficar restrito à sala. As novas gerações querem consumi-lo em qualquer lugar, inclusive quando estão se movendo (viajando em ônibus, trens, aviões, etc). Desta forma, temos duas tendências que parecem contraditórias. Por um lado, vemos um aumento da procu-

ra por aparelhos de televisão maiores (no Brasil, em 2021, a maior procura foi por aparelhos entre 56 e 59 polegadas) com definição em UHD. Por outro lado, a audiência na faixa de 18 a 34 anos reduziu significativamente o consumo da TV tradicional, preferindo as telas individuais e móveis. Quem distribui tem que estar preparado para todos os cenários, transmitindo em múltiplos formatos e perfis.

A competição é feroz pela atenção do usuário ou cliente final. É preciso entender as suas necessidades, seus hábitos de consumo e suas preferências. Ferramentas analíticas em tempo real serão usadas cada vez mais para direcionar o conteúdo, mas, também, para permitir uma maior efetividade da publicidade com propaganda dirigida (por grupos, geografias ou até individualmente).

O SaaS (Software as a service) em nuvem estará presentes cada vez mais nas cadeias de produção e distribuição dos conteúdos. Nuvem e inteligência artificial começam a fazer parte do vocabulário dos broadcasters e isto só irá se acentuar.

Na produção, as mudanças são igualmente dramáticas. Com o sucesso de plataformas OTT, a pressão por conteúdo aumentou dramaticamente, forçando os custos para cima. Pela primeira vez, artistas, diretores, roteiristas estão migrando para grandes plataformas on-line, for-

çando uma competição inédita para os radiodifusores, que antes apenas competiam entre si pelos talentos. Da mesma forma, eventos esportivos importantes estão sendo disputados por diversas plataformas on-line.

Com o aumento do poder das plataformas independentes, como Netflix e Amazon Prime, os grandes produtores começaram a reagir. Primeiro com o ganho em escala, através de fusões e aquisições, como a Disney, que comprou os catálogos da Marvel, Lucasfilm e a própria Fox, a Warner com a HBO e com a Discovery e a própria Amazon com a compra da MGM. O passo seguinte destas gigantes foi desenvolver aplicativos para ir direto ao consumidor, usando a rede IP pública, gerando um conflito com as cadeias de distribuição tradicionais que utilizam redes privadas (cabo, fibra ou satélite). O excesso de oferta está fragmentando o setor e, neste momento, poucos estão conseguindo monetizar de forma efetiva. Mas estes gigantes irão continuar a colocar muito dinheiro tentando.

Em resumo, podemos afirmar que estamos entrando em uma terceira era da televisão. Haverá ganhadores e perdedores neste processo. Ganham os produtores de conteúdo, que agora têm muito mais plataformas para distribuir e ainda recebem investimentos altos dos novos players (Netflix e Amazon colocam bilhões em produtores independentes). Ganham os donos dos conteúdos, que já possuem

catálogos consagrados, franquias, etc, e conseguem monetizar isto nos novos meios. Ganham também todos os envolvidos na cadeia de distribuição IP (plataformas digitais, CDN, provedores de tecnologia, etc). O vídeo é o grande driver para a expansão da Internet. De acordo com a Cisco, em 2022, a transmissão de vídeo na rede irá representar 82% de todo o tráfego. Perdem todos aqueles que não evoluírem, permanecendo em um modelo de distribuição de TV puramente tradicional.



Jurandir Pitsch

Sobre o autor:

Jurandir Pitsch é Vice-presidente Comercial da SES na América Latina Sul.

jurandir.pitsch@ses.com

**AS EMISSORAS DE TV DIGITAL E DE FM
JÁ PODEM CONTAR COM UMA OPÇÃO
DEFINITIVA PARA A AQUISIÇÃO DE
SISTEMAS IRRADIANTES PROFISSIONAIS
E ACESSÓRIOS BROADCAST**



Broadcast: Television & Radio

FAVARO & ELIAS FABRICAÇÃO DE ANTENAS LTDA

- Projetos elaborados com precisão
- Fabricação com qualidade comprovada
- Avaliação de sistemas em campo de provas próprio
- Instalação e gerenciamento de projetos
- Aferição e comprovação de diagramas de antenas em condições reais de operação com drones e unidades móveis
- Equipe de engenharia com décadas de experiência



**19 99853 7007
19 98145 6085
19 99699 6350**

www.iftx.com.br



LEVE SUA HISTÓRIA A QUALQUER LUGAR

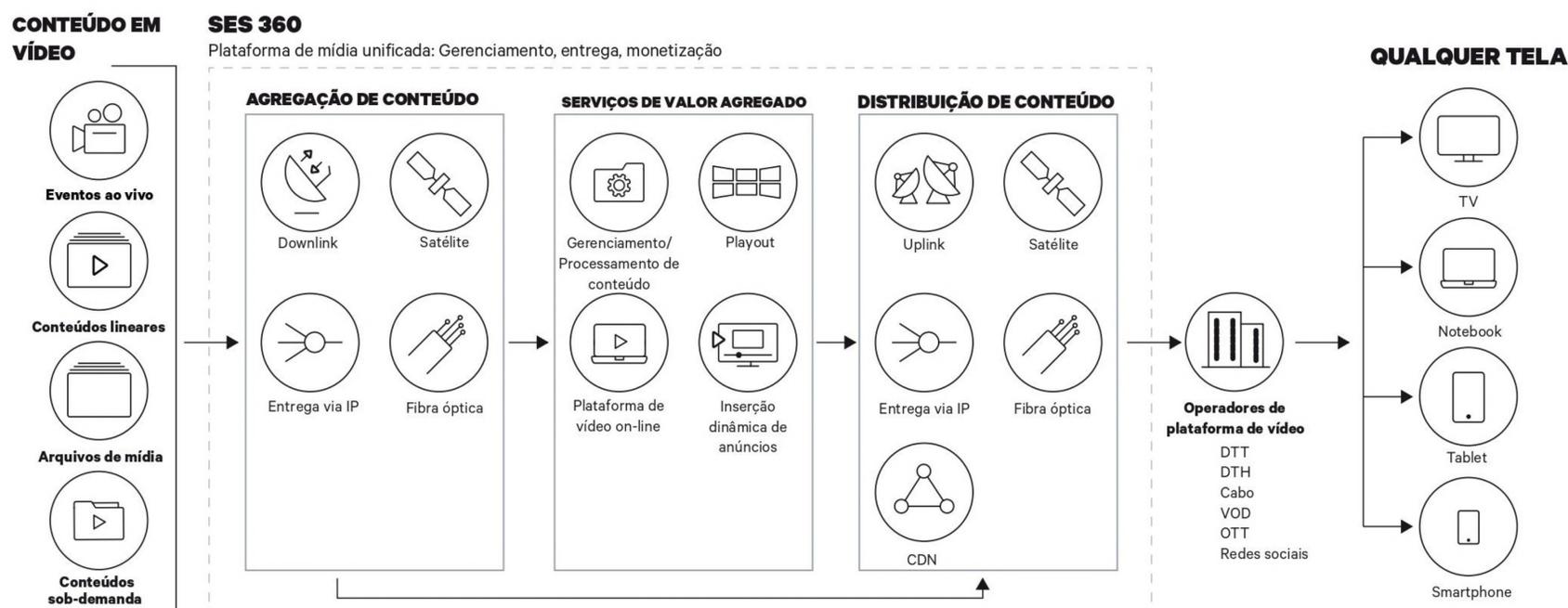
Com alcance e confiabilidade incomparáveis, a SES oferece um portfólio completo de soluções de vídeo, gerenciadas de ponta-a-ponta, para emissoras de TV, operadores de plataformas de vídeo, organizações esportivas e empresas de mídia em geral.

Temos uma visão ousada para oferecer experiências incríveis em qualquer lugar do mundo. Utilizando nossa rede global híbrida, gerenciamos e entregamos soluções de vídeo da mais alta qualidade, conectando MAIS pessoas em MAIS lugares e com MAIS conteúdo que enriquece suas histórias pessoais.

A SES distribui mais de 8.300 canais de TV e tem um alcance incomparável de mais de um bilhão de pessoas, provendo serviços de gerenciamento de mídia para transmissões ao vivo, conteúdo linear e não linear. Diariamente, gerenciamos o playout de mais de 525 canais lineares, transmitimos mais de 8.400 horas de streaming de vídeo on-line e mais de 620 horas de esportes e eventos premium ao vivo.

Nossa rede de distribuição híbrida fornece acesso à frota de satélites da SES com cobertura global de 367 milhões de residências, inúmeros hubs de fibra óptica, serviços otimizados de IP e streaming e centros de mídia profissionais, que oferecem atendimento ao cliente 24 horas por dia ininterruptamente.

SOLUÇÕES DE VÍDEO QUE ABRANGEM TODA A CADEIA DE SUPRIMENTOS DE MÍDIA DE PONTA A PONTA



PRODUTOS E SOLUÇÕES DE VÍDEO DA SES

Criando e oferecendo a melhor experiência visual em qualquer tela ou dispositivo e em qualquer formato

Com a mudança nos hábitos de consumo de vídeo, ajudamos você a atender às crescentes demandas por experiências aprimoradas de visualização em várias telas e dispositivos, usando nossa experiência no setor e infraestrutura técnica para ampliar sua cobertura e criar mais valor.

A SES oferece um conjunto completo de serviços de gerenciamento de conteúdo, playout de canais, monetização e distribuição de conteúdo, reunindo toda a gama de serviços de mídia. Entregue seu conteúdo com a mesma qualidade das emissoras de TV para várias telas e dispositivos, em qualquer formato e para qualquer plataforma, e expanda seus negócios com nossos serviços inovadores de valor agregado.

Nossos novos produtos de playout na nuvem são as novidades mais recentes da SES em nossa gama de produtos e soluções de vídeo de ponta a ponta. Em um mercado em constante mudança, mantenha sua agilidade e concentre-se no seu cliente enquanto cuidamos de todas as suas exigências técnicas e de infraestrutura.

<h3>DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO</h3> <p>Seu conteúdo em qualquer lugar</p> <p>Entrega de soluções altamente eficientes para distribuição de conteúdo híbrido de TV/celular/tablet/notebook (via satélite, fibra óptica, IP ou OTT) para qualquer dispositivo, a fim de que você possa oferecer experiências visuais de altíssima qualidade à sua audiência em todo o mundo.</p> <ul style="list-style-type: none">• DTH• DTT e DTC• Contribuição e uso ocasional• Distribuição via fibra• Entrega via IP• Uso ocasional flexível• Satélite e OTT em sincronização• Streaming on-line e CDN	<h3>GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO</h3> <p>Proporcionando experiências de visualização em qualquer plataforma</p> <p>Agregue, gerencie e forneça seus recursos de vídeo para qualquer plataforma globalmente, por meio de uma hub de conteúdo centralizada e segura, com soluções flexíveis e preparadas para o futuro que lidam com todos os aspectos da cadeia de valor.</p> <p>Orquestrador de conteúdo híbrido</p> <ul style="list-style-type: none">• Gerenciamento de mídia• Clipping• Consumo• Processamento de conteúdo• Gerenciamento de metadados• Localização• Enriquecimento de conteúdo• Correção• Armazenamento• Controle de qualidade	<h3>PLAYOUT DE CANAIS</h3> <p>Seu conteúdo em qualquer lugar</p> <p>Soluções totalmente gerenciadas, autogerenciadas e de playout na nuvem para gerenciar e oferecer seus canais em várias plataformas de transmissão ou on-line.</p> <ul style="list-style-type: none">• Totalmente gerenciado• Autogerenciado• Playout na nuvem• Programação• Localização• Eventos ao vivo• Inserção de anúncios• Gráficos• Monitoramento	<h3>MONETIZAÇÃO DE CONTEÚDO</h3> <p>Trabalhe seu conteúdo de forma mais inteligente</p> <p>Crie novas oportunidades de receita com modelos de assinatura e pay-per-view, substituição personalizada de anúncios, empacotamento de conteúdo e muito mais, aproveitando as ferramentas incorporadas de análise de dados e relatórios.</p> <ul style="list-style-type: none">• Plataforma de vídeo on-line• Inserção dinâmica de anúncios• Detecção de anúncios e inserção de marcadores• VOD em qualquer lugar
--	--	---	---

SES 360 – PLATAFORMA UNIFICADA DE MÍDIA

Traga facilidade operacional para o seu negócio de vídeo com nossa plataforma centralizada baseada na web.

O SES 360 permite gerenciar, oferecer e monetizar seu conteúdo para várias plataformas lineares e on-line por meio de uma interface de usuário unificada e com acesso global. Com uma nuvem híbrida e uma plataforma local, o SES 360 permite consumir grandes volumes de conteúdo por meio de nossos centros de mídia e os torna acessíveis para suas equipes globais na nuvem.

Implemente com qualquer solução e em qualquer etapa do seu processo para otimizar seu fluxo de trabalho e garantir uma experiência de vídeo de alta qualidade para uma audiência global.

- Interface de usuário unificada para orquestrar todos os fluxos de trabalho de ponta a ponta
- Configuração e gerenciamento de serviços individuais
- Dashboards para acompanhamento de consumo, status de serviço e análise de negócios



Com quem trabalhamos



Emissoras



Proprietários de conteúdo



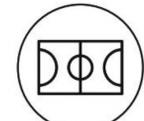
Operadoras de rede de telefonia móvel



Operadores de plataformas



Detentores de direitos



Esportes, notícias e eventos



Telecomunicações

Por que trabalhar com a SES

Rede global de distribuição híbrida com a maior cobertura

Experiência regional e setorial em todos os níveis

Modelos de negócios personalizados em todos os setores

Soluções que cobrem toda a cadeia de suprimentos de vídeo de ponta a ponta

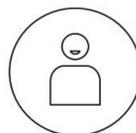
Equipes locais que oferecem serviço e atendimento 24 horas por dia, ininterruptamente

Serviços altamente escaláveis, ágeis e econômicos

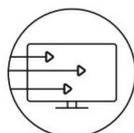
Experiência no desenvolvimento das soluções mais recentes de transmissão e vídeo



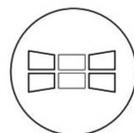
Cobertura mundial de
+ de 367 Milhões
de lares com TV



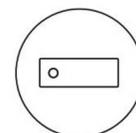
Cobertura mundial de
+ de 1 Bilhão
de pessoas



Distribuição de
+ de 8.300
canais de televisão



Gerenciamento do playout de
+ de 525
canais de televisão



Entrega de
+ de 8.400
horas de streaming de vídeo diariamente



Entrega de
+ de 620
horas de esportes e eventos premium ao vivo diariamente

Deixe-nos ajudar sua empresa a crescer.
Entre em contato ainda hoje. ses.com/video

Copyright © 2020 SES. Todas as especificações estão sujeitas a alterações sem aviso prévio.



CHOOSE YOUR OWN ADVENTURE

CREATE.

All things pre-production to post.

CONNECT.

All things distribution and delivery.

CAPITALIZE.

All things reach and ROI.

An entirely reimagined experience. The 2022 NAB Show opens on Sunday with four distinct show floor collections ramping your journey through the content lifecycle. Accelerate at will. Feel the rush of hundreds of exhibitors. High-caliber education. Best-in-breed products. Direct connections to peers and industry experts. Everything and everyone will be there (we just need you).

AND...SAY HELLO TO THE WEST HALL!

The West Hall will be home to **INTELLIGENT CONTENT** showcasing companies and products pushing industry-wide transformation enabling customized, immersive content.



NABSHOW[®]
Where Content Comes to Life

APRIL 23 - 27, 2022
EXHIBITS APRIL 24 - 27
LAS VEGAS CONVENTION CENTER
NABSHOW.COM | [#NABSHOW](https://twitter.com/NABSHOW)



Top C-Levels Meetings

Eventos presenciais com importantes executivos e temas relacionados a tecnologia e negócios da indústria de M&E



TOPCLEVEL.COM



Paulo Galante
CEO
paulo.galante@newconb2b.com

Ana Paula Abrucio
Gerente Financeira
ap.abrucio@newconb2b.com

Equipe Editorial:
Gabriel Cortez e Tainara Rebelo

Conselho Consultivo:
Alexandre Britto, Carolina Vargas,
Daniel Latermaher, Fernando Cisneiros
, Fernando Morgado, George Bem,
Mauro Garcia, JR Cristovam, Orlando
Custódio, Raimundo Lima, Roberto
Primo, Rodrigo Arnaut, Vitor Oliveira e
Yassue Inoki

Colaboradores desta edição:
Fernando Morgado (consultor, palestrante
e professor), David Kicks (vice presidente
Américas - Pebble), Marco Antonio Melo
(CEO ShowCase) e Jurandir Pitsch (VP
Comercial da SES América do Sul) e
Frederico Rehme

Projeto Gráfico:
Murilo Santos
murilo.santos@tmade.com.br
Diagramação : Ween MKT/Studio

Foto da Capa:
Divulgação - Internet

A Revista TOP C-Level é uma publicação mensal da Newcon Editorial Business. Não são autorizadas cópias do conteúdo sem nossa prévia autorização.

Contatos:
+55 11 99595-7791 (WhatsApp)
+55 11 99289-9684



FERNEXT

Desenvolvimento de broadcast e mídia



APOIO A ORGANIZAÇÕES DE BROADCAST E MULTIMÍDIA

Auxiliamos fornecedores, fabricantes de equipamentos broadcast e empresas de mídia a trafegar de forma simples pelas mudanças na indústria, tecnologia de mídia e modelos de negócios.

Com os desafios impostos pela introdução da tecnologia IP, fluxo de trabalho avançado, implementação de armazenamento baseado em servidor na nuvem, 5G e tecnologia de mídia cada vez mais complexa, a equipe da FERNEXT irá ajudá-lo a maximizar sua rentabilidade neste inovador mercado multimídia.

PROGRAMAS DE VENDAS E PARCEIROS



SUPORTE REGIONAL DE PÓS-VENDA



CONSULTORIA



MARKETING DE PRODUTO



INTERNACIONALIZE SEU PRODUTO



<https://www.fernnext.com/?lang=pt>

APRESENTAMOS PEBBLE CONTROL



Gerenciamento da
conexões IP simplificado

Para implementações
IP de qualquer escala

**Dos especialistas em playout
e automação**



www.pebble.tv

discovering | designing | delivering |