"A melhor feira de todos os tempos"

Não foi uma declaração isolada de um expositor felicíssimo com um negócio recém fechado. Foi uma constante na grande maioria dos estandes que fizeram parte da Broadcast & Cable 2013. Parte pelo momento do mercado, parte pelo resultado dos três dias de evento em si, esta edição da feira de engenharia de televisão foi uma verdadeira celebração.

Por Flávio Bonanome e Fernando Moura

Claro que toda feira de negócios visa trazer resultados positivos. É durante os dias de eventos que bons contatos são feitos, orçamentos são especulados e negócios são avalizados. Em muitos mercados especializados, como o da engenharia de televisão, um bom evento pode representar uma porcentagem bastante significativa no volume de negócios do ano todo.

Até por conta desta definição, a maioria dos expositores, ao serem perguntados sobre o saldo de sua participação, costumam ser bastante cautelosos. Não deixar-se levar

Durante a feira, a Sony oficializou a transmissão em 4K da Copa do Mundo Fifa de 2013

Com um dos mais disputados estandes do evento, a Hitachi Kukousai Linear era termómetro de bons negócios

© Fotos: Redação

pelo otimismo dos últimos dias em prol de uma visão mais sóbria do mercado, sempre é a escolha mais sensata.

Na edição 2013 da Broadcast & Cable porém, não houve sobriedade que pode esconder o sorriso satisfeito do rosto dos empresários. Exemplo disso foi Sergio Castillos da Quantum Big Data "Eu venho a esta feira há 19 anos, desde o tempo em que ela ainda acontecia no Rio de Janeiro e de fato está foi a melhor edição de todos os tempos", contou.

E Castillos não estava sozinho. Os expositores que afirmavam categoricamente estarem participando da melhor edição da Broadcast & Cable desde sua criação se espalhavam às dezenas. Outros, mais contidos, limitavam-se a considerá-la a melhor dos últimos quatro ou cinco anos.

"Sem sombra de dúvida foi a melhor feira de todos os tempos. Desta vez o primeiro dia, tipicamente mais vazio, parecia o segundo de outros anos", afirmou Marcelo Arantes da Ideal Antenas. Para ele, o aquecimento da economia em diversos setores é uma das principais

MECTRÔNICA
SISTEMAS IRRADIANTES PROFISSIONAIS

Completando 35 de História, a Mectrônica acompanha as tendências e a constante evolução do mercado digital

Antenas Digitais e Analógicas para Rádio e TV - Equipamentos - Acessórios - Serviços

Faça já o seu Pedido! É sempre um Prazer Atendê-lo!

Comprometimento, Competência, Eficiência e sempre, o Melhor Atendimento do Mercado de Radiodifusão!

35 Anos

www.mectronica.com.br
55 11 3609-1022 - sac@mectronica.com.br

Os executivos da Ideal Antenas acreditam que esta foi a melhor edição da Broadcast&Cable do todos os tempos

O pavilhão estava cheio de soluções para fluxo em Software, como no estande da Imagenharia

razões para esta forte dinâmica. "O Brasil no mercado mundial está em destaque. Não só no setor de radiodifusão, mas principalmente em entretenimento", conta.

O papel do show business, como destaca Arantes, de fato é muito importante. Com o aumento da capacidade de consumo do brasileiro vivido nos últimos anos, o País passou a ser um potencial consumidor de produtos culturais, logo a demanda por ele cresceu por parte da população, o que empurra diretamente o mercado da produção e consequentemente da radiodifusão.

Contexto legal

Apesar da lógica inegável do ciclo, este crescimento de demanda em diferentes vetores tem contado com um aliado bastante poderoso: a legislação. Grande parte do sucesso da edição 2013 da Broadcast & Cable pode-se atribuir diretamente às medidas de fomento regulatório que o governo vem aprovando sob o mercado da produção e radiodifusão.

Desta forma, três principais momentos parecem ter coincidido para o mercado este ano: A entrada em vigor da legislação do Loudness, que regulamenta o nível percebido de áudio na grade de programação das emissoras; o adiantamento do prazo do switch-off analógico, que obriga emissoras a digitalizarem seu fluxo e transmissão; e a Lei do Seac, que traz a obrigatoriedade de conteúdo produzido em território nacional para dentro da programação da TV fechada.

Com as duas primeiras afetando diretamente as grandes emissoras, que precisam adquirir grandes quantidades de equipamentos para se adequar às legislações, e a terceira pegando diretamente as produtoras, que passam a ser uma fatia extremamente significativa do mercado, as resoluções contemplam o mercado de ponta-a-ponta. Ter grandes empresas obrigadas a adquirir novas soluções é um cenário que muitos consideram bastante favorável.

"Sim, estas leis mexem com nosso volume de vendas", afirma José Carlos Moraes, o Cipó da Opic Telecom. Representante da fabricante de soluções de Loudness Linear Acoustic, a Opic chegou até a refazer suas metas de vendas com a entrada em vigor da legislação. "Além disso, tem a Copa do Mundo ano que vem, que deve trazer um boom para o fim de 2013 e começo de 2014".

Loudness: a questão

A medição e regulamentação dos valores do nível percebido de áudio já foi tema de muita polêmica. A priori devido a subjetividade da questão, as formas de padrão de medição e finalmente sobre a fiscalização e regulamentação. À despeito disso, seguindo o paradigma torto do broadcast de sempre deixar o áudio em segundo plano, o Loudness sempre foi visto pelos profissionais

A Lumatek apresentou sua linha completa de iluminação e assessórios cênicos

Além do premiado Morpho 3D, a Orad destacou-se no segmento dos SETs Virtuais

Um dos destaques no estande da Pinnacle eram os microfones da australiana Rode

A indústria nacional de antenas estava bem representada pela Mectronica

como um luxo dentro de seu fluxo de trabalho.

Tanto por conta da polêmica e indefinição, como por esta visão típica, as vendas dos equipamentos destinados a este fim sempre estiveram em baixa. Agora, com a obrigatoriedade deste "luxo" por lei, as vendas finalmente começaram a despontar. "Muita gente comprou alguns produtos para atender a norma, por isso estamos oferecendo de oito à dez modelos diferentes de equipamentos com capacidades para este trabalho", afirma Cipó.

Apesar da legislação trazer um saldo positivo, ela levanta agora uma outra preocupação: a da mera adequação. Em outras palavras, a possibilidade das emissoras adquirirem equipamentos meramente para estar em acordo com a lei, e não para a qualidade de seu produto final, o que pode impactar na não realização de upgrades ou de novos sistemas por estes não serem necessários sob o ponto de vista da legislação.

"Acredito que é bem possível que isso aconteça", afirma Christopher Spar, da RTW International. Na opinião do especialista, esta postura é uma coisa postural de cada região. "Na Europa tenho visto as pessoas levarem o Loudness bem à sério, agora nos Estados Unidos e no Brasil, algumas pessoas fazem certo, outras pensam que está tudo bem com seus antigos Vumeter", afirma.

Para ele, a estratégia para superar este possível desânimo de mercado está em oferecer um produto indispensável. "Esperamos que as pessoas fiquem tão familiarizadas em olhar para estas telinhas que não poderão mais viver sem elas. Fora isso integramos nossos produtos dentro de equipamentos de parceiros, como as consoles Studer, que vem com nossos medidores integrados. Se o profissional se acostumar a ver a mesma tela em todo lugar, vai sempre querer tê-la", explica Spar.

Já Cipó tem outro pensamento para fidelizar as emissoras. "Eu não acho que após a lei o Loudness vá estagnar, por que existe concorrência, e os concorrentes sempre vão tentar ter coisas diferenciadas um dos outros", afirma. Fora esta competitividade natural do mercado, o diretor da Opic ainda destaca a crescente evolução tecnológica como um fator essencial para a continuidade do Loudness. "A tecnologia digital vai sempre evoluindo. Nós ainda não conhecemos a transmissão 5.1 em suas aplicações práticas. Quando tivermos surround em nossas casas, ai será mais crítico ter um controle como este", completa.

Dura lex, sed lex

A implantação das regras que incentivam a produção nacional, transformou da noite para o dia o mercado das produtoras de médio e grande porte em uma das principais estrelas do mundo broadcast. Não é de se espantar, então, que algumas empresas comecem a, lentamente, migrar seu foco do grande broadcaster para este segmento.

A Phase Engenharia trouxe novidades de marcas como Ikegamis, Evertz além de sua fabricação própria

A PSK estava apresentando o Titan, o primeiro multi-direcional Micro transmissor sem fio e receptor de radiodifusão do sistema através de obstáculos

A Screen Service demonstrou sua linha completa de transmissores ISDB-T

É o caso da Vitec Group. “Sim, pensamos nisso. Estamos procurando lançar linhas de produtos mais focados para este nível de mercado”, afirma Cristina Delboni, representante da empresa. De acordo com a empresa, este “novo” mercado deve trazer um fôlego ainda maior para o crescimento dos números. “Sempre trabalhamos com uma orientação mais high-end e agora é que estamos entrando neste nicho. Temos investido muito na questão de desenvolvimento de produtos que possamos trazer equipamentos mais leves com custo mais adequado, mas com a mesma qualidade”, explica Cristina.

Outra companhia que tem adaptado seu portifólio para este segmento é a TITV. Especializada em soluções de MAM, a empresa tem buscado uma forma de trazer toda esta tecnologia para um patamar mais viável. “O grande gargalo dos próximos anos é o conteúdo e a dificuldade de armazenamento. Estamos encontrando formas de reduzir nossos pacotes para atender clientes de um custo menor, como pequenas produtoras e até editoras”, afirma Murilo dos Santos, gerente da marketing da TITV.

Também no embalo de uma legislação, Rodrigo Araújo, diretor comercial da EiTV, estava bastante satisfeito com os resultados da feira, e atribuia este sucesso muito aos “empurrõezinhos” do governo. “Temos feito sucesso com nossas soluções de Closed Caption, que também vêm de uma necessidade imposta por lei. Fora isso ainda tem a obrigatoriedade do Ginga, o cronograma do switch-off. Por tudo isso podemos esperar uma Broadcast & Cable 2014 ainda melhor”, empolga-se.

De fato, é como se todas essas inúmeras medidas legais tivessem culminado neste momento. “Isso é algo que aumenta a procura em todos os produtos. Toda legislação que exige que as empresas se adequem é uma oportunidade para nós, pois nossas soluções instaladas podem evoluir sem grandes trocas de equipamento, apenas instalando novas features”, explica Silvino de Almeida, da Tectronix.

Quem também sentiu os bons fluídos direto dos parceiros foi a Video Systems. Representantes de marcas como EVS e Avid, a empresa vê em seus fornecedores a

Seegma: “Sem sombra de dúvida uma das melhores edições da feira de todos os tempos”

A AD Digital tinha forte presença internacional em seu estande e parceiros plenamente satisfeitos

O console de áudio digital Stagetec e DHD era um dos destaques da Aspa Stagetec na feira

“Temos feito sucesso com nossas soluções de Closed Caption”, afirmou Rodrigo Araújo, diretor comercial da EiTV

A Foccus Digital trouxe soluções para estúdio e transmissão de TV e Rádio

A TiTV é uma empresa especializada em MAM e busca trazer a tecnologia para um patamar mais viável.

empolgação com o mercado brasileiro. “Nossos parceiros sentem a crescente demanda por conta tanto das novas tecnologias como das leis. A tecnologia está evoluindo rápido e as empresas precisam buscar soluções mais eficientes e eficazes também para cumprir a legislação”, afirma Kazuyuki Tsurumaki, diretor da empresa.

Apesar desta empolgação toda, há quem esteja pronto para lembrar que o bom momento não diminui as dificuldades latentes do mercado brasileiro. “O problema do Brasil é a flutuação cambial. Então quem produz externamente consegue muita facilidade para entrar no país com um preço muito competitivo”, afirma Celso Francisco Schimidt, da 4S Informática. “Mesmo assim, nós nacionais não desistimos. Esperamos que o *Custo Brasil* realmente baixe, como o governo está prometendo”, conclui.

A Anixter mostrou soluções voltadas para o mercado de Broadcast, em parceria com a Belden

Invasão TI

Tem sido uma tendência cada vez maior nas feiras de broadcast ao redor do mundo a presença marcante de empresas focadas no desenvolvimento de Tecnologia da Informação. Em um movimento que faz todo o sentido com a digitalização do fluxo de trabalho e da transmissão, a importância do TI passou a ser vital para otimizar processos, organizar fluxos e agregar à transmissão. A Broadcast & Cable não é uma exceção neste âmbito, e já traz sua cota de empresas visionárias neste sentido. Como por exemplo a Brasvideo.

“O broadcast brasileiro vive um momento importante em função da diversidade de soluções que existem porém voltada para um mundo um pouco antigo. Nosso olhar já há três anos é voltado para uma infraestrutura virtual, que é o caminho que o mercado está seguindo”, afirma Wagner Mancz, diretor da empresa. “Estamos trabalhando com aplicação, a complexidade hoje está no projeto, na engenharia de fazer estas tecnologias funcionarem e de fazer tudo funcionar nas necessidades que o cliente tem”. explica.

De acordo com Mancz, a grande analogia que precisa ser feia para entender o trabalho virtual dentro de uma emissora é com um banco, onde o conteúdo é o dinhei-

STB: Preparada para o desligamento analótgico

As soluções da Autodesk eram um dos destaques do estande da Exec

ro. “Quando se deposita dinheiro no banco, você não sabe para onde vai fisicamente e não se importa com isso. Contanto que esteja seguro e disponível quando você precisar, está excelente”, afirma.

Já Martin Bonato, também da Brasvideo, é ainda mais enfático em sua visão. “Muitos falam em convergência Broadcast e TI. Eu falo em migração. Estamos migrando tudo para o TI e o que fica do broadcast é o workflow. Essa mudança é inserir um conhecimento antigo em um processo novo, o que muitas vezes gera choque”, explica.

No mesmo viés, a Dalet trazia a missão de introduzir cada vez mais fundo no mercado o debatido conceito de *Media Asset Management*. “O MAM ainda é um mercado muito recente, o Brasil está começando a entendê-lo e isso tem sido uma grata surpresa. As pequenas emissoras estão começando a visitar e entender o que o MAM pode trazer”, afirmou José Luiz Correia, representante da empresa.

De acordo com a empresa, esta nova curiosidade sobre o que o sistema pode fazer e não exatamente o que ele é já é uma franca evolução no entendimento do MAM. “Hoje os visitantes vêem ao nosso estande para tirar dúvidas, coisa que antes não faziam, queriam apenas entender o produto”, afirma.

Questionado sobre quando o MAM será uma realidade no Brasil, Correia é bastante claro. “Já é. Vocês podem esperar algumas surpresas de nossa parte até o final do ano, ou início de 2014. Esta é uma mudança que não tem mais volta”, garante.

Fernando Moura
Redação: Revista da SET
fernando.moura@set.org.br

Flávio Bonanome
Redação: Revista da SET
flavio.bonanome@set.org.br

“Nossos parceiros sentem a crescente demanda por conta tanto das novas tecnologias como das leis”, afirma Kazuyuki Tsurumaki, diretor da Video Systems

Já há 44 anos no Brasil, a Trans-tel é uma veterana na fabricação de antenas para transmissão digital e analógica

A principal novidade da Belden eram as transformações na perceria com a Miranda e sua nova equipe

A presença da Harris Broadcast ainda é de um momento de adaptação às últimas mudanças empresariais

No estande da Video Company, o destaque ficava por conta do XStream Workflow Director

SONY

Jogos em 4K na Copa do Mundo 2014

A Sony Brasil anunciou na B&C 2013 que foram oficializadas as transmissões de jogos em 4K na próxima Copa do Mundo de 2014 no Brasil, o que confirma a previsão da Revista da SET feita na edição de julho passado.

A confirmação foi realizada por Luiz Padilha, diretor de marketing e vendas da área profissional da Sony Brasil durante uma colectiva de imprensa na B&C 2013. Para Padilha, "a tecnologia 4K já existe e é uma realidade", por isso é natural que se transmitam jogos da próxima Copa do Mundo com esta tecnologia. "A proposta está oficializada e agora estamos anunciando ao mercado que a Copa será transmitida em 4K", disse Padilha.

Após a realização de testes satisfatórios feitos em Belo Horizonte durante a Copa das Confederações 2013 (*veja a reportagem especial da edição 134 da Revista da SET*) a Sony e a FIFA acordaram a realização de jogos ao vivo da próxima Copa do Mundo no Brasil em 2014. "Ainda não sabemos quantos jogos e quais serão feitos em 4K, mas alguns serão realizados com esta tecnologia. Os testes foram positivos e estamos prontos para realizar a Copa em 4K", disse Padilha à Revista da SET no fim da colectiva à imprensa.

Ainda há muito caminho a andar até junho de 2014 quando será realizada a Copa do Mundo no Brasil, por isso, "o que falta saber é qual será o modelo de exploração que realizaremos. Penso que seria um momento oportuno para o Brasil testar a transmissão em TV por assinatura" porque provamos que a "experiência de imersão que provoca o 4K é fantástica e pode ser emitida ao mundo", disse Padilha.

A Sony Corporation é patrocinadora oficial da FIFA até 2014, e seu contrato de US$ 305 milhões prevê a participação em mais de 40 eventos neste período, inclusive a Copa do Mundo FIFA de 2014. Por isso, explicou Padilha, a empresa lançou recentemente no mercado "televisores para consumo doméstico, resta agora os produtores de conteúdo passarem a adotar a tecnologia, que é fantástica. A própria Sony já vem fazendo este papel ao se aproximar ainda mais destes produtores e ajudá-los a se adaptar ao formato e mostrar tudo que o 4K é capaz de oferecer, tanto ele como ao consumidor", complementa o executivo.

4K em destaque

A Sony Brasil apresentou os seus produtos 4K mais recentes e inovadores. Em destaque o novo monitor de LCD 4K PVM-X300; o adaptador HXR-IFR5 para o gravador 4K AXS-R5 para a câmera NEX-FS700; a câmera 4K PMW-F55 montada para cinema, e uma sala com monitores OLED, comparando o modelo PVM-1741 com o novo PVM-1741 onde foi possível visualizar a melhora no ângulo de visão deste novo monitor.

"Trabalhamos sempre com o intuito de trazer para ao Brasil o que há melhor dos produtos da companhia para a área profissional. Assim como prometemos durante a NAB Show 2013, em abril, já estamos apresentando aqui na Broadcast & Cable a maioria dos produtos apresentados em Las Vegas, o que ainda não chegou ao país, certamente estará disponível ao mercado até o final do ano", afirma Carlos Paschoal, gerente geral de Marketing da Sony.

Também foram apresentados os decks SxS PMW-1000 e PMW-50. O primeiro, conta com duas entradas para cartões, uma entrada USB para transferir conteúdo para um HD externo. A câmera da linha XDCAM-EX lançada na NAB Show 2013, PMW-400, que tem como grande novidade o suporte nas gravações do formato MPEG HD 4:2:2 50Mbps esteve no estande da Sony, assim como a nova câmera PMW-300.

Segundo Luís Fabichak, gerente de marketing de broadcast da Sony Brasil, neste ano a Sony deu atenção especial para a NEX-EA50H, uma câmera que vem sendo muito bem aceita por produtores independentes em todo o país devido a sua versatilidade e flexibilidade, "graças ao seu sistema de lentes intercambiáveis, contando ainda com o sensor de grande formato APS-C que proporciona imagens Full HD de alta qualidade com baixo ruído e ganho de sensibilidade em condições de pouca luz".

Por outro lado, outra das novidades foi o adaptador CBK-WA01 e o novo CBK-WA100, que possibilita às câmeras da linha XDCAM, o envio de arquivos de gravações via Wi-Fi, 3G ou 4G, ajudando os profissionais que estão em campo a enviar arquivos para emissoras ou produtoras instantaneamente.

Finalmente, a unidade de produção ao vivo NXL-IP55, mostra a versatilidade em produções ao vivo, ao permitir a transmissão de até três sinais HD-SDI com baixa latência para aplicações ao vivo, já que conta com uma única conexão ethernet 1Gbps, assim, "minimizando a necessidade de cabeamento na infraestrutura", afirmam os engenheiros da marca japonesa.

TOTVS

Lançamento do Push VoD

A solução apresentada na B&C 2013 permite que emissoras de TV digital disponibilizem conteúdos multimídia, como trilhas de áudio e vídeos, de forma independente de sua programação normal. Esses conteúdos são armazenados no receptor e poderão ser reproduzidos pelo usuário posteriormente, de acordo com regras definidas por cada emissora.

A nova solução da Astro TV permite que a reprodução do conteúdo armazenado no receptor fique a cargo de aplicações interativas transmitidas pelas emissoras. Essas aplicações terão à sua disposição APIs do receptor que permitem verificar quais conteúdos estão disponíveis por meio de armazenamento, bem como, informação dos conteúdos – nome, descrição, versão e duração – explicou à Revista da SET, Helder Santos, coordenador do projeto da unidade Rio de Janeiro da Totvs, no estande da Astro TV na B&C 2013 realizada em São Paulo de 20 a 22 de agosto passado.

© Foto: Redação

Apresentado no estande da Totvs na B&C 2013, o Push-VoD funciona junto a um receptor de TV Digital (TV ou Set-top-box) com suporte ao Push-VoD; com um meio de armazenamento interno, ou externo USB (HD ou pen-drive) com um espaço mínimo disponível de 4GB para conteúdos VoD

Para Breno Ribeiro, o Push VoD é uma espécie de segunda tela ao contrário. “O telespectador pode participar enviando vídeos em diferentes formatos e uma vez aceitos pela emissora, vê-los na tela da sua TV”.

“Esta solução permite que cada emissora defina seu próprio mecanismo de controle de acesso aos conteúdos por meio de uma aplicação interativa, que poderá utilizar recursos como o acesso ao EPG da emissora e também à internet. Como o conteúdo fica armazenado e a reprodução ocorre somente após o término da recepção, a emissora tem liberdade para definir a taxa de transmissão que será utilizada para cada conteúdo, considerando a banda de transmissão que deseja utilizar e o tempo necessário para disponibilizar o conteúdo, independentemente do bit rate de reprodução,” disse Ribeiro.

Assim, segundo explicaram os responsaveis do projeto, o receptor permite o armazenamento desses conteúdos em um meio interno, em HDs externos e até mesmo em pen drives, o que gera uma flexibilidade para o usuário, que pode definir a capacidade de armazenamento disponível em seu próprio receptor. Todo conteúdo armazenado estará criptografado, o que garante que a reprodução do mesmo estará restrita ao receptor por meio do qual o conteúdo foi originalmente recebido.

A programação de transmissão do conteúdo Push VoD também permite definir o período em que cada conteúdo permanecerá armazenado nos receptores. Ou seja, quando esse tempo expirar, o conteúdo será removido. O Push VoD mantém ainda um controle da versão desses conteúdos, sempre disponibilizando ao usuário a versão mais recente recebida.

Outra vantagem do Push VoD, disse Santos, “é que o receptor pode fazer busca e armazenamento de conteúdos que estão sendo transmitidos mesmo quando não está em uso (em modo stand by). Isto concede mais liberdade para a emissora escolher os períodos em que agendará a transmissão de seus conteúdos VoD”.

ROHDE & SCHWARZ

Com os pés no Brasil

Para quem passava em frente ao grande estande da fabricante Rohde & Schwarz ficava difícil ver qual era a principal novidade apresentada na Broadacst & Cable 2013. Isso por que não se tratava de um produto de grandes proporções ou com excelente acabamento e funcionalidades que a empresa sempre traz. Na verdade, não se tratava de nenhum produto de fato. Os olhos mais atentos, porém, podiam detectar os dizeres de um pequeno selo estampando em alguns dos equipamentos expostos: Fabricado no Brasil. “Estamos consolidando nossa manufatura local de transmissores de média e baixa potência e Gap Fillers, então trouxemos para o estande desta feira os primeiros produtos de transmissão que foram produzidos no Brasil”, afirma Eduardo Dister, gerente de marketing e vendas da empresa.

Além desta novidade, a fabricante ainda apresentava uma nova divisão da empresa, chamada DVS, fruto de um aquisição recente pela marca holandesa. “Estamos aproveitando também para fazer a apresentação de toda a linha da DVS aqui na Broadcast & Cable”, completa.

STB
Superior Technologies in Broadcasting

SISTEMAS ANALÓGICOS E DIGITAIS

TRANSMISSORES:
• UHF E VHF DE 30W A 30KW
• DIGITAL DE 25W A 5KW
• FM DE 300W A 40KW

Multiplexador/Remultiplexador DVB & ISDB-T
MRX-200

Modulador ISDB-Tb - MDI-400

Transmissor FM - TFM 25W

Transmissor FM - TFM 3K5

Receptor DVB-S/S2 - RST-400

Gap-Filler - TGI-9050

ACESSÓRIOS:
• MODULADORES
• MULTIPLEXADORES
• GERADORES ESTÉREO
• RECEPTORES ANALÓGICOS E DIGITAIS
• LINK´S MICRO-ONDAS FIXOS E PORTÁTEIS

Empresa 100% Brasileira. Assim como nós!

ISO

Produtos Homologados pela ANATEL
Agência Nacional de Telecomunicações

STB - SUPERIOR TECNOLOGIA EM RADIODIFUSÃO LTDA.
Rua Vereador Celso Henrique Borsato, 132 • B°. Fernandes
Santa Rita do Sapucaí-MG • Cep. 37540-000
www.stb.ind.br • stb@stb.ind.br • (35) 3471-5505

PANASONIC

Apresentação mundial na B&C 2013

O Digital Signal Processsor da AKH-C3800 da Panasonic oferece uma ampla gama cor e excelentes condições quando se realiza captação com diferentes tipos de iluminação.

Sérgio Constantino anunciou que a nova AJ-PX5000G estará disponível a finais de Setembro de 2014.

© Fotos: Redação

A Panasonic apresentou mundialmente na feira a câmera AJ-PX5000G, lançada na NAB 2013, a sua primeira câmera P2 HD, com gravação nativa AVC-Ultra e com entradas de cartões de memória micro P2.

Esta câmera de ombro, oferece pela primeira vez em P2 HD, gravação em 1080/50p, além de 1080/50i e 720/50p graças aos seus três sensores MOS de 2.2 milhões de pixels com uma resolução horizontal de 1000 linhas e uma sensibilidade de F13. Também foi apresentado o AJ-PD500, o primeiro gravador P2HD com gravação nativa AVC-ULTRA e entradas de cartões de memória microP2.

A AJ-PX5000G apresenta formalmente na NAB 2013, mas em protótipo foi, pela primeira vez manuseada pelos visitantes da Broadcast & Cable 2013. Ela tem a capacidade de gravação AVC-LongG e AVC-Intra100/50 e com ela, a gravação dos codecs DVCPROHD, DVCPRO50, DVCPRO e DV de forma opcional.

"O AVC-LongG, foi desenhado para aplicações onde o tamanho do arquivo é muito importante, pelo qual o dispositivo oferece a possibilidade de gravar a 10 bits em 4:2:2 com arquivos muito mais pequenos economizando em custos e tempo de transferência em relação ao MPEG-2", explicou Sérgio Constantino, gerente de vendas para o mercado broadcast da Panasonic.

Para Constantino, estrear está câmera na Broadcast & Cable 2013 é uma amostra do importante que é o mercado brasileiro para a empresa e como ela esta investindo no País pensando nas Olimpíadas de Rio de Janeiro em 2016 das quais a Panasonic é parceira oficial.

Constantino disse que "o mercado brasileiro é um mercado em expansão", mas que ainda não tomou as "determinações finais para investir" já que os grandes eventos esportivos estão chegando. "Estamos dizendo a nossos clientes que o limite é novembro deste ano para poder ter os equipamentos em funcionamento na Copa de 2014. Os broadcasters ainda esperam definições para migrar ao digital, mas estamos avançando".

AKHC3800

Ainda, a Panasonic trouxe a feira, também pela primeira vez no mundo, a AKHC3800 lançada em prototipo na NAB 2013. Esta câmera compacta trabalha com três sensores CCD IT de alta capacidade tipo 2/3" com 2.2-mega pixel, e DSP (*Digital Signal Processor*) de 38-bit com conversores A/D de 16-bit.

LINEUP

Integrando o continente

Exatamente um ano depois de comunicar ao Brasil a fusão da brasileira Line Up e a mexicana Comtelsat, a proposta da empresa na edição 2013 da B&C foi apresentar grandes novidades e consolidar com maior transparência a integração.

O grande destaque do estande da empresa foi uma unidade móvel HD de 9m, com expansão lateral. A OB Van, que ficou disponível para comercialização após o evento foi a grande atração.

"Nossa intenção este ano é dar total atenção à comunicação com os clientes, pois é importante que se esclareça que as últimas mudanças nos possibilitaram maior abrangência no mercado, integração de mais soluções e capitalização de mais recursos para viabilizar qualquer negócio", declara Nilson Fujisawa, sócio e diretor da LineUp.

Segundo José Guilherme Cunha, responsável técnico da LineUp, a UMHD é projeto realizado em parceria com a RFCom e tem infraestrutura para 20 câmeras. Nessa configuração, possui 10 câmeras Grass Valley LDK 80 Flex e 2 super slow motion (LDK 8300) e duas micro câmeras (IK-HD1H da Hitachi). O caminhão está preparado para receber até 20 sinais, pode gerar conteúdo com áudio 5.1 com 48 faders (Lawo); controle de Loudness da Junger, e monitoração Sony/Kroma.

Para Cunha, a unidade móvel "é ideal para eventos esportivos e corporativos. Ideamos a UM pensando nas necessidades do mercado brasileiro e o que as emissoras de TV precisam quando realizam trabalhos de externa".

A comunicação da UMHD é realizada via Matrix Digital (MFR-128 G2 da Riedel) de 128 portas, e trabalha com um módulo 3G, frame syncronizer, multiviewer (Axon com matrix interna de 32x32), gerador de caracteres (Chyron).

O sistema de replay suporta super slow motion e pode ser EVS ou K2 Dino – Elite-PK1 da Grass Valley trabalha com "quatro pontos de recuperação de seis canais cada", disse Cunha e agrega, "da mesma empresa, o switcher que é um Karrera KRR-FRM-200C com 2.5 ME, 48 imputs e 24 outputs. As câmeras trabalham com objetivas (14 ao todo) de 42 /25 /22/18 e 12x todas da Fujinon".

Para Israel Gómez, gerente de vendas da Comtelsat, o balanço de um ano no Brasil é muito positivo. "Queremos continuar avançando e internacionalizando as empresas. Estamos frente a um mercado muito dinâmico e nele queremos oferecer bons negócios aos nossos clientes", disse.

© Foto: Redação

Nilson Fujisawa, sócio e diretor da LineUp e Israel Gómez, gerente de vendas da Comtelsat fizeram um balanço positivo do primeiro ano de parceira no Brasil.

"Como lhe tinha dito há um ano, pensamos que o Brasil tem um interessante mercado neste segmento e junto com a experiencia da LineUp trabalhamos para integrar soluções. Esta unidade móvel é isso, a integração de tecnologias e necessidades," disse Israel Gómez.

"O que nos interessa é brindar soluções aos nossos clientes por isso, a unidade móvel é oferecida aos clientes brasileiros de forma Turnkey", disse Fujisawa.

A LineUp também preparou um cenário para demonstração das câmeras GY-HM790 e GY-HM650, da JVC, e a nova linha de câmeras LDX, da Grass Valley. Além de trazer uma área exclusiva para apresentação de Sistemas de MAM/Archive/Robótica (Front Proch, Aveco, SI-Media, Grass Valley, Spectra); soluções em transferências de arquivos por meio da ASPERA e da AXON (Soluções em Master Control, Convertes, Multiview); soluções em Loudess Control com a Jünger Audio; soluções de transmissão da Cobham; soluções para monitoração de sinal ISDBT, da Traffic Sim; Dejero (Contribuição de vídeo em 3G e 4G); e Kroma Telecom (Monitoração e Sistemas de Intercom).

TECSYS

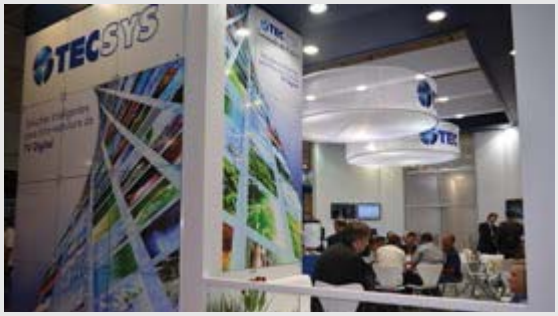
Solução para Interoperabilidade em Redes de Frequência Única (SFN)

A empresa de São José dos Campos (SP) apresentou na B & C 2013 soluções que permitem integrar diferentes redes de transmissão com equipamentos fornecidos pelos principais fabricantes do mercado, simplificando a migração das emissoras de televisão brasileiras para o padrão de TV digital terrestre (ISDB-TB).

As soluções propostas pela TECSYS tornam possível a operação em Feed Único via satélite (uplink e downlink), promovendo redução e otimização de banda contratada com equipamentos da Harris, Rohde & Schwarz e Hitachi Kokusai Linear, entre outras.

Além do Remux ISDB-T com SFN Adapter integrado, Carrossel de Dados e EPG, o compressor de BTS Tecsys garante a interoperabilidade e facilita a interiorização do sinal digital por todos os tipos de distribuição, seja por fibra, link de micro-ondas ou satélite, esteja o sinal aberto ou fechado – compatível com os principais sistemas de Acesso Condicional.

José Marcos Freire Martins, diretor geral da TECSYS, explicou que com este sistema é possível "a geração do BTS local através de TS (conhecida como *remux lite*), facilitando a expansão de redes do tipo MFN ou provendo redundância em pontos onde o satélite ou o sinal UHF digital já estejam presentes. A flexibilidade de opções (SFN ou MFN) e a interoperabilidade entre equipamentos de diferentes marcas permite aos broadcasters brasileiros – e de outros países que adotarem o ISDB-T – total liberdade na escolha da melhor opção técnica em seus projetos".



Ainda foi apresentado o Conversor de Midia Digital TS 8300, uma evolução do modelo TS 8200, que, segundo os responsáveis da empresa "é capaz de realizar conversões de sinais digitais de diversas fontes (satélite, cabo, terrestre, IP) para múltiplas saídas – ASI, SDI, RF, HDMI, IP streaming, entre outras"

Desenvolvido no país com o apoio da FINEP, o conversor opera no padrão H.264 em HD/SD ou no padrão MPEG-2 em SD e é voltado ao uso profissional de TV Digital Terrestre ou Satélite DVB-S/S2, com características, desempenho e confiabilidade compatíveis com as normas internacionais.

SHOWCASE PRO

Gestos firmes

Aproveitando as oportunidades criadas para o mercado de acessibilidade, a ShowCase Pro apresentou uma nova tecnologia que promete agregar muito ao mercado brasileiro. Trata-se do Avatar de Libras, que é um modelo virtual 3D, desenvolvido junto à Unicamp que reconhece comandos de voz e faz os sinais de libras adequado para a programação.

"Estamos montando um dicionário de libras deste avatar usando profissionais treinados em tempo real na programação das emissoras", explica Rafael Peressinoto. "Temos uma salinha que é um estúdio de Closed Caption ao vivo e fizemos ele análogo para libras. Então ficam os operadores repetindo a programação com uma metalinguagem que é um português mapeado para libras. Isso vai ser reconhecido pelo nosso sistema em tempo real e é convertido para a imagem 3D", explica.

A ideia é que durante a transmissão digital o usuário possa abrir ou fechar o avatar de libras da mesma forma que funciona o Closed Caption. No momento a ShowCase espera a homologação do Fórum SBTVD para que este sistema seja focado para acessibilidade, barrando usos comerciais.

AVID

Nova Liderança

A Avid esteve presente com grandes novidades durante a Braodcast & Cable. A principal, delas, porém, foi o retorno do executivo Ariel Sardinas que agora assume como diretor de vendas para a América Latina. Para entender as mudanças na empresa, conversamos com Sardinas que falou um pouco sobre sua visão de mercado.

Revista da SET: Como está sendo voltar para a Avid?
Ariel Sardinas: Quando eu sai há seis anos, meu objetivo primário era liderar e transformar empresas e foi quando fui para Grass Valley. E uma das razões pela qual eu voltei para Avid foi para reengajar e reunificar e dar a atenção para o dia-a-dia que o mercado necessita. Há seis anos meu trabalho era transformar a Avid na América Latina. Desta vez, meu trabalho não vai ter nada a ver com transformar, acho que precisamos continuar transformando de qualquer forma, mas é mais sobre reunificar o time na região. E meu trabalho será dedicar a energia diária necessária para que as coisas funcionem.

Revista da SET: A Avid é uma empresa que tem passado por muitas mudanças nos últimos anos...
Sardinas: Todas as empresas hoje em dia estão mudando. E estão fazendo isso por que o mercado está mudando. A indústria muda consoante aos clientes serem obrigados a mudar quase perpetuamente e é algo verdadeiro aqui e em qualquer indústria. Isso é sobre sobrevivência do mais forte, a única forma de sobreviver é continuar a evoluir. Até um ano e meio atrás nós não tínhamos uma presença no Brasil direta e estas mudanças estamos acomodando. Não se pode ter ideias fixas, é preciso ser maleável de acordo com o mercado. Estamos nos adequando a estes primeiros passos e agora sim o desenvolvimento para o próximo passo em busca do crescimento. E ai a estrutura esperamos que também acompanhe tudo o que estamos vislumbrando.

CANON

Pela primeira a Canon com espaço próprio na B&C

A empresa espera inaugurar nos próximos dias um laboratório técnico do Rio de Janeiro para poder realizar suporte técnico aos seus clientes

A 22º edição da Broadcast & Cable marcou a primeira presença da empresa com um estande próprio na feira. Isso, segundo, Jose Alvarado, diretor de vendas para América Latina da divisão broadcast, comunicação e tecnologia da Canon, "porque estão chegando grandes eventos esportivos e a Canon quer estar mais presente no país e chegar mais perto dos seus clientes".

A empresa japonesa trouxe ao Centro de Exposições Imigrantes de São Paulo uma ampla gama de soluções Full HD e mostrou pela primeira vez ao público brasileiro as novas câmeras da linha de Cinema: a EOS C100, a C300, ambas com sensor de 35 mm CMOS; e a EOS 1DC, uma DSLR híbrida capaz de produzir imagens em 4K.

Na linha de DSLRs EOS contou com a exibição das EOS 5D Mark III e EOS 1DX, mas dois novos modelos: a "EOS 70D, com um revolucionário sistema de foco automático durante a filmagem e em *Live view*, e a EOS 6D, a mais nova, menor e mais leve câmera full frame da linha", disse Alvarado.

Na linha de HDTV a Canon trouxe outras duas lentes: a HJ14ex4.3B grande angular, que "apresenta o maior ângulo entre as lentes 2/3" disponíveis atualmente, e também a HJ22ex7.6B, considerada uma lente versátil de longo alcance e com o maior comprimento focal para produção HDTV", disse Alvarado e agregou que estas lentes podem ser de grande ajuda na produção dos grandes eventos esportivos que estão chegando ao País.

Alvarado adiantou à Revista da SET que a Canon esta montando um laboratório técnico do Rio de Janeiro para poder realizar suporte técnico aos seus clientes de forma rápida e dinâmica e, assim "estar mais perto e com maior acessibilidade" na resolução "de problemas".

© Fotos: Redação

"América Latina tem mercado para a C500 e para seu fluxo de trabalho em 4K. Os mesmos broadcasters que produzem novelas na região estão comprando o equipamento, a nossa ideia é apresentar um modelo que possa servir para emissão ao vivo em 4K", comentou José Alvarado, diretor de vendas para América Latina da divisão broadcast, comunicação e tecnologia da Canon.

Suporte técnico na Copa das Confederações

Na Copa das Confederações 2013 realizada no mês de junho no Brasil, a Canon montou um sistema de assistência técnica nas cidades-sedes para dar suporte técnico aos clientes da marca. Segundo explicou a Revista da SET, Kenny Nakagawa o "Canon Broadcast Service & Support Concept" trabalhou três itens para ajudar aos clientes da marca neste grande evento esportivo. "Orientação individual para os clientes; técnicos multilingues (inglês, espanhol, português, e japonês; e presença em todas as cidades-sedes e em todos os jogos para resolver problemas técnicos nos equipamentos" da marca.

Para ele, os conceitos básicos da Canon nestes grandes eventos são: Suporte "para todos os clientes" garantindo " o sucesso do evento". Para isso, explicou Nakagawa,"montamos cinco equipes, e oferecemos apoiou em todos os jogos, em todos os locais".

A Canon espera repetir este sistema de suporte na próxima Copa do Mundo de 2014, desta vez com presença nas 12 cidades-sedes do país e nesse momento, com o laboratório operacional no Rio de Janeiro para a resolução de problemas maiores.