

SET

SET destaca a convergência dos mercados de telecomunicações e de audiovisual para os negócios entre brasileiros e norte-americanos

Por Redação*

Entidade participou junto com a ABERT e a EMC Soluções em Telecomunicações de evento para dezenas de empresas, organizado pelo Departamento de Comércio dos Estados Unidos

A Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET) apresentou no final de fevereiro as oportunidades que o Brasil oferece para dezenas de empresas do setor de broadcasting dos Estados Unidos no Webinar “*Brazil: Opportunities & Challenges in the Broadcasting Industry*”. O evento teve como objetivo mostrar às companhias norte-americanas o atual estágio da indústria broadcasting no Brasil e as oportunidades de negócios que podem surgir entre as empresas de ambos os países.

“O maior desafio e as maiores oportunidades encontram-se na convergência entre os mercados do audiovisual e o das telecomunicações, unindo o rádio e a TV aos dispositivos móveis e o aparelho de TV à internet”, disse na ocasião Cláudio Younis, diretor de Marketing da SET. Segundo dados da entidade, 42% da população brasileira está interessada em conectar seus dispositivos móveis à TV para compartilhar conteúdo.

Younis destacou que a TV tradicional está mudando e a questão central para o desenvolvimento dos negócios dos broadcasters é a relevância do conteúdo para a manutenção e expansão da audiência, além do fato de os jovens valorizarem cada vez mais a internet. Mesmo assim, ele mostrou que a TV ainda atrai em média 65% da propaganda destinada aos jovens e quatro vezes mais tempo de atenção semanal do que a internet.

Alguns dados fornecidos pela SET aos fabricantes norte-americanos demonstram as características da evolução da TV no Brasil. Entre eles, a cobertura terrestre de TV Digital que ficou acima dos 60% no final de 2013 e a venda de 14 milhões de aparelhos de TV Digitais no ano passado, o que representa uma parcela significativa em um país que possui 100 milhões de TVs em mais de 60 milhões de lares. A TV é o segundo eletrodoméstico mais vendido no Brasil, sendo superada apenas pelo fogão de cozinha. A TV paga, envolvendo a transmissão por cabo, satélite e MMDS, está presente em apenas 26% das residências brasileiras, en-

quanto a banda larga encontra-se em cerca de 32%.

O diretor da SET mostrou ainda que o consumo da alta definição (HDTV) está entre as principais tendências atuais do setor, lembrando que 33% da população possui pelo menos um aparelho HDTV e 57% pretendem comprar um nos próximos 18 meses.

Organizado pelo Departamento de Comércio dos Estados Unidos, uma agência do governo norte-americano, o evento permitiu à SET demonstrar os diversos fóruns internacionais dos quais participa e anunciar que o futuro do broadcasting e as oportunidades de mercado que oferece no Brasil poderão ser melhor explorados nos seus eventos regionais, na participação da entidade no NAB Show, no IBC e no SET EXPO 2014. Único evento anual e oficial da SET, o último reúne o 25º Congresso Anual da SET e a Feira de Equipamentos, Tecnologia e Serviços aplicados aos Mercados de Broadcasting, Telecomunicações e Mídias Convergentes. O SET EXPO 2014 será realizado, de 24 a 27 de Agosto de 2014, no Pavilhão Azul do Centro de Convenções e Exposições do Center Norte em São Paulo (SP).

O Webinar “*Brazil: Opportunities & Challenges in the Broadcasting Industry*” foi organizado por Ebe Raso, Especialista em Desenvolvimento de Negócios na área de Telecomunicações do Departamento de Comércio do Governo dos Estados Unidos, em conjunto com seus colegas nos EUA.

“O Brasil possui quase 200 milhões de consumidores, com renda per capita 45% acima da obtida pelos chineses, e representa metade da economia da América Latina”, disse Ebe, justificando o evento. “O Webinar serviu também como *warm up* para a NAB, em abril, em Las Vegas, e o Sete e Trinta, que será organizado pela SET nos dias 7 a 9”, complementou.

Além de Ebe Raso, participaram do Webinar o Cónsul Comercial Everett Wakai, Monique Cruvinel, diretora de Tecnologia da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, e Eduardo Cappia, diretor da EMC Soluções em Telecomunicações.