



Papel do Satélite na Era da Tela Múltipla e do OTT



por Carmen González-Sanfelíu

Estamos assistindo a uma transformação sísmica no cenário dos meios de comunicação à medida que os maiores protagonistas do setor de mídia – incluindo Turner, Univisión, HBO e CBS – vêm anunciando suas estratégias de longo prazo para atender à demanda dos telespectadores por maior quantidade de conteúdo em toda parte, marcando assim, oficialmente, a era da tela múltipla e do *Over the Top* (OTT).

O número de telespectadores que assistem a conteúdo via *streaming* linear e OTT permanece relativamente baixo em comparação com os que acessam conteúdo por meio dos canais lineares tradicionais. Por enquanto, a qualidade e a confiabilidade ainda não constituem um grande problema.

Entretanto, segundo pesquisa realizada pela Morgan Stanley, a previsão é de que o número de famílias que só usam o OTT nos Estados Unidos aumente de oito milhões em 2014 para 14 milhões até 2020. Nesse ínterim, de acordo com a companhia de pesquisas Infonetics, espera-se que o mercado OTT global, composto por programadores alternativos como, por exemplo, Netflix, cresça de US\$ 5,8 bilhões em 2014 para mais de US\$ 10 bilhões em 2018. A Infonetics afirma que os provedores de OTT continuam a desafiar os provedores tradicionais da *Pay-TV* (TV por assinatura) e estão começando a sugar receita.

Com isso em mente, o estudo *TV Here, There, (Not Quite) Everywhere* da Viacom citou que algumas das



principais barreiras à ampla adoção do OTT e do *live streaming* são técnicas por natureza (isto é, *loading/buffering e crashing/freezing* [carregamento/ *buffering* e avaria/congelamento]).

Do ponto de vista de modelo empresarial, isso poderia constituir um enorme problema para as empresas de mídia. Se a qualidade do conteúdo for afetada, a receita publicitária das empresas de mídia poderia sofrer um impacto negativo.

Da mesma forma, do ponto de vista de modelo econômico, o ajuste de uma infraestrutura de distribuição para obtenção de máximo desempenho implica em maiores despesas operacionais e/ou em um modelo de custos menos previsível. Agora, as empresas de mídia precisam determinar de que forma conterão os custos de distribuição e manterão o conteúdo em segurança, já que é disseminado através de telas múltiplas.

O momento é ideal para examinar os desafios técnicos e econômicos que a ampla adoção do OTT e do *streaming* linear apresentam para emissoras, programadores e publicitários.

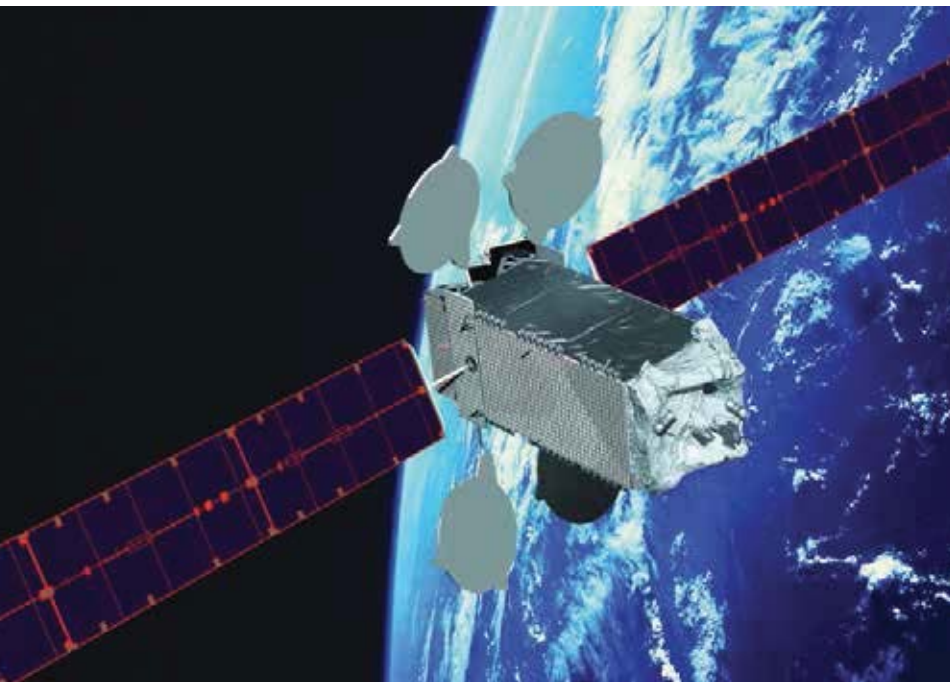
Tal exame revelará que as operadoras de satélite estão em posição ideal e dotadas de soluções para ajudar emissoras e programadores a se dimensionarem para atender à nova demanda por largura de banda e gerarem uma ARPU (*average revenue per user*, ou receita média por usuário) sólida.

Considerações Econômicas

Uma vez que se comece a distribuir conteúdo através de telas múltiplas, uma empresa de mídia poderá surpreender-se com o custo de distribuição comparativamente elevado do *unicast* versus o *multicast*. Consequentemente, a capacidade *multicast* do satélite acaba por tornar-se uma alternativa muito convidativa.

Um segmento de capacidade em três satélites bem posicionados pode distribuir um programa, em âmbito global, até a borda do último quilômetro da rede, cobrindo virtualmente todos os telespectadores existentes (e também os possíveis) a um custo praticamente fixo, independentemente do número de telespectadores. Com o satélite, a disponibilização de conteúdo para as empresas de mídia, até o último quilômetro, será segura, acessível e de alta qualidade.

A capacidade de monetizar o conteúdo através de plataformas de distribuição alternativas ainda é bastante incerta, não obstante o fato de que o número de telespectadores continua a crescer. Portanto, poder-se-ia argumentar que, em sua maioria, os provedores de conteúdo prefeririam ter uma base de custos fixa, oferecendo cobertura global (e, portanto, com mínimo custo incremental por usuário ou formato) do que ter uma estrutura de custos altamente variável, onde os aumentos de custo poderiam não estar em sintonia com os fluxos de receita previsíveis.



Depois de examinar tais situações, as empresas de mídia não deverão deixar de instalar a tecnologia certa para suportar um ambiente *multicast*. Isso se tornará especialmente importante à medida que, segundo a previsão, um número cada vez maior de telespectadores for entrando *online*.

Um exame mais minucioso da distribuição de conteúdo

A internet e a infraestrutura convencional da rede de distribuição de conteúdo (*conventional content distribution*, ou CDN) são ferramentas poderosas para distribuição da mídia OTT. Entretanto, à medida que o setor vai entrando no nível de serviço requerido para distribuição do OTT linear e modelos empresariais baseados em publicidade, tal enfoque simplesmente não tem a dimensão adequada. É possível que aumentos de tráfego não previstos – tais como os que decorrem de eventos lineares ao vivo e noticiários – coloquem estresse sobre a CDN terrestre.

Uma solução por satélite é um complemento perfeito à infraestrutura de fibra e cabo, pois suplementa as atuais limitações da CDN e das redes de fibra. O satélite também tem um longo e comprovado histórico na realização de transmissões em grande escala, com alta qualidade, confiabilidade e segurança – independentemente do tipo de tela.

Esses atributos do serviço são essenciais para os anunciantes que estão apostando seus dólares na propaganda digital e móvel. Uma rede de satélite híbrida ajuda com a qualidade da entrega, a qual se reflete numa métrica de confiabilidade capaz de ultrapassar 99,999%.

A flexibilidade das redes híbridas

Há muito tempo as operadoras de satélite reconheceram que um dos maiores desafios com que os nossos clientes de mídia se deparam é a necessidade de efetuar distribuição em diversos formatos para o ambiente de tela múltipla, que vem aumentando cada vez mais.

Nossa rede terrestre IntelsatOne complementa nossos serviços de satélite com o objetivo de vencer esse desafio, inclui serviços gerenciados, baseados em fibra, fibra mais satélite e serviços de teleporto. Um dos exemplos do suporte ao ambiente de múltiplo formato é a implementação de *edge nodes* conectando as instalações de produção de muitos de nossos maiores clientes do setor de mídia. O resultado final disso é que podemos entregar qualquer conteúdo que nosso cliente necessite distribuir, em qualquer formato.

Visão no Futuro

O satélite sempre facilitou o transporte e a distribuição confiáveis de conteúdo com qualidade padrão radiodifusor (*broadcaster quality*) e adaptou com êxito seus modelos empresariais, de modo a atender aos requisitos em constante mudança dos clientes de mídia (isto é, de SD para HD para 4K).

Este ano, as empresas de satélite evidenciarão que o satélite é a plataforma de distribuição de conteúdo ponto-multiponto mais eficaz para a mídia tradicional – ao mesmo tempo que mostrarão como as aplicações OTT podem ser suportadas por meio de redes de satélite híbridas.

Além disso, a onipresente infraestrutura de satélite permitirá que emissoras e programadores levem o OTT e o *streaming* linear a mercados em desenvolvimento que carecem da infraestrutura de banda larga necessária para hospedar um ambiente de múltiplas telas. É possível que isso tenha implicações significativas para a América Latina, já que as Olimpíadas de 2016 poderão testar diversas novas formas de entrega de conteúdo, tais como 4K UHD TV e tela múltipla. ■



Carmen González-Sanfelíu é vice-presidente Regional da Intelsat para a Região América Latina e Caribe. Contato: carmen.gonzalez@intelsat.com