



Foto: Fernando Moura

SET:30: Fórum SBTVD anuncia protótipos de receptor e antena para DTV+

Por Fernando Moura, em Las Vegas

O SET:30 foi o local escolhido pelo Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD) para lançar o primeiro protótipo de receptor de sinal DTV+ (TV 3.0), uma situação que gerou uma expectativa enorme entre os mais de 200 participantes do primeiro dia dos seminários da SET na NAB Show 2025. Evento marca avanço decisivo na modernização da televisão brasileira. O SET:30 foi transmitido ao vivo e teve, pela primeira vez, legendagem em tempo real em inglês, espanhol e português.

O **SET:30 2025** começou no domingo, 6 de abril, com casa cheia e clima de expectativa no ar. O evento que reúne, há mais de três décadas, especialistas do setor de mídia e radiodifusão no contexto da NAB Show, em Las Vegas, apresentou importantes anúncios sobre os próximos passos da TV 3.0, nova geração da televisão digital no Brasil. Destaque para a fala de Wilson Wellisch, Secretário da Secretaria de Comunicação Social Eletrônica (Secoe) do Ministério das Comunicações (MCom), que foi enfático: “É urgente a modernização da nossa televisão com a TV 3.0”.

Representando o então ministro das Comunicações, Juscelino Filho, Wellisch apontou que a nova tecnologia não é apenas uma evolução, mas uma questão de sobrevivência da TV aberta brasileira. “Não podemos assistir passivamente enquanto o mundo avança. A TV 3.0 garante relevância, interatividade, personalização



Wilson Wellisch, secretário de Radiodifusão, falou com Fernando Moura após o SET:30, confirma a entrevista na íntegra escaneando o QR.

e uma competição justa com as plataformas digitais”, disse ele, reforçando o papel estratégico do novo padrão.

Segundo o secretário, o MCom financiou e apoiou todos os testes conduzidos pelo Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD), que analisou mais de 30 tecnologias para compor a arquitetura da TV 3.0. Entre os módulos avaliados estão camada física, codificações de áudio e vídeo, legendas e aplicativos. “Estamos nos últimos detalhes para a assinatura do decreto da TV 3.0, que já foi anunciado pelo presidente Lula”, afirmou Wellisch.

Outro ponto de destaque na fala de Wellisch foi à necessidade de revisar o ambiente regulatório. “Radiodifusores cumprem obrigações rigorosas, enquanto plataformas digitais atuam no mesmo mercado publicitário sem as mesmas responsabilidades. Essa desigualdade precisa ser enfrentada”, alertou, propondo regras claras e equilibradas.

O presidente da SET, Paulo Henrique Castro, abriu o evento destacando a importância do encontro como ponte entre gerações do setor, reforçando o papel da SET como difusora de conhecimento e espaço de convergência da indústria de radiodifusão nacional.

Primeiros protótipos DTV+ são apresentados

Um dos momentos mais esperados do evento foi o anúncio do primeiro kit de recepção compatível com a TV 3.0, um set-top-box para decodificar a plataforma DTV+ e uma antena de recepção MIMO, ambos prototipados no Brasil. A novidade foi apresentada por Raymundo Barros, presidente do Fórum SBTVD e executivo da Globo. Ele revelou o primeiro set-top-box funcional e uma antena MIMO, que permitirá ao público acessar o novo sinal.



Raymundo Barros (Fórum SBTVD Globo) apresenta o kit de recepção de TV 3.0 no SET:30 durante palestra com Paulo Henrique Castro, presidente da SET / Foto: Fernando Moura

“O futuro começa hoje. Com a TV 3.0, a televisão será a principal plataforma de vídeo no Brasil”, explicou Barros. Citando dados da Kantar Ibope, lembrou que 65% do tempo de consumo de vídeo no Brasil ainda é da TV aberta, enquanto o *streaming* representa 30%, e a TV paga, 10%.

Barros detalhou que o novo ambiente da DTV+ permitirá acesso automático à programação da TV aberta e funcionará como uma plataforma de relacionamento

entre o governo e a população. “É a porta de entrada para o universo da TV dos brasileiros”, disse, reforçando que a TV 3.0 será compatível com interatividade e serviços digitais. Ele finalizou lembrando que o padrão técnico da TV 3.0 já está definido e inclui nove camadas fundamentais – da física à recepção. “Esperamos agora a assinatura do decreto para transformar essas definições em norma ABNT”.



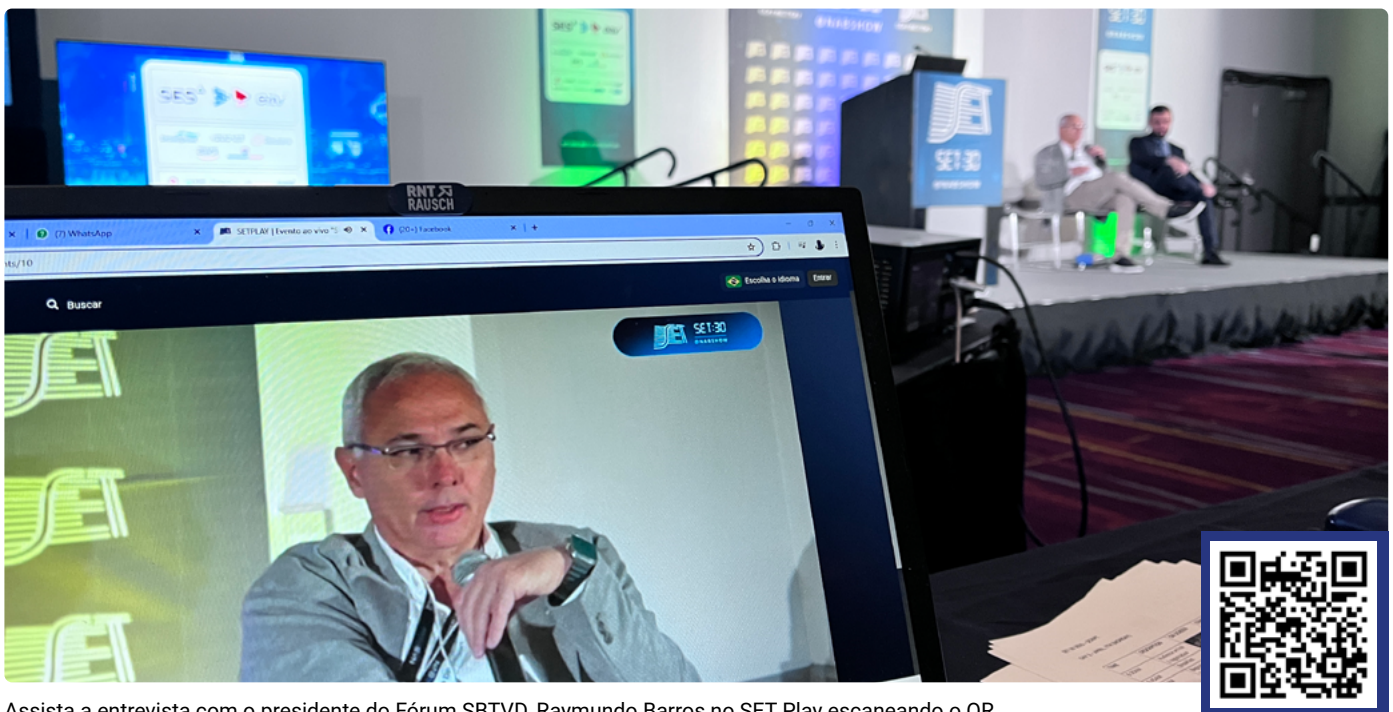
Para Luana Bravo, diretora geral da SET, a 33ª edição do SET:30 reforçou o desafio da entidade de ser um local de desenvolvimento de projetos e onde os principais temas do mercado audiovisual são tratados. “Cumprimos nossa missão de entregar aos presentes os conteúdos mais relevantes do ecossistema audiovisual”. Pela sua parte, Paulo Henrique Castro, presidente da SET, disse numa sala cheia, que pretende que a sua gestão “seja uma ponte entre a nova geração e as mais antigas”. Sorrindo, disse que “é muito legal poder reunir a indústria e mostrar, com isso, a força da radiodifusão brasileira. Temos este ano mais de 400 brasileiros em uma delegação muito organizada” / Fotos: Fernando Moura

Um novo capítulo para a televisão

A estreia do protótipo DTV+ marca não só um avanço técnico, mas também simbólico: a televisão aberta brasileira mostra fôlego, inovação e vontade de se manter relevante em meio à avalanche de mudanças no consumo de conteúdo. A expectativa agora gira em torno da assinatura do decreto presidencial, que dará base legal à TV 3.0 e abrirá um novo capítulo na história da radiodifusão nacional, e que até o fechamento desta edição ainda não tinha sido realizado.

Vale lembrar que Juscelino Filho, pediu a demissão após ser denunciado pela PGR ao Supremo. Quem

o sucedeu na quinta-feira (24/04), foi Frederico de Siqueira Filho que assumiu o Ministério das Comunicações. O ex-presidente da Telebras afirmou, em carta no dia da sua toma de posse, que chegou ao cargo “com o compromisso de manter e ampliar os projetos que já vêm sendo desenvolvidos: levar conectividade às escolas públicas, ampliar o acesso ao 5G, conectar comunidades na Amazônia, dar celeridade à concessão de rádios e canais de televisão em todo o território nacional e implantar a TV 3.0. Esses são compromissos que transformam a vida das pessoas, reduzem desigualdades e promovem cidadania”.



Assista a entrevista com o presidente do Fórum SBTVD, Raymundo Barros no SET Play escaneando o QR

A TV 3.0 como plataforma do futuro

O segundo dia do **SET:30**, a segunda-feira, (6/04) foi marcado por discussões que colocaram a TV 3.0 no centro da transformação digital da comunicação no país. As apresentações abordaram desde infraestrutura e distribuição de sinal via satélite até o uso de inteligência artificial e soluções em nuvem para produção e entrega de conteúdo.

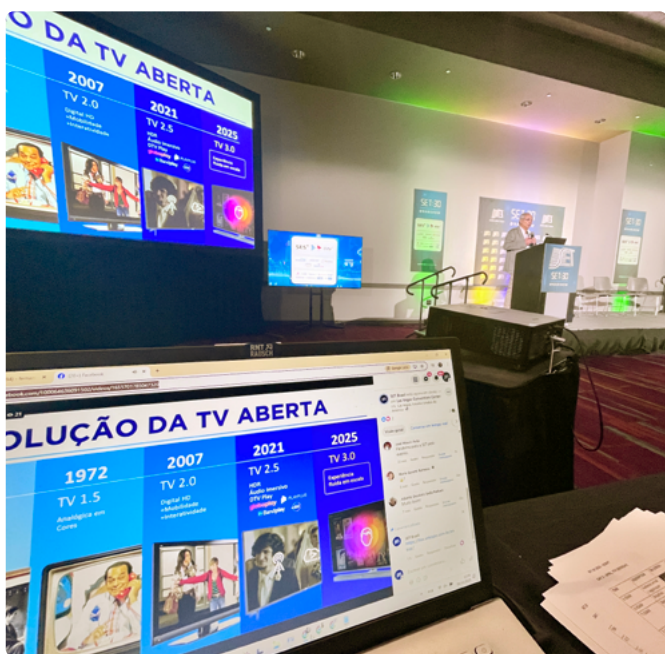
Ao longo de todas as mesas, a TV 3.0 foi apontada como a espinha dorsal de um novo modelo de televisão, mais integrada, personalizada e com foco na experiência do usuário. A hiperpersonalização do conteúdo, a união entre **broadcast** e **broadband** e a capacidade de interatividade foram mencionadas como os pilares

que garantem competitividade frente aos serviços de **streaming**. Carlos Octavio Queiroz, VP da SET e moderador do painel de encerramento, resumiu o espírito do dia: “Estamos construindo uma televisão que respeita o legado, mas olha para o futuro. A TV 3.0 será a principal plataforma brasileira de vídeo, com diversidade, inclusão e inovação”.

Logo na abertura do dia, Leandro Guerra, CEO da Entidade Administradora da Faixa (EAF), destacou o papel da entidade na preparação do ambiente para a chegada do 5G e o avanço da TV 3.0. “Estamos desenvolvendo um projeto que nunca existiu. É uma mudança de paradigma”, afirmou. Ele destacou que a EAF já investiu

R\$6,3 bilhões, oriundos das operadoras, para liberar a faixa de 3,5 GHz. O processo incluiu a migração de antenas da Banda C para a Banda Ku e a instalação de quase 15 milhões de kits de nova parabólica digital em todo o Brasil.

Segundo Guerra, o projeto tem alto impacto social, especialmente nas regiões mais remotas. “O trabalho da EAF é no Brasil profundo. O impacto do nosso projeto na população de menor renda é significativo. Para cada antena instalada pela EAF, o mercado vendeu outras duas, o que mostra o engajamento da sociedade”, afirmou.



Carlos Otavio Queiros (SET/Globo) e Leandro Guerra (EAF)/ Foto: Fernando Moura

Pelo terceiro ano consecutivo o SET:30 foi transmitido ao vivo por *streaming* desde o Las Vegas Convention Center com a parceria da SET com a Catuai Conteúdos e a 2Live/LiveU. Este ano a transmissão foi pelo Facebook e o SETPlay/ Foto: Fernando Moura

Satélites continuam essenciais

No primeiro painel técnico do domingo (06/04), o tema foi a importância dos satélites na infraestrutura de mídia do futuro. Fabio Alencar, VP da SES, e Ricardo Calderon, da Eutelsat Group, Fabio Alencar, VP Vendas Regional Latam da SES e Ricardo Calderon, Diretor de Vendas de Mídia para Brasil e Cone Sul da Eutelsat. A moderação foi de Caio Klein, Diretor Geral da TVE RS. Os palestrantes defenderam o papel estratégico da tecnologia satelital para a TV 3.0.

Alencar destacou que a integração entre *broadcast* e OTT, por meio de padrões como DVB-I e DVB-NIP, permitirá novos modelos de distribuição de conteúdo, inclusive com ofertas personalizadas e interatividade. “O canal de retorno é o grande desafio. Mas com DTH e OTT integrados, conseguimos criar experiências híbridas. Isso torna a TV 3.0 muito mais do que apenas qualidade de imagem — é sobre serviços, personalização e competitividade com as plataformas digitais”, explicou.



Caio Klein (TVE RS), Fabio Alencar (SES) e Ricardo Calderon (Eutelsat Group) / Foto: Fernando Moura

SET:30: Keynotes destacam o protagonismo brasileiro, desafios da IA e nova era da radiodifusão

Executivos do ATSC, IABM e NAB apresentaram análises estratégicas e elogiaram o papel do Brasil no avanço da tecnologia televisiva durante o maior evento de mídia e tecnologia da América Latina.

Durante os **keynotes** do **SET:30 2025**, realizado de 6 a 9 de abril, no **Las Vegas Convention Center** durante a NAB Show, alguns dos principais nomes da radiodifusão internacional debateram os rumos da televisão digital e os desafios que moldam o presente e o futuro da indústria. As intervenções de Madeleine Noland (ATSC), Chris Evans (IABM) e Sam Matheny (NAB) evidenciaram o papel de liderança do Brasil, os impactos da inteligência artificial e a necessidade de atualizações regulatórias na transição global para novos padrões tecnológicos.

A presidente da ATSC, Madeleine Noland, proferiu a conferência intitulada **“Colaborando para o Futuro da Radiodifusão”**, no domingo (6/04) na qual exaltou a cooperação entre Brasil e Estados Unidos no desenvolvimento de soluções avançadas para a televisão digital. Noland classificou o padrão brasileiro DTV+ como “o modelo mais moderno do mundo” e se referiu às diferentes empresas brasileiras que trabalham no desenvolvimento do ATSC como a E!TV e a Mirakulo, além das novas experiências das emissoras trabalhando na implementação e melhoramento da norma, e comentou que o Brasil “vai à frente, com uma expansão das características técnicas que garantem as necessidades técnicas necessárias”, e tem como diferencial “a segmentação geográfica, por exemplo, uma tecnologia que melhorou o padrão”. Ela elogiou a adoção da antena de recepção MIMO e agradeceu a parceria entre o Brasil e o ATSC afirmando que “ela é uma excelente mostra de que, quando se trabalha em função da tecnologia, tudo dá certo”.

No dia seguinte (segunda-feira, 7/04), Chris Evans, **Head of Knowledge & Insight** da IABM, apresentou um diagnóstico detalhado do ambiente de negócios e dos investimentos em tecnologia na conferência que antecipou tendências para a NAB Show 2025. Com base em estudos híbridos, Evans apontou uma retração significativa nos investimentos nos últimos anos, atribuída a eventos globais como a pandemia, conflitos armados e instabilidade política. “As cinco principais economias do mundo passaram por eleições em 2024, o que impactou diretamente as decisões de investimento”, observou, e disse que os canais FAST têm proliferado no mundo, produto de “uma oportunidade dada pela tecnologia”, e que na sua primeira vez no Super Bowl o FAST teve uma audiência de 13,6 milhões de usuários simultâneos, chegando a um total de audiência de 127,7 milhões em todas as

mídias nos Estados Unidos. Falou dos novos hábitos de consumo da Geração Z e como o consumo de mídia, dentre os conteúdos, se destaca o consumo de vídeo games. E deixou como dado preocupante que a inteligência artificial para plataformas de OTT leva a dianteira em termos de investimento com um total de 26%, e que em segundo lugar está o transporte IP. E finalizou dizendo que o combate à desinformação é essencial devido ao avanço da IA Gen e a circulação de conteúdos sintéticos. E que o futuro, em contraste com o passado, passa por inovação, mas ela deve ser direcionada.

Evans afirmou que é impreterível “combater a desinformação”, já que a IA Generativa facilita a criação e a abundância de conteúdo sintético, levou ao desenvolvimento de mais tecnologias para auxiliar na verificação de procedência e autenticidade. Em vista disso, adicionamos “procedência e autenticidade” às opções de investimento em tecnologia”, e explicou que a conscientização é ainda “relativamente baixa no geral, em 5%, embora os Estados Unidos tenham registrado uma inclinação maior para a preocupação, com 12% dos entrevistados citando esse cenário como parte de seu **roadmap** de investimentos”.



Avance do canais FAST avançam e preocupação com vídeos sintéticos, foram as alertas de Chris Evans da IABM/ Foto: Fernando Moura

Na terça-feira (08/04), Sam Matheny, CTO da **National Association of Broadcasters (NAB)**, conduziu o **keynote “NextGen TV – Concluindo a transição para ATSC 3.0”**, centrado nos avanços da migração dos Estados Unidos para o novo padrão televisivo.

Matheny informou que 437 canais já haviam sido convertidos para o ATSC 3.0, cobrindo 77% do território norte-americano, e anunciou que o objetivo é atingir os 55 principais mercados até fevereiro de 2028, e que o restante seja até fevereiro de 2030. “É essencial definirmos uma data concreta para a transição total da indústria”, defendeu, referindo-se à petição apresentada à FCC. O executivo da NAB espera que se chegue a um acordo para ter uma “transição obrigatória”.

O executivo também defendeu a modernização das regras sobre sintonizadores e destacou o *Broadcast Positioning System* (BPS) como alternativa complementar ao GNSS. “A transferência de tempo do BPS é comparável ou superior à do GNSS, sendo uma solução viável em cenários de indisponibilidade”, afirmou.

Os três *keynotes* ilustraram, sob diferentes perspectivas, o momento de inflexão vivido pela radiodifusão global. Entre os consensos, destacou-se a urgência de políticas públicas e regulamentações que favoreçam a inovação, assegurem a competitividade diante das plataformas digitais e preservem a diversidade da produção audiovisual

nacional, consolidando, mais uma vez nas suas três décadas de existência, como espaço de reflexão e convergência estratégica para os profissionais da comunicação e da tecnologia. A edição de 2025 reafirmou o protagonismo brasileiro na vanguarda da TV digital e o valor da colaboração internacional como vetor de progresso técnico e cultural.



Sam Matheny, CTO da NAB, disse ainda que é necessário que nos Estados Unidos se atualize a regra do sintonizador para incluir sintonizadores de próxima geração; se inclua exigência de destaque; e que seja fácil encontrar a TV Aberta (OTA)/ Foto: Fernando Moura

Alencar finalizou falando da Mileto Brasil, sucessora da OI TV, que parte da base existente de clientes que chega aos 600 mil, “em um processo de crescimento de TV por assinatura. Acreditamos que a oferta deles será de multiplataforma na qual se junta a infraestrutura, os canais de TV e os fornecedores de tecnologia.

Já Calderon destacou a nova estrutura da Eutelsat Group, com rede Geo-Leo, combinando satélites geoestacionários (GEO) com órbita baixa (LEO),

garantindo baixa latência e ubiquidade. “Nosso objetivo é conectar todos com todos. O vídeo continua sendo a principal receita da empresa, mas agora operamos com infraestrutura multiórbita e seis teleports para garantir alcance global e estabilidade”, disse. E finalizou afirmando que “a integração será fundamental para ampliar as possibilidades e gerar a possibilidade de avançar com melhores rendimentos que podem ser alcançados”.

IA e Cloud redefinem a produção de conteúdo

Encerrando a manhã, o painel “**Conteúdo 360º: Como Inovação, Tecnologia e Negócios Redefinem a Gestão da Produção**” trouxe uma discussão aprofundada sobre as aplicações reais de Inteligência Artificial Generativa (IA Gen) e *cloud computing* no setor audiovisual.

Gustavo Dutra, Strategy BD Leader for M&E da AWS, apresentou soluções como dublagem automática e interpolação de quadros sem re-codificação, otimizando a produção sem perda de qualidade. “A indústria caminha para uma automação inteligente, que transforma processos e economiza recursos, mantendo a criatividade no centro”, explicou.

Matt Silva, CEO da CIS Group, afirmou que a IA já atua como “um motor de enriquecimento de metadados, de recomendação e de automação na cadeia de conteúdo”. Para ele, “a publicidade contextual aliada à IA cria novas oportunidades de monetização e engajamento”.

Em termos de *streaming*, Matt Silva disse que a mudança estratégica mostrou que o modelo não era adequado, e por isso há que se mudar o cenário. “Os primeiros e os maiores se sustentaram, mas hoje a publicidade tem de ser importante, mas ainda haverá de gerar novas ofertas incrementais dentro da plataforma”. E sugeriu criar “plataformas poderosas que possam ter

acordos comerciais criativos que juntem a tecnologia e o modelo comercial, e ainda usar a IA para tornar mais eficiente a cadeia audiovisual”.

Em sua fala, Fabio Alencar VP Vendas Regional Latam da SES, foi enfático: “A IA deixou de ser um conceito para se tornar um entregável. A *cloud* já é realidade consolidada e será essencial no ambiente híbrido da TV 3.0”.



Carlos Otavio Queiros (SET Globo) Matt Silva (CIS Group), Fabio Alencar (SES) e Gustavo Dutra (AWS)/ Foto: Fernando Moura

Espectro e infraestrutura: primeiros testes da TV 3.0

O terceiro e último dia do **SET:30**, realizado na terça-feira (8), em Las Vegas, consolidou as discussões sobre o futuro da televisão brasileira, reforçando o papel da TV 3.0 como motor de inovação, o impacto dos canais FAST, e os desafios e oportunidades da monetização na era digital. O dia foi marcado por falas contundentes, trocas técnicas e análises de mercado com forte presença institucional e corporativa.

Abertura com alerta e afirmação de que a TV 3.0 exige reinvenção. Assim, a manhã começou com discursos inspiradores de Vinicius Caram, conselheiro da Anatel, e Paulo Henrique Castro, presidente da SET,

que reforçaram a necessidade de adaptação do setor frente à concorrência digital.

“O futuro da TV 3.0 apresenta diversas oportunidades, mas também exigirá que as emissoras se reinventem para se manterem relevantes em um mundo cada vez mais digital”, alertou Caram. Castro destacou o espírito de colaboração da comunidade SET e o valor do diálogo institucional: “Recebemos muito *feedback* aqui. Fizemos mudanças e faremos outras. O interessante é ver outros assuntos trafegando entre mundos e gerações. Estamos muito honrados com a parceria com a Anatel e o MCom.”



Vinicius Caram da Anatel fala ante uma sala cheia no SET:30 que teve média de 200 pessoas nos três dias. Veja a entrevista de Fernando Moura com a comitiva da Agência na NAB 2025 escaneando o QR

Caram, por sua vez, apontou riscos: “Vivemos um momento de alerta para o setor. A concorrência não regulamentada torna o mercado injusto. A radiodifusão traz inovação e tecnologia. O lançamento da TV 3.0 será uma forma de se posicionar à frente dos competidores do streaming.” Ele ainda reforçou a importância do conteúdo local: “As pessoas querem se identificar com a radiodifusão. O conteúdo personalizado será chave.”



David Britto Júnior da Mirakulo conversou no Pavilhão Brasil com a Revista da SET e explicou os pormenores do middleware que permitirá trafegar a DTV+ no set-top-box para TV 3.0. Confira escaneando o QR



Equipe da Vivensis no SET:30 após o Set-top-box desenvolvido pelo Fórum e algumas empresas associadas, com destaque para a Mirakulo e a Vivensis ser apresentado formalmente. Veja a entrevista com Yvan Cabral, CEO da Vivensis, falando do primeiro Set-Top-Box para DTV+ (TV 3.0) escaneando o código QR

Canais FAST e desafios e oportunidades da monetização na era digital

O primeiro painel técnico do dia, “**Streaming & FAST Channels – Unindo Agilidade e Experiência Digital**”, foi moderado por Fernando Bonifacio, Gerente de Desenvolvimento Digital do SBT, e teve a participação de Rodrigo Godoi, Diretor de Vendas / Media & Entertainment da Uplynk, e Marco Lopes, CEO da Mediastream Brasil. Boni foi direto: “Não basta estar no digital, é preciso entender os hábitos do público e prender o espectador à marca, muito além do canal.”

Lopes destacou o papel dos conteúdos regionais: “Eles são essenciais para compor uma grade interessante. Mas esbarramos em padrões distintos entre plataformas, o que prejudica a experiência.

Precisamos de padronização.” Godoi alertou para os riscos de um crescimento desordenado dos canais FAST. “Tem empresas lançando 40, 50 canais ao mesmo tempo, usando bibliotecas automatizadas. Isso gera riscos se não houver um planejamento jurídico e de engenharia.”

A inteligência artificial também foi destaque. Lopes explicou como a empresa criou um “orquestrador de inteligência” capaz de gerar fluxos de metadados enriquecidos automaticamente. Já Godoi concluiu que o papel da IA é otimizar, não substituir: “Vamos automatizar os processos de pós-criação, como detecção de cena para gerar destaques e *playlists* dinâmicas.”



Fernando Bonifacio (SBT), Rodrigo Godoi (Uplynk) e Marco Lopes (Mediastream Brasil)/ Foto: Fernando Moura

Modelos de monetização: integração e criatividade

Encerrando a 33ª edição do **SET:30**, o painel **"Streaming Business Models – Monetização e Oportunidades na Era Digital"**, trouxe visões estratégicas sobre os caminhos para rentabilizar conteúdo digital. Participaram Julieta Nogueira e Fernando Silva, da Reuters, e Cristiano Barbieri, da Broadpeak, sob moderação de Igor Macaúbas, coordenador do GT de OTT da SET/ Globo.

Julieta destacou o desafio da era digital: "Todo conteúdo nasce digital, mas o desafio está em organizar e monetizar isso. Criamos um **content marketplace** com mais de três (3) mil clientes e mais de 100 parceiros. A IA nos ajuda a unir produção, distribuição e monetização". Silva ressaltou que o acervo por si só não gera valor: "Mais conteúdo não gera mais receita. É preciso saber o que há no arquivo. Trabalhamos com orquestração e monetização a partir da gestão inteligente do acervo".

Barbieri trouxe uma visão prática sobre novos formatos de publicidade: "Modelos como o L-Banner, Pause TV e **Shoppable Ads** oferecem experiências menos invasivas e mais interativas. O futuro está na

personalização e no engajamento direto, com a CTV permitindo cliques de compra direto do controle remoto". Para ele, o futuro aponta para canais hiperpersonalizados, mas será necessário "alto investimento e campanhas ultra segmentadas".

O **SET:30** encerrou com um panorama claro: o setor de radiodifusão está em profunda transformação. A TV 3.0 surge como uma plataforma inovadora, que combina tradição e tecnologia, oferecendo novas experiências, modelos de negócios e oportunidades de inclusão digital. A integração entre conteúdo local, streaming, inteligência artificial e novas formas de monetização será determinante para o sucesso das emissoras na nova era da televisão.

O evento da SET em Las Vegas teve o patrocínio Ouro da EiTV, CIS Group/BeTV e SES; patrocínio Prata da AWS, Broadpeak, EutelsatGroup, Reuters e YouCast; e patrocínio Bronze da Enensys, Ideal Antenas, LineUp, Mediastream, Mirakulo, SNews, Showcase e 2Live. Ainda, apoio da MGE.



Igor Macaúbas (Globo/SET), Fernando Silva (Reuters), Julieta Nogueira (Reuters) e Cristiano Barbieri (Broadpeak) / Foto: Fernando Moura