



## O futuro da mídia em debate: o que está por vir para TV aberta com a DTV+

Por Deisy Feitosa

*Professora analisa painel inédito realizado durante o SET EXPO 2025, que reuniu CEOs da Globo, SBT, Record e Band para refletir sobre o papel da TV aberta na era digital, os desafios da regulação, e as oportunidades criadas pela TV 3.0, inteligência artificial e novos modelos de negócio.*

Quem assistiu ao painel “*Visão dos CEOs: o futuro da mídia*”, que aconteceu no dia 19 de agosto, durante o SET EXPO 2025, se não acreditava na força da TV aberta e naquilo que é capaz de mover, viu de perto essa realidade. Pela primeira vez na história, os principais executivos das emissoras de TV aberta privadas com maior audiência no país se reuniram para refletir sobre os desafios e tendências que se abrem, para os setores de mídia e entretenimento do ecossistema da radiodifusão, com a chegada da TV 3.0 e a integração de soluções inovadoras, que incluem **Big Data** e automação apontam para a chamada Indústria 4.0.

A TV 3.0, ou marca DTV+, como foi recentemente batizada, é o resultado da integração de um conjunto de tecnologias interoperáveis, provenientes de diferentes padrões internacionais, que impulsionarão o serviço de TV aberta por meio de novas funcionalidades e o conectarão, de fato, à cultura digital, já que a transmissão, a partir de meados de 2026, passará a ocorrer de forma híbrida, via broadband e broadcast, que já é uma realidade em países como Estados Unidos e Coreia do Sul. Com isso, as emissoras de televisão públicas e privadas brasileiras estarão inseridas no mercado dos **streamings**, além de experimentarem novos modelos de negócio e terem a possibilidade de oferecer experiências cada vez mais imersivas e interativas em seus conteúdos.

No encontro inédito, Paulo Marinho (Globo), Daniela Abravanel Beyruti (SBT), Claudio Luiz Giordani (Grupo Bandeirantes) e Marcus Vinícius Vieira (RecordTV) defenderam a união do setor em prol de uma televisão aberta cada vez mais fortalecida, consolidada e empenhada na entrega de conteúdos que tenham relevância e ética como premissa. “Nossa força é agregada e precisamos defender a transmissão de informação e o entretenimento de qualidade”, endossou a CEO do SBT.

Os executivos destacaram a importância do papel social e da credibilidade da TV aberta, especialmente em tempos em que a desinformação é propagada de forma desenfreada pela internet, que não tem a curadoria e monitoramento exigidos às emissoras beneficiadas com concessões públicas. Elas são obrigadas a cumprir requisitos técnicos, financeiros e de programação e assumem o compromisso de respeitar a legislação brasileira de radiodifusão e as normas da Anatel e do Ministério das Comunicações.

De acordo com Paulo Marinho, diretor-presidente da Globo, a força da TV aberta está no compromisso inegociável de entregar conteúdos relevantes à população brasileira, ainda que diante da fragmentação da audiência e das disputas pela atenção do público em um cenário no qual predomina uma abundância de conteúdos e veículos por ação da internet. O executivo

aproveitou a ocasião para criticar a falta de regulação no setor de comunicação. “Vivemos um vácuo: as tecnologias avançam, mas as narrativas, a defesa e a regulação vêm depois”, lamentou.

Vale aqui mencionar que o PL 2.630/2020, também chamado Lei das Fake News, embora aprovado pelo Senado em 2020, continua em tramitação lenta na Câmara dos Deputados. O PL institui a “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”, e tem um papel significativo no debate sobre o combate à desinformação. Mas tem sido polêmico e rebatido pelas grandes empresas de tecnologia, já que exige transparência das redes sociais, prestação de contas sobre moderação de conteúdo e responsabilização das plataformas. O que tem feito o presidente Donald Trump acusar o Brasil de censura contra empresas estadunidenses.



Daniela Abravanel Beyruti, destacou a necessidade de união do setor. “Temos a oportunidade de mostrar que a TV continua muito forte”.

## TV aberta e redes sociais: rumo aos novos tempos

Como resposta a uma pergunta disparada pelo mediador do painel “*Visão dos CEOs: o futuro da mídia*”, Guilherme Ravache, colunista do jornal Valor Econômico, Daniela Beyruti falou sobre como o SBT tem buscado se reinventar e se conectar com os novos tempos. Beyruti lembrou uma ocasião em que desejava contratar um influenciador para apresentar um programa em sua emissora, mas temia que não aceitasse o convite. “Eu arrisquei”, contou. Porém, a executiva ficou surpresa ao ser informada do aceite imediato. Com isso, ela percebeu que, apesar de agregarem e mobilizarem legiões de seguidores, personalidades da internet ainda veem a TV aberta como um lugar para cancelar o seu trabalho, visto que o veículo atinge milhões de pessoas em tempo real.

Giordani, do Grupo Bandeirantes, por sua vez, destacou o papel das redes sociais para reverberar e amplificar a audiência de conteúdos exibidos pela TV aberta, e que por isso precisam ser exploradas e ocupadas como verdadeiras aliadas, e não como concorrentes. “O rádio e a TV vão continuar crescendo, gerando empregos e utilizando a internet a nosso favor”, analisou. Além disso, o executivo observou que novas possibilidades de modelos de negócio se abrem e potencializam o

alcance da TV aberta, considerando que a DTV+ permite a segmentação de conteúdos, publicidade direcionada e a regionalização. “Isso vai nos colocar em uma posição mais forte nesse novo cenário”.

As inovações trazidas pelo padrão de TV 3.0 ampliarão o alcance do público e a oferta de conteúdos conforme o perfil da audiência, o que fará com que a televisão tenha “uma vida longa”, é o que pensa Marcus Vinícius Vieira. “Hoje, na Record, através do cruzamento de dados, alcançamos milhões de pessoas e as identificamos. Imagina a partir do momento que tivermos essa conexão com a DTV!”, observou.

E a tecnologia, segundo Paulo Marinho, oferecerá caminhos adequados para interpretar esse sistema de métricas. Para o executivo, o momento exige que as emissoras de TV aberta se reinventem, dada a complexidade do ecossistema de mídias e as demandas das novas gerações, que já nasceram na cultura digital. Dessa forma, a inteligência artificial se coloca como uma solução disruptiva seja para empresas, seja para a audiência. “É difícil prever 10 anos, mas vamos construindo o futuro a cada momento. A inteligência artificial certamente vai mudar a forma como interagimos com os conteúdos”, analisou.



CEOs das maiores emissoras brasileiras afirmam que a DTV+ será importante para manter a relevância da TV aberta no Brasil



Daniela Beyruti (SBT) e Paulo Marinho (Globo)

## Sobre o que está por vir

Beyruti acredita que a união das emissoras nessa nova fase da televisão brasileira aponta para um caminho ainda mais potente e promissor, e que isso irá fazer toda a diferença no próximo processo de simulcast da TV aberta, ou seja, a transmissão simultânea da TV 2.5 e TV 3.0, já que com a passagem do sinal analógico para o digital foi diferente. “Quando migramos do analógico para o digital, em 2007, trabalhávamos separadamente. Agora, estamos juntos, e acredito que a transição para a TV 3.0 será ainda mais rápida”, afirmou.

O painel aqui comentado foi apenas uma das discussões trazidas durante a SETExpo e o Congresso da SET acerca do futuro da radiodifusão brasileira. O tema foi amplamente discutido em diferentes painéis que aconteceram durante o Congresso da SET e conversas entre profissionais do setor realizadas nos estandes do SET EXPO 2025.

O prof. Almir Almas, do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA/USP, por exemplo, ao falar no painel “*Entre Bots e Boas Práticas: Comunicação Pública com Inteligência Artificial*”, defendeu a criação de novas linguagens e formatos narrativos e lembrou que “produzir com IA é mais do que automatizar, é repensar toda a experiência estética e de linguagem com o usuário”.



Prof. Almir Almas defende que “televisão é linguagem”.

Para ele, o futuro da TV aberta está no entendimento de que televisão é linguagem. “Não é possível mais pensar que televisão é um aparelho, especialmente aquele aparelho eletrodoméstico na casa das pessoas. Televisão é linguagem, portanto a TV aberta deve ser pensada dentro uma semiosfera inserida dentro de signos audiovisuais. Só assim ela vai poder olhar para outras plataformas, outros dispositivos, outras telas com o propósito de inovação, ou aceitar as inovações que essas novas plataformas, novos dispositivos trazem para o audiovisual”, arrematou.

Segundo Almas, “se a televisão aberta não estiver aberta à inovação, ela vai ficar para trás”. Além disso, ele defendeu que as emissoras de televisão aberta devem olhar mais ainda do que já olharam para as inovações artísticas, e não apenas para as inovações tecnológicas. Segundo ele, isso “é muito importante porque essas

inovações é que vão inovar a linguagem. E a inteligência artificial é um desses exemplos de inovação para os quais a televisão aberta deveria olhar, desde que a inteligência artificial seja utilizada como algo que vai mexer e inovar a linguagem.”, apontou.

As tecnologias estão postas e nos resta entender os próximos passos, que estão ligados ao desenvolvimento de conteúdos, exploração de potencialidades e usabilidade, especialmente quando se trata de um futuro que parece já dar as caras e a ensaiar os seus primeiros passos. Em pensar que há cinco anos a TV 3.0 ainda estava longe de ser uma realidade, embora os trabalhos, pesquisas e testes do Fórum Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) já demonstrassem técnica grande consistência, quando compartilhados.

Ainda é prematuro arriscar descobrir o que está por vir com a DTV+, qual será a próxima onda que o avanço das tecnologias tem ocorrido de forma mais veloz do que entende ou acompanha a nossa “vã filosofia”, parafraseando Shakespeare. Mas refletindo pela ótica da experiência, os CEOs apostaram que a força do regionalismo, a inteligência artificial e a inovação nos modelos de negócio serão os grandes trunfos da nova geração de televisão aberta brasileira; segundo o prof. Almir Almas, o futuro será ditado pelos novos caminhos que a linguagem vai tomar.

O fato é que é uma incógnita pensar sobre como se dará a interação da audiência com as novas possibilidades da televisão aberta brasileira, se novos públicos serão alcançados, se novas linguagens serão propostas, diante das mil e uma possibilidades da DTV+. A única certeza que temos é que “atravessar” é a palavra, lembrando a personagem Liz Gilbert (interpretada pela Julia Roberts) do filme “Comer, Rezar e Amar”. A TV aberta atravessa novos horizontes, como disse Marcus Vieira, da Record TV: “O caminho que estamos seguindo,



Deisy Feitosa recebeu Fernando Carlos Moura (editor-chefe da Revista da SET) e Sérgio Eduardo Di Santoro Bruzetti (Record TV, Fórum SBTVD e coordenador executivo do GT de TV 3.0 da SET) para falar sobre a primeira publicação oficial da entidade: DTV+ na prática: sistemas e aplicações. Assista escaneado o QR

com a DTV+, permite que, da mesma forma que as plataformas entraram no nosso mundo do entretenimento, aconteça o inverso.”

Se você ficou ainda mais curioso sobre o sistema de engenharia de softwares que perpassa o futuro da nova geração de TV aberta em nosso país, deixo aqui a indicação do livro “DTV+ na prática: sistemas e aplicações”, primeiro livro do Brasil sobre o tema, organizado pelo engenheiro Sergio Santoro e pelo jornalista Fernando Moura, a partir da contribuição de profissionais do setor de radiodifusão diretamente envolvidos no processo de desenvolvimento da TV 3.0.



Os CEOs das 4 emissoras se sentaram juntos durante a cerimonia de abertura do SET EXPO 2025 mostrando unidade no setor.



## Deisy Feitosa

é jornalista, radialista, mestre em Televisão Digital e doutora em Ciências da Comunicação. Com pós-doutorado em Humanidades, Direitos e Outras Legitimidades e em Audiovisual. É coordenadora e professora do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero; e professora colaboradora do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP. É pesquisadora do LabArteMídia e co-fundadora do Observatório Brasileiro de Televisão Digital e Convergência Tecnológica (Obted), ambos vinculados ao CTR-ECA/USP.

Contato: [deisyfernanda@gmail.com](mailto:deisyfernanda@gmail.com)