

# NAB 2026: Convergência, IA e streaming redefinem o futuro da mídia

*Evento em Las Vegas deve consolidar integração entre broadcast e OTT, avanço do 5G Broadcast, consolidação do ATSC 3.0, e novos modelos de negócio impulsionados por dados e automação. Os coordenadores dos GTs da SET destacam o papel da inteligência artificial, da TV 3.0 e do streaming na transição para ecossistemas integrados e orientados por plataformas digitais numa edição que terá Pavilhão Brasil e a presença cada vez mais marcante da SET no universo da mídia e entretenimento.*

*Por Fernando Moura, em São Paulo*



Foto: NAB

A NAB Show 2026, um dos principais marcos do calendário global da indústria de mídia e entretenimento, reúne, entre os dias 18 e 22 de abril, no *Las Vegas Convention Center (LVCC)*, em Las Vegas, Estados Unidos, empresas, executivos e especialistas responsáveis por definir os rumos do setor. Nesta edição a *National Association of Broadcasters (NAB)*, organizadora do evento, reforça o seu papel como plataforma internacional de negócios, inovação e articulação estratégica, destacando temas como inteligência artificial, streaming, esportes, economia dos criadores, proteção de ativos e workflows em nuvem.

A edição deste ano, também, reflete uma transformação mais ampla na indústria. Ao ampliar iniciativas como o **Sports Summit** — agora com quatro dias dedicados ao futuro dos direitos esportivos e ao engajamento de fãs — e o **Creator Lab**, voltado à nova geração de produção de conteúdo, a NAB sinaliza uma mudança clara: já não se trata apenas de tecnologia, mas de modelos de negócio, experiência do usuário e integração entre plataformas.

Como destacou Karen Chupka, VP NAB Global Connections and Events, se trata de um momento em que “os avanços que estamos presenciando em IA, cloud e novos modelos de conteúdo estão redefinindo como a indústria funciona”, com a feira oferecendo uma visão direta das tecnologias e ideias que devem impulsionar o setor nos próximos anos, apoiado pelo Pavilhão de Startups, onde oferecemos aos participantes uma visão privilegiada das tecnologias e ideias que vão impulsionar o setor”.

Essa percepção encontra eco entre os coordenadores de Grupos de Trabalho (GTs) da SET, que enxergam a NAB 2026 como um ponto de inflexão. Para Ana Eliza Faria e Silva, coordenadora do GT 5G/6G – Tecnologias de Conectividade Avançada, o

evento deve consolidar uma mudança estrutural que já vinha se desenhando: “A NAB 2026 deve consolidar a integração de IA nos fluxos de produção e distribuição, com operações ‘AI-ready’ e infraestruturas IP capazes de saltos em eficiência, latência e escalabilidade, especialmente em aplicações esportivas e eventos de grande audiência”. Na avaliação da executiva da Globo, o setor vive um momento decisivo, em que “essas tecnologias deixam de ser experimentais e passam a orientar decisões estratégicas de investimento e modelos de negócio”.

Para Ana Eliza, as discussões dos corredores da feira e as salas de congresso “passarão pela consolidação do ATSC 3.0 e por tecnologias baseadas em IA aplicada, produção distribuída em cloud, segurança de ativos e eficiência *IP-first*. Um momento da indústria no qual essas tecnologias deixam de ser experimentais e passam a orientar decisões estratégicas de investimento e modelos de negócio”.



Indústria avança para equipamentos convergentes e híbridos / Foto: NAB

## IA como infraestrutura e não mais tendência

A inteligência artificial deve ocupar papel central na feira, não apenas como ferramenta, mas como base das operações de mídia. Essa convergência entre inteligência artificial, cloud e produção distribuída aparece como eixo transversal da edição, impactando diretamente desde a criação até a entrega de conteúdo. Para os coordenadores do GT de Inteligência Artificial (IA) da SET, Fernando Moreira e Márcio Carneiro, essa transformação já está em curso dentro das operações. “A IA deixou de ser apenas uma ferramenta experimental e passou a atuar como infraestrutura invisível, apoiando decisões editoriais, automatizando processos, organizando acervos e permitindo novas formas de relacionamento com a audiência”, afirmam

os professores. Mais do que observar demonstrações tecnológicas, o foco passa a ser a aplicação real: “O ponto central é entender como a IA está deixando de ser promessa para se tornar prática cotidiana nas operações de mídia”.

Essa mudança, segundo eles, também altera profundamente a lógica de trabalho no setor. “Estamos saindo de uma operação manual para uma orquestração de processos, de produções isoladas para ecossistemas integrados e de conteúdo massivo para conteúdo adaptado ao usuário”, explicam. Nesse contexto, o desafio deixa de ser a adoção tecnológica em si: “O desafio agora não é mais usar IA, mas usar com responsabilidade, controle e propósito”.

## Mudanças no workflow com integração entre IA, cloud e produção distribuída

Essa transformação, também, redefine o funcionamento das empresas, afirmam Moreira e Carneiro e reforçam que “o desafio agora não é mais usar IA, mas usar com responsabilidade, controle e propósito”, destacam.

No campo da distribuição e infraestrutura, a NAB 2026 também deve evidenciar o avanço de arquiteturas cada vez mais baseadas em software e cloud. Fabio Acquati, coordenador do GT de IP & Cloud, destaca que conceitos como *Dynamic Media Facilities* (DMF) e *Media Exchange Layer* (MXL) representam uma mudança importante na forma como o conteúdo é tratado tecnicamente. “O MXL permite que aplicações de software trabalhem com troca de conteúdo diretamente na memória, sem a necessidade de encapsulamento em protocolos tradicionais, o que facilita operações em nuvem dentro de um conceito *software-centric*”, explica, e reforça que estas podem ser “aplicações em nuvem, seja pública ou privada, com timing”.

O executivo da NGN Telecom também chama atenção para o avanço de sistemas mais autônomos:

“A evolução de modelos de *Agentic AI*, sistemas cada vez mais autônomos usando o MCP (*Model Context Protocol*) e o uso de *edge computing* devem ganhar espaço como parte dessa nova arquitetura”.



O Creator Lab continua com mais conteúdo/Foto: NAB

## 5G Broadcast entra na fase de mercado

Ao mesmo tempo, a evolução das redes continua sendo um dos pilares dessa transformação, porque no campo das redes, a expectativa é de amadurecimento do 5G Broadcast, que começa a sair do ambiente de testes.

Para Francisco Martins Portelinha Júnior, também coordenador do GT 5G/6G – Tecnologias de Conectividade Avançada, a NAB 2026 acontece em um momento particularmente relevante para o 5G Broadcast. “A tecnologia começa a deixar o campo da padronização e das provas de conceito

e passa a enfrentar o teste real da implementação comercial”, afirma. No entanto, o gerente de Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação PDI - HW/SWE, pondera que ainda há desafios importantes: “O maior desafio hoje não está nas redes, mas na disponibilidade de dispositivos comerciais capazes de receber serviços de 5G Broadcast”. Esse descompasso, segundo ele, cria um cenário de incerteza: “Existe um intervalo significativo entre a maturidade da infraestrutura e a disponibilidade de dispositivos, o que impacta diretamente o planejamento de serviços”.

## TV 3.0 e Copa do Mundo como catalisadores

A Copa do Mundo da FIFA 2026 surge como aceleradora de novas tecnologias e modelos de distribuição, especialmente no contexto da TV 3.0 no Brasil. Esse debate se conecta diretamente ao avanço da TV 3.0 no Brasil e ao papel da Copa como acelerador tecnológico. “A Copa não é apenas um grande evento esportivo, mas um importante catalisador tecnológico”, afirma Portelinha. A expectativa é que o evento impulse testes e implementações de novos modelos de distribuição, incluindo a integração entre broadcast e broadband. Ana Eliza reforça essa expectativa

ao destacar o interesse em observar experiências internacionais: “Estou bastante curiosa para saber se a NAB vai mostrar uma ampliação de testes disruptivos de distribuição e entender como essas experiências podem dialogar com o ecossistema DTV+ que começa a também se apresentar comercialmente no Brasil. Também cabe citar que na onda da Copa do Mundo a NAB está preparando o *Sports Summit* o que indica também uma aposta de expansão do evento em *fan engagement*, direitos, produção remota e automação”.

Olhando para o Brasil e a TV 3.0, explica o professor Fernando Moreira, “o meu foco será entender como a inteligência artificial se integra a esse novo modelo. A TV deixa de ser apenas um meio de transmissão e passa a ser uma plataforma de serviços, e a IA é o elemento que torna isso possível”, porque nesse novo ecossistema, reforça o coordenador do GT de IA, é necessário entender “Como a IA viabiliza a personalização de conteúdo? Como a inteligência

artificial apoia novos formatos de interação com o público? E como pode ser usada para garantir confiabilidade da informação?, sendo este último ponto crítico. Em um ambiente onde a IA também pode gerar conteúdo, a capacidade de validar, rastrear e dar contexto à informação passa a ser essencial. A TV 3.0 não é apenas uma evolução tecnológica — é uma mudança de lógica. E a IA é o que transforma essa tecnologia em experiência real para o usuário”.

## Convergência como eixo de desenvolvimento

Essa convergência entre broadcast e digital é justamente o foco das discussões do GT de OTT Video Streaming da SET, coordenado por Salustiano Fagundes e Igor Macaúbas. Segundo eles, a NAB 2026 deve consolidar uma mudança definitiva na arquitetura do audiovisual. “A indústria atravessa uma transição estrutural marcada pela substituição de modelos isolados por ecossistemas convergentes”, apontam. Nesse cenário, o streaming deixa de ser alternativa e passa a ocupar posição central: “A distinção entre televisão e streaming torna-se progressivamente irrelevante, e o vídeo passa a ser tratado como um serviço digital distribuído em múltiplas camadas”.

Os coordenadores destacam ainda que a convergência entre broadcast e OTT será um dos principais eixos da feira. “Estamos caminhando para uma arquitetura caracterizada pela integração entre broadcast, OTT e redes IP, com uso intensivo de cloud media e interoperabilidade entre dispositivos”, explicam. Esse movimento tem implicações diretas para o Brasil: “A TV 3.0 se posiciona como uma ponte entre esses mundos, integrando broadcast e broadband, permitindo

interatividade avançada e abrindo espaço para novos modelos de monetização”.

A inteligência artificial também aparece como elemento central nesse novo ecossistema. “A IA deixa de ser experimental e passa a ser estrutural, impactando desde a automação de workflows até a personalização de conteúdo e publicidade”, afirmam. Ao lado disso, tecnologias como baixa latência em larga escala, *edge computing* e novos protocolos de entrega devem ganhar protagonismo, especialmente em eventos ao vivo. “A latência continuará sendo um desafio central da indústria, principalmente em eventos de grande escala como a Copa do Mundo”, destaca Fagundes.

Outro ponto crítico levantado pelo GT é a transformação dos modelos de negócio. “Os modelos híbridos de monetização, combinando SVOD, AVOD e FAST, devem se consolidar, mas ainda enfrentam desafios como padronização de métricas e atração de anunciantes”, observam. Ao mesmo tempo, a chamada *creator economy* ganha espaço, aproximando criadores independentes, plataformas digitais e o mercado tradicional.

## Rádio e sustentabilidade

Enquanto isso, Eduardo Cappia, coordenador do GT de Rádio, chama atenção para aspectos muitas vezes menos visíveis, mas igualmente estratégicos. “Hoje, mais do que nunca, deve-se focar em eficiência energética e sustentabilidade, algo que ainda carece de soluções mais consistentes”, afirma.

Ele também alerta para mudanças no consumo de mídia, especialmente no ambiente automotivo. Segundo ele, o avanço das montadoras sobre o ambiente de recepção de áudio nos veículos vem se consolidando como uma tendência relevante no

cenário internacional, especialmente observada nos Estados Unidos e em debates da NAB. “O movimento aponta para a centralização da experiência sonora em plataformas proprietárias embarcadas, integrando rádio, streaming e serviços digitais, com crescente priorização de conteúdos via internet em detrimento da recepção tradicional aberta (OTA)”. Esse modelo, explica, acende alertas para o setor de radiodifusão, ao potencialmente reduzir o protagonismo das emissoras na relação com o público, estimular a intermediação por plataformas de terceiros e alterar hábitos de escuta, sobretudo entre as

novas gerações. Dada a atuação global das montadoras, há expectativa de impactos semelhantes em mercados como o brasileiro, com possíveis consequências para a relevância do rádio como serviço universal e gratuito.

Pela sua parte, Marco Túlio, também coordenador do GT, avalia que é fundamental começar a trabalhar em torno da produção em cloud para rádio e como estas ferramentas podem movimentar a indústria.

Falando de centralidade, Leandro Gejfinbein, coordenador do GT de Experiência do Usuário - UX, disse à reportagem que “a centralidade da experiência constitui uma tendência bastante forte entre os fornecedores de tecnologia”. Ele destacou que

percebeu isso de forma evidente no ano passado e que a expectativa é de que essa tendência se mantenha ao longo deste ano.

Segundo Gejfinbein, os argumentos em favor de uma boa solução, nas mais diversas aplicações, têm se apoiado cada vez mais no valor que entregam ao final, seja por meio de uma melhor experiência para o consumidor final, seja, no caso de ferramentas internas, pela “forma como a atenção à experiência se configura como um diferencial competitivo, uma vez que aprimora o trabalho, promove maior eficiência nos processos e, em última instância, impacta positivamente os resultados do negócio”.

## NAB 2026: Liderança feminina na TV 3.0 e na SET é reconhecida internacionalmente



Ana Eliza Faria e Silva, executiva da Globo e coordenadora do GT 5G/6G da SET, será homenageada no Women in Technology Leadership Award 2026 durante a NAB Show, em Las Vegas. O reconhecimento, que se realiza na terça-feira, 21 de abril, em Las Vegas, destaca mais de 20 anos de atuação na radiodifusão digital, com contribuições relevantes em padrões internacionais, políticas de espectro e inovação tecnológica, consolidando sua trajetória como uma das principais lideranças da área no Brasil e no cenário global.

Ao longo de sua carreira, Ana Eliza Faria e Silva tem desempenhado papel central na evolução da televisão, especialmente na transição para a TV 3.0, articulando aspectos técnicos, regulatórios e estratégicos. Sua atuação na SET e no setor como um todo reforça a importância da engenharia brasileira e da presença feminina em posições de destaque na tecnologia da mídia, tornando-a referência internacional na integração entre inovação, regulação e desenvolvimento do setor.

## Integração

No conjunto, as diferentes visões convergem para um diagnóstico comum: a NAB Show 2026 não será apenas uma vitrine de inovação, mas um reflexo de uma transformação estrutural já em curso. A integração entre broadcast e OTT, a adoção massiva de inteligência artificial, a consolidação do cloud media e a evolução dos modelos de monetização apontam para um setor cada vez mais orientado por dados, plataformas e experiências personalizadas.

Como sintetizam Fernando Moreira e Márcio Carneiro, “a NAB 2026 marca a transição definitiva da inteligência artificial de ferramenta para infraestrutura”. Em paralelo, como reforçam os coordenadores do GT de OTT, o futuro da indústria não será definido por um único modelo, mas pela capacidade de integração, escala e adaptação. Nesse cenário, a feira se consolida mais uma vez como o espaço onde essas transformações deixam de ser tendência e passam a se materializar

como realidade.

Nesse contexto, Fagundes afirma que precisamos estar cada vez mais atentos ao conteúdo vertical e novas linguagens, já que “a explosão do consumo mobile está trazendo mudanças importantes para o consumo do audiovisual, impulsionando vídeos verticais, os conteúdos curtos e as narrativas fragmentadas. Esse fenômeno exige transformação nos workflows e impacta diretamente o design do produto, o que está acompanhado pela “fragmentação de dispositivos e plataformas”, já que a “a fragmentação, um dos temas mais debatidos durante as reuniões do GT ao longo de 2025, continuará sendo um dos principais desafios técnicos devido aos múltiplos sistemas operacionais, as variações de hardware e inconsistência de performance. Esse problema impacta diretamente em custos time-to-market e qualidade da experiência”.

## Pavilhão Brasil na NAB 2026

*Abinee leva oito empresas do setor de broadcast à Las Vegas para apresentar soluções de localização de conteúdo, gestão de dados e personalização de programação, reforçando a competitividade tecnológica do país no mercado global de radiodifusão. Participação tem apoio da SET.*

O projeto Electro-Electronic Brasil, iniciativa da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), levará oito empresas brasileiras do segmento de radiodifusão para expor no Pavilhão Brasil durante a NAB Show 2026, que será realizada de 19 a 22 de abril, no Las Vegas Convention Center, nos Estados Unidos.

Novamente no West Hall (W3022), o espaço vai ocupar cerca de 80 metros quadrados, onde reunirá as empresas Alcateia, Alfred, Mav, Mirakulo, Playlist, Showcase, TSDA e Voice Interaction, que apresentarão soluções tecnológicas voltadas à localização de conteúdos audiovisuais, armazenamento e gestão de dados, além de softwares de personalização de programação de TV, explicou à reportagem da Revista da SET, Monique S. Morata, gerente de Relações Internacionais da Abinee, que reforçou que “a ação conta ainda com o apoio da SET”.

Morata disse que a presença brasileira nesta edição é marcada pela oferta de soluções de alto valor agregado, desenvolvidas para atender aos desafios de eficiência operacional, escalabilidade e adaptação cultural que caracterizam o mercado internacional de broadcast. Entre os destaques estão tecnologias de localização de conteúdo, que envolvem tradução, adaptação cultural e adequação linguística de filmes, séries, novelas e jogos; sistemas avançados de armazenamento e gestão de

grandes volumes de dados voltados ao ecossistema de broadcast, plataformas capazes de ajustar grades de programação ao comportamento do consumidor, com aplicações que vão da segmentação publicitária à curadoria automatizada.

Em comunicado, a Abinee afirma que “a participação na NAB Show 2026 reforça o posicionamento do Brasil como fornecedor de tecnologia e serviços estratégicos para o setor de radiodifusão e mídia digital. Esse interesse foi demonstrado pela grande procura para participação, com empresas ficando em lista de espera e não sendo contempladas em função do orçamento disponibilizado para esta ação”.

Segundo o comunicado, “a iniciativa reafirma o compromisso da Abinee e da ApexBrasil com a promoção internacional da indústria brasileira de radiodifusão, ampliando oportunidades comerciais e fortalecendo a presença do País em um dos principais palcos mundiais do setor”.

O projeto Electro-Electronic Brasil atua no apoio à exportação e à atração de investimentos estrangeiros para o setor eletroeletrônico, que reúne mais de 1.500 itens distribuídos em oito verticais de negócio e contempla empresas de diversos portes. Em 2024, o segmento registrou aproximadamente US\$ 7,7 bilhões em exportações, crescimento de 6% em relação ao ano anterior, consolidando sua relevância econômica e tecnológica.



Imagem ilustrativa