



Da TV linear à experiência conectada: setor discute próximos passos da TV 3.0

Evento realizado pela SET em São Paulo reuniu executivos da radiodifusão e tecnologia para analisar os principais movimentos apresentados na NAB Show 2026, em Las Vegas, com foco em convergência entre broadcast e broadband, inteligência artificial, interatividade e transformação do mercado audiovisual



São Paulo, maio de 2026 - A SET promoveu mais um encontro, no Distrito Anhembi (SP), com executivos da radiodifusão, tecnologia e mídia para discutir os principais temas apresentados durante a NAB Show 2026 e o SET:30, realizados em abril, em Las Vegas, nos Estados Unidos.

A edição deste ano teve como eixo central a evolução da TV 3.0 e os impactos da convergência entre broadcast e broadband na transformação do ecossistema audiovisual, além do avanço da inteligência artificial aplicada aos workflows de mídia, novos formatos de distribuição de conteúdo e modelos de monetização baseados em interatividade e segmentação publicitária.

Na abertura do evento, a diretora-geral da SET, Luana Bravo, destacou o protagonismo brasileiro na NAB Show, que contou com a participação de mais de mil profissionais do país, além de representantes do governo e entidades do setor. “O Brasil teve um papel de destaque nesta edição da NAB, especialmente pelas discussões relacionadas à TV 3.0 e à evolução da radiodifusão brasileira”, afirmou.

O presidente da SET e CEO & fundador da Mediatech Lab, Paulo Henrique Castro, ressaltou a importância da presença brasileira no evento internacional e da aproximação entre indústria, radiodifusores e poder público. “Tivemos uma atenção importante dos agentes públicos para a radiodifusão brasileira, o que ampliou a relevância do Brasil dentro da NAB e das discussões globais sobre o futuro da televisão”, disse.

Broadcast conectado e modelos híbridos



Um dos principais temas debatidos foi a convergência entre broadcast e broadband e a construção de modelos híbridos de distribuição de conteúdo. Executivos da Harmonic, SES e Eutelsat discutiram como a TV 3.0 deve transformar a infraestrutura de transmissão, combinando distribuição linear, conectividade IP, recepção móvel e experiências interativas.

Segundo Eliésio Silva Júnior, diretor de Vendas Brasil da Video Solutions da Harmonic, a TV 3.0 representa a integração definitiva entre os ambientes de broadcast e OTT. “A TV 3.0 une dois mundos que historicamente estavam separados: broadcast e broadband. Estamos migrando de um modelo linear para uma arquitetura baseada em múltiplas possibilidades de distribuição, conectividade e monetização”, afirmou.

Entre os destaques apresentados durante o debate estiveram soluções híbridas de distribuição via satélite, integração com IP multicast, datacasting, recepção indoor e novos modelos de publicidade segmentada.

Marcelo Amoedo, diretor de Vendas Sênior da SES, destacou o avanço de arquiteturas baseadas em DVB-NIP, tecnologia que permite integrar broadcast e ecossistema IP em larga escala. “Com esse modelo conseguimos integrar broadcast, OTT, CDN e cloud em uma mesma arquitetura e viabilizar inserção dinâmica de publicidade segmentada”, explicou.

Inteligência artificial avança nos workflows de mídia

Outro tema central do evento foi a consolidação da inteligência artificial nos workflows de mídia e entretenimento. Executivos do Google, Mediasream, EiTV e SBT analisaram como a IA vem sendo aplicada em automação operacional, geração de conteúdo, recomendação, análise de audiência, publicidade e orquestração de fluxos.

Para Fernando Bonifacio, gerente de Desenvolvimento Digital do SBT, a NAB 2026 evidenciou uma mudança estrutural no setor. “A inteligência artificial deixou de ser uma promessa e passou a ocupar um papel efetivo nos workflows das emissoras”, afirmou.

Marcel Corrado, gerente de Parcerias Estratégicas para Mídia e Entretenimento do Google, destacou que a indústria começa a migrar de uma lógica baseada em hardware para fluxos operacionais orientados por software e dados. “Hoje não falamos mais em caixas, mas em fluxos. A IA já faz parte da operação de mídia e do modo como o conteúdo é entregue ao consumidor”, disse.

Os debates também abordaram o crescimento da publicidade programática, da segmentação de audiência e das experiências interativas conectadas à TV 3.0.

Segundo Raphael Barbieri, CTO da EiTV, a interatividade tende a ganhar escala nos próximos grandes eventos esportivos, impulsionada pela conectividade das TVs e pela integração com múltiplas telas. “Teremos experiências mais conectadas, com interatividade, participação em tempo real e integração entre TV aberta, OTT e dispositivos móveis”, afirmou.

Radiodifusores discutem desafios da transformação do setor



O painel de encerramento reuniu executivos da Band, Record TV e Rede CNT para discutir os impactos estratégicos das tendências apresentadas na NAB Show.

Entre os temas debatidos estiveram a migração para ambientes baseados em software, monetização da TV 3.0, integração entre televisão e streaming, uso de IA em operações de mídia e evolução do consumo audiovisual.

Thiago Perrella, diretor de Engenharia e Tecnologia da Band, destacou que um dos principais desafios do setor será modernizar as estruturas já construídas. “O desafio é entender como reconstruir a partir do legado existente e transformar processos com eficiência operacional e novos modelos de negócio”, afirmou.

José Marcelo Amaral, diretor de Engenharia e Operações da Record TV, ressaltou que a indústria passa a enxergar a televisão como uma plataforma interativa. “A principal mudança observada nesta NAB foi a compreensão da TV como plataforma, conectada, interativa e integrada ao comportamento digital do consumidor”, disse.

Já Robson Tavares, diretor técnico da Rede CNT, destacou os avanços relacionados à transmissão móvel e ao 5G Broadcast. “A NAB mostrou que o futuro da radiodifusão passa pela mobilidade, conectividade e integração com novas tecnologias de distribuição”, afirmou.

Ao encerrar o evento, Paulo Henrique Castro reforçou a necessidade de ampliar o debate sobre a transformação digital no setor audiovisual brasileiro. “Mais do que discutir tecnologia, precisamos discutir modelos, educação e a evolução da indústria diante de um novo ecossistema de mídia”, concluiu.

Galeria de fotos do evento neste [link](#)

Sobre a SET

Centro de excelência de atualização, representação e difusão de conhecimento de profissionais e empresas do setor, a SET é uma associação que atua como HUB de tecnologia, debates e negócios de toda a comunidade que compõe e mantém contato com o mercado, atual e futuro, de broadcast, mídia e entretenimento.



Informações para Imprensa:

Myrian Vallone - myrian.vallone@2pro.com.br | Cel. +55 11 98378.3888

Monica Agnello - monica.agnello@2pro.com.br | Cel. +55 11 91991.2272

Teresa Silva - teresa.silva@2pro.com.br | Cel. +55 11 99228.7836

www.2pro.com.br