

SET:30 reúne o setor audiovisual na NAB Show e marca avanço concreto da TV 3.0

Evento realizado em Las Vegas consolidou a transição da radiodifusão brasileira para a TV 3.0, com destaque para o lançamento do primeiro set-top-box com antena interna integrada, debates técnicos sobre DTV+, inteligência artificial, radiodifusão, satélites e o alinhamento institucional entre setor e governo. Ministro das Comunicações afirma que Brasil está preparado para a TV 3.0.

Por Fernando Moura, em Las Vegas



Foto: SET

A 33ª edição do SET:30, realizada entre os dias 19 e 21 de abril, no Las Vegas Convention Center, durante a NAB Show 2026, reafirmou o evento como principal fórum internacional da radiodifusão brasileira fora do país. Ao longo de três dias, executivos, engenheiros, reguladores e representantes da indústria debateram os rumos da televisão digital, do rádio, da distribuição de sinal e da produção audiovisual em um contexto marcado pela implementação da TV 3.0 no Brasil.

O ponto central do encontro foi a apresentação, pela EAD – Entidade Administradora da Digitalização de Canais de TV e RTV, do primeiro receptor de TV 3.0 com antena interna integrada ao equipamento, marco técnico que sinaliza o avanço do ecossistema rumo à adoção em larga escala da nova geração da TV digital. Ainda, no domingo, 19 de abril, o ministro das Comunicações, Frederico de Siqueira Filho, que participou da abertura do SET:30, afirmou que o Brasil está pronto para iniciar a implantação da TV 3.0. Segundo ele, o país já ocupa uma posição de referência internacional em TV digital e avança para uma nova etapa com base em previsibilidade regulatória, estímulo à inovação e inclusão digital.

Siqueira Filho destacou o Decreto nº 12.595/2025, que instituiu a TV 3.0 com base em uma arquitetura híbrida que adota a camada física do padrão ATSC 3.0 combinada ao desenvolvimento nacional de camadas

superiores — incluindo multiplexação, sinalização e tabelas de serviço — além da integração entre radiodifusão e internet e o uso de MIMO para ganhos de eficiência espectral. Ele explicou que a implantação será escalonada, liderada pelas próprias emissoras, com início das transmissões comerciais previsto para 2026, além da continuidade de projetos-piloto e estações experimentais.

O Ministro das Comunicações, também, mencionou estudos para mecanismos de inclusão, inspirados no modelo do leilão do 5G, para viabilizar a distribuição de kits à população de baixa renda, além de articulações com organismos internacionais e bancos públicos para estruturar o financiamento do processo



Segundo Siqueira Filho, a política pública para a DTV+ está estruturada em três eixos centrais: previsibilidade regulatória, estímulo a novos modelos de negócio e inclusão digital.

EAD apresenta novo receptor integrado para a TV 3.0

No segundo dia do SET:30 (20/04), a EAD apresentou uma nova unidade receptora voltada à TV 3.0 que integra, em um único equipamento, antena, processador e demais componentes essenciais. O modelo mantém a entrada MIMO disponível na parte traseira do gabinete, permitindo conexão com antena externa quando necessário, ao mesmo tempo em que consolida uma solução mais compacta e simplificada para uso doméstico.

Na abertura do dia, Paulo Henrique Castro, presidente da SET, contextualizou a evolução do projeto ao longo do último ano. Segundo ele, a iniciativa começou com o desenvolvimento de uma antena MIMO com melhor acabamento, pensada para uso interno, e avança agora com sua incorporação física ao gabinete

do equipamento. A proposta é reduzir a complexidade de instalação e facilitar a adoção do novo padrão pelo usuário final.

Castro afirmou à plateia que se sentia orgulhoso em “apresentar a nova caixa da TV 3.0, com entrada MIMO, processador e tudo mais resolvido”. Segundo ele, a solução foi concebida para que o receptor pudesse ser instalado em ambientes domésticos sem a necessidade de componentes adicionais, mantendo ainda a possibilidade de uso de antena externa.

A demonstração do equipamento marcou o primeiro lançamento público de um set-top-box integrado voltado ao padrão DTV+ no contexto da TV 3.0 e foi apresentada como uma etapa prática na transição entre o ambiente experimental e a futura massificação da tecnologia.

Arranjo institucional e experiência da digitalização

Na sequência, Antonio Carlos Martelletto, presidente da EAD/SejaDigital, destacou a experiência acumulada ao longo de 11 anos na condução do processo de desligamento da TV analógica e liberação da faixa

de 700 MHz. Em sua apresentação, ele ressaltou a importância do arranjo institucional criado para viabilizar uma transformação tecnológica de grande escala sem comprometer o acesso da população à televisão aberta.



O presidente da Seja Digital reforçou que o foco sempre esteve na entrega de resultados, e não apenas na execução de tarefas operacionais. O objetivo central era “garantir a liberação da faixa e assegurar que a população não ficasse sem acesso à televisão”. Reveja entrevista escaneando o QR

Segundo Martelletto, a EAD foi criada com uma missão específica: viabilizar a liberação do espectro e, simultaneamente, garantir a continuidade do serviço de TV aberta para a população. Ele destacou que o projeto atravessou diferentes ciclos econômicos, mudanças de governo e alterações institucionais, mantendo sua

trajetória devido a um desenho de governança definido desde o início.

Martelletto afirmou que “havia objetivos claros, havia governança, havia recursos disponíveis desde o começo” e destacou como diferencial o fato de o edital estabelecer resultados esperados sem engessar totalmente os meios de execução. Esse modelo, segundo ele, permitiu ajustes contínuos, testes de soluções e evolução do processo ao longo do tempo.



Stephane Cloirec (Harmonic) disse que a TV 3.0 se apoia em uma série de avanços tecnológicos, como novos codecs, transmissão híbrida e melhoria de cobertura, para entregar uma experiência mais imersiva e eficiente.

Painel técnico discute DTV+ e novas fronteiras de mercado

O primeiro painel técnico do evento teve como tema “DTV+: Entre a Consolidação Tecnológica e as Novas Fronteiras de Mercado” e reuniu representantes da Globo, EiT, Atlantis e Harmonic. A discussão abordou a transição do campo conceitual para a implementação prática da TV 3.0.

Carolina Duca, diretora de Infraestrutura e Telecom da Globo, destacou que a NAB Show 2026 marca um ponto de inflexão, com o DTV+ deixando de ser apenas uma visão conceitual para se tornar uma realidade operacional. Stephane Cloirec, da Harmonic, ressaltou a importância da evolução da infraestrutura, com novos codecs, transmissão híbrida e melhorias de cobertura.

Rodrigo Cascão, da EiT, apresentou o DTV+ como uma plataforma integrada, orientada a aplicações, dados e experiência do usuário, enquanto Josemar Cardoso, da Atlantis, destacou a necessidade de processos estruturados, documentação e metodologia

para transformar inovação em entregas consistentes.

O painel também abordou novas oportunidades de monetização, incluindo interatividade, personalização, uso de dados e o potencial do datacasting, além dos desafios regulatórios e de formação de profissionais para sustentar a evolução do ecossistema.



Assista a entrevista exclusiva de Fernando Moura com o ministro Frederico Siqueira Filho no SET:30 escaneando o QR

Rádio, satélites, IA e convergência tecnológica

Ao longo dos três dias, o SET:30 também dedicou painéis à evolução do Rádio 3.0, à distribuição de sinal por satélite e ao impacto da inteligência artificial na produção audiovisual. No painel sobre rádio “Rádio, Tecnologia & Mercado em sintonia”,

executivos e especialistas discutiram o modelo híbrido de consumo, combinando broadcasting e internet, a importância dos dados de audiência e as oportunidades de monetização para além da publicidade tradicional.

Cristiano Flôres, Presidente Executivo da ABERT, e moderador do painel, explicou que o setor passa por um momento muito empolgante com os resultados de um grande levantamento de dados que trouxe informações precisas sobre o alcance e consumo do rádio no Brasil. Para Flôres, “a evolução do rádio é sempre natural, pois vai atrás de onde estão as pessoas”, e “entender como esse público consome atualmente é fundamental. Por isso, estamos debruçados em dados fartos para traduzir pro radiodifusor e mercado onde estamos e para onde vamos”, detalhou.

Os dados levantados mostraram ainda que há diversas oportunidades de expansão e monetização para além da publicidade. “O setor precisa cuidar também do seu streaming, porque não basta ter só um áudio bom, tem que entregar vídeo também. É a partir destes dados que podemos manter a relevância do nosso setor, bem como entender qual o próximo grande movimento que faremos para, juntos, elevarmos o profissionalismo e inteligência de dados no nosso meio”, disse Daniel Starck, diretor do tudoradio.com.

No debate sobre satélites, representantes do setor destacaram a integração com IP, redes híbridas e constelações LEO como estratégias para manter relevância, reduzir latência e ampliar resiliência operacional, especialmente em grandes eventos ao vivo.

Os especialistas disseram ainda que a indústria está apostando na convergência do IP com broadcast para o futuro. “Não é a única solução, mas é a nossa visão de como ser mais eficiente e levar quantidade de serviços e experiência pro usuário na ponta, o mais parecido com a TV 3.0 também em dispositivos móveis com alta qualidade”, afirmou o executivo da SES, quem apresentou um resumo da abordagem híbrida, o DVN-NIP (*Digital Video Broadcasting - Native IP*), implementado no México através do IP nativo com integração direta entre CDN e Cloud, entregando uma opção confiável aos telespectadores.



J. Ignacio González-Núñez (Eutelsat); Esdras Miranda (TV Jangadeiro/SET) e Fabio Alencar (SES)/ Foto: SET

González-Núñez detalhou aos participantes que, para andar junto com a tecnologia, a Eutelsat trabalha hoje com a transmissão de vídeo na constelação de via LEO, iniciada há um ano. “E, junto a tantos parceiros

que nos ajudaram, não estamos mais em fase de teste, mas sim de operação”, afirmou. O especialista explicou que, nesse modelo, a transmissão é feita para clientes B2B e independe de outras redes de comunicação e pois, além de trazer um deploy rápido em qualquer cenário, possui contato entre múltiplos terminais. “Não é só conectividade, é solução para vídeo.”



Produção e IA: novos workflows, agentes inteligentes e a orquestração da próxima geração audiovisual/ Foto: SET

O painel sobre Produção e IA abordou a transição de workflows manuais para processos automatizados por agentes inteligentes, com discussões sobre eficiência operacional, requalificação profissional e novas possibilidades para engajamento e publicidade na TV 3.0.

Gustavo Dutra, líder de estratégia e desenvolvimento de negócios para a vertical de Media, Entertainment, Games & Sports na AWS, disse que já é possível mensurar essa mudança, e o que vem sendo observado é uma celeridade nos processos que antes poderiam demorar meses para serem feitos, deixando os profissionais livres para exercer outras funções.

“O que temos em *media supply* é uma tropa de agentes que estão fazendo a integração robusta de ponta a ponta do sistema, o que antes podia ser muito frágil. Ela classifica o acervo, faz a taxonomia com diferentes métricas e dimensões, e depois unifica os resultados com as principais LLMs do mundo, possibilitando uma operação orquestrada com uma eficiência enorme na operação e distribuição.”

Pela sua parte, Victor Méndez, diretor de vendas para América Latina da Dolby, explicou que na empresa existe a proposta de um grande ecossistema orquestrado não só por metadados, mas também por diferentes algoritmos, concedendo acesso a um cenário complexo e desafiador que mescla HDR, áudio imersivo e outras tecnologias.

No terceiro dia, o conselheiro diretor da Anatel, Octavio Penna Pieranti, tratou da consolidação da transição digital e da construção do marco regulatório da TV 3.0. Ele ressaltou o papel da Anatel na gestão do espectro, na certificação de equipamentos e na condução de consultas públicas voltadas à introdução do novo modelo de televisão.

Pieranti destacou a conclusão do desligamento da TV analógica como um caso de sucesso internacional e explicou que, com essa etapa encerrada, o foco passa a ser a implantação da TV 3.0 de forma inclusiva e sustentável.



Mais uma vez a SET realizou o Live Streaming do SET:30, se quiser rever, escaneie o QR e assista no SET PLAY

Com a chegada da TV 3.0, o mercado audiovisual transmídia enfrenta o desafio de integrar broadcast e plataformas digitais sem tratar os ambientes como concorrentes. Durante o painel “Monetização transmídia: conectando conteúdo, plataformas e novos modelos de negócio”, realizado no SET:30, executivos do setor defenderam uma lógica de complementaridade entre conteúdo, distribuição e plataformas. Igor Macaubas, coordenador do GT de Streaming da SET e diretor de produto, engenharia e produtos digitais da Globo, afirmou que a produção audiovisual deixa de seguir uma lógica linear e exige adaptação das empresas para manter relevância e competitividade.

Marcel Corrado, gerente de parcerias estratégicas para mídia e entretenimento do Google, destacou que o conceito de transmídia vai além da simples presença multiplataforma e depende de métricas integradas e modelos consistentes de atribuição de dados. Já Marco Lopes, CEO da Mediasstream Brasil, ressaltou que a fragmentação da jornada de consumo exige novas estratégias de monetização e integração entre empresas de mídia e radiodifusão. Segundo ele, além da qualidade de entrega e distribuição, será necessário desenvolver soluções conjuntas para ampliar receitas em um ambiente marcado pelo excesso de informação e múltiplos pontos de contato com o público.

Os executivos também defenderam modelos híbridos de monetização, combinando conteúdo premium, publicidade e experiências interativas. Corrado afirmou que as transmissões ao vivo representam uma oportunidade para integrar informação, publicidade e comércio sem interromper a experiência do espectador. Lopes apontou que o setor ainda precisa avançar em digital programático e integração entre ambientes lineares e digitais. Para os participantes, a TV 3.0 abre espaço para aproximar

broadcast e plataformas digitais, desde que o mercado invista em capacitação profissional, integração tecnológica e novos modelos de negócios.



Painel “Monetização Transmídia: conectando conteúdo, plataformas e novos modelos de negócio” debate complementariedade.

O painel de encerramento do SET:30 2026, moderado pelo ex-presidente da SET, Fernando Bittencourt, reuniu executivos do setor de radiodifusão e telecomunicações para analisar os principais temas apresentados na NAB Show 2026. Entre os destaques estiveram a consolidação da TV 3.0, o avanço das aplicações práticas de inteligência artificial (IA) e os desafios de integração entre broadcast, telecom e dispositivos móveis.

Rodrigo Martinez, vice-presidente da Rede CNT, afirmou que a presença da TV 3.0 no evento demonstrou a maturidade da tecnologia e reforçou o protagonismo brasileiro no desenvolvimento da radiodifusão. “Ver a consolidação do tema da TV 3.0 e partir para encontrar o next gen dentro dessa tecnologia são incentivos fundamentais”, afirmou.

A gerente sênior de regulatório de tecnologia da Globo, Ana Eliza Faria e Silva, destacou que a IA apareceu associada a aplicações concretas, com foco em automação, integração de dados e resolução de problemas operacionais. Segundo ela, as ferramentas apresentadas ajudam a lidar com a fragmentação do ambiente digital.

O ex-presidente da SET avaliou que a inteligência artificial tende a deixar de ocupar um espaço isolado nas próximas edições da feira. “Vai estar diluída em outras soluções, como acontece com a maior parte das tecnologias”, afirmou.

José Marcelo Amaral, diretor de Engenharia e Operações da Record TV, destacou iniciativas voltadas à transformação de conteúdo em dados e ao desenvolvimento de experiências interativas ligadas ao DTV+. “Enxergo como modelo prático para conseguir praticar a TV 3.0 com exatidão”, explicou. Amaral também citou exemplos apresentados no estande da ATSC relacionados a programas interativos, shopping TV e revitalização de acervo para ampliar o engajamento do público.

Presença Latina em destaque

Um dos destaques do público da edição 2026 do SET:30 foi a presença destacada de executivos de emissoras de América Latina interessados no desenvolvimento da TV 3.0 e a implantação comercial do DTV+ em junho próximo durante a Copa do Mundo da FIFA.

Após uma série de ações da diretoria da SET com convites personalizados para diversos radiodifusores latinoamericanos, os três dias do evento contaram com a participação de representantes da Argentina, a maior delegação com 6 representantes, seguida de México (3), Costa Rica, Colômbia e Guatemala.

Por este motivo, a SET adotou pela primeira vez o closed caption em duas línguas, inglês/português na

tela principal da sala 107 e 107 do North Hall do Las Vegas Convention Center e uma aplicação para mobile onde os participantes podiam ter acesso as legendas em espanhol.



Eduardo Bayo, Gerente técnico do Grupo Arterar da Argentina e Fernando Banus, gerente Técnico de Canal 9 de Buenos Aires/ Foto: Fernando Moura

SET lança “Practical DTV+: Systems and applications”



O livro, em formato Kindle, pode ser adquirido escaneando o QR

Como parte da estratégia de internacionalização do conhecimento técnico a SET anunciou durante o primeiro dia do SET:30 realizado em Las Vegas, o lançamento do livro “Practical DTV+: Systems and applications”, disponível para venda no Kindle. A publicação é organizada pelo professor Fernando Carlos Moura, editor-chefe da Revista da SET, e pelo engenheiro Sérgio Santoro, coordenador do Grupo de Trabalho de TV 3.0 da SET/RecordTV, e

reúne conteúdos voltados à aplicação prática das novas tecnologias de televisão digital.

A tradução e atualização do conteúdo do livro lançado em português pela SET durante o último SET EXPO realizado em Agosto de 2025, foi produto de inúmeras consultas profissionais de mídia de diversos países interessados no conteúdo em inglês.

A obra reúne mais de 270 páginas e apresenta uma abordagem aprofundada dos principais componentes e aplicações do padrão de TV aberta brasileiro de nova geração, incluindo funcionalidades como canal de retorno, conteúdos interativos, transmissão de dados, endereçamento e interoperabilidade. O conteúdo é organizado em capítulos temáticos que estruturam o ecossistema da TV 3.0 sob uma perspectiva orientada à implementação, operação e testes de conformidade, contemplando a compatibilidade com a infraestrutura existente da TV digital brasileira.

PATROCINADORES OURO	PATROCINADORES PRATA		PATROCINADORES BRONZE	APOIO INSTITUCIONAL	
				APOIO	APOIO MÍDIA

SET:30: Keynotes analisam inflexões tecnológicas na mídia esportiva, na radiodifusão e na indústria MediaTech

Executivos da AWS, NAB e IABM discutem latência, nuvem, inteligência artificial, modelos de negócio e confiança como fatores centrais da transformação do setor, durante o evento realizado em Las Vegas

A programação de keynotes do SET:30, realizado em Las Vegas, reuniu executivos de organizações globais para analisar os principais vetores de transformação tecnológica da mídia esportiva, da radiodifusão e da indústria de MediaTech. Temas como streaming de baixa latência, computação em nuvem, automação, inteligência artificial, novos modelos operacionais e a consolidação da confiança como ativo estratégico marcaram os debates dos três dias de evento.



Samira Panah Bakhtiar (AWS) disse que a integração entre esporte ao vivo e tecnologia em nuvem amplia as possibilidades de experimentação de novos formatos e modelos de negócio, incluindo múltiplos ângulos de câmera sob demanda, personalização da experiência do usuário, inserção dinâmica de publicidade e integração com dados e inteligência artificial.

No primeiro dia, Samira Panah Bakhtiar, General Manager de Media & Entertainment, Games and Sports da AWS, afirmou que a Copa do Mundo deve representar um ponto de inflexão definitivo para a transformação da mídia esportiva. Em seu keynote, a executiva caracterizou o evento como o grande divisor de águas para a adoção de arquiteturas tecnológicas capazes de sustentar experiências ao vivo com qualidade, interatividade e tolerância zero a falhas.

“O futuro da mídia esportiva está sendo escrito agora mesmo”, afirmou Samira, ao defender que a transmissão de esporte ao vivo entrou em uma nova era, marcada por exigências técnicas extremas e

consumo multiplataforma. Segundo ela, o esporte permanece como o “último grande conteúdo de appointment television”, mobilizando centenas de milhões de espectadores simultaneamente, sem margem para atrasos ou interrupções. “São eventos em que não existe segunda chance: não pode haver atraso, não pode haver queda de sinal”, destacou.

De acordo com a executiva, o público atual espera acompanhar os eventos esportivos em múltiplas telas, com opções de idiomas e camadas adicionais de informação, como estatísticas em tempo real, recursos interativos, apostas e integração com conteúdos sociais. Esse padrão de consumo, segundo ela, impõe novos desafios à infraestrutura de transmissão. “Estamos falando de seis telas, três idiomas, dados em tempo real e interações constantes. Tudo isso precisa acontecer sem latência perceptível”, afirmou.

Para a próxima Copa do Mundo, Samira foi enfática ao afirmar que o evento funcionará como um teste definitivo dessas tecnologias. “A Copa será o momento em que tudo isso se consolida. Ela vai mostrar, em escala máxima, como a mídia esportiva pode ser mais imersiva, interativa e resiliente”, explicou.

Ao tratar dos desafios técnicos, Samira apontou a latência como o principal obstáculo a ser superado. A executiva comparou o modelo tradicional de radiodifusão com arquiteturas modernas de streaming, reconhecendo a relevância histórica do broadcast, mas destacando limitações do modelo legado, como capacidade fixa, maior atraso na entrega do sinal e menor flexibilidade para atender a demandas globais em larga escala.

Entretanto, John Clark, diretor de Inovação e vice-presidente sênior de Tecnologias Emergentes da NAB, abordou, no segundo dia, o fator humano na transformação da radiodifusão, analisando as mudanças culturais e operacionais impulsionadas por novas tecnologias. Em sua apresentação, Clark destacou a relevância do mercado brasileiro e da atuação da SET no



John Clark (NAB) no SET:30 / Foto: SET

contexto global. “Obrigado pela sua liderança, pelo seu compromisso com a radiodifusão e pelo papel que vocês têm desempenhado em impulsionar esse setor — não apenas no Brasil, mas em nível global. Vocês não estão apenas acompanhando o futuro da radiodifusão, vocês estão ajudando a defini-lo”, afirmou.

O executivo também ressaltou a conexão histórica e tecnológica entre Estados Unidos e Brasil no setor de broadcast, afirmando que essa relação nunca foi tão relevante quanto no momento. “Nós aprendemos uns com os outros. Nós nos desafiamos mutuamente. E avançamos mais rapidamente juntos do que jamais conseguiríamos sozinhos”, disse.

A palestra apresentou como tecnologias emergentes estão transformando o broadcasting, com destaque para a inovação digital e a inteligência artificial. Um dos exemplos citados foi a evolução das experiências conectadas, como nos carros inteligentes, onde motoristas e passageiros passam a interagir por meio de múltiplas telas, acessando vídeo, áudio, jogos e interfaces adaptadas a dados de uso e preferências.

Clark também abordou a modernização em nuvem como elemento central para eficiência e automação dos processos de mídia, incluindo transcrição e tradução automáticas, edição de áudio e vídeo, geração de conteúdo a partir de dados, desenvolvimento de software, compra de publicidade e organização de arquivos, além da personalização da experiência do usuário em larga escala. A apresentação destacou ainda o uso crescente de inteligência artificial em operações reais de broadcast e a transição para o padrão ATSC 3.0 nos Estados Unidos, caracterizando uma mudança significativa na transmissão televisiva, com ampla cobertura de estações e mercados.

No último dia do evento, a keynote speaker

Saleha Williams, CEO da IABM — recentemente renomeada para IAMT (International Association of Media Technology) — apresentou um panorama da indústria de MediaTech, baseado em dados de *business intelligence*, resultados de grupos de trabalho e no Programa Global de Parceiros Engajados da entidade. Com o tema “A indústria em transformação: revolução ou evolução?”, a executiva analisou os impactos das mudanças econômicas, tecnológicas e culturais sobre o setor de Broadcast & MediaTech.

Segundo Saleha, a transformação em curso não se resume à inovação disruptiva, mas envolve a capacidade de evoluir de forma sustentável, equilibrando tecnologia, modelos de negócio e confiança. Nesse contexto, foram identificados três eixos centrais: agilidade, avaliação e confiança.

No eixo da agilidade, a executiva destacou a crescente adoção de cloud, SaaS, modelos sob demanda e arquiteturas *software-defined*, além da rejeição ao *vendor lock-in* e da importância de práticas como FinOps, controle de custos e escalabilidade em ambientes híbridos. No campo da avaliação, foi ressaltado que os investimentos passam por escrutínio rigoroso, guiados por ROI e custo total de propriedade, com preferência por implementações menores, ciclos curtos e validação contínua.

A confiança foi apresentada como um diferencial comercial, especialmente diante do avanço da inteligência artificial generativa e das preocupações relacionadas à autenticidade do conteúdo, transparência, proveniência e credibilidade. Dados do *MediaTech Industry Tracker* indicam que, embora a demanda por eficiência e velocidade permaneça, os orçamentos seguem pressionados, sobretudo no broadcast tradicional, levando à consolidação do mercado em torno de parceiros considerados confiáveis.



“O futuro da indústria de mídia e radiodifusão será definido menos por promessas tecnológicas e mais pela capacidade de entregar valor real, mensurável e confiável”, disse Saleha Williams.