



Oportunidades para *Start Ups* na TV Digital



© Foto: Divulgação

A adoção do SBTVD-t por 11 países da América Latina atende ao maior requisito das *start ups* que é o da escalabilidade, palavra chave para o investidor. Outro dos pontos é o T-commerce, operações de compra e venda pela TV Digital, o futuro do e-commerce.

por José Carlos Aronchi

O movimento das empresas “*start ups*” já é uma realidade na economia digital. As *start ups* são, na maioria, empresas com produtos e serviços inovadores, com possibilidade de crescimento rápido. Porém, para ganhar mercado, os empreendedores necessitam de investimento e orientação de gestão, caso contrário estão sujeitas ao fracasso.

Com a digitalização, os produtos e serviços de telecomunicações estão de portas abertas para soluções inovadoras. O ponto de encontro desses empreendedores inovadores está em eventos voltados para o público que procura fazer uma ideia virar negócio. São *meetings*, *pitchings*, espaços de *coworking*, aceleradoras, que passam a compor o cenário do empreendedorismo digital.

Só no início de 2014, três grandes eventos foram promovidos para alavancar as *start ups*. A Campus Party, no Expo-Center Norte em São Paulo; o Demoday da Aceleratach, na ESPM/SP; e o Sebrae Startup World na Feira do Empreendedor de São Paulo, somaram cerca de 250 mil

pessoas focadas em inovação nos mais diversos segmentos. Além disso, o MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio anunciou, em janeiro de 2014, as 12 aceleradoras habilitadas para o ciclo de 2014 do programa Start-Up Brasil, que vão impulsionar as novas empresas para o mercado nacional e internacional.

Potencial inovador da TV digital

Apesar de não se limitarem ao setor de tecnologia, a maioria das *start ups* estão focadas no segmento de TICs – as tecnologias de informação e comunicação. Porém, ainda há poucas soluções apresentadas para o mercado inexplorado da TV digital. Elas limitam-se a aplicativos, sem a conexão com o mercado mais amplo de produtos e serviços abertos pelo grande potencial inovador do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre, o SBTVD-t.

A adoção do SBTVD-t por 11 países da América Latina atende ao maior requisito das *start ups* que é o da esca-



tabilidade, palavra chave para o investidor. Um produto ou serviço para a TV digital brasileira pode vislumbrar o mercado latino-americano e é exatamente essa larga escala que os investidores anjo procuram para alocar seu capital de risco.

Para falar a linguagem desse mercado, e fazer a ideia virar um produto ou serviço, o ideal é focar o plano de negócios da *start up* em uma das principais funcionalidades que integram o ISDB-Tb, o padrão de transmissão adotado e desenvolvido pelo Brasil. A interatividade, mobilidade, multiprogramação e alta definição, definem as quatro principais características que podem ser consolidadas por negócios inovadores e lucrativos.

Este é o impulso necessário para alavancar toda a cadeia de negócios da indústria, comércio e serviços em TV digital.

Definição do modelo de negócio da Start Up

O primeiro passo para a *start up* atuar consiste em definir qual é o problema que o produto ou serviço vai resolver para os consumidores ou clientes. A partir daí é definir qual o modelo do negócio e como ele será rentável.

No segmento de TV Digital na principal funcionalidade do SBTVD, a interatividade, os problemas estimulam a criatividade e a inovação dos novos empreendedores.

O *middleware* Ginga continua sendo a bandeira do sistema que foi desenvolvido com código aberto para pos-

© Foto: Divulgação



sibilitar novos aplicativos que promovam a integração com o conteúdo. Focar o a solução para a interatividade é um dos mais promissores mercados na TV Digital.

A interatividade dá ainda ao usuário a possibilidade de ser um gerador de conteúdo, enviado informações, fotos e vídeos para as emissoras ou mesmo para plataformas que se alimentam desse tipo de conteúdo. Aplicativos que organizem essa experiência são ainda limitados e podem remunerar tanto o desenvolvedor quanto o usuário.

Por outro lado, o *T-commerce*, operações de compra e venda pela TV Digital, reconhecida como a futura plataforma para o E-commerce, é um mercado praticamente inexplorado. Jogos para *download* e o *cloud gaming* são aplicativos de interesse e escalabilidade garantidas, visto que estes serviços já fazem sucesso em outras plataformas e ainda carecem de soluções para a tela grande de televisão.

Em outro mercado, os fabricantes das *Smart TVs*, conectadas à internet, desenvolveram aplicativos que já estão embarcados nos aparelhos, porém mantêm uma *store* que permitem aos desenvolvedores apresentarem novos projetos de soluções. LG e Samsung estão entre os fabricantes que avaliam e investem em novas aplicações.

Soluções para plataformas

A possibilidade de se consumir conteúdo de mídia em qualquer lugar trouxe o conceito de *anywhere, anytime, anyscreem*. Produtos e serviços que apresentem soluções para o problema da mobilidade tem um amplo mercado, tanto para hardware quanto para software.

A segunda tela já é uma realidade em mais de 60% do público nos Estados Unidos de América, o que significa que assistir televisão é uma atividade conjunta com outras plataformas mobile.



© Foto: Fernando Moura



Start ups de conteúdo encontram na multiprogramação o principal argumento de venda de serviços. Apesar de suspensão para emissoras comerciais, a autorização para as emissoras públicas transmitirem em um canal HD – com alta definição, ou em até 4 canais SD, multiplica a necessidade de conteúdo. Isso abre caminho para conteúdos customizados, segmentados e especializados.

O *T-Learning*, a Educação a Distância pela Televisão, uma das mais aguardadas soluções educacionais do novo sistema digital, abre possibilidades para *start ups* de vários segmentos: aplicativos de jogos educativos, conteúdo interativo, telas de interface com o curso, e os formatos mais tradicionais de videoaulas, documentários, palestras *on-line*. Retoma-se o problema da interatividade, que é imperativa para o sucesso do *T-learning* na TVD.

A legislação aproveitou as funcionalidades do SBTVD-t para ampliar as exigências de acessibilidade do conteúdo para pessoas com deficiência visual e auditiva. *Start ups* que trazem soluções de audiodescrição, legendagem, *closed caption*, janela de Libras e também hardware de reconhecimento de voz para legendagem já estão ganhando mercado e exportando soluções brasileira para o mundo.

Muitos outros produtos e serviços para a cadeia de negócios gerada pela TV Digital ainda carecem de fornecedores de soluções que abrem espaço para *start ups*. A ampliação do oferecimento de conteúdo, por exemplo, abre campo para soluções de gerenciamento e busca de conteúdo que são chamados de MAM – *Mídia Asset Manager*. Esse conteúdo necessita de monitoramento e métrica de audiência, para avaliar o comportamento e a resposta do consumidor. Isto tem tirado o sono tanto de radiodifusores, que precisam comprovar audiência, quanto de publicitários que precisam de dados seguros para dirigir investimento em mídia. *Start ups* que

tragam soluções para análise de audiência tem, seguramente, compradores locais e internacionais.

O cronograma de suspensão das transmissões analógicas, chamado *Switch-off*, o apagão analógico, também dá abertura para outras *start ups* de hardware, que passam a focar na HDTV, a TV de Alta Definição. A montagem de receptores de televisão com tubo e hardwares de armazenamento e transmissão aponta para a necessidade de soluções do problema de aproveitamento, já que nem tudo é lixo eletrônico. Aliás, lixo mesmo são as ideias que não são aproveitadas para negócio nesta onda de *start ups*. ■

Se quiser mais informações, pode consultar em:

Livro: A Startup Enxuta, de Eric Ries. Editora Leya Brasil. R\$ 40,00

Série de vídeos do Sebrae-SP:

Investimento Anjo para micro e pequenas empresas inovadoras

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdP-PjIBedXk54bwghEDONgdGBk8yTJx5>

Inovar para crescer: Empresários brasileiros na NAB

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdP-PjIBedXm2HnjX7yy4l8NaENqdyUkj>



José Carlos Aronchi. Jornalista e doutor em Comunicação ECA/USP. Professor da FACCAMP e consultor na Unidade Desenvolvimento e Inovação do Sebrae-SP. Foi o coordenador do espaço Sebrae Startup World, na Feira do Empreendedor do Sebrae-SP. Contato: jcaronchi@uol.com.br