REVISTA DA SET
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENGENHARIA DE TELEVISÃO
ANO XXII - Nº 130
JANEIRO/FEVEREIRO 2013

ESPECIAL

TELEVISÃO DIGITAL: DIFICULDADES ASSOMBRAM A IMPLANTAÇÃO

www.set.org.br
ISSN 1980-2331
Nº 130
janeiro/fevereiro 2013

Switch Off

Membros do Fórum SBTVD falam do que ainda falta para o fim da TV analógica

700 MHz x 4G

Haverá interferência na TV Digital Brasileira

Fibra Óptica

A implantação do padrão exigido pela FIFA

CONFIANÇA.
QUALIDADE.
INOVAÇÃO.

- 35 anos de experiência em sistemas de transmissão de TV
- Contínua inovação tecnológica
- Participação ativa na digitalização da TV brasileira, e expansão na América do Sul
- Mais de 37 mil equipamentos produzidos e instalados
- Equipe técnica altamente capacitada

Soluções em Radiodifusão, Vídeo e Comunicação do Brasil para o Mundo!

- **MATRIZ / FÁBRICA**
  Praça Linear, 100 - Centro - Santa Rita do Sapucaí, MG - Brasil
  CEP.: 37540-000
  Tel.: +55 (35) 3473-3473

- **SÃO PAULO**
  Avenida Paulista, 1159, 3° And
  CEP.: 01311-200
  Tel.: +55 (11) 3541-3244

Transmissores | Excitadores | Multiplexers | Encoders | Gap-Fill

Combinação de transmissores UHF analógico com digital.

dar - São Paulo, SP - Brasil

• **BELO HORIZONTE**
Rua dos Timbiras, 1940, Salas 608/609 - Centro - Belo Horizonte, MG - Brasil
CEP.: 30140-061
Tel.: +55 (31) 3212-4899

ers | Microondas | Rádios Digitais | Câmeras Broadcast

ISDB-T • ATSC • ANALÓGICO

LINEAR

www.linear.com.br

HITACHI
Inspire the Next

Revista da SET
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENGENHARIA DE TELEVISÃO

Diretoria Editorial
Valderez de Almeida Donzelli
valderez@set.org.br

Vice-diretor Editorial
Valdecir Becker

Comitê Editorial
Almir Almas
Fernando Gaio
Francisco Sergio
José Olairson
Rodrigo Arnout
Tom Jones

Coordenador e Revisor Técnico
Alberto Deodato Seda Paduan
adeseda@uol.com.br

Gerente de Mídias e Patrocínios
Paulo Galante
paulo.galante@set.org.br
Tel.: +55 11 9 9595-7791

Realização
Newcon Editorial Business
Rua Carlos Escobar, 175/179
CEP 02013-050 | São Paulo/SP

Diretor Comercial
Paulo Galante
paulo.galante@set.org.br

Diretor de Conteúdo
Flávio Bonanome
flavio.bonanome@set.org.br

Jornalista responsável
Alexandre Minghini (MTB: 61.921)
alexandre.minghini@set.org.br

Editor de Arte
Milton Oliveira
milton.oliveira@set.org.br

SET - Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão
Rio de Janeiro/RJ
Rua Jardim Botânico,700 – Sala 306 – Cep. 22461-000
Tel.: + 55 (21) 2512-8747 – Fax + 55 (21) 2294-2791
São Paulo/SP
Av. Auro Soares de Moura Andrade, 252 – Cj. 11
Cep. 01156-001
Tels: +55 (11) 3666 9604
www.set.com.br - set@set.com.br

A REVISTA DA SET (ISSN 1980-2331) é uma publicação da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão- SET – dirigida aos profissionais que trabalham em redes comerciais, educativas e públicas de rádio e televisão, estúdios de gravação, universidades, produtoras de vídeo, escolas técnicas, centros de pesquisas e agências de publicidade.
A REVISTA DA SET é distribuída gratuitamente.
Os artigos técnicos e de opinião assinados nesta edição não traduzem necessariamente a visão da SET, sendo responsabilidade dos autores.
Sua publicação obedece ao propósito de estimular o intercâmbio da engenharia e de refletir diversas tendências do pensamento contemporâneo da Engenharia de Televisão brasileira e mundial.

Uma nova revista?

Em suas mãos agora se encontra a edição número 130 da Revista da Sociedade Brasileira de Televisão, mas bem que poderia ser a número 1. Isto porque este exemplar que você segura neste exato momento inaugura uma nova era para a publicação, com grandes novidades que devem beneficiar todo o mercado e comunidade de profissionais do segmento de Broadcast no Brasil.

A partir deste número, a SET, por meio de um novo realizador, passa a tratar a Revista como um veículo não só voltado para seus associados, mas sim para todo o mercado de profissionais que trabalham dentro do segmento de broadcast, produção audiovisual e academia. Serão mais de 10 mil exemplares em dez edições anuais (sendo números duplos em Novembro/Dezembro e Janeiro/Fevereiro) distribuídos gratuitamente para os profissionais do setor.

Além desta ampliação de distribuição impressa, a partir deste número, a revista passa também a contar com uma edição digital com acesso livre para qualquer leitor em qualquer lugar, através de nosso novo site (www.set.org.br). Contaremos também com esforços em tecnologia para em breve trazer versões exclusivamente desenvolvidas para sistemas de leitura Mobile, com toda a interatividade garantida por estes aparelhos.

Outra mudança bastante significativa é quanto aos temas abordados na revista. O conteúdo que você já está acostumado continua. Traremos sempre a cobertura dos principais eventos da associação, bem como diversos artigos científicos/tecnológicos dos principais nomes do mercado e academia. Mas, passamos a contar com reportagens exclusivas produzidas por jornalistas especializados, abordando os principais lançamentos de produtos e tecnologias, cases de instalação e soluções de desafios, eventos, tendências, temas políticos e tudo que concerne o dia-a-dia de quem está envolvido com broadcast.

Acreditamos que com estas transformações, passamos a ter em mãos o mais potente meio de comunicação especializado do mercado, aliando o conteúdo e audiência técnicos de alto nível da SET, com as dinâmicas de mercado tratado por quem entende do assunto. Esta ação faz parte da filosofia da SET de sempre aprimorar os produtos e serviços fornecidos não só aos seus parceiros e associados, mas também à todo os profissionais do mercado em que a associação atua.

Estamos muito contentes com esta nova etapa, e esperamos que você, leitor, possa aproveitar mais este meio de comunicação especializado em sua totalidade: como fomentador científico/educativo e meio de conteúdo mercadológico para manter atualizado um profissional cada vez mais ávido por informação de qualidade.

Olímpio José Franco
Presidente da SET

Notícias

6. Amazonas 3 é lançado com sucesso
8. Diretor fala sobre a nova fase da Belden
10. Harris Broadcast aposta em linha de roteadores diferenciados
12. NEXIO Volt energiza fluxos de trabalho de mídias
14. Sony - Estúdios e unidades móveis ganham novo Deck de gravação
16. MiniCom anuncia novos testes de padrões de rádio digital
18. Teamcast oferece melhorias na cobertura da rede de TDT
20. TOTVS cria núcleos segmentados em cinco estados brasileiros
22. AJA Ki Pro facilita a pré-estréia de Duro de Matar para soldados no Kuwait
24. Arri Alexa renovado com novos modelos XT
26. RioContentMarket supera expectativa de público

Reportagem

28. As telecomunicações na Copa de 2014
34. 700 MHz em debate: SET reúne diretoria e propõe Grupo de Testes
38. Switch Off Analógico - Um apagão premeditado
46. Lei: 12.485 - Novo cenário para a produção independente

Artigos

54. TV Digital - Confusão tecnológica
58. A narrativa transmídia é só o começo
60. "Porquê não conseguimos visualizar ao telefone? Ou Por quê Transmídiar?"
64. Propriedade Intelectual. O que é isso?

Diretoria

66. Décima segunda diretoria SET - BIÊNIO:2010-2013

AMAZONAS 3

Amazonas 3 é lançado com sucesso

Com a operação a cargo da Hispamar Satélites, filial brasileira da Hispasat, o novo satélite é o primeiro com banda Ka, na América Latina

Da Redação
Fotos: Divulgação

O Grupo Hispasat lançou com sucesso, no dia oito de fevereiro, às 19:36, horário de Brasília, o seu novo satélite, o Amazonas 3, da base da Agência Espacial Europeia, localizada em Kourou (Guiana Francesa), a bordo do veículo lançador Ariane 5 ECA da companhia Arianespace.

Aproximadamente 28 minutos depois da decolagem do foguete, ocorreu a separação do satélite Amazonas 3 do veículo lançador, dando prosseguimento a sua inicialização e a abertura dos painéis solares. A partir daí, começaram as manobras para posicionar o novo satélite na órbita geoestacionária, onde será realizada a fase de testes para comprovar o seu perfeito funcionamento. Uma vez superados os mesmos, dentro de algumas semanas, o satélite será colocado em sua órbita geoestacionária definitiva na posição orbital brasileira 61º Oeste.

Para o CEO da Hispasat, Carlos Espinós, "este novo satélite, o décimo da companhia, fortalece o Grupo como principal ponte de comunicações entre o continente europeu e o americano. Como grande inovação foi incorporada a banda Ka para fornecer serviços interativos e aplicações multimídia via satélite a

uma grande quantidade de usuários, e assim ampliar o acesso dos mesmos pela população. O Grupo Hispasat é o primeiro operador de satélites que oferece esta possibilidade na América Latina. Nosso objetivo é continuar oferecendo aos nossos clientes serviços inovadores e de alta qualidade adaptados as suas necessidades de comunicação".

Com uma vida útil de 15 anos, o novo satélite cobrirá da posição orbital brasileira 61º Oeste, todo o continente americano, Europa e norte da África. Operado pela Hispamar Satélites, filial do Grupo, o Amazonas 3 dá continuidade aos serviços prestados atualmente pelo Grupo Hispasat a partir desta posição e contribui para universalizar o acesso à Internet na região, o que representa um importante salto para a redução da exclusão digital na América Latina.

O Amazonas 3

Fabricado pela Space Systems/Loral com base na plataforma SSL 1300, o satélite possui uma massa de lançamento de 6,2 toneladas e mede mais de 26 metros de largura e 8 metros de altura. Conta com 52 transponders simultâneos, sendo 33 em banda Ku, 19 em banda C e 9 feixes em banda Ka, além de controle de atitude em 3 eixos, o que garante grande precisão de apontamento.

Com um investimento de mais de 200 milhões, o projeto contou com a relevante participação da indústria espanhola:

- EADS CASA: antenas em bandas Ku (2 desdobráveis e 2 fixas) e Ka (desdobrável).
- Thales Alenia Space Espanha: transmissor de beacon, IMUX nas bandas Ku e C e transmissores de telemetria em banda Ku.
- RYMSA: filtros de RF, híbridos, acopladores e adaptadores de RF em bandas Ku, C e Ka.
- MIER: divisores de potência.
- GMV: sistema terreno de controle do satélite e S/W de dinâmica orbital.
- Indra: segmento terreno de controle do satélite.
- INSA: estação de controle nas Ilhas Canárias.

BELDEN

Diretor fala sobre a nova fase da Belden

Incorporações fazem parte da estratégia de expansão da Belden no mercado brasileiro e na América Latina, que nos últimos anos tem apresentado números expressivos de crescimento.

Da Redação
Fotos: Divulgação

Fundada em 1902 e com sede nos Estados Unidos, a Belden possui diversas plantas produtivas pelo mundo e prevê para 2013, um ano para começar a colher os primeiros frutos de sua política de expansão. Em se tratando especificamente do mercado brasileiro e América Latina, a Belden viu na aquisição da Poliron - uma empresa 100% brasileira, fabricante de cabos e multicabos para o segmento industrial – uma forte estratégia para fortalecer suas ações.

Com a aquisição da Poliron, a Belden passou a integrar ao seu portfólio uma extensa linha de produtos como cabos para instrumentação, comando, cabos para inversores de frequência, circuitos de extrema segurança, segurança intrínseca, cabos para aplicação naval e cabos especiais.

Segundo Mauricio Zavatti, diretor da Belden para América Latina, desde 2011, que a empresa vem trabalhando focada na implementação de melhorias. “Todas nossas ações, somadas ao know-how das duas empresas vem garantindo produtos ainda mais modernos e de alto desempenho”, disse Zavatti.

Adquirir empresas e agregar negócios vem sendo uma das mais importantes estratégias do Grupo Belden nos últimos anos, que nessas transações foca em adquirir companhias sólidas e de grande credibilidade no mercado. Hoje, além da marca Poliron, o grupo conta com renomadas marcas em seu portfólio. Entre elas podem se destacar: Hirschmann (de soluções em Ethernet para automação industrial), Lumberg Automation (que fornece soluções em conectividade), GarrettCom (com produtos especialmente projetados para o mercado de geração, transmissão e distribuição de energia) e, mais recentemente, a Miranda (renomada marca do mercado de broadcasting).

"O grande foco das aquisições que a Belden vem fazendo tem como meta ampliar sua área de atuação e agregar know-how à companhia", disse Maurício Zavatti, diretor da Belden para América Latina

"Em todas as aquisições, focamos em agregar o know-how Belden de forma positiva, a fim de que ele some ao que as empresas adquiridas tenham de melhor para oferecer, respeitando as características típicas do seu mercado de atuação e cultura local. Por isso, estamos sempre colhendo bons frutos de todos os negócios firmados", contou Zavatti e complementou dizendo que diante deste cenário, nenhuma grande mudança aconteceu ou está programada para acontecer.

Com o propósito de somar as qualidades das empresas, o que se pode observar são apenas mudanças burocráticas como a alteração da razão social da Poliron, ou seja, a partir de janeiro de 2013, a Poliron Cabos Elétricos Especiais Ltda, passou a ser chamada Belden Indústria e Comércio Ltda. "Porém, apesar da mudança da razão social, conservaremos o nome/marca Poliron, destacando-a como uma Belden Brand", completou.

O que acontece com a incorporação das marcas Poliron e Miranda

Com relação a aquisição das marcas em questão, a incorporação só vem a agregar aos negócios do grupo, principalmente no quesito de ampliação de mercado, estrutura e carteira de clientes. "Para nossos funcionários, surgem oportunidades de crescimento e aprendizado, além da possibilidade de experiências internacionais. Em relação aos nossos clientes, toda a excelência no atendimento e assistência Belden está totalmente voltada para eles, o que significa que não haverá grandes impactos nas transações. E isto também se aplica a incorporação da Miranda, (ocorrida em 2012)", explica Zavatti.

Com mais de 22 anos de mercado, a Miranda é uma das marcas referência em soluções para o mercado de Broadcasting, o que despertou o interesse da Belden, podendo somar forças em um setor do mercado que a empresa pretende ampliar ainda mais suas ações. A Belden pretende fazer valer a grande expertise na entrega de sistemas de televisão tradicionais e baseados em TI, que a Miranda detém, podendo entrar com força no mercado de fornecimento de soluções em hardware e software para o mercado de broadcast, cabos, satélites e indústria IPTV.

"Enxergamos no mercado brasileiro de broadcasting grandes oportunidades de crescimento, principalmente devido aos grandes eventos que acontecerão em nosso país nos próximos 3 anos como a Copa do Mundo e a Olimpíadas. Além disso, a migração analógica para digital é um grande fator que torna as expectativas ainda mais positivas", revelou o diretor.

www.belden.com

HARRIS BROADCAST

Empresa aposta em linha de roteadores diferenciados

Da Redação
Foto: Divulgação

Arquitetura padrão e projeto pronto para futuras mudanças garantem expansão Ilimitada do roteador, convergência com redes IP e muito mais, para proteger e valorizar o investimento inicial

A Harris Broadcast está inovando ainda mais no projeto de roteadores de sinais multiformato, com o lançamento do Platinum IP3 – o primeiro da indústria de broadcast que acomoda separadamente vídeo, áudio e dados no mesmo equipamento.

O Platinum IP3 é também o primeiro roteador de sinais que pode ser ampliado para configurações multiframe, para operações muito grandes de mídia e de transmissões, utilizando uma arquitetura padrão, simplificando instalações e eliminando custos associados a componentes externos e cabeamentos complexos. A arquitetura inteligente maximiza a segurança "on air", com uma abordagem pioneira na proteção de sinais de áudio, vídeo e multiviewers baseada em crosspoints redundantes e projeto de roteamento integrado.

Essa primeira arquitetura de "caminho triplo" para roteamento de sinais é uma verdadeira inovação, e marca a evolução da comprovada tecnologia dentro dos roteadores Platinum, da Harris Broadcast – o primeiro a oferecer uma arquitetura de "caminho duplo" para fluxos separados de áudio e vídeo. A inovadora arquitetura de "caminho triplo" do Platinum IP3 mantém a capacidade de separar com perfeição sinais de áudio e vídeo, sendo ao mesmo tempo o primeiro roteador de broadcast a oferecer um caminho seguro para a convergência das redes.

"Oferecer um projeto à prova de mudanças futuras que vai além da convergência IP, para cobrir necessidades elevadíssimas de largura de banda, incluindo 4K e além, proporciona aos nossos clientes uma oportunidade única de se prepararem para as mudanças que se aproximam", disse Harris Morris, presidente da Harris Broadcast. "Mas a possibilidade de nossos clientes ampliarem seus sistemas de roteamento de forma inteligente para qualquer tamanho utilizando uma arquitetura comum, juntamente com a melhor proteção 'on air' possível representa benefícios reais, imediatamente viáveis", acrescentou.

O Platinum IP3 oferece roteamento de sinal de alta qualidade e multiformato de até 576x1024 num único frame 28RU. Ele pode ser ampliado no mínimo até 2048x2048 em configurações multiframe, sem amplificadores ou combinadores de distribuição externa, reduzindo custo e trabalho. O projeto elimina a necessidade de se tirar a emissora do ar durante a expansão para sistemas de múltiplos frames – outra característica pioneira na indústria.

Assim como outros roteadores Platinum, o IP3 acomoda multiviewers, sincronizadores de frames, opções avançadas de input/output e recursos de mux/demux de áudio dentro do gabinete, numa solução integrada que economiza custo e espaço. A capacidade de personalizar o tamanho do roteador, a integração com multiviewers e outros sistemas torna o Platinum IP3 ideal para plantas de transmissões tradicionais, bem como caminhões de unidades móveis, igrejas, instalações de TV IP e a cabo, e grandes operações de TV via

www.sonypro.com.br

SONY
make.believe

Para elaborar uma câmera tão perfeita como esta, fomos buscar a opinião de quem mais entende do assunto: cinegrafistas como você.

Novas câmeras Sony PMW-F5 e PMW-F55, com Sensor Super 35mm 4K CMOS. O futuro é agora.

• Sensor Super 35mm 4K CMOS • Exposição de latitude de 14 stops
• Amostragem de cor de 10-bit 4:4:4, 4:2:2 e 4:2:0
• Compressão de vídeo MPEG-4 AVC/H.264 • Alta sensibilidade e baixo ruído
• Incrível flexibilidade na escolha de lentes (PL-mount, FZ-mount e lentes fixas)
• Gravação direta na câmera em cartões SxS • Gravações em cartões AXSM,
com gravador externo AXS-R5 • Suporte para resoluções em HD, 2K, QFHD e 4K*.

* Os formatos QFHD e 4K são suportados somente pela F55. 2K e QFHD serão suportados no futuro.

Para um sistema completo, confira as novas soluções da Sony no site: **www.sonypro.com.br**

FIFA WORLD CUP Brasil

Sony é um Patrocinador Oficial da FIFA

REVENDEDOR AUTORIZADO
Sony Broadcast Production

multisale (21) 2210-2787

(11) 3467-3353

merlin www.merlin.com.br (19) 3741-4488

OREON (11) 3875-3239

BROADCAST (21) 2443 1776 (21) 2443-1776

A garantia oficial Sony Brasil só é garantida para os produtos com número de série com procedência de importação Sony Brasil.

Sony é uma marca comercial registrada da Sony Corporation. Todos os pesos e as medidas não métricas são aproximados. As imagens visualizadas neste anúncio são simuladas.
Fotos, gráficos e ilustrações podem não corresponder a uma representação fiel da realidade.

satélite, entre outras aplicações.

Integradores de sistemas também se beneficiam de uma solução que é fácil de ser personalizada e configurada com base nas necessidades do usuário final. Um controle altamente intuitivo auxilia no facílimo processo de instalação e simplifica o gerenciamento de comunicação entre o roteador e outros componentes conectados.

"Para finalizar, o Platinum IP3 inova ao garantir que os clientes não fiquem sem opções por causa de limites no tamanho do equipamento, nas opções de controle ou na expansão de funções integradas", disse Paul Eisner, vice-presidente para workflow, infraestrutura e redes da Harris Broadcast. "Esta arquitetura dá aos usuários a liberdade para proteger seus investimentos iniciais e desenvolver-se sobre seus sistemas existentes, enquanto também se preparam para um futuro em ambiente IP", completou.

O Platinum IP3, que já está sendo distribuído no mundo inteiro, será lançado no CABSAT 2013, em Dubai, nos Emirados Árabes (Dubai World Trade Center, 12 a 14 de março, Hall 7, Estande C7-10). O lançamento na América do Norte está marcado para o NAB 2013 (Las Vegas Convention Center, de 8 a 11 de Abril, Estande N2503).
www.broadcast.harris.com

HARRIS BROADCAST

NEXIO Volt energiza fluxos de trabalho de mídias

Plataforma compacta e integrada aumenta as contagens de canais, a confiabilidade, as opções de armazenagem e muito mais para operações de ingest e playout

Da Redação
Foto: Divulgação

A Harris Broadcast introduz o NEXIO Volt, seu servidor da próxima geração baseado em software, para atender às necessidades de seus clientes de uma maior contagem de canais em uma configuração básica compacta, ampliando ao mesmo tempo as opções de armazenagem de mídias mais robusta. Alavancando a mais recente tecnologia para processadores, armazenagem e conectividade, a nova plataforma do servidor NEXIO Volt, como seu predecessor, oferece um pacote 1RU com baixos custos operacionais e altos níveis de resiliência e confiabilidade. Porém, ela duplica o número de portas de registro disponíveis com quatro canais HD bidirecionais (até oito SD), e oferece uma excepcional densidade geral de canais para operações de ingestão e playout. Os seus codecs baseados em software e a codificação das licenças de software proporcionam maior flexibilidade, incluindo recursos e capacidades padrão para atender às necessidades de exatidão dos usuários.

A geração automática de imagens de baixa resolução disponível durante a ingestão proporciona outros benefícios para os fluxos de trabalho com mídias com altos volumes de ingestão, tais como notícias, e para visualização em baixa resolução, edição e conformação de vídeos de alta resolução para playout. Ele também é indicado para ambientes de monitoração eficiente de larguras de banda e gestão de ativos digitais, onde conteúdos de baixa resolução de produção automática

www.brava-ag.com

brasvideo broadcast intelligence

As melhores plataformas gráficas para telejornalismo e esportes estão na Brasvideo.

vizrt
Content Meets Expression

Tecnologia VIZRT

A Brasvideo oferece uma sofisticada plataforma gráfica para ser aplicada em telejornalismo e esportes com alto nível de tecnologia.

São inúmeros mapas para previsão do tempo, gráficos de tráfego de ruas e estradas , além do mais eficaz cenário virtual da atualidade.

Nosso sistema de MAM é imbatível, confiável e seguro. Ele tem sido instalado nas principais redes de TV do mundo.

E mais, esses softwares apresentam recursos de vídeo perfeitamente integrados ao workflow do usuário com poderosas ferramentas de publicação on-line.

Compre certo, confie na Brasvideo.

Arquitetura de broadcast | Projetos sob medida para sua emissora | Apoio logístico na importação
Gerenciamento de projeto | Treinamento em português para sua equipe | E MUITO MAIS...

11 3151 5093 | brasvideo@brasvideo.com
www.brasvideo.com

brasvideo®
broadcast intelligence

eliminam a necessidade da sua criação posterior — minimizando esforços e removendo transcodificadores.

A Harris Broadcast também expande as opções de armazenagem de mídias com o novo NEXIO Volt, oferecendo um modelo de armazenagem integrada; além de conexões diretas com os sistemas Harris NEXIO Farad para configurações de armazenagem compartilhada através de Gigabit Ethernet ou interfaces opcionais de canais de fibra. Conexões redundantes para ambas as opções maximizam a flexibilidade e a disponibilidade do sistema, proporcionando ao mesmo tempo acesso instantâneo a todos os canais para todos os conteúdos disponíveis.

Os clientes poderão usar inicialmente os recursos de armazenagem e escalar posteriormente para sistemas de armazenagem partilhada usando o NEXIO Farad, um sistema exclusivo da Harris nas versões RAID-60 de baixo custo ou RAID-601 altamente escalável. O mais recente esquema de proteção RAID baseado em software permite que os usuários expandam a largura de banda e a capacidade de armazenagem partilhada, e o integrem a servidores adicionais NEXIO, aos editores Harris Velocity e a sistemas de edição de terceiros. Além disso, os clientes poderão integrar os servidores NEXIO Volt aos sistemas de playout integrados Harris Versio através do intercâmbio de arquivos ou conexão com o mesmo sistema de armazenagem partilhada, combinando aplicações padrão de ingestão e playout com operações de canal em uma única unidade.

Os benefícios adicionais incluem capacidade de 3Gb/s para compatibilidade com upgrades de instalações de altas larguras de banda; suporte a áudio multilíngue; e reprodução nativa consecutiva de múltiplos codecs em qualquer ordem, incluindo MPEG-2, DV25/50/100, H.264, DNxHD e AVC-Intra.

"O casamento de plataformas de TI altamente integradas com o comprovado software NEXIO da Harris nos permite entregar os benefícios operacionais no mundo real que os nossos clientes precisam hoje e no futuro — uma densidade de canais notavelmente superior, maior confiabilidade, maior compatibilidade considerando as futuras inovações, e melhor conectividade em todo o fluxo de trabalho com mídias," disse Harris Morris, presidente da Harris Broadcast.
www.broadcast.harris.com

SONY

Estúdios e unidades móveis ganham novo Deck de gravação

Da Redação
Fotos: Divulgação

Interface versátil e suporte multiformato abrem diversas possibilidades operacionais

A Sony anunciou recentemente o lançamento do PMW-1000, novo deck de gravação XDCAM HD422, que chegará ao mercado brasileiro em abril de 2013. Dois slots de memória SxS e operações de jog / shuttle similar a um VTR, aprimoram o fluxo de trabalho no formato XDCAM HD422 e devido à sua versatilidade é adequado para operações in-house e operações de campo. Várias aplicações podem se beneficiar com o PMW-1000 como ENG, produções em unidade móveis pelas emissoras e produtoras, comerciais e documentários.

"Em resposta às exigências cada vez maiores de produção de vídeo, introduzimos anteriormente o PMW-50 para ampliar o suporte na produção de vídeo em campo no formato XDCAM HD422. Este ano,

Fácil conexão do HD externo via USB no painel frontal, operação versátil com saída HDMI, incluindo interfaces como RS-422 e Gigabit Ethernet, outra característica do PMW-1000 que o torna altamente versátil é a fonte de alimentação com três vias de seleção. Pode ser operado em AC, DC ou bateria, o que facilita a utilização in-house ou em campo, tais como estúdio ou operações em unidades móveis

estamos lançando o PMW-1000 para melhorar ainda mais o fluxo de trabalho com a XDCAM HD422 especialmente para aplicações in-house ou transmissões ao vivo em unidades móveis", afirma Paula Cruz, gerente de produto da Sony Brasil. A versatilidade da PMW-1000, em termos de interfaces, juntamente com operação linear e a capacidade de gravar até mesmo no formato HD XAVC em mídia SxS, fazem dele uma escolha ideal para as emissoras e produtoras que procuram uma solução acessível e de qualidade para produção, com diversas possibilidades operacionais. "As características deste deck ainda o tornam a escolha ideal para as emissoras ou produtoras que necessitam fazer uma transição suave de SD para HD", completa a gerente.

Melhor fluxo de trabalho XDCAM HD422 mesmo em operações lineares

Embora a produção não-linear tenha dominado a maior parte da indústria, produções com operações lineares ainda são necessárias, especialmente pelas emissoras. O deck PMW-1000 melhora o fluxo de trabalho XDCAM HD422 com funções de operação similares à de fita, incluindo ingest linear com controle RS-422 e edição linear (como um player) com controle de jog / shuttle. A operacionalidade do PMW-1000 similar à de fita oferece familiaridade aos operadores acostumados com tais funções.

As funções de jog / shuttle e controle RS-422 facilitam a operação em casos onde é necessário o ingest por banda-base direto para um servidor central de ingest e conteúdo operador por um painel controlador. O PMW-1000 também fornece excelente qualidade de imagem MPEG HD422, bem como capacidade de gravação de áudio de alta qualidade com oito canais (HD-SDI) de 24-bit, tudo em um único deck compacto.

Transição suave do SD para o HD

Os operadores do PMW-1000 podem selecionar gravação e reprodução nos formatos HD (XAVC, MPEG HD422 e MPEG HD420 50/35/25 Mbps) e SD (MPEG IMX 50/40/30 Mbps e DV-CAM 25 Mbps) em uma variedade de taxas de quadros. Esta flexibilidade pode ajudar a economizar nos custos de investimentos para emissoras que querem migrar para o HD. Além disso, com a função de up/down conversion, o PMW-1000 é ideal para integração de produções SD que terão upgrade para o HD.

Suporte em XAVC HD

Além do MPEG HD422, o PMW-1000 também suporta o formato XAVC Intra HD para gravação e reprodução, aprimorando o fluxo de trabalho XDCAM HD nas operações com as novas câmeras como PMW--F5 e PMW-F55 da Sony. O PMW-1000 é o único gravador que pode gravar o formato XAVC HD no cartão de memória SxS. Isso também é útil para reprodução do conteúdo gravado em XAVC HD em um monitor profissional.

Variedade de Interfaces para versatilidade de operações

O PMW-1000 fornece uma ampla gama de interface AV e TI, incluindo HD-SDI, SD-SDI, HDMI, e saída Vídeo Composto. Uma interface RS-422 permite o PMW-1000 para ser usado como um alimentador para edição linear, enquanto um Gigabit Ethernet (1000BASE-T) permite alta velocidade de transferência de arquivo em rede ou operações não lineares. O PMW-1000 também inclui uma saída HDMI no painel traseiro para fácil monitoração em monitores de alta definição. Uma interface USB localizada no painel frontal permite fácil conexão de HD externo via USB sem a necessidade de um PC para cópia direta de clipes economizando custos e permitindo cópia simples e rápida ou backup.

RADIO DIGITAL

MiniCom anuncia novos testes de padrões de rádio digital

Durante reunião do Conselho Consultivo de Rádio Digital realizada hoje (28), em Brasília, foi anunciada a realização de novos testes sobre os possíveis padrões tecnológicos de rádio digital a serem adotados no Brasil. Foram dois anos para realização dos primeiros testes. No entanto, o Ministério das Comunicações (MiniCom) apontou que não há prazos definidos para os próximos.

Da Redação
Foto: Divulgação

São dois padrões estudados para se adaptarem à realidade brasileira: o europeu DRM e o estadunidense HD Radio Iboc. Em entrevista, o diretor de Acompanhamento e Avaliação de Serviços de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações, Octavio Pieranti, avaliou que os primeiros testes, realizados entre 2010 e 2012, não foram satisfatórios.

Ele explicou que a cobertura do sinal digital de ambos os padrões tecnológicos foi muito inferior à cobertura do sistema analógico. De acordo com Pierante, uma das hipóteses é de que os equipamentos não estivessem devidamente configurados. Por isso, o Ministério anunciou uma nova bateria de testes com parâmetros rigorosos definidos em conjunto com os sistemas e os integrantes do Conselho.

Pierante também explicou que o Ministério não quer definir qual será o sistema digital adotado antes de realizar os testes com ambos os sistemas em disputa. Segundo ele, primeiro é necessário "ver qual o melhor sistema para a realidade brasileira". Dentre os parâmetros de escolha citados por Pierante está a cobertura mais ampla possível. Por questões técnicas, ainda não há prazos definidos para a realização dos testes.

Desde o anúncio sobre a implementação da rádio digital no Brasil, entidades que lutam pela democratização da mídia demonstram preocupação e reivindicam a ampliação do debate para todos os setores sociais interessados em contribuir na decisão sobre o padrão tecnológico a ser adotado. Durante a reunião do Conselho, Pierante anunciou que rádios comunitárias de Santa Catarina, que integram a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), "deram indicativo de que vão convocar uma audiência pública" sobre o tema. O MiniCom garantiu presença.

O desafio de integrar tecnologias nos novos ambientes multiplataformas.

Soluções de integração com as principais tecnologias do mercado, garantindo a máxima eficiência:

B4M Soluções de MAM	AmberFin Controle de Qualidade Unificado	SIGNIANT Segurança na movimentação de arquivos	grass valley Soluções end-to-end para toda a cadeia de produção	CISCO Servidores
XenData Arquivamento digital	Quantum Gerenciamento de conteúdo	MOG Soluções de ingest	Tektronix Controle de Qualidade	SONY Equipamentos de Base Band

A **AD Digital** orienta você na escolha da melhor solução tecnológica na produção de conteúdos. Saiba como podemos ajudá-lo.

Serviços:

- Consultoria
- Instalação
- Customização
- Treinamento
- Operação Assistida
- Suporte 24x7

Soluções Turn key totalmente integradas de:

- Aquisição e Produção
- Sistema de Gerenciamento
- Pós-Produção
- Infraestrutura
- Teste, Medição e Controle de Qualidade
- Distribuição
- Arquivamento
- Multiplataformas
- Mobilidade

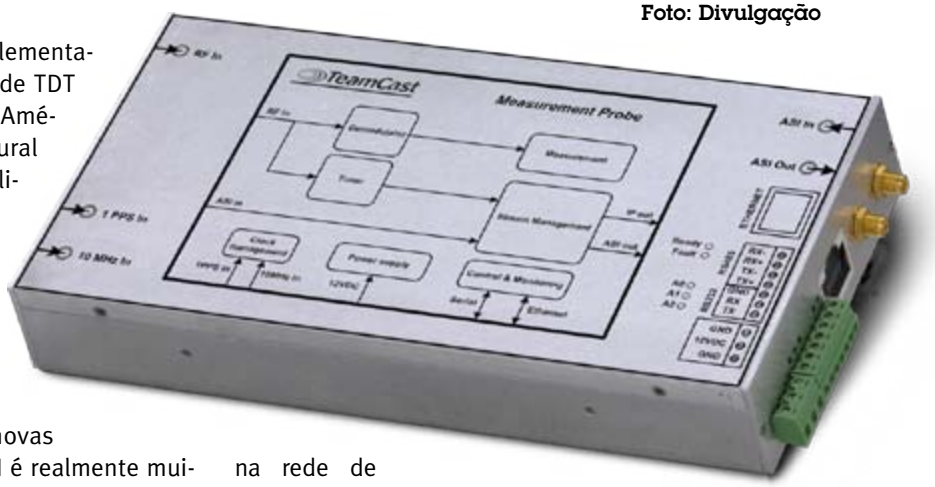
Conheça mais sobre a AD Digital e nossas soluções em: **www.ad-digital.net** | **tel. +55-11-3467-3353**

TEAMCAST

Empresa oferece melhorias na cobertura da rede de TDT

Especializada em soluções para modulação digital em Transmissão Digital Terrestre (TDT), comunicação wireless e aplicações via satélite, a TeamCast está agora atualizando e entregando, para todo mercado da América Latina, o seu medidor OEM de QoS, denomidanado RQX-1510, para o sistema ISDB-T

Da Redação
Foto: Divulgação



Devido ao crescimento implementação do modelo brasileiro de TDT em todo o território da América Latina, torna-se natural que as emissoras cresçam e apliquem melhorias à sua área de cobertura. Algumas estações têm de mudar sua estrutura de "Rede de Freqüência Múltipla" (NMF) para "Single Frequency Network" (SFN), a fim de preencher as lacunas, ou áreas de sombra, sem a necessidade de atribuição de novas frequências. A infraestrutura de SFN é realmente muito eficiente em termos de melhoria de cobertura e eficiência de espectro. Eles apenas requerem uma sincronização precisa e estável dos transmissores.

Depois de ter sido anunciado na última CAPER, ainda em 2012, e agora implementado em campo, a nova versão do monitor de QoS, RQX-1510, (versão de software s120) fornece aos usuários um novo recurso essencial: monitoramento da variação de SFN. Instalado em um local de transmissão, o RQX monitora cuidadosamente os parâmetros de sincronização do transmissor, e é capaz de enviar um aviso antes da transmissão ser danificada por um problema de sincronização.

"O novo recurso de monitoramento da variação da rede de SFN, enriquece o conjunto completo das capacidades de medição de RF do RQX, que proporciona recursos para detectar qualquer alteração na sincronização do transmissor, o qual é fundamental para se beneficiar da expansão da cobertura proporcionada na rede de frequência única", disse Emmanuel Raguet, gerente de produto da linha de TeamCast.

Com este novo recurso, a TeamCast aumenta o valor agregado de seu sensor de qualidade de serviço e oferece uma ferramenta mais completa para o mercado, com o objetivo de monitorar o sinal de RF em redes de transmissão digital terrestre, no modelo ISDB-TB.

"Nosso relacionamento estreito com as primeiras empresas a adotar o ISDB-TB, nos permite garantir a adecação perfeita entre as características do produto e as necessidades apontadas pelo mercado, em termos de características de medição do sinal de RF. A nova versão RQX-1510 é o melhor exemplo dessa adaptação, e ilustra a capacidade da TeamCast para introduzir medição de RF, em alto nível para o mais avançado controle de QoS", completou Raguet.

As Baterias Energia estão de Cara Nova

Mas não é só isso. Quem vê cara não vê coração. No coração das baterias Energia BPL de 18 Meses, já bate um microprocessador que vai revolucionar o conceito de baterias

Vem aí o DBCS – Digital Battery and Charger System

Vendas On-Line pelo site www.energia.tv

Promoção 2013

15% de desconto em toda linha Energia do preço do site

código da promoção SET1908

Válido somente para mês de março de 2013.

energia

www.energia.tv
T +55(21)3344-5555
O2 Corporate & Offices, Bloco 7/121
Rio de Janeiro - RJ 22775.056 - Brasil

graphic design
dkauffmann
danielkauffmann@gmail.com

TOTVS

TOTVS cria núcleos segmentados em cinco estados brasileiros

A empresa busca através da Divisão dos núcleos busca aproximar seus sistemas da essência de negócio de seus clientes gerando desenvolvimento em cada região.

Da Redação
Foto: Divulgação

A TOTVS, empresa líder na América Latina na atividade de desenvolvimento e comercialização de software de gestão empresarial integrada e na prestação de serviços relacionados, vem trabalhando fortemente no processo de segmentação de seu portfólio.

Segundo explica em comunicado, esta nueva estrategia tem como objetivo aproximar, cada vez mais, suas soluções do core business de seus clientes. Para isso, além da consolidação das marcas, foi realizado um trabalho de padronização nas ofertas, nos materiais de venda, na comunicação e no portal. Porém, explica o comunicado, "a companhia sentia, ainda, a necessidade de criar percepções distintas no mercado em cada um dos dez segmentos atendidos".

Assim, a estratégia foi segmentar seus centros de desenvolvimento de produtos, localizados nos estados de São Paulo (capital e interior), Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

"Já tínhamos consolidado as marcas, a comunicação e os materiais de vendas. Faltava dar um passo a mais. Afinal, em uma empresa de software todo o conhecimento nasce no processo de desenvolvimento do produto. Nada mais natural do que criarmos pólos de desenvolvimento também segmentados, onde todos os profissionais falassem a mesma linguagem, com foco em um mercado específico", explica Gilsinei Hansen, diretor de Segmentos da TOTVS.

A divisão dos núcleos por segmentos de atuação seguiu, segundo explica a empresa, a vocação de desenvolvimento de cada região e o lastro que já possuíam. Assim, Belo Horizonte ficou com o pólo de Construção e Projetos e o Educacional. Em Porto Alegre são desenvolvidos os softwares para a área de Saúde. Soluções voltadas para o mercado de Manufatura são criadas em Joinville, que também desenvolve uma parte dos softwares de Distribuição e Logística, junto com São Paulo. Na capital

paulista, também são desenvolvidos os sistemas focados em Financial Services, cabendo ao interior o desenvolvimento de softwares para a Agroindústria. As soluções para o setor financeiro e bancário são desenvolvidos nos centros do Rio de Janeiro e Porto Alegre.

"Para cada segmento, existe uma unidade de inteligência de negócios que, entre outras atividades, é responsável pela elaboração da estratégia de atuação, estruturação de novas ofertas, relacionamento com associações representativas setoriais, identificação de parcerias, compartilhamento de informações e temas relevantes para o setor. O objetivo é oferecer, cada vez mais, softwares especializados para o mercado em que o cliente atua, respeitando as particularidades e a regulamentação de cada segmento", acrescenta Hansen.

A TOTVS é líder absoluta no Brasil, com 53,1% de market share, e também na América Latina com 35,6%. É a 6ª maior desenvolvedora de sistemas de gestão integrada (ERP) do mundo e a 1ª em países emergentes, sendo líder também no segmento de pequenas e médias empresas (PME) na América Latina. A TOTVS foi a primeira empresa do setor de TI da América Latina a abrir capital e está listada no Novo Mercado da BOVESPA.

www.totvs.com

Onde quer que esteja no Brasil, você já recebe um sinal de TV Digital da plataforma ARK-6 Series.

SDT ARK-6 Series

- Tecnologia nativa ISDB-T, DVB-T2 e ATSC-MH.
- Entrada TS-MPEG ou TS-MI sobre ASI ou IP.
- Leque de produtos robustos e compactos, com alta eficiência e fácil manutenção.
- Opção de refrigeração a ar ou a líquido.
- Interface web, desenvolvido na plataforma Java.
- Sistema Dual Mode (analog. e digital).
- Modernos sistemas de pré-correção adaptativa linear e não-linear.
- Alta eficiência de cobertura, com alta eficiência energética.

Sucesso entre os broadcasters!

ScreenService DO BRASIL IT WORKS.

SCREEN SERVICE DO BRASIL
Av. dos Alecrins, 740 Dist. Industrial CEP 37550-000 Pouso Alegre - MG Brasil
Phone: +55 35 21023100 - info@screenbrasil.com.br
www.screenbrasil.com.br

AJA

Da Redação
Fotos: Divulgação

AJA Ki Pro facilita a pré-estréia de Duro de Matar para soldados no Kuwait

A AJA Video Systems, especializada em produzir interface de vídeo profissional e soluções de conversão, recentemente entregou um AJA Ki Pro, ou seja, um de seus gravadores de vídeo portáteis e tapeless a equipe de produção do mais recente filme da série Duro de Matar. Chamado em português Um Bom dia para Morrer, a sequência do sucesso estrelado por Bruce Willis teve sua exibição facilitada pelo equipamento da empresa americana, para as tropas, daquele mesmo país, com base no Kuwait.

Cliente AJA há muitos anos e editor do filme em cartaz, Dan Zimmerman viajou para o Kuwait para preparar a apresentação do filme junto da equipe de produção. "O Ki Pro é pequeno portátil e de usabilidade extremamente flexível. Eu pude embarcar para o Kuwait com uma simples bagagem de mão, contendo dois Ki Pros, para realizar duas sessões simultâneas e em alta qualidade do nosso filme para um pouco mais de 1100 soldados norte-americanos", Said Zimmerman. "Com um Ki Pro nós já estamos prontos para conectar diretamente em um projetor da Barco e uma mesa da Yamaha MC7 e mesmo assim, a qualidade da imagem e do som continuará extraordinária — esta foi a forma de exibição mais simples e fácil que eu já realizei. Qualquer outra solução escolhida teria sido muito mais complicado de fazer acontecer".

Além disso, Zimmerman e o editor de efeitos VFX, Ryan Chavez, também utilizaram adaptadores T-TAP, da AJA, com saída Thunderbolt para conduzir um processo de edição sem tantos cortes durante a gravação em Londres, Budapeste e Los Angeles durante a produção do filme Um bom Dia para Morrer. Os T-TAP´s foram usados para controlar o playback direto dos laptops para mostrar ao diretor como as novas cenas iam sendo incorporadas ao filme, e fornecer uma amostra aproximada de como as cenas foram cortadas para permitir o diretor de rever cenas, editar e tomar decisões durante as filmagens.

"Eu tenho trabalhado como editor profissional há mais de 10 anos e sempre procure testar e avaliar novas ferramentas para incorporar ao meu cotidiano – desde softwares de edição, até cartões de vídeo e conversores", disse Zimmerman. "Nada funciona tão facilmente e é tão compatível com uma grande variedade de formatos de arquivos e fluxos de trabalho como as placas de vídeo, gravadores, dispositivos I/O e conversores das AJA. Os produtos da AJA são tão confiáveis na ilha de edição quanto são no set de filmagem, eles simplesmente funcionam", finalizou.

www.aja.com

É MUITO SIMPLES LANÇAR UM CANAL

Ligue e transmita. VERSIO, uma solução simples, flexível e econômica que permite a qualquer instalação lançar rapidamente um ou mais canais novos e expandir e melhorar os seus serviços já existentes.

Ideal para "Disaster Recovery", com diferentes configurações de acordo com a sua infraestrutura e fluxos de trabalho atuais.

Com as lendárias soluções da Harris de servidores de vídeo, automação e funcionalidades de branding e gráficos integradas, é tudo o que você precisa para simplificar suas operações de uma forma mais eficaz e reduzir o tempo necessário para entrar e permanecer no ar.

VERSIO™ *www.harrisbroadcast.com/versio*

Harris Soluções em Comunicação do Brasil Ltda.
Ave. Eng. Luiz Carlos Berrini 1511 / 8o andar, Conj. 82
Brooklin, São Paulo SP 04571-011 Brasil
Tel: +55 11-3538-4150 - Fax: +55 11-3538-4151

HARRIS®

ARRI

Da Redação
Foto: Divulgação

Arri Alexa renovado com novos modelos XT

A Arri, fabricante alemã de sistemas de captação e equipamentos para broadcast, anunciou uma nova linha que vem atualizar toda a gama de produtos Alexa. Os novos produtos são a Alexa XT, Alexa XT M, Alexa XT Plus e Alexa ST Studio, que substituem todos os anteriores neste segmento. O modelo Alexa original é o único que não será substituído, mas permitirá que seus proprietários adquiram os upgrades individualmente para atingir o máximo possível das configurações XT.

Todos os modelos Alexa XT vem como o novo módulo XR, um painel lateral que foi co-desenvolvido pela Codex para substituir o antigo SxS. O resultado é um produto menor, mais leve, mais acessível e livre de cabos que consegue gravar em formato ARRIRAW (formato com a mais alta qualidade fornecida pela marca), dentro da câmera. Com este upgrade, as Alexas agora capturam 120 fps com drivers de 512 GB XR rápidos e lisos. Além deste formato, as câmeras também trabalham com ProRes e DNxHD para gravações mais longas, bem como com ProRes 4444 em 120 fps. Com um adaptador SxS é possível gravar ProRes ou DNxHD em um único cartão SxS PRO.

Além disso, os modelos XT possuem o filtro interno IFM-1, que permite sensibilidade na base de EI 800 sem a necessidade de filtros ND externos, mesmo sobre luz solar direta. De acordo com a marca "filtrar atrás das lentes ao invés de na frente, economiza tempo e reduz peso, reflexos e complexidade na operação". A precisão dos filtros IRND usadas no IFM-1 são baseadas em novas tecnologias que garante a qualidade da imagem e perfeito balanço de cor em todas as oito densidades, de ND 0.3 à ND 2.4.

Um VFX mais eficiente

"Metadados de lente são de valor incalculável para um fluxo de trabalho VFX, e é por isso que todas as Alexa XT estão acompanhadas por uma montagem de lentes LDS", afirma o comunicado da marca. LDS é o nome dado pela marca para seu sistema de dados de lentes, um mecanismo que lê o posicionamento de todos os anéis de lentes e os transforma em metadados em qualquer formato gravado pela câmera.

Mais de 41 modelos de lente possuem o sistema LDS, incluindo as ARRI/ZEISS Master

Anamorphic, Master Prime e LDS Ultra Prime series, a Master Macro 100 e a

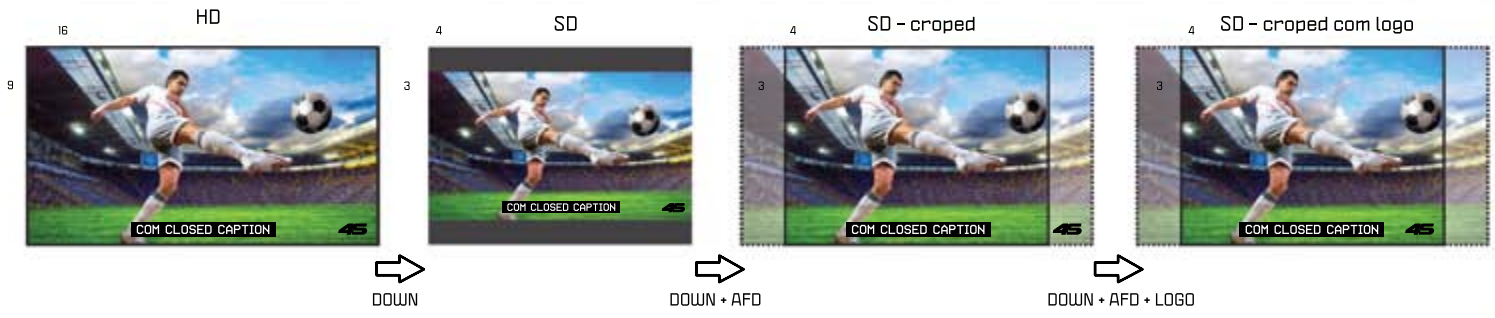
ARRI/FUJINON Alura Lightweight Zooms. Para todos os outros modelos, é possível guardar a tabela de lentes dentro da Alexa usando um arquivo de dados de lente interno da câmera.

Para garantir máximo conforto ao operador, o novo suporte de montagem Viewfinder (VMB-3) dos modelos traz um design mais forte e rígido, que agora usa dois bastões de 15 mm. Estes bastões também ajudam ajustes rápidos no suporte de câmera, de um tripé para grua ou Steadicam. Outra novidade é um novo sistema de resfriamento super silencioso, garantindo menor ruído de utilização e garantia de durabilidade do equipamento.

Claro que a maioria das novidades saem também em forma de módulos de upgrade para as câmeras já existentes, como é de tradição da marca. Prova disso é o anuncio do novo módulo XR que permite à família Alexa antiga a gravação em formato ARRIRAW internamente.

Agora você pode!

Converter sinais de **vídeo HD** em **SD** com **VBI** (closed caption) e **AFD** em tempo real **sem perder o logotipo**.



FR-200 é frame sync, up converter, down converter e logo insert com VBI e AFD. Disponível também com saída analógica PAL-M ou NTSC e ÁUDIO ESTÉREO.

4S INFORMÁTICA
Florianópolis/SC
+55 48 3234.0445
+55 48 3234.0855

REPRESENTANTES EXCLUSIVOS:
Crystal Vision
DAYANG

www.4s.com.br

RIO CONTENT MARKET

RioContentMarket supera expectativa de público

Da Redação
Foto: Divulgação

O RioContentMarket 2013 terminou ao som do tradicional bloco carnavalesco carioca Cordão do Bola Preta, que trouxe a descontração para brindar os excelentes resultados alcançados nessa terceira edição. Palco das principais oportunidades de negócios da produção audiovisual, o evento realizado entre os dias 20 e 22 de fevereiro, no Rio de Janeiro, apresentou números maiúsculos. Cerca de 3 mil pessoas passaram pelas salas do Windsor Barra, onde foram realizados 93 painéis, com a presença de 290 palestrantes e players, 16 keynote speakers de 29 países e 38 canais expondo demandas e modelos de negócios no "30 minutos com...". As rodadas de negócios do evento proporcionaram mais de mil reuniões - 820 reuniões pré-agendadas e cerca de 300 encontros one-to-one organizados entre 74 players brasileiros e 54 estrangeiros. O potencial internacional marca registrada do RioContentMarket desde a sua criação, esteve traduzido na presença de delegações internacionais e representantes de 29 países: África do Sul, Austrália, Áustria, Alemanha, Argentina, Bolívia, Canadá, Catar, Chile, Colômbia, Coreia do Sul, Equador, Escócia, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Holanda, Índia, Reino Unido, Japão, México, Peru, Portugal, Rússia e Venezuela. O Reino Unido, por exemplo, já confirmou que estará de volta em 2014.

Paralelamente, importantes acordos institucionais e de mercado para o setor audiovisual foram firmados, a exemplo da assinatura do Termo de Convênio de Cooperação Audiovisual assinado entre ABPITV e SICAV. Sob a ótica de geração de negócios, a Spirit of Football (SOF) anunciou sua primeira parceria com a produtora brasileira DGT Filmes, que renderá negócios da ordem de US$ 5 milhões. Já a Grifa Filmes anunciou a coprodução com a FL Concepts & CO (França) para a série "Bel Etoile", primeira série em língua portuguesa exibida na TV francesa, orçada em 20 milhões de euros. O acordo foi celebrado durante um almoço no RioContentMarket, com a presença de emissoras da América Latina, do Japão e dos Estados Unidos, que também já demonstraram interesse em exibir a série.

Durante os três dias de sua realização, o RioContentMarket promoveu grandes debates e reuniu palestrantes, players e especialistas para dividir experiências e discutir novos modelos de negócio. Assuntos importantes como direito de uso de imagem em obras audiovisuais, acordos para coproduções, branded content e distribuição digital, financiamento audiovisual, investimentos e os impactos da Lei 12.485 no mercado foram apenas alguns dos temas mais disputados do evento.

Entre os nomes de destaque, David Chase - autor, criador, roteirista e produtor executivo norte americano conhecido pela famosa série The Sopranos da HBO - veio exclusivamente para falar sobre narrativas seriadas numa sessão prime time. Jonathan Mildenhall, vice-presidente de Global Advertising Strategy and Content Excellence da Coca-Cola, falou da importância da criatividade na produção das campanhas globais e como a tecnologia está mudando a abordagem da empresa em relação ao storytelling.

O "Lab Transmídia – foco séries de TV " – patrocinado pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura - selecionou nesta edição 30 projetos (20 brasileiros e 10 internacionais) que passaram por consultoria, apresentações em pitchings e geraram interesse entre executivos presentes ao evento. Cinco prêmios foram concedidos aos projetos. A Reed Midem , parceira desde a primeira edição do Lab Transmídia, ao lado dos Alquimistas e da Petrobras, anunciou o projeto Rancho Paraíso , da Mira Filmes (Brasil) como grande vencedor que irá ao MIPCube, em Cannes, na França. O anuncio foi feito por José Luis Sanchez, diretor da Reed Midem, que entregou ainda uma menção honrosa

ao projeto Sur , da produtora Indómita (Bolívia), que terá direito a uma credencial para o MIPCube. Outra premiação no Lab foi feita pela FOX Brasil . Marcello Braga, diretor de conteúdo da empresa entregou ao projeto Ladies Room , da Proyeto Escribo (Espanha) US$ 10 mil para desenvolvimento do projeto. Os três prêmios no valor de R$ 15 mil, oferecidos pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura , também foram boa surpresa. Os valores serão destinados a consultorias especializadas em desenvolvimento de narrativas e de plano de negócios para os três projetos selecionados. São eles Brasil 2014 – Uma Copa do Mundo Global , da Duo 2 (Brasil), na categoria documentários; Floresta da Tijuca , da LC Barreto (Brasil), na categoria infanto-juvenil; e Lady Shakespeare , da Bateia Cultura (Brasil), como ficção. Os prêmios da SAv/MinC foram entregues por Leonardo Campos, coordenador geral da secretaria.

A abertura oficial do evento, conduzida por Isabel Salgado, foi prestigiada pela Ministra da Cultura, Marta Suplicy, e pelo Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, além de parceiros que têm ajudado a construir a trajetória de sucesso do RioContentMarket desde a sua primeira edição . Entre eles a Prefeitura do Rio de Janeiro / RioFilme, Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Sobre o RioContentMarket 2013 Em apenas duas edições – 2011 e 2012 – o RioContentMarket se consolidou como um evento de referência para o mercado mundial ao promover o encontro de mais de 300 executivos, com a participação de 2.500 profissionais de TV e mídias digitais de 28 países para troca de experiências e rodadas de negócios. No ano passado, o evento reuniu 2.100 participantes de 24 países, e promoveu 950 reuniões em rodadas de negócios. Realizado pela ABPITV, a terceira edição do evento acontece entre 20 e 22 de fevereiro de 2013, no Hotel Windsor Barra, no Rio de Janeiro. Entre os apoiadores e patrocinadores Master, Prata e Bronze estão: Prefeitura do Rio de Janeiro / RioFilme, Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, Banco Nacional do Desenvolvimento Social (BNDES), Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil); Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), TV Brasil, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e Grupo Positivo. O evento cresceu também em número de apoiadores de mídia: 41 canais parceiros.

C&S Informática Ltda

MEDIA CONNECTOR

C&S Informática Ltda
www.cisinformatica.com.br
contato@cisinformatica.com.br
55 (11) 2023-1587 - 55 (11) 2682-7045

A melhor solução de controle do conteúdo interativo.

CONTEÚDO

O Media Connector é um software flexível e dinâmico para integração e gerenciamento de processos que controla conteúdo, publicação e transmissão de arquivos digitais utilizados nas conexões associadas a uma ou mais aplicações interativas.

PUBLICAÇÃO

A solução Media Connector oferece um conjunto de funcionalidades sistêmicas para automatizar a operação, monitorar a publicação e a transmissão dos conteúdos, converter arquivos nos formatos xml, json, txt, csv e zip a serem consumidos por aplicações interativas Full SEG, One SEG e Outras plataformas. A publicação do conteúdo é totalmente automatizada por sofisticado sistema de processamento de dados muilti-tarefas.

TRANSMISSÃO

A funcionalidade de transmissão do Media Connector permite a monitoração de todos os recursos utilizados, através de conexões por URL, FTP, TS.
É realizado o monitoramento dos conteúdos associados as conexões, as publicações, os repositórios de entrada e saída e os serviços muiti-tarefas executados pelo servidor Windows.

COPA 2014

As telecomunicações na Copa de 2014

A poucos meses do início da Copa das Confederações da FIFA no Brasil e com o dead-line de entrega dos estádios que servirão de palco para este evento e os da próxima Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014 no país, torna-se necessário tentar explicar quais são as exigências que o organismo máximo do futebol mundial espera encontrar nas instalações e cidades sedes e como será transmitida a Copa no Brasil.

Da Redação
Fotos: Herivelto Batista (Minicom)

Nos últimos tempos muito se tem falado sobre como, de que forma, e quem fará as transmissões dos jogos destes grandes eventos esportivos e como serão emitidas ao mundo. Está claro, por enquanto, que serão realizadas com a maior tecnologia broadcast disponível no mercado audiovisual mundial e que por exigência da FIFA, ente organizador, todos os sinais sairão dos estádios para os quatro cantos do mundo através de fibra óptica.

Desta forma, o manual da FIFA "Estádios de Futebol - Recomendações e requisitos técnicos" para a Copa no Brasil explica entre os "Requisitos de comunicação" que "a crescente demanda por uma implementação confiável e abrangente de sistemas de comunicação com arquitetura aberta requer o planejamento imediato de infraestrutura básica. Isso deve ser realizado simultaneamente ao desenvolvimento do programa de construção arquitetônica. A maioria dos sistemas eletrônicos de edifícios tem convergido para um protocolo de dados comum e aberto conhecido como "protocolo de internet" (IP), o qual geralmente utiliza conectividade baseada em Ethernet para conectar sistemas e redes. Essa tecnologia já é padrão para diversos sistemas de edifícios, abrangendo telefone, dados administrativos, dados wireless (Wi-Fi), sistemas de gestão de edifícios, controle de acesso eletrônico e detecção de invasões, vigilância por vídeo, televisão e outros sistemas elétricos de baixa voltagem."

O documento assegura que "para a maioria dos eventos de grande importância, incluindo a Copa do Mundo FIFA, existe um requisito para que cada estádio possua uma estrutura de cabeamento interno que possa ser dimensionada para o evento. Isso inclui cabeamento de um andar para o próximo (terciário/vertical) e para todos os recintos necessários de um mesmo andar (secundário/horizontal). Em todos os estádios é necessário verificar o cabeamento para garantir que o estado atual do mesmo esteja de acordo com os requisitos da indústria relativos a cabeamento e que o sistema seja capaz de suportar a quantidade de hardware e banda larga a ser utilizada no estádio."

Assim, "os cabos devem ser identificados de forma clara, utilizando um sistema de cabeamento estruturado, visando compreender a área coberta pelos mesmos. Uma boa diretiva a seguir é fazer com que a infraestrutura básica do estádio seja disponibilizada em todas as salas de comunicação dentro do estádio que exijam equipamentos de TI (Tecnologia da Informação) para utilização nos eventos de maior importância, incluindo espaço para escritórios."

Para isso, a FIFA recomenda expandir um "programa de tecnologia de forma a determinar a interoperabilidade, convergência e designações de rede e utilizado para determinar as responsabilidades relativas ao escopo de trabalho e à implementação do sistema." Nele, os sistemas de comunicação possuem seis elementos fundamentais que precisam ser revistos e avaliados. Estes são a infraestrutura básica com salas de comunicação, canaletas e sistemas de contenção exclusivos. Os sistemas de suporte: sistemas exclusivos de aterramento, aquecimento, ventilação e ar condicionado, energia e iluminação; a infraestrutura de cabos: linha principal de fibra óptica da instalação, bem como cabeamento horizontal e vertical; componentes eletrônicos do sistema: sistemas telefônicos, chaves de dados, servidores e computadores; a implementação: suporte, aplicações, designação de rede e serviços; a administração: gerenciamento, manutenção e atualizações.

Os investimentos no país

O Brasil começou a preparar a Copa do Mundo de 2014 com um importante déficit de cabeamento de fibra óptica no país. Por isso, no início de 2011 Paulo Bernado, ministro das Comunicações, anunciou investimentos em redes de fibra óptica que chegariam aos R$ 7 bilhões até o início de 2015. Isso se implantaria com a aplicação de cerca de R$ 1 bilhão por ano na Telebras, que entraria com um forte incremento na construcção de fibra óptica para desta forma preparar o país para ter uma acesso maior a redes de alta velocidade, que se concretizaria com a implementação do Cinturão Digital do Ceará (CDC), um investimento na viabilização da banda larga composto por uma infraestrutura de 2.600 km de fibra óptica conectando 92 cidades, com cobertura inicial instalada na sede de 53 municípios, o que corresponde a 85% da população urbana do Estado.

Já em 2012, a Gecopa (Grupo Executivo da Copa do Mundo de 2014) anunciou um investimento de R$ 371 milhões para a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e Telebrás para estas desenvolverem a modernização da infraestrutura e serviços de telecomunicações que serão utilizados para dar suporte ao evento.

Obras da Telebras

Assim, a Telebras afirmou em comunicado até janeiro de 2013 a infraestrutura de telecomunicações para a Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de 2014 tinha "74% das obras executadas nas seis cidades-sede da Copa das Confederações – Brasília, Salvador, Recife, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Fortaleza o que significa que o cronograma está rigorosamente em dia", afirmou o presidente da estatal, Caio Bonilha. A previsão de entrega final dos trabalhos será no mês de março.

De acordo com o cronograma da empresa, Brasília é a mais avançada, com 87% das obras de telecomunicações prontas. Logo em seguida vem Salvador, com 79%; Recife, 77%; Belo Horizonte, 70%; Rio de Janeiro, 67% e Fortaleza, com 66%.

O secretário-geral da Fifa, Jérôme Valcke e o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, no ato de assinatura, em Brasília, do Memorando de Entendimentos entre a União e Federação Internacional de Futebol visando a garantia de um serviço "exemplar" de telecomunicações para a Copa 2014

Segundo explica em comunicado o presidente da estatal, Caio Bonilha, as obras de telecomunicações nas seis cidades-sede estão em estágio final, dependendo da conclusão de trechos de fibra óptica e Pontos de Presença (POPs) da rede metropolitana. "O nosso planejamento é entregar a infraestrutura de telecomunicações em março. Para que isso se concretize, precisamos que as obras civis nos estádios estejam prontas para instalar todos os nossos equipamentos", afirmou.

Com relação às demais seis cidades-sede que farão parte do Mundial de Futebol – São Paulo, Cuiabá, Natal, Manaus, Curitiba e Porto Alegre – o percentual de execução é de 20%, atualmente em fase de licenciamento e projeto executivo. "Estamos dentro do cronograma previsto e planejamos entregar as obras das cidades até dezembro deste ano. Para isso, contamos com a colaboração das diversas entidades que vão licenciar as obras", afirmou Bonilha.

Ao todo, explica a estatal brasileira, serão disponibilizados mais de 1,2 mil km de fibra óptica nas regiões metropolitana das 12 cidades-sede, construídos 780 km de fibra óptica, com a utilização, inclusive, de redes de fibras já implantadas e ativação de mais de 47 Pontos de Presença (POPs).

Sem telecomunicações não há Copa

Estas foram as palavras do secretário-geral da Fifa, Jérôme Valcke, após a assinatura em Brasília do Memorando de Entendimentos entre a União e Federação Internacional de Futebol visando a garantia de um serviço "exemplar" de telecomunicações para a Copa 2014 realizada a final de janeiro de 2013.

Segundo Valcke, a telecomunicação é uma "grande peça da organização da Copa", ao que o ministro Paulo Bernardo completou ressaltando que "sem uma boa comunicação é como se a Copa não existisse".

Paulo Bernardo disse que foram 18 meses de negociações entre governo e FIFA sobre os termos da Garantia nº 11 referente a telecomunicações. O entendimento final assinado no Memorando determina que é de responsabilidade do governo as obras que ficarão de legado para o país, e o que for utilizado apenas para a realização dos jogos será de responsabilidade da FIFA. O ministro esclareceu que a tecnologia 4G já estará operacional a partir de abril de 2013 nas seis cidades da Copa das Confederações, que ocorrerá em junho deste ano - Brasília, Rio de Janeiro, Fortaleza, Recife, Salvador e Belo Horizonte.

Bernardo destacou que o governo, por meio da Telebras, está implantando a infraestrutura de rede de fibra óptica nas doze cidades sede, com um orçamento de R$ 200 milhões. A rede de fibra está 100% concluída na região metropolitana de Brasília, Belo Horizonte e Salvador e a previsão de conclusão das demais é março de 2013. Segundo Bernardo, tudo está sendo feito para garantir o atendimento de telecomunicações para a Copa 2014.

O Memorando de Entendimentos assinado entre a FIFA e o Ministério das Comunicações estabelece que são responsabilidades do Governo Federal (Ministério das Comunicações, por meio da Telebras): primeiro, disponibilizar infraestrutura nacional de backbone e de redes metropolitanas necessárias para a interconexão entre os estádios e outros locais definidos pela FIFA e o Centro Nacional de Transmissão (International Broadcaster Center – IBC), bem como o serviço de transporte de vídeo, sem custo para a FIFA ou seus parceiros.

Segundo, garantir que a infraestrutura atenda aos requisitos técnicos de qualidade estabelecidos pela FIFA, sobretudo a disponibilidade de 99,99% exigida para as redes que transportarão o serviço de transmissão de vídeo dos jogos; terceiro, implantar a interconexão entre a rede da Telebras e as redes dos provedores de serviços de TI e de Mídia contratados pela FIFA; e quarto, disponibilizar infraestrutura e soluções de TI (voz e banda larga) tão somente nos locais em que os provedores de serviços de TI e de Mídia contratados pela FIFA não disponham de infraestrutura conforme os requisitos de qualidade exigidos, o que deve ser comprovado por laudos técnicos fornecidos pela FIFA.

Pela sua parte, a FIFA será responsavel por desonerar o Governo Federal de prover a infraestrutura nos locais onde os prestadores de serviços de TI e de Mídia possuírem infraestrutura disponível conforme os requisitos de qualidade; segundo, obter e implementar a Tecnologia de Adaptação de Vídeo (VandA) e arcar com todos os seus custos; ainda, implementar

Soluções Integradas em Áudio e Vídeo, sempre ao seu alcance!

AUTOMAÇÃO MULTICANAL

ESTÚDIOS DE TV

UNIDADES MÓVEIS

ARQUIVO

PRODUÇÃO DIGITAL

- PROJETO EXECUTIVO
- VENDAS DE PEÇAS SONY
- SUPORTE E MANUTENÇÃO
- INTEGRAÇÃO DE SISTEMAS
- VENDAS DE EQUIPAMENTOS
- CABEAMENTO E INSTALAÇÃO
- CONSULTORIA E TREINAMENTO

ASSISTÊNCIA TÉCNICA
VENDAS E ENGENHARIA
55 11 3065.1177

lineUp
Broadcast Solutions desde 1990

FABRICANTES REPRESENTADOS PELA LINEUP NO BRASIL

grass valley · JVC · LAWO · FOR-A · FRONT PORCH DIGITAL · AEQ · Tektronix · CSOFT · ARRI · DOLBY · bel · NEXSAN · I·D·X · Libec · Jünger · COBRA · aspera · TigerTechnology · FUJINON · Traffic Sim · broadpeak · RHOZET · beyerdynamic · SPECTRA · AVEC · IBM · KROMA · DALET · RIEDEL

assistência técnica autorizada das marcas
KROMA · grass valley · JVC · SONY · FOR-A

www.lineup.com.br

a solução de rede de back-up por satélite e arcar com todos os seus custos; e remunerar à Telebras com 50% das receitas provenientes das vendas de serviços de vídeo fornecidos pelo sistema VandA.

Finalmente, o Memorando assinado entro governo brasileiro e a FIFA criou um Grupo de Monitoramento composto por representantes do ministério das Comunicações, da Telebras e da FIFA e seus parceiros, responsável pelo acompanhamento conjunto da implementação da infraestrutura e dos serviços de telecomunicações para os eventos da FIFA e pelos eventuais esclarecimentos sobre os cenários de telecomunicações para cada um dos locais do evento.

Novos investimentos na área com desoneração de impostos

No dia 15 de fevereiro passado, o Secretário de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, Maximiliano Martinhão, assinou um decreto que, segundo ele, oferece "uma nova janela de oportunidades para investimentos em telecomunicações."

Segundo informou o Minicom, o impacto fiscal total será de cerca de R$ 3,8 bilhões até 2016, prazo de validade da medida. O decreto que regulamenta a desoneração dos investimentos em redes de telecomunicação no país, assinado pela presidente Dilma Rousseff e publicado no Diário Oficial, permitirá a antecipação até 2016 de investimentos da ordem de R$ 16 bilhões a R$ 18 bilhões ao desonerar impostos (IPI, PIS/Pasep e Cofins) para a implantação de redes de telecomunicações com suporte para banda larga.

Para contar com as desonerações previstas, as empresas devem encaminhar até o dia 30 de junho deste ano seus projetos de investimento em rede. Segundo Martinhão, os projetos devem ser voltados para a redução das diferenças regionais, a modernização dos padrões de qualidade das redes e à massificação do acesso à banda larga.

Secretário de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, Maximiliano Martinhão explicou ao jornalista de que se trará a desoneração prevista no Decreto nº 7.921 de 15 de fevereiro de 2013

Para o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, tudo está sendo feito para garantir o atendimento de telecomunicações para a Copa 2014

Para o governo, além do incentivo aos investimentos em infraestrutura para suportar a banda larga, o decreto também pretende incentivar a indústria nacional ao definir níveis de nacionalização para os equipamentos.

O Regime Especial de Tributação do Programa Nacional de Banda Larga (REPNBL), que integra o plano Brasil Maior, é uma proposta do MiniCom para ampliar a oferta de serviços de banda larga no país e baratear os preços. Daí a isenção de IPI, PIS e Cofins para máquinas, aparelhos, instrumentos e equipamentos novos, bem como materiais de construção adquiridos pelas empresas beneficiárias do regime especial.

A desoneração tributária deverá incentivar os investimentos em redes de telecomunicações para suporte a serviços de internet em banda larga e tem as seguintes condicionantes, com previsão de percentuais mínimos obrigatórios: valor total de equipamentos e componentes de rede em relação ao total do projeto; valor total de equipamentos e componentes de rede produzidos com PPB - Processo Produtivo Básico em relação ao valor total de equipamentos e componentes de rede; valor total de equipamentos e componentes de rede com tecnologia desenvolvida no país em relação ao valor total de equipamentos e componentes de rede.

As redes que terão desoneração serão as de Datacenter; rede de acesso metálico; rede de acesso móvel; rede de acesso óptico; rede de acesso em sistemas smartgrid; rede de acesso sem fio ponto a ponto; rede de acesso sem fio na faixa de 450 MHz; rede de transporte óptico; rede de transporte óptico por meio de cabos OPGW; rede de transporte sem fio; rede local sem fio; e sistema de comunicação por satélite.

www.telebras.com.br
www.mc.gov.br
http://pt.fifa.com/worldcup/organisation/documents/index.html

ShowCasePRO

O poder da simplicidade

A ShowCase Pro estabelece suas atividades a partir de um posicionamento arrojado na América Latina, sendo a única empresa brasilera a produzir soluções totalmente compatíveis com as necessidades e padrões desse mercado. Com uma interface de operações simples, segura e completa para o gerenciamento de todas as funcionalidades, a empresa oferece 1 ano de garantia com suporte e atualizações de software gratuitos durante esse período.

Sua proposta é de preencher a lacuna do novo mercado de TV digital interativa e convergente, produzindo um conjunto de soluções integradas de hardware e software que terão como características principais alta tecnologia, simplicidade de uso e manutenção e confiabilidade a um preço justo.

SHOWCASE SERIES

IFN50 Data Features server

- SI/PSI, EPG, Ginga
- Closed Caption
- EWBS
- SNMP

XON75 Closed Captioning System

- Speech recognition
- Roll-up / Pop-On
- Real-time Validation
- HD-SDI extraction

MUX50 ISDB-Tb Multiplexer

- FPGA platform
- DVB-ASI: 8 inputs / 2 outputs
- SFN
- 10 Mhz / 1 pps references

ENC25 HD Closed Caption Encorder

- SD-SDI (CEA-608 NTSC)
- HD/SDI (CEA-708 / ARIB B37) (opcional)
- TCP/IP or RS232 inputs

IRX64 Smart IRD

- DVB-S/S2
- DVB-ASI
- Remultiplexer

ENC27 DTT Voice Communicator

- Secure audio encoder
- Low latency
- RF decoder

Distribuidor

Tektronix®

VISITE A SHOWCASEPRO NA NABSHOW Where Content Comes to Life

Estande SU1721

PARA MAIS INFORMAÇÕES CONTATE-NOS: +55 11 2864-1774
www.showcasepro.tv • info@showcasepro.com.br

700 MHz

700 MHz em debate: SET reúne diretoria e propõe Grupo de Testes

Preocupação com o futuro uso da faixa de 700 MHz estará em pauta em uma série de encontros que a SET pretende organizar durante o ano. Operadoras serão convidadas.

Por Alexandre Minghini

Diretoria da SET se reúne para discutir e planejar agenda e ações de Grupo de Testes que pretende tratar de forma transparente a utilização da faixa de 700 MHz

A transferência de 108 MHz na faixa de 700MHz, atualmente atribuída à televisão aberta, para sistemas de banda larga digital será pauta de uma série de reuniões que a SET pretende fazer ao longo do ano (e além caso precise). Segundo a entidade divulgou recentemente, essa migração deverá gerar interferências mútuas entre os serviços – na recepção da TV Digital de um lado e nos serviços de banda larga, do outr o.

Além de informarem que é facilmente possível acomodar as estações televisivas na faixa restante de UHF, representantes do Ministério das Comunicações e da ANATEL comunicaram à SET – Sociedade de Engenharia de Televisão – que também será facilmente estabelecida a convivência entre sistemas de banda larga sem fio (LTE/4G) e TV digital, livre de interferências mútuas prejudiciais a qualquer dos serviços, mas que pretendem fazer um teste-piloto para verificar possíveis interferências.

Após o referido anúncio, a SET colocou-se preocupada com os percalços que podem acontecer e decidiu montar um Grupo de Testes composto por seus diretores, para debater e tratar de perto o tema. Segundo Olímpio José Franco, presidente da SET, as preocupações da entidade abrangem dois aspectos básicos: o planejamento dos canais digitais na banda de UHF e as interferências causadas pelas transmissões de LTE/4G na recepção da TV.

Vale lembrar que um problema de sintonia fina na TV digital, diferentemente do chuvisco do sinal ana - lógico, poderá tirar impedir a fruição do serviço de TV, causando uma tela preta no televisor.

"Hoje, a Televisão (geradoras e retransmissoras) dispõe dos canais 14 ao 69 para distribuição da TV Digital. Mesmo assim, já foi muito difícil acomodar todos os canais digitais para a fase de transição, sem o desligamento imediato dos canais analógicos. Há muitas situações críticas no plano atual,em que a cobertura da TV digital não consegue replicar a da TV analógica. Agora, com a portaria do governo iniciando a redução da banda para os canais 14 ao 51, haverá perda de 18 canais, o que totaliza 108 MHz. O grande desafio é conseguir planejar esta nova transição sem prejuízo das áreas de cobertura das emissoras e retransmissoras", explicou Olímpio.

Já com relação às possíveis interferências causa-

MECTRÔNICA
SISTEMAS IRRADIANTES PROFISSIONAIS
Completando 35 de História, a Mectrônica acompanha as tendências e a constante evolução do mercado digital
Antenas Digitais e Analógicas para Rádio e TV - Equipamentos - Acessórios - Serviços

Faça já o seu Pedido! É sempre um Prazer Atendê-lo!
Comprometimento, Competência, Eficiência e sempre, o Melhor Atendimento do Mercado de Radiodifusão!
www.mectronica.com.br
55 11 3609-1022 - sac@mectronica.com.br

das pelas transmissões de LTE/4G na recepção de TV, o presidente da SET diz que já foram feitos testes, fora do país comprovando o problema. “Testes e estudos feitos no Japão e na Europa revelam que

LTE causa interferência na recepção de TV Digital

Estas interferências se traduzem em interrupções na recepção, resultando em “tela preta” para o usuário doméstico. Sabemos também que as transmissões de TV podem causar interferências na recepção de LTE dentre os dispositivos portáteis”, complementa.

Em resumo, a agenda de reuniões que serão promovidas propõe a busca pelo conhecimento destas dificuldades, pois sem se saber exatamente o que é passível de acontecer, não é possível planejar e mitigar os problemas esperados nesta transição.

Dia 18 de fevereiro, logo após o anúncio do governo, foi organizada a primeira reunião sobre o Grupo de Testes. “Terminada a primeira reunião, estamos agora preparando a organização deste grupo, quanto a sua composição, gestão, orçamento e cronograma de atividades. Esperamos definir, e logo, nossas atividades e em breve ter os primeiros resultados.

Forneceremos resultados parciais, na medida em que puderem ser divulgados com segurança”, revelou Olímpio.

Transmissão de TV Digital

A SET, entendendo a importância da TV Digital, reconhece que a canalização corretamente planejada é muito importante para a população receber sinais com segurança, qualidade e robustez em todas as localidades do país.

Para execução dos testes, a entidade pretende convidar um vasto leque de profissionais para certificar e cientificar os resultados obtidos. “A SET teve, tem e terá posição imparcial e técnica, com o maior número possível de participantes, de diferentes associações e apesar de incluir profissionais das redes de TV – por ser o setor mais prejudicado – esperamos o envolvimento do Ministério das Comunicações e da Anatel no acompanhamento dos testes” detalhou o presidente e fez questão de frisar que a participação de centros de pesquisa também é importante na execução dos testes e que um convite será emitido às operadoras. “Com esta diversidade de participações, a transparência, certamente, será total”, finalizou.

Os estudos da SET indicam regiões em que, num cenário pós-transição, exclusivamente digital, já é enorme a complexidade para a acomodação das estações existentes, complexidade esta que será maior ainda se consideradas as estações públicas em fase de implantação. Esse cenário é especialmente crítico nas áreas metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte e no centro-leste do Estado de São Paulo, mas também se estende ao interior do estado de São Paulo em geral e a outras capitais do país.

A SET teme que os estudos do governo tenham sido realizados com reuso demasiado de frequências, o que poderá comprometer tanto a qualidade das imagens oferecidas ao público, como a cobertura das estações digitais, que ficará reduzida relativamente às atuais coberturas analógicas.

A SET vê como premente a necessidade de iniciar-se de imediato o replanejamento dos canais digitais específico para a fase pós-transição, com a tentativa de otimização de uso do espectro e de acomodação dos canais dentro da faixa estipulada pela Portaria nº 14, pois somente o desenvolvimento desse trabalho poderá apontar, com clareza, a suficiência ou não de espectro para a efetiva implantação da TV digital.

Interferências mútuas entre LTE/4G e a recepção da TV Digital

A importância da implantação de LTE/4G para os serviços de banda larga é grande , mas a questão da interferência sobre a recepção de TV Digital também é muito séria. A interferência em TV digital significa TELA PRETA e todos os estudos até o momento indicam que não há solução perfeita para o problema, mas apenas medidas de mitigação, que precisam ser simultâneas e incluem a instalação de filtros em cada residência – portanto, medidas de difícil operacionalização.

Os relatos que a SET tem recebido do Japão e da Europa apontam que os serviços de LTE/4G e TV Digital causam interferências mútuas.

Por isso, a SET entendendo a importância do tema, resolveu constituir um grupo de trabalho para iniciar de imediato os testes de interferências mútuas entre as duas tecnologias de TV Digital e LTE/4G, tendo como base os parâmetros do Brasil. E, como sempre tem ocorrido, a SET está certa do apoio do

Ministério das Comunicações e da Anatel.Para tanto, firmará convênio com centro de pesquisa, emissoras de TV e associações do setor, e estará totalmente aberta à participação de fabricantes de televisores e operadoras de telecomunicações.

A SET disponibilizará os resultados desses testes, seus potenciais problemas e as soluções para minimizá-los, tal qual foi feito no passado nos estudos comparativos dos padrões de TV Digital existentes na época. Vê, também, a oportunidade de colocar a comunidade técnico cientifica brasileira em destaque no conhecimento dessas tecnologias.

OpicTelecom

Qualidade de verdade em alto e bom som.

Na OpicTelecom você encontra as melhores marcas e uma ampla linha de equipamentos e serviços de radiodifusão e multimídia. Nossa experiência e qualidade faz toda a diferença em seu projeto.

Processadores de áudio/monitor para TV Digital

LINEAR ACOUSTIC

AERO.one Transmission Audio Loudness Manager

AERO.lite Transmission Audio Loudness Manager

AERO.air Transmission Audio Loudness Manager

LQ-1000 Loudness Quality Monitor

LAMBDA Digital Audio and Metadata Monitor

I·D·X

Baterias

Playout

LEADER

Instrumentos de medição

AXIA

Controle de áudio por IP

Telos AUDIO | NETWORKS

Híbrida

Omnia A Telos Company

Omnia 9

Omnia 1

Omnia 11

ADTEC Digital

EN-91 MPEG 4 High Definition Ultra Low Delay Encoder

RD-60 Integrated Receiver/Decoder

ENCO SYSTEMS, INC.

Closed caption - automação de áudio (rádio e TV)

COMREX

Codec de áudio por IP

Mobiliário para Rádio

MTR 05

Mobiliário para TV

SW 06

Av. Dr. Plínio de Castro Prado, 1000 • Box 22 • Jd. Macedo • Ribeirão Preto/SP
Tel.: (16) 3627 8284 • www.opictelecom.com.br • vendas@opictelecom.com.br

SWITCH OFF ANALÓGICO

Um apagão premeditado

Com o prazo final para o desligamento da TV Analógica se aproximando, fomos conversar com os especialistas no assunto para saber se governo, emissoras e sociedade estão prontos para uma era de televisão digital.

Por Flávio Bonanome
Foto: Divulgação/SXC

Desde que o Decreto 5.820 foi anunciado pelo governo, a transição para o sistema de televisão digital terrestre no Brasil entrou no hall dos assuntos polêmicos. O decreto, que estabelece o ano de 2016 como prazo limite para o desligamento do sinal de TV Analógico, tirou o debate sobre a transmissão digital das rodas acadêmicas e dos círculos da engenharia e o colocou no dia-a-dia da população.

No ano de 2012, as resoluções da Anatel e Ministério das Comunicações referentes ao tema, mais de uma vez ganharam as manchetes dos jornais de grande circulação de todo o país. A repercussão ampliou o interesse sobre o assunto daquele que é o principal interessado: o usuário final, ou seja, o telespectador.

A atenção ampliou ainda mais quando, no fim do primeiro semestre, o governo realizou o leilão das frequências para a tecnologia 4G. Passadas as polêmicas sobre o funcionamento de aparelhos celulares comprados no exterior em terras brasileiras, começou o questionamento sobre as influências que

ambas as tecnologias, TV Digital e LTE/4G, teriam ao funcionarem juntas.

Isto por que, no começo de 2013, o Ministério das Comunicações realizou a transferência da faixa de 700 MHz para o uso da banda larga móvel, gerando um mal estar e preocupação sobre a capacidade de alocar todos os canais de televisão nas faixas restantes sem gerar interferências. Relatos vindos do Japão, país que utiliza o mesmo padrão de TV Digital que o Brasil e que já terminou sua transição, falavam de alto grau de incompatibilidade em um ambiente com os dois sinais em funcionamento.

Em se tratando de tecnologia de transmissão digital, se falamos de interferência, estamos falando de não funcionamento. Ou seja, o telespectador vislumbra agora um cenário com mal funcionamento tanto na TV Digital como na tecnologia 4G. Não precisou muito mais do que estas informações para acender ainda mais o debate.

Com o foco novamente projetado sobre o Switch Off, todas as dúvidas já carregadas pelo tema voltaram a assombrar os envolvidos. Como garantir acesso à TV Digital à toda a população? Como fazer a transição em todo o território nacional? E as pequenas retransmissoras, como equipá-las? O governo estaria disposto a fornecer subsídios, e de quanto eles seriam? Com tantas dúvidas no ambiente, a Revista da SET resolveu conversar com quem mais entende do assunto, os membros do Fórum SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital).

O Fórum é uma entidade privada sem fins lucrativos, criada para estimular o desenvolvimento e a implementação das melhores práticas para a TV Digital. Os associados da entidade são membros da radiodifusão, fabricantes de equipamentos de recepção, de transmissão e indústrias de software, além de entidades de instituições de ensino e pesquisa que desenvolvem atividades relacionadas ao desenvolvimento da TV digital.

A seguir você confere o resultado destes sinceros bate-papos com alguns dos membros do Fórum, que comentaram sobre a irrealidade dos prazos, as dificuldades e principalmente sobre tudo que ainda falta fazer para que tenhamos uma televisão digital de qualidade.

PHASE Engenharia, há trinta anos oferecendo com exclusividade produtos de primeira linha e tecnologia de ponta para as mais variadas aplicações em Broadcasting e Telecomunicações.
Phase Engenharia. Experiência em inovação.

CARLOS ALBERTO FRUCTUOSO

Vice-coodenador do módulo de promoção - Linear

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o andamento do Switch Off da TV Analógica?
Carlos Fructuoso: O Switch Off da TV Analógica está para acontecer em breve. Falta estabelecer o cronograma. Em um país com as dimensões e as diversidades do Brasil é necessário um cronograma com muitas etapas diferenciadas.

Revista da SET: Com relação ao cronograma do Switch Off, o que se avançou em 2012 e o que esperar para 2013?
Fructuoso: Em 2012 não foi estabelecido cronograma do Switch Off da TV Analógica e esperamos que isto ocorra em 2013, pois o Decreto 5.820 estabelece que o final da implementação se dará em 2016.

Revista da SET: Qual a opinião do Fórum com relação à entrega da faixa de 700 MHz para o uso da tecnologia 4G/LTE?
Fructuoso: Representa uma grande perda para a radiodifusão. Tem-se que saber se o espectro restante acomodará devidamente todos os canais atuais e futuros.

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o anúncio da possibilidade de interferências entre a transmissão da TV Digital e da faixa de frequências para o 4G/LTE?
Fructuoso: Isto tem que ser medido, para se comprovar ou não.

Revista da SET: Esse problema é decorrência do Brasil possuir uma banda de 4G diferenciada do restante do mundo?
Fructuoso: Não, pois no mundo inteiro há TV em UHF e o 700 MHz toma parte desta banda.

Revista da SET: Com relação ao mercado, quais são as maiores preocupações em se cumprir a data proposta do Switch Off até então? Publicidade? Tecnologia?
Fructuoso: O ponto principal não é de publicidade ou tecnologia e sim que qualquer indústria tem capacidade de produção finita. Para acontecer o Switch Off da TV Analógica é necessário ter substituído todos os transmissores analógicos e que todos os telespectadores tenham televisor digital ou conversor de sinal digital para analógico.
Estabelecido o cronograma, a publicidade mais importante é a colocação, no vídeo analógico, de uma marca d'água que informe a data do desligamento do sinal.

Revista da SET: Os eventos esportivos ainda continuam a pautar o avanço e o aumento de investimento em busca do Switch Off ou o calendário já é maior do que simplesmente se preparar para os eventos esportivos?
Fructuoso: Sim, pautam. Porém os eventos esportivos não estão ligados a todas as redes de televisão e o Switch Off tem que ser para todas as redes, emissoras e cidades, assim como para todos os televisores.

EDUARDO BICUDO

- EBCom

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o andamento do Switch Off da TV Analógica?
Eduardo Bicudo: Acho que será muito difícil manter o Switch Off para todo o Brasil em 2016 conforme programado. O ideal seria escalonar, sendo até possível antecipar em algumas cidades e postergar na grande maioria.

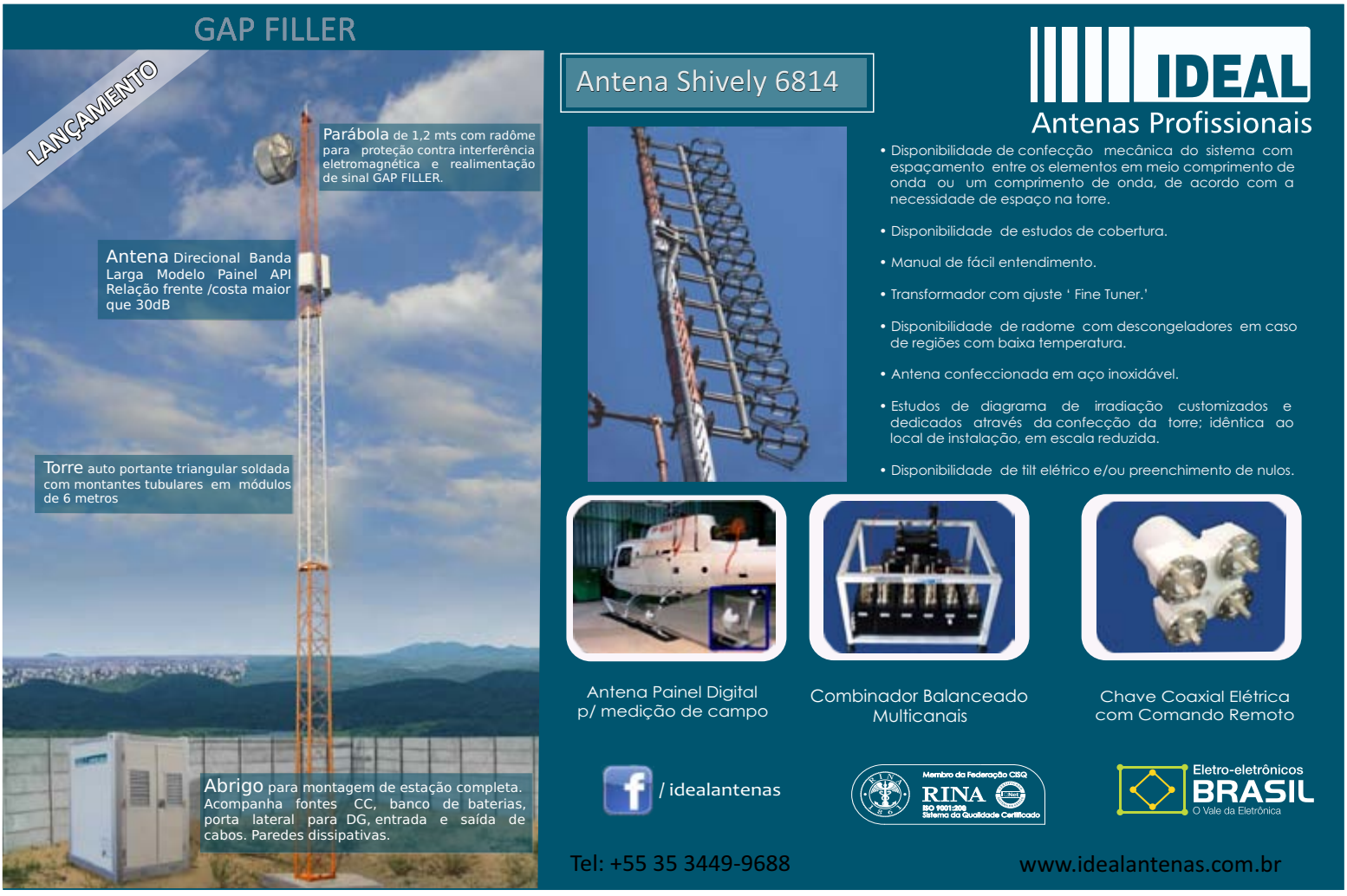
Revista da SET: Qual sua opinião sobre o anuncio da possibilidade de interferências entre a transmissão da TV Digital e da faixa de frequências para o 4G/LTE?
Bicudo: Acredito que não haverá problemas de interferência entre os dois serviços, mas é preciso fazer testes em um bom laboratório e analisar todas as possibilidades que possam causar interferências. Por exemplo, o sinal digital sai das torres de TV (uma) e a medida que se afasta da torre o nível de sinal vai diminuindo. Já com o 4G/LTE, todas as células distribuídas na cidade estarão transmitindo. Nos locais mais distantes, o 4G/LTE poderá ter sinais bem mais altos que o da TV digital. É preciso analisar com muito cuidado estas possibilidades de interferências. Isto vale também para as operadoras

do 4G/LTE quando a célula estiver próxima a uma torre de transmissão de TV.
O tipo de modulação da TV (COFDM) é diferente da modulação do 4G (LTE).

Revista da SET: Com relação ao mercado, quais são as maiores preocupações em se cumprir a data proposta do Switch Off até então? Publicidade? Tecnologia?

Bicudo: Acho que um dos maiores problemas será realizar o desligamento do sistema analógico sem saber quantos telespectadores ainda não possuem conversor digital ou TV digital e antena de UHF para receber o sinal digital. Em minha opinião, deveria haver um Switch Off em uma cidade pequena com 10 a 20 mil habitantes, para podermos analisar as dificuldades que virão nas cidades maiores. Alem disto, há o problema das prefeituras que possuem retransmissão de sinal analógico e um posto retransmissor com falta de espaço físico para instalação do transmissor digital. Fora o problema financeiro destas prefeituras para investir nestes transmissores. Os problemas são muito grandes, afinal podemos afirmar que são mais de 3.000 municípios que possuem retransmissores de propriedade das prefeituras. Há muitos que operam de forma legal com projetos e licença da ANATEL. Mas há muitos também que operam de forma irregular. A situação é muito complexa.

"Acho que será muito difícil manter o Switch Off para todo o Brasil em 2016 conforme programado. O ideal seria escalonar, sendo até possível antecipar em algumas cidades e postergar na grande maioria"



TOM JONES

Consultor do fórum - Tecsys Brasil

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o andamento do Switch Off da TV Analógica?

Tom Jones: O Switch off no mundo todo sempre foi uma questão polêmica , seja pela diferença do planejado e realmente realizado, seja pela curva de adesão a nova tecnologia.

Nos EUA, o switch off foi adiado diversas vezes. No Brasil, um pais com dimensões continentais, precisamos "profissionalizar" o governo para essa questão, ou seja, é preciso que um grupo de estudo levante os principais temas e consequências advindas do switch off e entregue esse estudo ao governo para que ai sim, um plano e uma agenda realista possa ser escrita.

Revista da SET: Com relação ao calendário do Switch Off, o que se avançou em 2012 e o que esperar para 2013?

Jones: Bom, em 2012 o secretário de Serviços de Comunicação Eletrônica do Ministério das Comunicações (Minicom), Genildo Lins, e a diretora de outorgas do Minicom, Patrícia Ávila, anunciaram em primeira mão no Congresso da Sociedade de Engenharia de Televisão (SET),de que o Ministério das Comunicações, decidiu por uma transição escalonada, acelerando o apagão analógico nas regiões em que a TV digital está mais evoluída.

Ao invés de todos os transmissores serem desligados em 2016, haverá antecipação em algumas grandes cidades e adiamento em pequenas. Isso claramente ocorreria em março de 2015 na região metropolitana de São Paulo, e depois da Grande São Paulo, o governo pretende também promover o apagão analógico, ao longo de 2015, em Brasília, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória, Curitiba, Porto Alegre, Florianópolis e, no final do ano, em todas as capitais do Nordeste.

Isso não resolve todo o problema do switch off. Falta, por exemplo, um trabalho de subsidio aos receptores digitais, as medidas tomadas até agora de incorporar os receptores aos televisores abrange apenas uma pequena parcela da população que pode comprar aparelhos novos, e praticamente exclui todos os demais.

Se olharmos para o mundo ao nosso redor, veremos que nos EUA, parte do dinheiro arrecadado com a venda do espectro de 700 MHz para LTE foi usado como subsídio para abaixar os preços dos conversores, na Argentina o governo tem distribuído receptores digitais como forma de alavancar a adesão a nova tecnologia, e aqui o que temos feito? Nada...

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o posicionamento do Ministério das Comunicações em relação ao legado que fica da TV Analógica?

Jones: Está claro que o governo iniciou uma corrida contra o tempo para "limpar" a faixa dos 700 Mhz, hoje ocupada pelos sinais de TV analógica especialmente nas grandes cidades. Segundo o Ministério das Comunicações, são quase 1062 cidades que precisarão ter a TV aberta analógica "desligada" para dar espaço para a banda larga LTE. Mas essa necessidade de limpeza não pode ser feita em prejuízo de uma parcela da população, então, independente do posicionamento do Ministério, é importante que a sociedade como um todo se una para garantir que ninguém seja prejudicado em detrimento desse ou daquele setor. Pois no final quem paga a conta é sempre o usuário final.

> "De acordo com a Anatel, em maio 2012, 89.2 milhões de pessoas (o equivalente a 46,80% da população brasileira) estão cobertas pela TV Digital. Ao todo são 31.3 mil domicílios, em 508 municípios. Agora o foco deve ser a interiorização do sinal e ai o governo precisa entrar com a sua parte"

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o anuncio da possibilidade de interferências entre a transmissão da TV Digital e da faixa de frequências para o 4G/LTE?

Jones: Interferência em TV Digital significa "sem imagem" não temos meio termo, não há "fantasmas ou chuviscos" e isso precisa ficar bem claro para a população, dessa forma é de suma importância que estudos do grupo de trabalho formado pela SET, sejam realizados o mais rápido possível, para termos uma fotografia do que realmente é possibilidade de interferência e o que já é um problema real. O Japão tem relatado grandes problemas de interferência mutua entre os serviços de LTE e TV Digital, o que é uma grande indicio de que aqui não será diferente.

Revista da SET: Esse problema é decorrência do Brasil possuir uma banda de 4G diferenciada do restante do mundo?

Entre no Jogo

por uma fração do preço da concorrência

Os sistemas de câmera lenta e replay instantâneo 3Play™ da Newtek, lhe permitem brindar uma cobertura ao estilo da Copa do Mundo, seja criando um momento ou examinando uma jogada controversa, a tecnologia de câmera lenta interpolada da Newtek lhe oferece um replay moderno, com precisão e flexibilidade durante todo o processo de cobertura.

- Servidor de replay instantâneo com 6 canais que suportam gravação simultânea de até 4 fontes e 2 canais completamente independentes para reprodução.
- Upconvert e downconvert em cada canal.
- Gravação em 100 Mbit full HD.
- Suporte completo para vídeo progressivo em todos os seus frame rates incluindo 24fps.
- Timecode Linear (LTC) para uma captura perfeitamente sincronizada de todas as fontes.
- Importação e exportação de clips com uma grande variedade de formatos.
- Listas de reprodução múltiplas.
- 2 unidades de rack.

Para mais informação consulte: **www.newtek.com/latam**

NewTek

© 2012 NewTek, Inc. 3Play is a trademark of NewTek, Inc. All rights reserved.

Jones: Não acredito que o problema seja só este, como disse, países na Europa e o próprio Japão tem sofrido problemas de interferência mutua. Estudos demonstram claramente que, em áreas densamente povoadas, como o interior de São Paulo, sem um plano de canalização não otimizado para a TV digital, e ainda com um excesso de estações em SFN (Single Frequency Network) operando na mesma frequência, geram a possibilidade de interferência que impactam na cobertura, isso falando apenas da interferência entre canais digitais. Outros estudos apontam ainda a interferência dos sinais WiMax e LTE sobre o sinal da TV Digital.
O que precisamos é de mais tempo para realizar testes e conhecer qual é o real potencial dessas interferências sobre a transmissão do sinal digital, lembrando ainda que isso é importante também para as teles, pois em muitos casos os sinais tendem a se anular e no final quem sofre é o usuário, que ficaria em tese sem TV e sem 4G.

Revista da SET: Com relação ao mercado, quais são as maiores preocupações em se cumprir a data proposta do Switch Off até então? Publicidade? Tecnologia?
Jones: Não temos problemas de tecnologia, os problemas hoje se concentram em uma curva de adesão muito baixa de TV Digital pela população, (uma pesquisa realizada pela Nielsen, aponta que só na cidade de são Paulo o desconhecimento da existência de canais digitais chega a 40 por cento) e isso o Modulo de Promoção do Fórum tem feito um grande esforço para reverter. O segundo problema é a chamada interiorização do sinal digital, considerando o fato de que a maioria das retransmissoras das pequenas cidades é bancada pelas prefeituras, e que a maioria não tem dinheiro para fazer a troca de 7 mil transmissores até 2016, precisamos urgentemente de um plano de subsídios do governo para que isso ocorra, talvez usar parte dos recursos do leilão da faixa de 700 MHz como forma de financiamento da migração dos sistemas analógicos para a TV Digital dessas prefeituras. O processo de digitalização da TV está indo bem na parte de transmissão, tem pouquíssimas pendências graças as emissoras que fizeram alto investimento e se comprometeram. De acordo com a Anatel, em maio 2012, 89.2 milhões de pessoas (o equivalente a 46,80% da população brasileira) estão cobertas pela TV Digital. Ao todo são 31.3 mil domicílios, em 508 municípios. Agora o foco deve ser a interiorização do sinal e ai o governo precisa entrar com a sua parte.

MARCELLO MARTINS

Membro do Fórum - Century Brasil

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o andamento do Switch Off da TV Analógica?
Marcello Martins: Acho que se trata mais de um tema político do que de qualquer coisa. Se formos pensar na prática, não faz o menor sentido desligar o sistema analógico com tão poucos usuários.

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o posicionamento do Ministério das Comunicações em relação ao legado que fica da TV Analógica?
Martins: O governo continua na linha de defender as empresas de Telecom, que geram mais empregos e impostos para o governo. Já o Ministério das Comunicações tem atuado politicamente, deixado para a Anatel fazer as besteiras...

Revista da SET: Qual sua opinião sobre o anuncio da possibilidade de interferências entre a transmissão da TV Digital e da faixa de frequências para o 4G/LTE?
Martins: É importante destacar que a interferência pode existir sim, e devemos, o mais breve possível, realizar testes de campo comprovando isso ou não.
Revista da SET: Com relação ao mercado, quais são as maiores preocupações em se cumprir a data proposta do Switch Off até então? Publicidade? Tecnologia?
Martins: O problema é mais simples...as novas TVs que tem conversores integrados não são ligados na sua maioria na TV aberta...e sim no DTH, cabo, satélite banda C e ku, então o grande problema será para as emissoras que perderão audiência, e para a industria nacional que não produz mais aparelhos conversores.

Revista da SET: Os eventos esportivos ainda continuam a pautar o avanço e o aumento de investimento em busca do Switch Off ou o calendário já é maior do que simplesmente se preparar para os eventos esportivos?
Martins: Os eventos esportivos em geral aceleram as mudanças de tecnologias...como aconteceu na TV a cores, no pay TV e agora com a chegada da internet TV.

SE AS SUAS PRODUÇÕES SÃO DINÂMICAS, POR QUE SEU CENÁRIO VIRTUAL PRECISA SER ESTÁTICO?

CENÁRIO VIRTUAL
BRAINSTORM
EasySet

Um cenário *trackless* com movimento de câmera completo.

Afinal seu apresentador não irá ficar sempre parado atrás de uma bancada, não é mesmo?

sagarana

- Excelente custo/benefício
- Arquitetura aberta e versátil
- Interface fácil de usar e operar
- Conjunto de ferramentas flexíveis
- Atende de pequenas a grandes produções
- Transmissão em tempo real de gráficos 3D
- Compatível com todos os tipos de hardware
- Não precisa de sensor de *tracking* de câmera
- Compatível com os softwares 3D líderes de mercado
- Fácil criação e customização de cenários e elementos
- Dispositivo *Virtual Camera* que simula movimento de câmera
- *Trackless*: montagem e operação com o mínimo de treinamento

Escaneie o código e assista a diversas produções realizadas com o *EasySet*:

Fácil de produzir e simples de operar

NABSHOW Where Content Comes to Life

Sucesso de vendas na **NAB 2012**

Agende uma demonstração e descubra o que o **EasySet** pode fazer por suas produções.

Exec Technology, os melhores produtos do mundo representados pela empresa com melhor suporte do Brasil.

Autodesk · BRAINSTORM · BRIGHT TECHNOLOGIES · LACIE

EXEC TECHNOLOGY
+55 11 5041-6966
www.exectec.com.br

Soluções do começo ao fim.

LEI 12.485

Novo cenário para a produção independente

A lei 12.485, que mudou a forma como a TV paga se apresenta no Brasil, completa seis meses, já trazendo mudanças e projetando um novo cenário para todos os envolvidos no segmento de broadcast.

Por Flávio Bonanome
Fotos: Divulgação - Mixer/Moonshot

A série "Sessão de Terapia", da produtora da Moonshot, é a nova aposta da GNT para aumentar a audiência com conteúdo produzido no Brasil

Quatro vezes mais programação nacional foi exibida na TV fechada em 2012 em comparação com anos anteriores. Este é um dos efeitos dos primeiros seis meses da aprovação da lei 12.485 anunciadas pelo presidente da Ancine (Agência Nacional de Cinema) durante o Rio Content Market, evento que reuniu as principais produtoras de conteúdo áudio-visual do país no Rio de Janeiro, no fim de fevereiro.

De acordo com Rangel, o texto da lei, que obriga canais da TV paga a exibir ao menos 3h30 diárias de conteúdo nacional, trouxe um bom momento para a indústria nacional de produção. "Pela primeira vez, passamos a ter no país uma demanda real por pro-

dução independente", afirmou em conferência realizada no segundo dia do evento. Durante a sessão, o presidente apontou um crescimento de R$ 3,12 milhões em 2008 para R$ 50 milhões em 2012 na verba destinada à produção audiovisual pelo Fundo Setorial de Audiovisual.

Apesar do sorriso otimista com o qual o presidente da Ancine subiu ao palanque para anunciar os números de crescimento, nem todos os profissionais do setor já estão plenamente satisfeitos com os aspectos práticos da lei. Entre as principais, levantada ainda durante a apresentação de Rangel, foi a morosidade com a qual a Ancine trata os projetos das produções.

Outro problema que tem preocupado os envolvidos no mercado de produção áudio visual: o uso de reprises de programas e filmes não inéditos por parte dos canais como forma de suprir as horas necessárias. Tal cenário tem muito a ver com a grande mudança que a lei trouxe ao cenário de equilíbrio entre produtoras e canais.

"A lei vem para reconhecer e beneficiar a produção brasileira, mas é importante ressaltar que é fundamental oferecer ao mercado e aos canais", afirma Hugo Janeba, CEO da produtora Mixer

"Acredito que tudo vai precisar passar por um ajuste geral financeiramente falando, até porque os canais são empresas pequenas, em termos de dimensã de faturamento. De quanto dinheiro tem reservado, sobretudo quando falamos de dramaturgia", explica Roberto d'Avila, proprietário da produtora paulista Moonshot, que, entre outros títulos, é a criadora do seriado policial 9 mm – São Paulo.

De acordo com d'Avila, a vinda da lei é extremamente positiva, mas ainda faltam alguns ajustes para que todos possam se beneficiar de seus frutos. "Os mecanismos de financiamento não estão 100% definidos, ativos e azeitados. Ou seja, o que vai existir inicialmente é uma pressão de custo em cima das produtoras", explica.

"A 12.485 é protecionista sim, não dá pra negar, mas conceitualmente a lei faz sentido por que as pessoas querem se ver na tela", afirma Roberto d'Avila, proprietário da Moonshot

O que d'Avila quer dizer é que a demanda de comprar mais produções independentes brasileiras cresceu dentro dos canais, mas não necessariamente os budgets das empresas tenham acompanhado a curva. Em outras palavras, os canais precisam transmitir mais conteúdo pagando a mesma coisa.

"Na outra porta, levando em conta que tem mais conteúdo para ser produzido, há mais demanda de equipes e profissionais. As pessoas, roteiristas, câmeras, técnicos, que aceitavam alguns patamares de pagamentos, hoje tem mais ofertas e opções, e ficaram bem mais valorizados", completa o empresário.

Esta nova realidade deixa a produtora espremida, tentada a fazer produções mais baratas, o que pode ser um grande problema para a TV paga levando em conta que os conteúdos nacionais estarão sendo veiculados juntamente com filmes e seriados americanos que chegam a ter 1 milhão de dólares de orçamento por episódio.

Quem também concorda com a tese é Hugo Janeba, CEO da produtora Mixer. "A lei vem para reconhecer e beneficiar a produção brasileira, mas é importante ressaltar que é fundamental oferecer ao mercado e aos canais, que tem padrão de qualidade internacional, projetos com qualidade de excelência. E é isso que a Mixer tem mostrado ao mercado", afirma.

Novo cenário à frente

A produtora Mixer atua há quase dez anos no mercado de produção áudio visual. Com extenso histórico premiado, sobretudo no mercado publicitário, a empresa de Hugo Janeba espera um grande crescimento para o segmento como consequência da lei 12.485. "Em 2012 iniciamos essa nova fase da produtora, com foco no planejamento estratégico e na implementação de uma gestão mais profissionalizada. O plano é preparar a produtora para as novas oportunidades que pautarão os projetos dos próximos anos, sejam em conteúdo ou na área publicitária", afirma o CEO.

A Mixer faz parte de um movimento que vai se tornar cada vez mais comum para os próximos meses. Com o aumento da demanda por conta da lei, muitas produtoras tradicionalmente ligadas à publicidade, devem passar a ter mais interesse em atuar na construção de conteúdos de dramaturgia.

Para Roberto d'Avila, da Moonshot, produtora exclusivamente ligada ao entretenimento, este movimento não deve trazer uma ameaça de mercado. "É uma coisa normal que está acontecendo agora, e talvez no momento inicial, isto crie certa fumaça no mercado", explica. De acordo com o empresário, o próprio resultado desta incursão deve acabar regularizando as coisas. "A TV no Brasil é muio verticalizada no processo de produção, sobretudo se falarmos de TV aberta. Mas isso é uma algo deste começo, um monte de gente vai entrar no mercado, e os próprios resultados que vamos ver na tela e que os canais colhem, vão parametrizar", conta.

Mais uma vez, esta tese baseia-se na necessidade de entregar um produto de qualidade. Quando se fala de TV paga, estamos abordando um público acostumado a ter na programação uma grande oferta de seriados produzidos nos Estados Unidos, com orçamentos maiores e know-how técnico acumulado. À despeito disso, Roberto d'Avila acredita que o conceito por trás da lei vem de um resultado que as produções nacionais têm colhido com o passar dos anos. "Tudo o que produzimos para a TV Paga até hoje, comparadas à programação americana do mesmo canal, sempre tivemos desempenho superior. O nosso Brazil Next Top Model tinha mais audiência que a própria versão original. O 9mm – São Paulo passava seguido do seriado da Fox Bones e também era mais visto", conta.

Este sucesso da programação nacional dentro da TV paga se deve à proximidade dos códigos culturais locais do Brasil. Em outras palavras, o brasileiro prefere assistir à uma programação que tenha à ver com a realidade em que ele vive. "Um conteúdo local tem mais a ver com o telespectador, chama a atenção mesmo sem competir no orçamento. Este é o sentido da Lei 12.485 e, por mais incomodados que os canais estejam, o mercado inteiro vai crescer", acredita d'Avila.

Novos desafios

O cenário prolífico dentro do segmento da produção

INSPIRE SUA IMAGINAÇÃO

BRIDGING TECHNOLOGY™

MANFROTTO BRIDGING TECHNOLOGY

As cabeças de vídeo Manfrotto combinam ergonomia, design exclusivo e performance profissional, resultando em maior controle e suavidade nos movimentos.

Venha para o novo mundo da produção cinematográfica.

KIT COM CABEÇA 504HD, TRIPÉ 546BK E BOLSA PARA O TRANSPORTE

*Kit disponível também com estrela de centro.

Código do produto:

504HD, 546BK (com estrela de centro)

504HD, 546GBK (com estrela de chão)

Cabeça Criativa

KIT COM CABEÇA MVH502A, TRIPÉ MVT502AM E BOLSA PARA O TRANSPORTE

Código do produto: MVK502AM

KIT COM CABEÇA 509HD, TRIPÉ 545GBK E BOLSA PARA O TRANSPORTE

*Kit disponível também com estrela de centro.

Código do produto:

509HD,545BK (com estrela de centro)

509HD,545GBK (com estrela de chão)

REVENDAS AUTORIZADAS

Recife

DIGITAL COLOR PHOTO STORE

www.prolabdigitalcolor.com.br
Tel: 81 3223 2221 ou 3223 2123

São Paulo

ESPAÇO DIGITAL
DISTRIBUIÇÃO EM ÁUDIO E VÍDEO PROFISSIONAL

www.espacodigital.tv
Tel: 11 5071 1993

Curitiba

DIAFILME Materiais Fotográficos
www.diafilme.com.br

www.diafilme.com.br
Tel: 41 3223 0673

São Paulo

beephoto

www.beephoto.com.br
Tel: 11 4191 8856

Manfrotto
Imagine More

LUMATEK – representante exclusivo no Brasil

À VENDA NAS MELHORES LOJAS DE FOTO E VÍDEO DO BRASIL

manfrotto.com.br

Julie e os fantasmas é um seriado produzido pela premiada Mixer para a Nickelodeon. A produtora deve passar a investir mais em dramaturgia

de conteúdo para televisão não traz somente bonanças em formas de altos lucros e grandes demandas, mas também diversas situações a serem enfrentadas. Sobretudo pela ainda não regulamentação de sistemas de financiamento e elevada demanda por equipes de trabalho.

"Alguns mercados estão se beneficiando muito, como o mercado de estúdios por exemplo", explica Roberto d'Avila. Nos últimos anos, com o aperto dos prazos nas produções publicitários, ficou cada vez mais difícil ter tempo para realizar a construção de um cenário em estúdio, mesmo tendo recursos necessários para tanto. Agora, o efeito é invertido. "Tenho sentido na pele uma dificuldade maior de ter disponibilidade de estúdios, afinal, poucos são os estúdios bons e bem preparados. Eu já estou negociando estúdios de julho e agosto para pré-reservar, ou seja, para garantir que haverá", conta d'Avila.

Outra dificuldade que deve ser encontrada está no próprio formato a ser produzido para a televisão. Levando em conta a vocação dos canais fechados para o tipo de programação típico da TV americana, é esperado que o tipo de programa que mais cresça se beneficiando da lei sejam os seriados semanais, formato narrativo a qual os produtores brasileiros ainda não são tão íntimos.

"Não só pela vocação dos canais, mas até por uma transformação no modo de vida do brasileiro. A programação de entretenimento diário tem muito mais a ver com a rotina de uma pessoa de 40 anos atrás, que chegava em casa sempre no mesmo horário para passar um tempo com a família", explica d'Avila. Levando isso em conta, os produtores brasileiros precisam correr atrás para se especializar neste formato "diferente".

De acordo com o proprietário da Moonshot, ainda é preciso muito estudo para atingir a excelência neste tipo de formato. "Precisa de fato um aprofundamento de know how, de conhecer os formatos específicos. Quando fomos fazer o 9 mm em 2006, todos os envolvidos fomos estudar, entender qual era a linguagem e a dramaturgia específica de seriado semanal, que é uma coisa que o Brasil em geral não sabe fazer, e como não faz, as próprias pessoas envolvidas não conseguem produzir, por melhores que sejam fazendo o que fazem", afirma.

Protecionismo velado

Considerando a obrigatoriedade de financiar conteúdo produzido localmente, em detrimento das transmissões de programação produzida no exterior, fica um pouco fácil de fazer analogia com medidas protecionistas de mercado. "A lei chega para amadurecer o mercado brasileiro. Uma lei semelhante esteve em vigência nos Estados Unidos por 50 anos e há poucos anos foi revogada por o mercado estar muito consolidado. Acredito que o Brasil está neste momento agora", afirma Hugo Janeba, CEO da produtora Mixer.

Apesar de algumas semelhanças, a legislação americana funcionava de uma maneira um pouco diferente. Segundo ela, as cabeças de rede americanas ficavam proibidas de produzir conteúdo que não fosse jornalístico, as obrigando a comprar somente conteúdo de produtoras independentes. Em outro ponto, os canais afiliados tinham direito somente a um número limitado de horas de retransmissão, gerando ainda mais demando por conteúdo independente localmente.

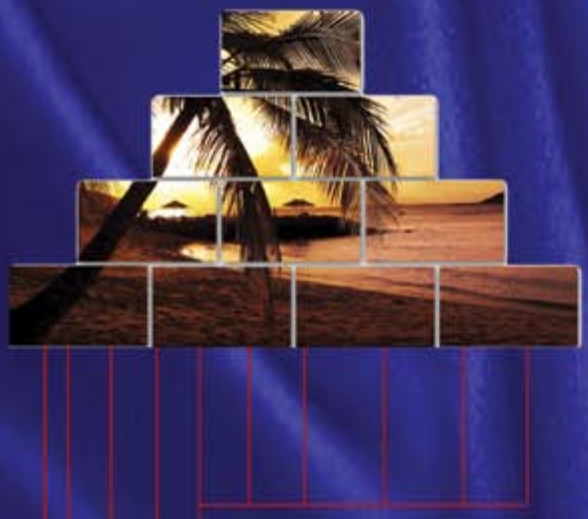
"A 12.485 é protecionista sim, não dá pra negar. Conceitualmente a lei faz sentido por que as pessoas querem se ver na tela. Produção local aumenta a audiência e cresce o mercado para todo mundo. Mas não se pode ser muito protecionista para a dose não ser muito forte e não matar o doente. É protecionista como são as barreiras para a indústria têxtil, como é a Petrobrás que tem o monopólio do petróleo", afirma Roberto d'Avila.

A lei 12.485 projeta um novo cenário que pode transformar para melhor todo o segmento de produção para broadcast e até mesmo a maneira como vemos televisão no Brasil. Sem sombra de dúvida é uma época de oportunidades, que precisa ser estudada para que a execução não caminhe sobre erros e se possa alcançar o que é preciso.

tvone

Tecnologia para suas idéias

Há mais de 25 anos fabricando equipamentos e desenvolvendo soluções para os principais projetos em instalações fixas em todo mundo. Chega ao nosso mercado com confiabilidade em processadores de vídeo, matrizes, distribuidores, amplificadores e conversores de sinais



CORIOmatrix

Configurações através de PLACAS / SLOTS

CORIOmaster

- Entradas e Saídas em DVI-U*
- Simples ou múltipla Layouts saída
- Telas simples ou múltipla
- Real-time de 360 ° de rotação de saída
- O uso simultâneo de vários layouts e telas
- Uma ou mais janelas (PIP) em cada tela com rotação de 360 ° de cada janela
- Software de Controle PC disponível
- Baixo consumo de energia - 150w

C2-8210

- Up-Down-Cross Conversão
- Entradas DVI-U*: 12
- Entradas SDI: 2
- Saídas DVI-U*: 2
- Saídas SDI: 2
- Analógico: PC para 2048x2048, HDTV para 1080p/60
- DVI: PC para 1920x1200, HDTV para 1080p/60
- Suporta: NTSC, PAL, PAL-M, PAL-N, SECAM
- Compatível com HDMI de entrada e saída com HDCP
- Chroma key e Luma

* DVI Universal (HDMI / CV / YC / RGB / YPbPr)

1T-CT-570

Extender
Fibra ótica x DVI

- Transmitir conteúdo PC & Vídeo via cabo de fibra óptica
- Resoluções do PC para WUXGA (1920x1200 @ 16:10)
- Resoluções de HDTV até 1080p (1920x1080 16:9)
- Faixas de transmissão para 1.640 pés

vendas@tvonebrasil.com
suporte@tvonebrasil.com
+55 11 2101-6788
www.tvonebrasil.com
/tvone.brasil

CALL FOR PAPERS

Modalidade Acadêmica Científica

SET 2013 - Congresso Brasileiro de Tecnologia de Televisão

19, 20, 21 e 22 de agosto de 2013 – São Paulo

A SET - Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão, promoverá o Congresso SET 2013, tradicional evento anual e principal encontro da área de tecnologia de televisão, realizado desde 1988.

O principal objetivo da modalidade acadêmica científica é promover o encontro de profissionais e pesquisadores da área para apresentação e debate das últimas inovações para o mercado audiovisual e de televisão.

Além das apresentações acadêmicas e científicas, o programa do congresso da SET é composto de sessões temáticas voltadas para apresentações que abordam as mais recentes e inovadoras soluções tecnológicas para o mercado de radiodifusão, audiovisual e TV por assinatura. Os congressistas podem também visitar a Feira Broadcast & Cable 2013 (Feira Internacional de Tecnologia em Equipamentos e Serviços para Engenharia de Televisão, Radiodifusão e Telecomunicações).

O comitê de organização do SET 2013 convida todos os pesquisadores e profissionais das áreas de audiovisual, televisão, radiodifusão sonora e televisão por assinatura, para submissão de artigos originais para apresentação em sessões distribuídas ao longo da programação do congresso. Todos os papers apresentados na condição científica acadêmica serão publicados eletronicamente através do site oficial da SET. Os melhores trabalhos acadêmicos e científicos serão selecionados para publicação na Revista de Radiodifusão.

Os autores de artigos aceitos terão isenção da taxa de inscrição do Congresso da SET.

Contamos com a sua participação na SET 2013 em São Paulo!

PRINCIPAIS TEMAS:

1. PROCESSAMENTO, CODIFICAÇÃO E TRANSMISSÃO DE IMAGENS/VÍDEO:
Codificação de vídeo, codificação de vídeo 3-D e multivistas, padrões de codificação, transmissão de imagem e vídeo em redes de telecomunicações e redes de dados para aplicação audiovisual, streaming de vídeo, IPTV e Vídeo sobre IP.

2. PROCESSAMENTO E CODIFICAÇÃO DE ÁUDIO:
Processamento de áudio para produção e broadcasting, áudio sobre IP, implementações de áudio digital para cinema e broadcasting e avanços na codificação de áudio.

3. TRANSMISSÃO E RECEPÇÃO:
Tecnologia de antenas, transmissão e recepção para dispositivos fixos e portáteis, propagação de sinais e cobertura de RF.

4. INTERATIVIDADE E SERVIÇOS:
Middleware, aplicações, estrutura de bancos de dados, tecnologias de canal de retorno, TVs conectadas e harmonização de padrões.

5. TELEVISÃO E SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES POR ASSINATURA.

6. OUTRAS ÁREAS DE VANGUARDA EM TELEVISÃO.

7. RADIODIFUSÃO SONORA DIGITAL.

Formato de Submissão: Artigo completo (Full Paper)

Potenciais autores são convidados a submeter seus artigos na versão completa.

A língua oficial do congresso é o português, porém os artigos também podem ser submetidos em inglês. Os artigos devem ser submetidos no formato PDF, não podendo exceder 6 páginas e serão apresentados oralmente.

Submissão:
A submissão deverá ser realizada através do acesso ao website do Sistema JEMS (Journal and Event Management System): https://submissoes.sbc.org.br/set2013

Prazo final para submissão: 21 de Abril de 2013.
Notificação de Aceite: 02 de Junho de 2013.

Para maiores informações entre em contato com:
Carlos Nazareth Motta Marins – Coordenador do Módulo Científico Acadêmico
E-mail: academico@set.com.br

Comitê Técnico:
Alexandre Pohl (UTFPR) | Arismar Cerqueira Júnior (INATEL) | Carla Pagliari (IME) | Carlos Alberto Ynoguti (INATEL) | Carlos Montez (UFSC) | Carlos Nazareth Motta Marins (INATEL) | Débora Christina Muchaluat Saade (UFF) | Eduardo Antonio Barros da Silva (COPPE/UFRJ) | Eduardo Bicudo (Mackenzie) | Euzebio Tresse (SET) | Geraldo Gomes (INATEL) | Gunnar Bedicks (Mackenzie) | José Rehme (SET) | Keiko Verônica Ono Fonseca (UTFPR) | Luciano Leonel Mendes (INATEL) | Luiz Biscainho (COPPE/UFRJ) | Márcio Pinto Pereira (FRM) | Marlene Pontes (PUC - Rio) | Regis Faria (USP) | Ricardo Salles (FUCAPI) | Ronald Barbosa (SET) | Sandro Fasolo (UFSJ) | Tatiana Tavares (UFPB) | Tom Jones Moreira (SET) | Valdecir Becker (FAAP) | Yuzo Iano (UNICAMP)

TV DIGITAL

Panorama da confusão tecnológica

Começa mais um ano e as dúvidas e questionamentos sobre a televisão seguem as mesmas: Quais tecnologias irão predominar nos próximos anos? O 3D irá vingar? O Ginga finalmente irá decolar ou está ultrapassado mesmo? Qual o impacto das tecnologias on line na audiência e no consumo da TV? Até onde as telas irão evoluir?

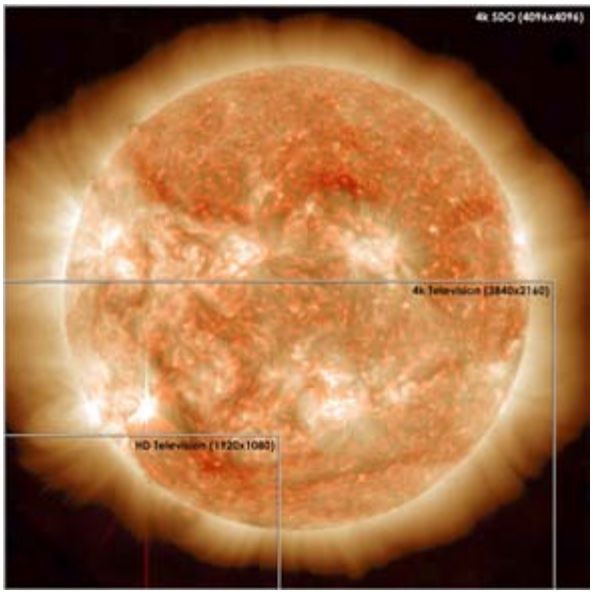
Por Valdecir Becker
Fotos: Divulgação/SXC

"Intelectuais" já decretaram o fim da televisão mais de uma vez. Sob alguns pontos de vista, até faz sentido. A tecnologia mudou. Na última década a TV deixou de ser analógica para virar digital, e acrescentou recursos ao controle remoto. A internet e os consoles de vídeo game agora disputam a mesma tela da TV. Além disso, o vídeo sob demanda surgiu, mas só se desenvolve na TV por assinatura, onde a grade de programação perde importância aos poucos (não significa que deixe de existir, apenas surgiram alternativas flexíveis).

Isso de fato é uma revolução para uma mídia que mudou pouco em 50 anos. Além das cores e do controle remoto, não houve nenhuma outra mudança tecnológica significativa, próxima de ser chamada revolução. Porém nos últimos anos parece que tudo resolveu acontecer ao mesmo tempo, acompanhando a flexibilidade das tecnologias digitais, onde predomina a Lei de Moore: o poder de processamento dobra a cada 18 meses. Isso é fato desde a década de 1980 nos computadores pessoais, acompanha os smartphones, tablets, e agora a TV.

Significa que, se antes comprávamos uma TV fazendo uma relação de preço, qualidade da imagem e durabilidade, hoje precisamos considerar, além destes itens, conectividade à internet, rede local, Bluethoot, DLNA, quantidade e tipos de conexões, loja de aplicativos, 3D ativo ou passivo, LCD, LED, plasma, (OLED daqui a alguns dias), entre outros.

O fim da tecnologia analógica mudou totalmente a televisão Além do processamento (as TVs hoje são verdadeiros computadores, e em alguns casos, mais potentes do que os PCs que temos em casa), as telas ficaram mais finas, aumentaram de tamanho, cresceram em definição e resolução, e ganharam profundidade tridimensional.



Uma rápida visita a um loja de eletroeletrônicos mostra que hoje praticamente só existem TVs de alta definição a venda. Boa parte é 3D e tem acesso à internet. Porém essa tecnologia já pode estar ultrapassada. Há empresas e produtores de conteúdo que consideram a alta definição e o 3D limitados. Durante o carnaval, a TV Globo anunciou testes em parceria com a japonesa NHK de uma imagem 16 vezes melhor do que a alta definição. É a UHDTV (Ultra High Definition Television), também chamada imagem 8K, com impressionantes 7.680 pontos (ou colunas) por 4.320 linhas. Lembrando que a alta definição tem 1920 pon-

tos por 1080 linhas.

Apenas para comparar, a melhor imagem de cinema digital disponível no Brasil está nas salas 4K, que são um meio termo entre HD e 8K. Tem resolução de 3.840 X 2.160, ou seja, 4 vezes mais do que a alta definição das nossas TVs.

São notícias alvissareiras para quem gosta de tecnologia, porém falta equilibrar um outro lado do desenvolvimento tecnológico: o conteúdo. Por melhor que seja a tecnologia, ela é inútil sem conteúdos adequados. Analisando a alta definição , que começou a ser implantada no final de 2007, percebe-se que mais de cinco anos depois, várias emissoras de grande porte ainda enfrentam sérias dificuldades para produzir em HD. Há uma significativa carência de profissionais qualificados, fazendo com que, em muitos casos, a única mudança que acontece com a gravação em HD é a troca das câmeras.

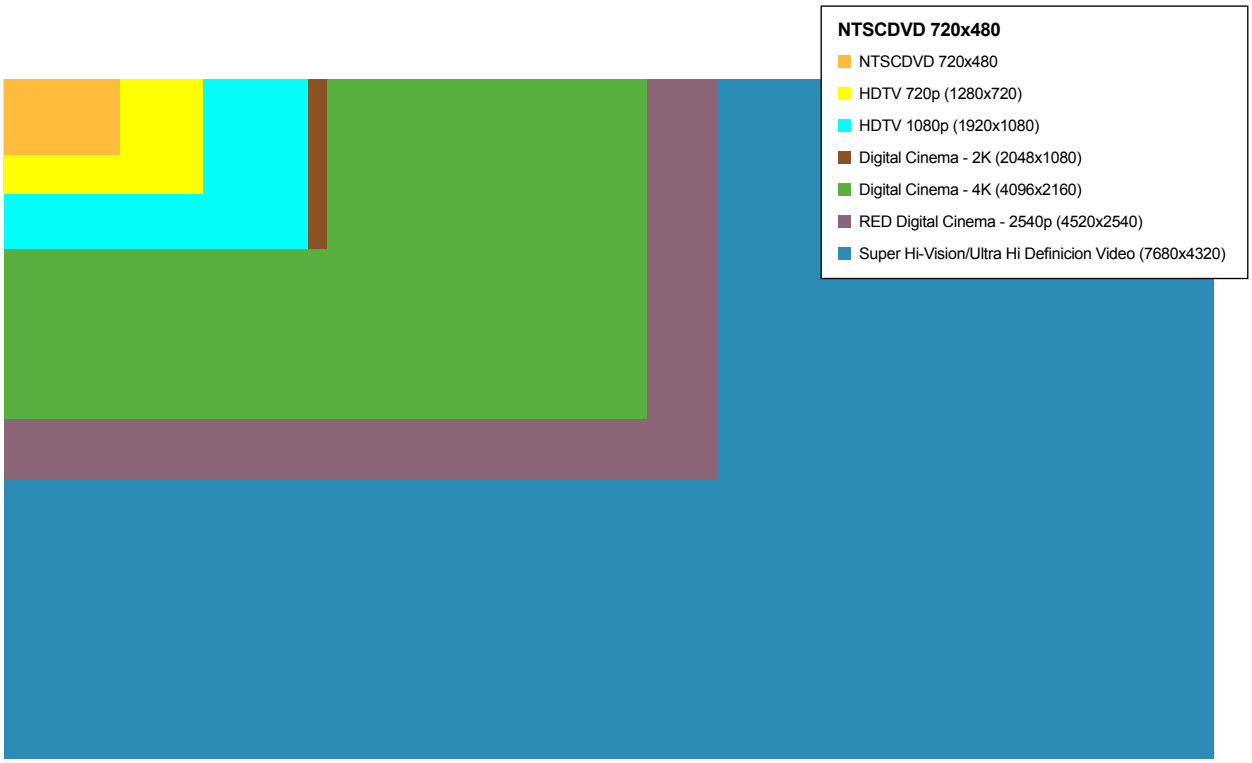
Os programas SD ainda são comuns na televisão, mostrando que a transição será mais lenta do que o esperado em 2007. Nos acostumamos ao pillar box (aquelas barras pretas nos lados da tela 16X9 quando exibe imagens em 4X3), ou então às imagens distorcidas, achatadas.

Olhando para os principais mercados do exterior, esse problema está superado. A indústria agora investe no 3D. Seguindo a tendência do cinema, onde o 3D se consolidou nos últimos anos, os aparelhos de TV englobaram a tecnologia, apostando que os canais de TV migrarão naturalmente da alta definição para o 3D. Não é o que está acontecendo, pelo menos no Brasil. Se no cinema há uma vasta oferta de filmes 3D, pelo menos nos grandes centros, o mesmo não ocorre para TV.

"Os programas SD ainda são comuns na televisão, mostrando que a transição será mais lenta do que o esperado em 2007. Nos acostumamos ao pillar box (aquelas barras pretas nos lados da tela 16X9 quando exibe imagens em 4X3), ou então às imagens distorcidas, achatadas"

Além de alguns testes isolados de emissoras como Globo e Band, e da RedeTV, que transforma o sinal 2D em 3D antes da transmissão, são raros os conteúdos tridimensionais disponíveis. Os discos blu-ray, que poderiam ser uma boa alternativa doméstica, têm problemas de preço e espaço pequeno no mercado. E sofrem com a concorrência dos downloads ilegais e do vídeo sob demanda.

Ou seja, falta conteúdo 3D para testar de fato a viabilidade do recurso na televisão. A tecnologia está pronta, com óculos cada vez melhores, mais confortáveis e com boa luminosidade. Há pesquisas bem avançadas para o desenvolvimento de TVs 3D que não precisam de óculos, o que resolveria um dos poucos entraves que a tecnologia ainda enfrenta.



Mas pela ausência de conteúdos, o 3D na televisão corre o risco de seguir o caminho de outra tecnologia, promissora há seis anos: o middleware Ginga. No momento da definição de quais tecnologias deveriam estar presentes na TV Digital brasileira, a interatividade mediada pelas emissoras de TV aberta parecia interessante e estava no centro do debate e dos conflitos com os fabricantes de TVs. Os smartphones estavam engatinhando, o Iphone não fora lançado e o tablet era algo inimaginável. A única ferramenta digital plausível para a participação dos telespectadores era o Ginga.

No entanto, por inúmeros fatores, o Ginga demorou para ser lançado comercialmente, a tecnologia mudou, o consumo mudou, as TVs conectadas se consolidaram, e a interatividade ficou relegada a segundo plano.

Hoje se propõe comercialmente outra alternativa para a interatividade, com as TVs conectadas à internet. Essa nova interatividade não completa as informações sobre a programação das TVs, como os aplicativos Ginga que estão no ar fazem, mas concorre na maior parte das vezes, oferecendo outras opções de conteúdos.

Neste ponto, os aplicativos das TVs conectadas são o grande atrativo. No entanto, apesar dos vultuosos investimentos em desenvolvimento e em marketing dos fabricantes de TVs, pesquisas tem mostrado sucessivamente que os aplicativos sequer são percebidos pela maioria dos telespectadores. A segunda tela, onde os usuários usam smartphones ou tablets para interagir, tem se mostrado muito mais viável, despertando a curiosidade e o interesse dos produtores de conteúdo. É nessa direção que aponta a maioria das apostas sobre como será a TV daqui para frente: integrada com o mundo on line e com participação em tempo real dos espectadores, através de outras telas.

Enquanto isso, as emissoras testam formatos e tipos de conteúdo, buscando novos modelos de negócio. As principais redes de TV do país mantém aplicativos Ginga no ar, com informações que complementam à programação. Band e SBT tem portais e conteúdos em algumas marcas de TVs conectadas. Portais de internet das emissoras são constantemente reformulados, com diferente estratégias de publicação dos conteúdos e de integração com mídias e redes sociais.

A velocidade com que as mudanças acontecem no mundo hoje exige preparação constante para o domínio de tecnologias que ainda estão por vir, e, em muitos casos, não temos a mínima ideia de como funcionam e do que são capazes. Daí a dificuldade em criar modelos de conteúdos adequados para todas as tecnologias e mercados.

O que não podemos esquecer é que, sim, a TV precisa evoluir e acompanhar as inovações tecnológicas e os comportamentos que elas afetam. Mas também precisamos ter em mente que, quando a pessoa chega em casa, cansada do trabalho e quer esquecer um pouco o mundo externo, ela liga a TV e quer que ela nos distraia, que pense por nós. Esse é o charme e a riqueza da TV.

ESPECIALIZAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL

Turmas em São Paulo

Local do curso: Fundunesp -
Fundação para o Desenvolvimento da Unesp
Av. Rio Branco, 1210, Campos Elíseos, São Paulo (SP)
Próximo a Estação Julio Prestes do Metrô (2 minutos a pé)

A televisão do futuro já chegou
Prepare-se para fazer parte do time

O curso de pós-graduação lato sensu em Televisão Digital da Unesp irá levar até você o que há de mais novo e avançado no cenário da comunicação audiovisual.

Para isso, foi reunido um corpo docente altamente qualificado, composto por professores mestre e doutores e profissionais de destaque no mercado de televisão e mídia digital.

Essa nova especialização chega com a marca dos cursos de pós-graduação da FAAC, Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Unesp, uma das mais renomadas do país, agora também na capital.

Seu objetivo é formar e capacitar profissionais para atuar nos processos de gestão e produção de programas para a televisão e para produtoras independentes no novo cenário da comunicação digital.

Com apenas 12 meses de curso, realizado durante 30 sábados, você se tornará um Especialista em Televisão Digital e será capaz de desenvolver e avaliar projetos, conteúdos e aplicativos para TV e outras indústrias criativas e de entretenimento digital.

Com a especialização da Unesp, você poderá também aprofundar suas pesquisas em comunicação e educação, preparando-se para uma possível carreira universitária.

A especialização da Unesp permitirá também o aprofundamento de pesquisas em comunicação e educação, aprimorando seus conhecimentos para o enriquecimento da carreira acadêmica.

As inscrições estão abertas. Mas corra, pois as vagas são limitadas.

unesp

ESPECIALIZAÇÃO EM TV DIGITAL

Inscrições: 01 a 22/02/2013
Período do Curso: 16/03/2013 a 16/03/2014.
Informações: www.faac.unesp.br/televisaodigital
e-mail: televisaodigital@faac.unesp.br
Telefone:(11) 3474-5343 com Joelma
Seção de Pós-graduação da FAAC/Unesp
Fone:(14) 3103-6057
e-mail: spg@faac.unesp.br

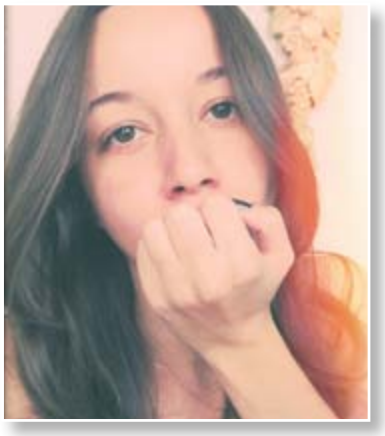
TRANSMÍDIA

Lost: a narrativa transmídia é só o começo

A convergência midiática ainda é um processo, afinal, a cada dia inúmeros diagramas de Venn se interceptam criando, assim, novas possibilidades. A proliferação das caixas pretas começou, e o objetivo deste trabalho é compreender melhor que efeitos a convergência traz ao ethos contemporâneo e de que forma ela vem moldando e modificando os produtos midiáticos.

Por Daiana M. Veiga Sigiliano

LOST representa um novo formato – fruto da cultura da convergência – que vem se espalhando por vários meios de comunicação. Este fenômeno só foi possível porque o público se transformou e vice versa. Assim como o Gato de Schrödinger, afirmar qual foi o desencadeador – se o sujeito contemporâneo ou a mídia - dessa mudança de paradigma tão representativa é algo incerto e equivocado. O que houve foi um encontro de sujeitos dispostos a participarem das produções midiáticas e um novo âmbito do entretenimento disposto a produzir materiais dinâmicos e abertos a experimentações. A série norte americana funciona como uma materialização do encontro do ethos contemporâneo, fragmentando e flutuante com a cultura da convergência que explora diversas caixas pretas.



Daiana M. Veiga Sigiliano, é membro do grupo de estudos e projetos EraTransmídia dos Inovadores ESPM e jornalista com foco de pesquisa em fenômenos da Social TV e a Second Screen. E-mail: daianasigiliano@gmail.com

A convergência faz com que as mídias se renovem e convidem o antes espectador para mudar de papel. Vivenciar um momento de tamanha representabilidade não é assistir a morte do mass media e sim a transformação deste. Cada nova mídia traz consigo um espectro de possibilidades e potencialidades que antes não eram possíveis ou imaginadas. Conforme Jenkins: "O conteúdo pode mudar (como ocorreu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos 1950, para entrar num nicho, hoje), e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que o meio se estabelece as satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação".

LOST foi produzida e pensada para um indivíduo inconstante, que se afoga em informações, que consegue se comunicar instantaneamente com outros sujeitos. LOST é uma obra de seu tempo, reflete os conflitos de indivíduos de seu tempo, por isso, ela

é compreendida, aceita e aclamada na contemporaneidade. Dificilmente, ela seria esse fenômeno midiático se tivesse sido produzida na década de 50 ou até mesmo nos anos 80 e 90 do século XX. Não é uma questão de produção ou técnica, e sim conceitual, pois ela está imbuída da ideologia reinante na contemporaneidade. As estórias nos moldam, LOST é uma estória construída para o sujeito contemporâneo e refletem simultaneamente nosso ethos que quer se ver, compreender e se reinventar independente da plataforma.

Como afirma Roberta Pearson em Readinf LOST - "Como jogos e histórias são ensaios para a vida, criamos um mundo em microcosmo, uma realidade alternativa, um mundo que desejamos ou tememos que fosse verdadeiro. E, em seguida, mergulhamos nele. Isso nunca muda muito. Mas nossa capacidade de entregar esse impulso cresce a cada novo meio, e com ele, os riscos por estarmos inseridos no processo", (Livre tradução da autora).

Assim, pode-se afirmar que as narrativas contemporâneas também cumprem seu papel de regulador social ou até mesmo de uma possibilidade de simular ações e atitudes impossíveis na vida real. Esse mecanismo pode tanto auxiliar esse sujeito a elaborar seus dramas existenciais ao vê-los sendo desenrolados por outras personas, como também, pode se assujeitar face à avalanche de informações e modelos de comportamento.

Discutir a convergência em plena convergência é algo complexo, pois, por ser um processo, os conceitos estão se modificando rapidamente. Em contrapartida analisá-lo se torna algo mais dinâmico quando se está vivenciando-o. A convergência dos meios nos coloca na rota de colisão, por isso, é tão relevante estudarmos um fenômeno do qual somos participantes ativos e que, de uma maneira tão inédita o integramos. Porém, entre tantas possibilidades e caminhos para este fenômeno, o que mais se materializa é a inversão da estrutura comunicacional, em que emissor e receptor se fundem.

A indústria cultural contemporânea percebeu esse fenômeno e tratou de incentivar a participação do sujeito em diversos produtos midiáticos, para que esse integre e se sinta co-autor ou co-produtor. As séries de TV, por serem um produto popular, seriado, com um tempo mais elástico permitem experimentações, por isso, se tornaram propulsoras para a revolução nesse segmento. Porém, ressalta-se que o esteio de qualquer obra é sempre a narrativa, pois, o ser humano, independente de suas preferências deseja ou ouvi-las e ou contá-las

O sujeito seja ele do Iluminismo, Sociológico, Moderno ou Contemporâneo parte da mesma necessidade de se expressar e de contar estórias que reflitam seus desejos, medos e angustias. Desde a Antiguidade, o Homem usa plataformas e meios para expressar sua visão do mundo aos outros sujeitos. A Convergência Midiática só recria o mesmo ambiente, o mesmo anseio de contar e ouvir estórias, porém, diante de outro âmbito social. Composto por indivíduos que estão em plena crise de identidade, em que o ethos flutua por modelos instantâneos e passageiros criados por uma Terceira Cultura dominante que, ao mesmo tempo serve de espelho, também engessa atitudes e comportamentos. Sujeito esse que tem o poder de implodir espaço-tempo, quebrar barreiras territoriais e geográficas e vivenciar – mesmo que ilusoriamente – culturas distantes.

> "LOST representa um novo formato – fruto da cultura da convergência – que vem se espalhando por vários meios de comunicação. Este fenômeno só foi possível porque o público se transformou e vice versa"

LOST é a síntese desse fenômeno contemporâneo, porque ele é um microcosmo desse cenário em que o ethos simula e ou vivencia outras experiências devido às ferramentas provenientes da configuração das novas tecnologias. A contemporaneidade deste cenário é a convergência de meios, e a maneira como o ethos interage com essas estórias. Assim, o sujeito contemporâneo tem a possibilidade de se ressignificar infinitamente o que pode tanto o auxiliar a compreender determinadas situações quanto se perder nesse emaranhado de identidades.

Referências

1. JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: ALEPH, 2008.

2. PEARSON, Roberta Readinf LOST - Perspectives on a hit television show. 2009, London, I.B Taubis

TRANSMÍDIA

"Porquê não conseguimos visualizar ao telefone? Ou Por quê Transmídiar?"

As transformações na modo de criar conteúdo em um cenário de tecnologias convergentes em multi-midia.

Por José Renato Bergo
Foto: Divulgação/SXC

A primeira parte da frase acima é um parágrafo do livro cânone "Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem" de Marshall MacLuham [1996 –Editora Cultrix], no capitulo dedicado ao telefone, e em que o autor explica como esta mídia aproxima ou até teletransporta as pessoas para próximo, tanto queira, de seu interlocutor. No livro bibliático (sic) de Henry Jenkis, Cultura da Convergência [2008 – segunda edição ampliada - Editora Aleph], ele se surpreende quando sai para comprar um telefone; celular diga-se; mas não encontra nenhum que apenas "fale". Todos os modelos mandam torpedos, fazem fotos e gravam vídeos, possuem jogos, tocam música, navegam na web e até te fazem companhia se desejar.

Passado algumas décadas, já deu para perceber que além de visualizar, o "ouvinte-falador" já interage e foi além. Transportou um conteúdo de seu núcleo pessoal ou profissional de interação (amigos, família, clientes) para um núcleo exponencial de interações fora de sua orbita pessoal cotidiana. Se pudesse, interagiria até com mortos, como proposto no projeto vencedor do LabTransmedia do último RioContentMarket 2012, "Contatos" da Segunda-feira filmes do Rio, que foi antes de tudo uma grande apresentação de projeto no estilo "picthing".

Para justificar a frase no título tenho que dizer o obvio: "o desenvolvimento de dispositivos convergentes é cada vez maior", e apesar da tentativa de nos mantermos no controle do que conhecemos, somos quase impelidos a ir para o futuro e tentarmos entender o que é ou será a transmídia, seja contar histórias em diferentes mídias, ou narrativas multiplataformas ou seja lá o que for, o fato é que está aí, e que a audiência já está nela.

"O desenvolvimento de dispositivos convergentes é cada vez maior", e apesar da tentativa de nos mantermos no controle do que conhecemos, somos quase impelidos a ir para o futuro e tentarmos entender o que é ou será a transmídia"

A segunda parte da frase acima, lá no topo do texto, é uma destas perguntas chaves que não querem calar quando o "novo" aparece, quando uma evolução (no sentido de evento após outro) encaminha-se na nossa linha do tempo.

Do ponto de vista de um produtor cultural/audiovisual, pensar sobre isto basicamente passa por: "Como se construir um conteúdo agora?" ou "Devo ou não entrar neste fluxo?". Fora os motivos de cada um, fica claro que fazer parte deste fluxo vai aumentar a complexidade de produção (alguém discorda?), mas deixar de lado uma perspectiva transmidiática para o conteúdo de seu projeto, é com certeza uma opção de risco em um mercado cada fez mais competitivo de comunicação.

Então porque transmídiar? E como transmídiar o conteúdo que a priori nos parece cabível dentro do modelo que pensavamos inicialmente e que (aparentemente) estava bom? Música na rádio, em shows ou.. e agora no Mp3! Vídeo no DVD e agora no youtube! TV de assinatura ou web e agora no mobile! Se a mídia já está convergente? E os conteúdos, estão?

Recentemente visitei e conversei com Marcelo Bauer, da CrossContent, Jornalista especialista em novas mídias e conteúdista convicto, focado no que ele denomina como webdocumentários, algo como um infoaudiviosual não ficcional em plataforma web. Há um exemplo muito bom no portfólio dele, Rio de Janeiro/Autoretrato que versa sobre favelas no Rio como pano de fundo, e como primeiro plano, profissionais fotógrafos que ali moram.

O que rola de interativo é você ver os vídeos ou fotos, e postar comentários, para e pelas redes sociais que se aderem à narrativa do capitulo. Sua intenção é levar as imagens captadas pelos fotógrafos para uma exposição física, mas também interativa.

Não é exatamente o que entendo como um modelo transmídia, mas mais uma convergência cross conteúdo, o que cá entre nós acaba raspando na experiência midiática da Caixa Preta (Todas as mídias em um único box device) de que fala Henry Jenkis. Este diz, ainda, que o ideal para um projeto se definir como transmídia é seguir o que chamou de os 7 princípios capitais.

Compartilhamento / Profundidade. Grau de interesse que o usuário tem de se aprofundar naquele conteúdo apresentado naquela mídia, e, a motivação que ele tem em compartilhar (chamar) outros a participar do que vê naquela mídia.

Continuidade / Multiplicidade. A aplicação de uma narrativa continua, complementar e plausível a partir da historia principal nas mídias franqueadas, ou mesmo uma inversão total da história principal, criando universos paralelos, antagônicos ou até surreais em realce à narrativa principal.

Imersão x Extração. Criação de ambientes (virtuais ou presenciais) para fazer imergir o usuário / fã e desenvolver produtos que podem ser levados ou acessados pelo usuário / fã no seu quotidiano.

Construção de Universos. Elementos e Universos complementares ou não relacionadas diretamente a mídia e à narrativa principal, e que orientam de forma rica o usuário / fã a entender aspectos da historia principal.

Serialidade. Evolução do hiperlink narrativo construído dentro de uma única mídia. Aqui este hiperlink se ampliou para estar simultaneamente ou seqüencialmente em diversas mídias ou plataformas.

Subjetividade. Em mídias franqueadas, a narrativa principal é contada a partir de pontos de vista de terceiros envolvidos ou alheios a narrativa principal, como por exemplo, personagens secundários ou pessoas de fora.

Performance. Característica das extensões transmídia para convidar e trazer, via convite formal ou modo espontâneo, usuários / fãs a partilharem e produzirem conteúdos aderentes à narrativa principal.

Contudo ele mesmo, em recente palestra no Transmedia Hollywood2, Visual Culture & Design, e passível de ver no site de vídeos Vimeo, propõe que se atingirmos 4 destas diretrizes estaremos no modelo transmídia.

Outro autor, professor de uma universidade de Barcelona, Dr. Lorenzo Vilches, e especialista no tema (estamos falando de mídias digitais, hein!?) traduz no livro Migração Digital [2001 –Editora PUC Rio], o que viria ser fenômeno emergente e que agora se coloca consolidado:

"Esta migração (digital) afeta o imaginário tecnológico, a linguagem e o mercado cultural, as novas formas de narrativas, os comportamentos dos usuários , e também uma nova maneira de viver o espaço e o tempo (...)"

Bom, hoje a informação de determinado evento chega tão próximo ou rápido, que não pode ser levado à todos e com o conteúdo intacto por uma só mídia, com risco de saturar a atenção do intermidiático-usuário/fã! Ela prescinde, por estruturação, de variadas mídias para atingir diferentes nichos ou públicos que vão preencher sua expectativa num fenômeno além do zapping, com conteúdos complementares ou mesmo distintos entre si.

Na historia, e é verdade que as marcas (sempre a publicidade) com seus conteúdos publicitários já estavam trafegando em todas as mídias (brands experiencies) faz algum tempos, procurando uma convergência de interação que supunha ser espontânea e afetiva do usuário-cliente. Isto deu, quase sempre resultado com produtos ou engajamento via entretenimento ou travestidos disto, porque a recompensa é o próprio entretenimento. Pode-se ver o que a Coca-Cola vem tentando, e algumas vezes conseguindo com vídeos denominados de flashmobs de promoções. Exemplos como "The Coca Cola Friendship Machine" e "The Coca Cola Happiness Machine" estão no youtube para serem compartilhados.

Talvez esta seja a chave. Colocar foco no entretenimento que o usuário/fã terá, e convidá-lo sempre que possível a ser o realizador/ produtor e até o protagonista. O atual vídeo-ícone do crowndsourcing , Star Wars Uncut: Director's Cut, 2009 é uma experiência espontânea de fãs internautas e premiada pelo interactive media Emmy em 2010 que só foi finalizada em 2012. De acordo com o organizador, Casey Pugh, a Lucas Film apoiou o projeto. Acho que não dava para ser diferente.

Se não é um claro exemplo de transmídia, é claro o exemplo de mobilização que as novas mídias (web) tem sobre as mais velhinhas (cinema).

Do público, o que se entende, é que deve se conectar e participar na construção de uma cultura digital não homogênea, porque vai de geeks e interados à empreendedores digitais ou sócio transformadores, a maioria e a meu ver a mais emergente de jovens, ex-geração Napster e estão interessados em dispositivos modernos e conteúdos interativos, seja colaborativo ou proprietário .

Mas é obvio que formalmente cada nicho trará seu publico especifico se colocarmos conteúdos e subjetividades aderentes para falar com cada publico, e então esta massa, se transformou ao mesmo tempo, em pesquisa de comportamento (antropologia) e em publico alvo para novos modelos de negócios (inovação).

"Relevante como foco, a transmídia chegou para ficar e para transformar produtos de entretenimento em produtos de inter-entretenimento, apesar de entender que haverá espaço para as mídias tradicionais e seus modelos de apresentação"

Relevante como foco, a transmídia chegou para ficar e para transformar produtos de entretenimento em produtos de inter-entretenimento, apesar de entender que haverá espaço para as mídias tradicionais e seus modelos de apresentação (por não sei quanto tempo) acredito que mídia é de fato uma coisa carregada de informação; e ainda pensando em MacLuham; destas que transformam o meio e que também transformam o fim.

Sobre o Autor

José é membro do grupo de estudos e projetos #Era-Transmídia dos inovadores ESPM. Atua com planejamento, criação, desenvolvimento e coordenação de projetos de comunicação empresarial e campanhas endomarketing envolvendo diversas mídias, tais como mídias digitais, vídeos e mídia impressa.
Email: zerbergo@gmail.com

AES BRASIL EXPO 2013

7 - 9 Maio 2013
Expo Center Norte
Pavilhão Amarelo
São Paulo - SP

aesbrasilexpo aesbrasil **www.aesbrasilexpo.com.br**

17° Convenção e Exposição de Tecnologia, áudio, video, iluminação e instalações especiais

Convenção: de 7 a 9 de Maio I dias 07 e 08: das 8 às 20h I dia 09: das 8 às 18h
Exposição: de 7 a 9 de Maio I dias 07 e 08: das 13 às 21h I dia 09: das 11 às 18h

Iniciativa:

AUDIO A ES

Audio Engineering Society
Brazil - Section

SAV Serviço de Atendimento ao Visitante. Ligue: (11) 2226-3100 • atendimento@francal.com.br • ou fale direto pelo web chat

Promoção/Organização:

Francal Feiras Desde 1962

Apoio:

CAPES
CNPq
Estrutural Montagens
SÓLIDA VIAGENS
TAM
SINDIPROM
UBRAFE
EXPO CENTER NORTE
CENTRO DE EXPOSIÇÕES E CONVENÇÕES

TRANSMÍDIA

PI
Propriedade Intelectual
O que é isso?

Intellectual Property (Abreviação – IP) é toda a Propriedade Intelectual (Abreviação - PI) criada por alguém. Pode ser uma criação como: Um personagem. Uma história. Um conto. Um livro. Uma história em quadrinhos. Um game. Uma narrativa publicitária. Um mascote corporativo. Um jogo. Um brinquedo. Uma novela. Uma série. Uma animação. Um aplicativo para tablets.

Por Augusto Velazquez de Brito
Foto: Divulgação/SXC

No mercado de conteúdo atual, o valor de uma Intellectual Property é muito alto. Não que toda a Intellectual Property se torne um sucesso, mas porque hoje em dia toda a criação tem o potencial de expandir e gerar lucros.
No Brasil, estamos abrindo o mercado em diferentes frentes para o potencial de uma Intellectual Property. Um dos casos mais bem sucedidos é o da Turma da Mônica. Hoje as criações do Maurício de Sousa expandiram dos quadrinhos para livros, animações 2D, animações 3D, versões teen dos personagens (Turma da Mônica Jovem vende uma média de 400 mil /500 mil exemplares/mês), aplicativos de tablets, celular e publicações internacionais.

E aparentemente, o ano de 2012 promete ser o ano da expansão de Propriedades Intelectuais Brasileiras, vide que a Estratégia Transmedia e a PL-116 (Lei que regulamenta o campo da produção e distribuição de conteúdos) irão crescer cada vez mais como fomento do mercado de produção nacional.

Mas para tanto os criadores e produtores devem ter em mente algumas coisas referentes a este mercado:

- O Jurídico e o Administrativo são mais importantes que a qualidade da Propriedade Intelectual – Não adianta ter uma idéia genial sem que os

Registros necessários e cabíveis sejam feitos. Não adianta ter um bom projeto sem uma estrutura documental organizada para a captação de recursos via investidores privados (angel - private equity – venture capital) ou governamentais (renúncia fiscal – fundo setorial - editais).

- A concorrência é Internacional – Uma Propriedade Intelectual deve estar adequada ao mercado Internacional e o circuito que envolve a sua comercialização. De nada adianta uma criação ser perfeita mas ter uma estratégia regional. Estar preparado para eventos Internacionais como Mipcom, KidScreen, Banff Festival, Rio Content Market, Cannes e outros e saber como se apresentar aos muitos envolvidos na Cadeia Internacional de Comercialização de Conteúdo é muito importante.

- Tenha um bom Business Plan (Plano de Negócio) – Esqueça TUDO o que te falaram sobre o mercado criativo. Este mercado é um NEGÓCIO como qualquer outro. Suas criações necessitam FINANCIAMENTO para a execução e um investidor quer no mínimo ver uma análise do ROI (Return ON Investment) do seu projeto.

O Brasil tem tudo para se tornar um pólo mundial do mercado de conteúdo. E a Intellectual Property é a "Commodity" deste mercado.

Sendo IP uma comodite, o que vale então é a criatividade, e no mundo dos negócios a economia abre espaço para as economias criativas.

"Uma Propriedade Intelectual deve estar adequada ao mercado Internacional e o circuito que envolve a sua comercialização. De nada adianta uma criação ser perfeita mas ter uma estratégia regional."

"Assim como a moeda de troca das empresas do Século XX eram os seus produtos físicos, a moeda das corporações do Século XXI serão as idéias. A Economia Industrial está rapidamente dando lugar à Economia da Criatividade. Vantagens competitivas desfrutadas por grandes empresas no passado são agora totalmente disponíveis para novas empresas em formação, graças à enorme disponibilidade de capital e ao poder da Internet.

Com a globalização ainda num estágio recente, a Internet promete afetar as corporações muito mais nos próximos 20 anos do que foi possível fazê-lo nos últimos 5 anos. Nós não esperamos nada menos do que uma transformação radical dessas organizações num cenário em que a economia global privilegiará a criatividade, a inovação e a velocidade."
Stephen B. Shepard,
Editor Chefe de Business Week,
28 de agosto de 2000.
fonte - http://www.economiacriativa.com/ec/pt/ec/index.asp

"Economia Criativa" é o termo de definição para qualquer negócio que envolve a criatividade pautado em propriedade intelectual definidas basicamente por:

Direitos Autorais; Patentes; Marcas comerciais; Design;

Esse conjunto de propriedades reunidas estão intrinsecamente ligados aos mercados criativos de Publicidade, Marketing, Design, Animação, Literatura, Televisão, Mídias, Teatro, Shows, Eventos, Quadrinhos. Tudo muito interessante e criativo não? Tudo o que uma pessoa "criativa" gostaria de criar e produzir.

Porém existe a "outra" palavra que compõem o termo: Economia – "A Economia, ou atividade econômica, consiste na produção, distribuição e consumo de bens e serviços." – E é aí que o negócio complica.

Muitos profissionais gostariam de trabalhar com atividades econômicas criativas, porém batem de frente com a necessidade de se adequarem ao lado "Econômico" das atividades.

Entender de economia, finanças, administração, jurídico, marketing e até mesmo contabilidade tornam a "Economia Criativa" praticamente um "Limbo" para uma maioria de profissionais que por desconhecimento ou medo não se aprofundam nas disciplinas básicas para o bom desenvolvimento de projetos.

Mas aí vem sempre um "criativo" e diz: "Mas isso é muito chato. Censura minha criatividade". Mentira. Entender e compreender do todo é necessário em qualquer ramo de negócio, porque a atividade Economica Criativa seria diferente?

Termos como: ROI (Return on Investment), Finep, Seed, Venture Capital, Private Equity, S/A, Cotas, Leis de Incentivo, Co-Produção Internacional, Captação Privada e Pública devem fazer parte do vocabulário de qualquer profissional que queiram ingressar seriamente na Economia Criativa, principalmente na área de produção de conteúdo seja audiovisual simplesmente e muito mais agora com as produções em transmídia.

"Mas isso parece chato. Por que estudar tanto?" – A realidade é essa, e as distâncias entre "Economia" e "Criatividade" estão diminuindo.

Sobre o Autor

Augusto é membro do grupo de estudos e projetos #EraTransmídia dos inovadores ESPM (www.eratransmidia.com), publicitário e produtor transmídia na empresa Lightbox Studios - augustovb@gmail.com

DÉCIMA SEGUNDA DIRETORIA SET - BIÊNIO:2010-2013

A Diretoria da SET é composta por profissionais que atuam nas diversas áreas relacionas com a criação e distribuição de conteúdo, sendo eleitos pelos associoados SET, em assembléia geral ordinária realizada a cada dois anos

PRESIDÊNCIA
Presidente: Olímpio José Franco
Vice-Presidente: Nelson Faria Jr

DIRETORIA EXECUTIVA
Diretor Executivo: José Munhoz
Assessoria Institucional: André Barbosa Filho
Assessor: Romeu de Cerqueira Leite

CONSELHO DE EX-PRESIDENTES
Conselheiro: Adilson Pontes Malta
Conselheiro: Carlos Eduardo de Oliveira Capellão
Conselheiro: Fernando Bittencourt
Conselheiro: José Munhoz
Conselheiro: Liliana Nakonechnyj
Conselheiro: Olímpio Franco
Conselheiro: Roberto Dias Lima Franco

CONSELHO FISCAL
Conselheiro: Antonio Carlos de Assis Brasil
Conselheiro: João Braz Borges
Conselheiro: Maria Eloisa F. dos Santos
Conselheiro: Moris Arditti
Conselheiro: Ricardo Fonseca de Kauffmann

DIRETORIAS OPERACIONAIS - EDITORIAL
Diretor: Valderez de Almeida Donzelli
Vice Diretor: Valdecir Becker
Comitê: Almir Almas
Comitê: Fernando Gaio
Comitê: Francisco Sergio Husni Ribeiro
Comitê: José Olairson Valentim
Comitê: Rodrigo Dias Arnaut
Comitê: Tom Jones Moreira

DIRETORIAS OPERACIONAIS - ENSINO
Diretor: José Raimundo Cristóvam
Vice Diretor: Jose Frederico Rehme
Comitê: Carlos Nazareth Motta Marins
Comitê: Eduardo de Oliveira Silva Bicudo
Comitê: Gunnar Bedicks
Comitê: Luana Bravo
Comitê: Tatiana Aires Tavares

DIRETORIAS OPERACIONAIS - EVENTOS
Diretor: Marcio Pinto Pereira
Vice Diretor: Vanessa Lima
Comitê: Arthur Mendes Vilella
Comitê: João Vandoros
Comitê: Luis Navarro
Comitê: Oripede Cilento Filho
Comitê: Silvino Marcio de Almeida

DIRETORIAS OPERACIONAIS - INTERNACIONAL
Diretor: Liliana Nakonechnyj
Vice-diretor: Luiz Bellarmino Polak Padilha

DIRETORIAS OPERACIONAIS - MARKETING
Diretor: Cláudio Eduardo Younis
Vice-Diretor: Daniela Helena M. e Souza
Comitê: Fernando Pelégio
Comitê: Leonardo Scheiner
Comitê: Lindália Sofia R. M. Junqueira Reis
Comitê: Marcos A. Mandarano Monteiro
Comitê: Raul Ivo Faller
Comitê: Salustiano Fagundes

DIRETORIAS OPERACIONAIS - TECNOLOGIA
Diretor: Ana Eliza Faria
Vice-Diretor: Alexandre Yoshida Sano
Comitê: Carlos Fini
Comitê: Iury Saharovsky
Comitê: José Antônio de Souza Garcia
Comitê: Luiz Fausto
Comitê: Paulo Henrique C. V. de Castro
Comitê: Roberto Primo

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - CINEMA DIGITAL
Diretor: Celso Eduardo de Araújo Silva
Vice-Diretor: Alex R. dos Santos Pimentel

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - INTERATIVIDADE
Diretor: David Britto
Vice-Diretor: Fabio Eduardo Angeli

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - PRODUÇÃO DE CONTEÚDO
Diretor: Raymundo Costa Pinto Barros
Vice-Diretor: Paulo Mitsuteru Kaduoka

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - INDUSTRIAL
Diretor: José Marcos Freire Martins
Vice-Diretor: Yasutosshi Miyoshi
Comitê: Amaury P. da Silva Filho
Comitê: Marcelo Martins
Comitê: Rodrigo Cascão

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - RÁDIO
Diretor: Marco Tulio
Vice-Diretor: José Eduardo Marti Cappia
Comitê: Carlos Coelho
Comitê: Ronald Barbosa

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - TV ABERTA
Diretor: Paulo Roberto Monfrin Canno
Vice-Diretor: José Marcelo Amaral
Comitê: Cícero Marques
Comitê: Sergio Guaglianoni
Comitê: Wagner Mancz

DIRETORIAS SEGMENTO DE MERCADO - TV POR ASSINATURA E NOVAS MÍDIAS
Diretor: Antônio João Filho
Vice-Diretor: Marcello de Lima Azambuja

DIRETORIA REGIONAL- NORTE
Diretor: Nivelle Daou Junior
Vice-Diretor: Ricardo Alberto Pereira Salles
Comitê: Aguinaldo Silva
Comitê: Alex Gerard Delmotte
Comitê: Denis Corrêa Brandão
Comitê: Flávio de Oliveira Mendes
Comitê: Henrique Camargo da Silva

DIRETORIA REGIONAL- NORDESTE
Diretor: Luiz Carlos de Melo Gurgel
Vice-Diretor: Esdras Miranda de Araújo
Comitê: Anderson Guimarães Fernandes
Comitê: Geraldo Ricarte de Araújo Filho
Comitê: Henrique Coelho
Comitê: José Augusto de Matos Almeida
Comitê: Tadeu Moura

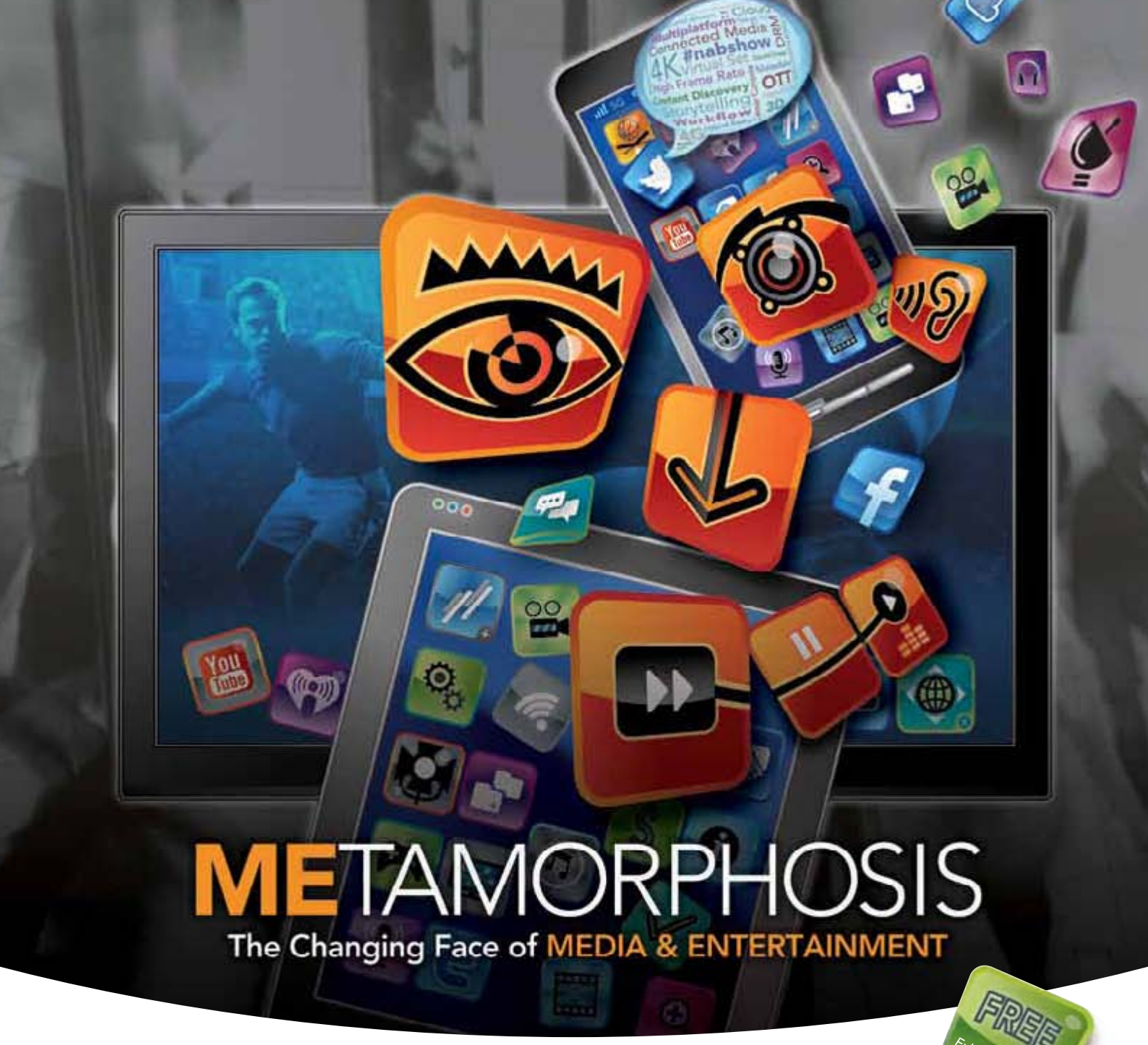
DIRETORIA REGIONAL- CENTRO OESTE
Diretor: Emerson José Weirich
Vice-Diretor: Luiz Carlos Abrahão
Comitê: André Felipe Trindade
Comitê: Emanuel Zucarini
Comitê: Fernando Mattos
Comitê: Monique Cruvinel
Comitê: Paulo Ricardo Balduino
Comitê: Toshihiro Kanegae

DIRETORIA REGIONAL- SUDESTE
Diretor: Geraldo Cardoso de Melo
Vice-Diretor: Edson Siquara de Souza
Comitê: Adilson Souza
Comitê: Fabrizio Reis
Comitê: Francisco Peres
Comitê: José Carlos Barbedo
Comitê: José Roberto Elias
Comitê: Paulo Roberto Feres de Castro

DIRETORIA REGIONAL- SUL
Diretor: Ivan Miranda
Vice-Diretor: Romeiro Vieira da Rosa
Comitê: Breno Esser
Comitê: Caio Klein
Comitê: Pedro Bertolino da Silva
Comitê: Sok Won Lee
Comitê: Tiago Facchin

GALERIA DOS FUNDADORES
AMPLEX - CERTAME - EPTV/CAMPINAS - GLOBOTEC - JVC/TECNOVÍDEO - LINEAR - LYS ELETRONIC
PHASE - PLANTE - RBSTV - REDE GLOBO - REDE MANCHETE - SONY - TEKTRONIX - TELAVO

REVISTA DA SET
A SET - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENGENHARIA DE TELEVISÃO, é uma associação sem fins lucrativos, de âmbito nacional, que tem por finalidade a difusão, a expansão e o aperfeiçoamento dos conhecimentos técnicos, operacionais e científicos relativos à engenharia de televisão e telecomunicações. Para isso, promove seminários, congressos, cursos, teleconferências e feiras internacionais de equipamentos, além de editar publicações técnicas visando o intercâmbio e a divulgação de novas tecnologias.



FREE
Exhibits-only Pass
Use Code PA07

It's all about ME, and how the Mobile Experience is energizing the transformation of Media & Entertainment. Second screens, OTT and smart TVs are enhancing television with interactive content and applications.

Meeting Expectations to seamlessly deliver dynamic content that thrives in Multiple Environments will depend on how well you integrate new strategies, technologies and players. NAB Show® is a Marketplace Energized…addressing the toughest challenges for station engineers and distributors across all platforms, including news and sports coverage, studio production, high efficiency video encoding and workflow, big data, asset management and cloud. Give yourself something to smile about. Register today!

NEW in North Hall:
CONNECTED MEDIA WORLD

CONFERENCES April 6–11, 2013 / EXHIBITS April 8–11
Las Vegas Convention Center / Las Vegas, Nevada USA

www.nabshow.com

NAB SHOW®
Where Content Comes to Life

Join Us! #nabshow

grass valley

The Premier Video Technology Solutions Company