

ABRATEL_{na}
NABSHOW
2026



O SALTO BRASILEIRO
EM VEGAS

NAB Show reúne 58 mil participantes e aponta caminhos para o futuro da radiodifusão

A NAB Show 2026 encerrou a agenda em Las Vegas com números que reforçam a posição do evento como o principal termômetro do setor global de mídia e entretenimento: mais de 58 mil profissionais credenciados cruzaram os pavilhões da feira entre 18 e 22 de abril, representando 146 países.

Quase um em cada quatro participantes — 22% do total — veio de fora dos Estados Unidos, e 48% deles pisavam no evento pela primeira vez, quase metade do público total.

Ao todo, mais de 1.100 empresas expositoras de todo o mundo montaram estandes na feira. A programação de conferências reuniu mais de 530 sessões com cerca de 900 palestrantes de todo o ecossistema global da indústria de comunicação.

O momento era de convergência: executivos de grandes emissoras dividindo

espaço com criadores de conteúdo, equipes de mídia corporativa e líderes da mídia esportiva.

Apesar do volume, três temas chamaram a atenção dos participantes: inteligência artificial, TV 3.0 e rádio visual.

TV 3.0 e o futuro da televisão aberta

Se havia uma unanimidade entre os expositores e painelistas, era a de que a televisão aberta está em plena reinvenção. O padrão ATSC 3.0 — base da chamada NextGen TV nos Estados Unidos e da TV 3.0 no Brasil — foi o fio condutor das discussões sobre o futuro da radiodifusão.

A nova geração de TV promete interatividade, personalização de conteúdo e integração com a internet, aumentando tanto as possibilidades de serviços quanto os modelos de negócio das emissoras.



Entre as inovações em destaque nos pavilhões, chamaram a atenção soluções de software e hardware para o fluxo de trabalho de mídias digitais, ferramentas de áudio imersivo baseadas no sistema MPEG-H — que promete qualidade de cinema para o telespectador —, além de plataformas de interatividade baseadas no padrão ATSC 3.0.

Porém, as discussões sobre TV 3.0 também trouxeram à tona desafios concretos: os custos de implementação, a viabilidade econômica para emissoras de menor porte e a necessidade de linhas de crédito específicas para o setor.

Verissimo de Jesus, assessor executivo do CEO da RECORD, pontua: “A NAB Show 2026 colocou o Brasil mais uma vez como o grande protagonista global da comunicação de massa. As recentes políticas públicas adotadas pelo Governo Federal de proeminência e destaque da televisão aberta colocam o setor no eixo estratégico da economia digital”.

E é justamente para preparar esse próximo salto tecnológico que o país marcou presença em peso na feira. Para Verissimo, “o novo padrão de televisão brasileiro já desperta interesse dos países das Américas com o indicativo de adesão futura da nossa tecnologia, repetindo o sucesso do padrão brasileiro de televisão digital”.

Samir Nobre, diretor-geral da Abratel, aponta que ainda foi destaque na NAB o encerramento do desligamento do sinal analógico com a concomitante im-

plementação da televisão digital, em especial as políticas públicas estabelecidas pelo GIREC e pelo GAISPI.

“Em tempos de discussão de novas tecnologias e de Inteligência Artificial, o Brasil soube se renovar sem perder de vista o olhar social para a população dos programas sociais, que tiveram acesso gratuito à distribuição de conversores de televisão digital e de kits de recepção de televisão por satélite”.



Rádio visual: o novo caminho

Enquanto a televisão debatia sua reinvenção, o rádio provou que também está dando o seu próprio salto. A NAB Show 2026 consolidou o conceito de rádio visual como uma das tendências mais concretas do setor.

Isso porque o rádio visual não é necessariamente sobre vídeo. O conceito envolve a apresentação qualificada de informações em tela — capas de álbuns, dados de programação, identidade visual de emissoras e conteúdos publicitários.

A experiência se aproxima do que plataformas de streaming musical já entregam, mas agora dentro dos painéis dos automóveis e dos aplicativos móveis. O rádio expandiu suas fronteiras e consolidou um novo modelo de operação. Las Vegas evidenciou que o meio se transformou em um ecossistema multiplataforma complexo.

Para o mercado, o foco deixou de ser exclusivamente a medição de audiência tradicional para focar na construção e rentabilização de comunidades engajadas.

A inteligência artificial também chegou com força ao setor. Na feira, foram apresentadas soluções de automação por IA aplicadas à produção e distribuição de conteúdo, além de ecossistemas operados integralmente em nuvem.

Para as emissoras presentes, foi uma oportunidade de calibrar o olhar para essas mudanças. “Nosso objetivo é compreender como a IA e as novas tecnologias podem nos ajudar a atender melhor os nossos ouvintes, para que eles possam, cada vez mais, ter uma experiência positiva com a nossa rede em todo o Brasil”, afirma Waldir Canal, diretor comercial da Rede Aleluia.

“O modo de ouvir rádio, hoje, mudou e nós queremos melhorar cada vez mais o atendimento ao nosso público”, complementa o executivo.

O salto

Acompanhar a evolução global da tecnologia é fundamental para garantir a modernização e a competitividade da radiodifusão brasileira.

Durante a NAB Show 2026, a comitiva Abratel, RECORD e LM Telecom participou ativamente das discussões sobre os novos rumos do setor, que hoje atua como um ecossistema multiplataforma focado na experiência do usuário, inteligência artificial e conectividade.

A associação esteve presente no maior evento de tecnologia do mundo com um objetivo estratégico: analisar as soluções de ponta que viabilizarão esse grande salto tecnológico no Brasil.

E o recado da NAB foi claro: quem não se adaptar ficará para trás.

Dentro da NAB Show:

A agenda técnica e estratégica da comitiva Abratel, RECORD e LM

A implementação da TV 3.0 no Brasil ditou o ritmo da agenda da comitiva formada por Abratel, RECORD e LM Telecom durante a NAB Show 2026, em Las Vegas. O cronograma detalhou o andamento das operações do novo padrão no país, que já conta com testes práticos em São Paulo e Brasília, e também proporcionou momentos de networking e integração entre o grupo.

A programação oficial teve início no sábado (18), com um jantar entre engenheiros e nomes da indústria.

Como anfitriões do encontro, Wender Souza (Abratel), Jonatas Rodrigues (LM Telecom) e Geraldo Marques (RECORD SP) receberam os convidados, entre eles, Octavio Pieranti, Renato Bezerra e Alex Pires da Anatel. O momento reforçou o compromisso do órgão regulador com o setor.

“A Anatel está comprometida em fazer não só com que a radiodifusão continue trazendo benefícios para a população brasileira, mas também para expandir o setor”, afirmou Pieranti.



Jonatas Rodrigues, gerente de telecomunicações da LM Telecom, reforçou o peso da união do grupo: “Conseguir reunir um público técnico tão grande na mesma comitiva talvez seja inédito. Estamos aqui para falar do futuro”.

No domingo (19), a comitiva iniciou a primeira etapa do tour técnico pelos estandes da feira. O grupo visitou instalações da Foccus, Enensys, Atime, Engerhouse e Video Data para mapear soluções de infraestrutura focadas no 5G Broadcast e no padrão DTV+.

À noite, um jantar exclusivo reuniu o ministro das Comunicações, Frederico de Siqueira Filho, e os deputados federais Maria Rosas e Augusto Coutinho,

reforçando o diálogo entre o setor de radiodifusão e o poder público.

“Estamos vivendo uma transformação profunda. Momentos como este são fundamentais para alinharmos estratégias com quem está desenvolvendo tecnologia e com quem define as diretrizes do setor”, ressaltou André Dias, superintendente de Rede da RECORD.

Na segunda-feira (20), o roteiro técnico foi retomado com visita à Rohde & Schwarz e marcado por uma reunião com Madeleine Noland, presidente do Advanced Television Systems Committee (ATSC) — entidade que rege a TV digital nos EUA. Noland elogiou as adaptações do padrão ATSC 3.0 conduzidas pelo Brasil.



“Estou muito orgulhosa do que o Brasil está fazendo. O Brasil terá o sistema de transmissão televisiva mais avançado do mundo. Nunca vi nada igual”, declarou a executiva.

Durante as agendas nos estandes, os executivos avaliaram tecnologias fundamentais para o ecossistema da TV 3.0 brasileira, como um middleware de desenvolvimento nacional, projetos baseados em padrões indianos para recepção do sinal aberto diretamente em celulares e opções de conversores (set-top boxes) de baixo custo.

Outro momento importante da agenda técnica foi a visita exclusiva à KSNV, emissora afiliada da NBC em Las Vegas, que já opera com o NextGen TV (ATSC 3.0). Acompanhados de Marcelo Blum, da Videodata, e de Sang Jin Yoon, Vice-Presidente Sênior da DigiCAP, os brasileiros puderam conferir de perto como a tecnologia é aplicada em

um ambiente real de broadcast.

“A visita confirmou que estamos no caminho certo. Tivemos a oportunidade de acompanhar, na prática, uma operação com o NextGen TV (ATSC 3.0). Essa troca de experiências com os profissionais da KSNV reforça que o modelo adotado pelo Brasil tem grande potencial para viabilizar entregas mais avançadas, personalizadas e interativas, tanto no campo comercial quanto na oferta de conteúdo”, celebrou Tomaso D’Angelo Wantuil Papi, gerente de Engenharia e Tecnologia da RECORD Brasília.

A NAB Show 2026 deixou claro que o Brasil não está apenas acompanhando a evolução global da televisão, está entre os protagonistas dessa transformação. A comitiva da Abratel retornou de Las Vegas com conexões, aprendizados e a certeza de que a TV 3.0 brasileira será bem-sucedida.



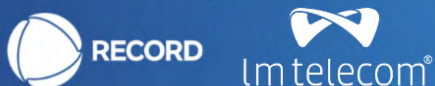
ABRATEL^{na} NABSHOW 2026

18 A 22 DE ABRIL
Las Vegas, Nevada

Realização:



Apoio:



Diamante:



Ouro:



Prata:



Bronze:



EXPEDIENTE

Presidente
Márcio Silva Novaes
Vice-presidente Administrativo
Luciano Ribeiro
Vice-presidente Financeiro
Veríssimo de Jesus
Vice-presidente de Televisão
André Dias
Vice-presidente de Rádio
Luiz Carlos Pereira do Nascimento
Diretor Geral
Samir Nobre

Gerente Executiva
Erinalva Araujo
Assessoria Jurídica e Regulatória
Alvaro Vasconcelos
Eduardo Lopes
Assessoria Técnica de Engenharia
Wender Souza
Administrativo
Ana Duarte
Bruno Veras
Lindinalva Tavares

Coordenador de RelGov
Lindemberg Portela
Assessoria de Comunicação e Designer
Amanda Salviano

