

Por Ana Luiza Rossi

Radiofusão, inovação, inteligência artificial e sustentabilidade entre a radiodifusão: estes foram os temas que definiram as palestras do 2º Encontro Regional Midiacom, sediado neste sábado (09), no Hotel Bela Vista em Volta Redonda. O encontro promovido pelo Midiacom - que é uma junção entre a Associação das Emisoras de Rádio e Televisão (Abert) com o Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas do Município do Rio de Janeiro (Sindjore) - além de abordar os desafios sobre à concorrência das big techs e tendências que influenciam na comunicação, buscou reforçar a colaboração entre emissoras de rádio e televisão para que se possa visar o crescimento do setor. O Correio Sul Fluminense, do grupo Correio da Manhã, esteve como um dos parceiros oficiais do evento, além do apoio da TV Rio Sul, afiliada a TV Globo.

Entre os presentes na abertura oficial, esteve o prefeito eleito de Volta Redonda, Antonio Francisco Neto; o presidente do Midiacom, José Antonio Nascimento Brito; e o superintendente da TV Rio Sul, Arnaldo Coelho.

- Para Volta Redonda, é motivo de muita alegria e muito orgulho estar sediando um evento com palestrantes de um nível excepcional. Acho que a cidade está honrada de sediar este evento e quero agradecer a todos por este dia - disse o prefeito Neto.

O evento foi mediado pela gerente de jornalismo da TV Rio Sul, Ana Paula Garcia, que também reforçou a importância do encontro para o setor de comunicação para o sul do Estado.

- Como representante da televisão e meus colegas representando as rádios, a gente precisa, definitivamente, entender que juntos a gente é muito poderoso. Temos muita força para manter acesa

essa fonte de mudança na vida das pessoas. Ninguém tem tanta influência na vida das pessoas como a rádio e a televisão - destacou.

Uma nova voz

O vice-presidente de televisão do Midiacom e primeiro palestrante do evento, André Dias, trouxe o tema “Midiacom, a nova voz da Radiofusão Fluminense”. Em um comparativo para abrir sua apresentação, ele trouxe a rivalidade entre emissoras como entre os times de futebol Guarani e Ponte Preta, que não souberam trabalhar juntos. “A rivalidade não nos deixou trabalhar em conjunto. O mundo mudou e o nosso concorrente não é mais aquela rádio que está do outro lado da rua, nosso concorrente é muito poderoso e muito forte. Hoje, as big techs usam nossas informações, monetizam o serviço e 80% do faturamento, é em cima de um conteúdo que não é dela”, destacou.

Como uma ameaça as produções de conteúdos locais das emissoras de rádio e televisão, André destacou que a dinâmica requer uma resposta unida do setor e formalizar, ainda, a necessidade de uma legislação que trate de forma igualitária sobre as plataformas de comunicação para garantir a justiça no mercado da radiodifusão.

Conexão entre Brasis

No segundo bloco do encontro, a representante da Associação Mineira de Rádio e Televisão Mídia (Amirt), Marina Alves, e o representante do Midiacom do



O vice-presidente de televisão do Midiacom, André Dias, foi um dos palestrantes

Mato Grosso do Sul, Antônio Alves, abordaram sobre a personalização da experiência do ouvinte, mas, principalmente, valorizar a comunicação local para fortalecer a conexão com a audiência.

Isso porque, de acordo com as pesquisas levantadas pelos palestrantes, maioria dos brasileiros sentem orgulho dos seus sotaques e isso reforça a importância da identidade cultural, o que é fundamental para que o locutor se conecte emocionalmente com a audiência.

- Se você está a frente de um microfone e se faz rádio no interior, compreenda o universo e o nível de informação local. A riqueza que a gente tem dentro do universo local de rádio, a autoridade que temos para definir o que é bom, o que responder, o que engaja ou não, quem faz isso, localmente falando, quem faz melhor, é a rádio - explicou Marina.

Audiência

Já o consultor de inteligência de mercado, Fernando Morgado, trouxe como tema a audiência. Em sua análise, afirmou que a mensagem que há hoje é a mesma de 2 mil anos atrás, mas, que é necessário reavivar o interesse por ela. “Nós da comunicação mudamos a mensagem o tempo inteiro para manter atenção para coisas novas. As ferramentas podem mudar e por isso, temos que reavivar o interesse que daqui há 30 anos, será a mesma coisa”, disse.

O objetivo é que a comunicação atual se adapte a realidade do público. O palestrante, que trouxe estudos sobre as percepções das mídias tradicionais como a rádio e TV, é diferente do que acontece e por isso, a análise de dados é crucial para entender o mercado.

Outro destaque, foi para os investimentos publicitários. Cerca

de 20% do investimento em rádio pode aumentar o alcance em até 80% das campanhas, porque, de acordo com Fernando, a confiança do público é alta nas mídias tradicionais e isso contrasta com a dificuldade em encontrar influenciadores digitais alinhados com as marcas.

IA e tecnologias

Já sobre a integração da rádio com as novas inteligências artificiais, foi palestrada pelo diretor da ZYDigital, Marco Túlio Nascimento. Incorporar estas novas ferramentas no rádio, se tornou crucial para oferecer uma nova experiência ao ouvinte.

Entre as plataformas existentes de inteligência artificial, é possível realizar clonagem de voz, personalização de narrações e outras dinâmicas que acabam se tornando valiosos para comerciais no rádio e podcasts que. Essa evolução tecnológica trouxe, caminhou para o rádio digital e híbrido, que emerge como uma nova forma de transmissão e reforça, novamente, a colaboração entre rádios e plataformas digitais.

- As rádios são empresas de pequeno e médio porte em frente a grandes players de tecnologia do mercado e é muito mais inteligente para nós, atuarmos em grupo. A associação é um caminho para isso - concluiu o palestrante.

Sustentabilidade

O palestrante Leonardo Amódio, que é sócio-fundador WeCarbon, trouxe alternativas

sustentáveis para alinhar a evolução tecnológica a um progresso responsável com o meio ambiente. Para isso, explicou a aplicação do conceito ESG, que abrange um conjunto de práticas voltadas para a preservação em conjunto com a transparência empresarial.

- É uma oportunidade e por outro lado, você pode deixar de fazer negócio caso não se posicione de uma maneira mais sustentável. Isso agrega valor a marca e traz resultados financeiros. Sobre o setor de radiofusão, é exponencial. Quando se oficializa e se critica, você tem bons exemplos e práticas no seu negócio - explicou

Compensação fiscal

Para fechar com chave de ouro, o gerente de operações fiscais da Globo, Márcio Rodrigues, traz um olhar para as compensações fiscais voltadas para o período eleitoral. “A compensação nada mais é do que um direito das empresas das empresas que possuem obrigatoriedade de fazer a veiculação e inserção partidária. Você tem a possibilidade de se ressarcir disso através de uma compensação fiscal”, disse.

Para isso, é necessário que armazene toda documentação necessária por, pelo menos, cinco anos e garantir a conformidade com o fisco. Desta forma, ao realizar o cálculo do desconto médio, determine a compensação que, futuramente, pode ser revertida em práticas sustentáveis, culturais e sociais.

Fique leve.

Fique em dia.

Programa de Anistia e Refinanciamento de Débitos Tributários

ATÉ 31/12

Seu nome limpo,

NOSSA CIDADE MAIS FORTE.

Descontos de até

100%

EM JUROS E MULTAS EM DÉBITOS TRIBUTÁRIOS E NÃO TRIBUTÁRIOS

PROCURE UM POSTO DE ARRECADAÇÃO OU DIGITE “FIQUE EM DIA” NO WHATSAPP 97151-3569

MAGÉ

PREFEITURA

Governando com Amor!