

## **Congresso Paranaense de Rádio e TV celebra 50 anos da Aerp e debate o futuro da comunicação**



De 23 a 25 de setembro de 2025, Curitiba será palco da 27ª edição do Congresso Paranaense de Rádio e TV, um dos mais importantes encontros da radiodifusão brasileira. Realizado pela Aerp (Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná) e pelo Sert-PR (Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Paraná), a edição de 2025 ocorre durante a Semana Estadual do Rádio, celebrada no Paraná desde 2020. O evento reúne empresários, profissionais, especialistas e autoridades para discutir os rumos da comunicação no país.

Com o tema “Interatividade, Confiança e Transformação”, o Congresso propõe uma imersão nos desafios e nas oportunidades

que marcam o cenário atual do rádio e da televisão, além de promover uma análise sobre o papel estratégico dos veículos na transformação da sociedade — impulsionado pelo alto nível de confiança conquistado junto ao público e pela interatividade constante com suas audiências.

Serão três dias de programação técnica, com palestras, workshops, painéis temáticos e debates sobre inovação, regulação, modelos de negócio, novas tecnologias, inteligência artificial, liderança e gestão.

Além da programação de conteúdo, o evento conta com a Feira Nacional de Equipamentos, um espaço exclusivo para empresas fornecedoras apresentarem soluções, produtos e serviços voltados à radiodifusão.

Em 2025, o Congresso também marca uma data especial: a celebração dos 50 anos da Aerp, uma trajetória dedicada à valorização da radiodifusão paranaense e ao fortalecimento institucional de mais de 320 emissoras associadas.

Mais informações sobre a programação estão disponíveis em [congresso.aerp.org.br](http://congresso.aerp.org.br).

As inscrições podem ser feitas em [congresso.aerp.org.br/inscricoes](http://congresso.aerp.org.br/inscricoes).

---

## **Programa do Ministério das Comunicações vai instalar antenas de TV digital em 30 cidades de MG**

A partir de julho, mais famílias brasileiras vão ser beneficiadas por um programa, liderado pelo Ministério das Comunicações, que garante acesso de qualidade à TV aberta via satélite por todo o país.

O Siga Antenado, executado em parceria com a Entidade Administradora da Faixa (EAF), supervisionado pela Anatel e que já

atendeu mais de 5 milhões de famílias, será ampliado.

Nesta nova etapa, 30 cidades de Minas Gerais serão beneficiadas (veja a lista mais abaixo).



O programa, criado como contrapartida do leilão do 5G, consiste na distribuição gratuita de antenas parabólicas digitais.

Na última quarta-feira (11) o Ministério das Comunicações divulgou um balanço do programa, considerado uma das maiores ações de inclusão digital já realizadas no país.

Inicialmente, o programa atendeu famílias do CadÚnico que utilizavam parabólica tradicional. Agora, a partir do próximo mês, vai atender pessoas que moram em cidades com baixa (ou nenhuma) cobertura de sinal de TV terrestre e que não possuíam a parabólica antiga.

Os equipamentos garantem a recepção com som e imagem em alta definição e mais de 100 canais abertos.

“Atingir cinco milhões de lares com esse benefício gratuito é uma conquista histórica. Estamos promovendo inclusão digital, ampliando o acesso à informação de qualidade e preparando o Brasil para a nova era da conectividade”, afirmou o ministro das Comunicações, Frederico de Siqueira Filho, durante balanço do programa.

Além de levar a nova parabólica digital gratuitamente à população, o programa também permitiu a liberação completa da faixa de 3,5 GHz, que permite a implementação do 5G em todo o território nacional. A limpeza da faixa foi concluída 14 meses antes do prazo previsto.

“Mais do que trocar antenas, entregamos dignidade, acesso à informação e conectividade de qualidade para milhões de famílias. Esse é o legado do Siga Antenado: um projeto de alta complexidade técnica, que exigiu logística nacional, desenvolvimento de soluções sob medida e coordenação com dezenas de parceiros públicos e privados”, disse Leandro Guerra, CEO da EAF.

“Mostramos que é possível executar uma política pública em escala continental com eficiência, inovação e propósito, transformando o presente e preparando o país para o futuro digital”, completou.

### **Primeira fase**

Famílias elegíveis para o programa e que ainda não fizeram a troca de sua parabólica tradicional têm até o dia 30 de junho para solicitar e agendar a instalação de sua nova antena parabólica digital. O agendamento, a entrega e a instalação do kit digital são gratuitos. Mais informações estão disponíveis em [sigaantenado.com.br](http://sigaantenado.com.br) ou pelo telefone 0800 729 2404, que também atende por mensagens via WhatsApp.

### **Segunda fase**

Inicialmente destinado apenas a usuários do CadÚnico com parabólica tradicional, o programa foi ampliado em maio de 2025 por meio de portaria do Ministério das Comunicações. A Fase Extra contemplará moradores de baixa renda em 323 municípios com cobertura terrestre limitada, mesmo que não possuam parabólica instalada.

Foram priorizadas cidades em 16 estados brasileiros: Bahia (20), Ceará (7), Espírito Santo (2), Goiás (21), Maranhão (46), Minas Gerais (30), Mato Grosso (23), Mato Grosso do Sul (4), Pará (15), Pernambuco (3), Piauí (88), Rio Grande do Norte (9), Rondônia (4), Roraima (3), Rio Grande do Sul (4) e Tocantins (44).

A substituição é necessária para evitar interferências causadas pela ativação do 5G, que utiliza a mesma faixa de frequência (3,5 GHz). Os novos equipamentos oferecem melhor desempenho de sinal, estabilidade na recepção e qualidade superior de áudio e vídeo.

A lista completa dos municípios contemplados está disponível no site do programa.

**MAIS INFORMAÇÕES:** no site do programa, pelo e-mail [atendimento@sigaantenado.com.br](mailto:atendimento@sigaantenado.com.br) ou no telefone 0800 729 2404 (que também atende pelo WhatsApp).

### **Municípios beneficiados em Minas Gerais:**

- Águas Vermelhas
- Angelândia
- Aricanduva
- Cachoeira de Pajeú
- Catuji
- Chapada Gaúcha
- Couto de Magalhães de Minas
- Franciscópolis
- Goiabeira
- Grão Mogol
- Indaiabira
- Medina
- Miravânia
- Monte Formoso
- Ninheira
- Nova Belém
- Novo Oriente de Minas
- Padre Carvalho
- Palmópolis
- Ponto dos Volantes
- Riacho dos Machados
- Santa Cruz de Salinas
- Santa Fé de Minas
- Santa Rita de Jacutinga
- Santa Rita do Itueto
- São João das Missões
- Serranópolis de Minas
- Setubinha
- Uruana de Minas
- Vargem Grande do Rio Pardo

# ARTIGO: São Paulo perde R\$ 1 bilhão em publicidade e verba escapa para outros estados

Fernando Morgado



O mercado brasileiro é dominado por percepções equivocadas. Uma das mais persistentes é a de que São Paulo responderia por mais da metade do investimento publicitário feito no país, deixando migalhas ao restante do território nacional. Os números, porém, mostram exatamente o contrário. É preciso conhecer e divulgar esses dados, pois essa percepção distorcida acaba por inibir novos investimentos e até atrapalha a construção de um projeto de país mais amplo, diverso e justo.

Analisei todo o histórico de dados do Cenp-Meios. Eles revelam que a participação de São Paulo no total de mídia comprada nos estados caiu de 46% em 2018 para 38% em 2024. Nenhuma outra unidade federativa chegou perto de uma queda tão acentuada. Enquanto isso, o Rio de Janeiro, segundo maior mercado do país e que muitos diziam estar em decadência, manteve-se praticamente estável, oscilando de 17% para 16% no mesmo período.

## **Para onde foi o dinheiro que saiu de São Paulo?**

Baseei meu estudo nos valores em dólares divulgados pelo Cenp-Meios, justamente para minimizar os efeitos inflacionários e oferecer melhores condições de análise de longo prazo. Entre 2018 e 2024, o investimento publicitário em São Paulo caiu 173 milhões de dólares, cerca de R\$ 1 bilhão na cotação atual. Esse valor assombroso equivale à soma de todo o dinheiro gasto com mídia em onze estados durante o ano de 2024: Santa Catarina, Mato Grosso, Pará, Amazonas, Espírito Santo, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Maranhão, Mato Grosso do Sul e Amapá.

Importante destacar que essa dinheirama perdida por São Paulo não representou uma redução no investimento total em publicidade no Brasil. Pelo contrário. O bolo nacional cresceu 307,5 milhões de dólares, uma alta de 8% no período analisado. Ou seja, o dinheiro aumentou e foi redistribuído entre a compra de mídia nacional e os demais estados.

## **Quais estados estão ganhando espaço no mercado publicitário?**

Desde 2018, quatro unidades federativas registraram crescimentos acima dos 10 milhões de dólares: Mato Grosso (+US\$ 21,3 milhões), Distrito Federal (+US\$ 17,2 milhões), Ceará (+US\$ 15 milhões) e Goiás (+US\$ 14,4 milhões). A Bahia também merece destaque, com um crescimento de quase 10 milhões de dólares no mesmo período. Já Minas Gerais, terceira maior praça do país em investimento publicitário, manteve-se estável.

Esses números trazem lições importantes. A maior delas é que nem tudo é como dizem ou acham que é. Ainda que as maiores agências de publicidade do país estejam sediadas na capital paulista, isso não significa que São Paulo, enquanto mercado local, seja tão pujante quanto aparenta.

## **Por que São Paulo virou só centro de decisão, e não de investimento?**

O que vemos é que São Paulo se tornou um polo de decisão sobre verbas que cada vez menos permanecem na cidade. Essa distorção tem consequências graves, pois é difícil, para não dizer impossível, entender a alma brasileira e traduzir isso em boas estratégias de comunicação quando se trabalha enfiado em um escritório na Faria Lima.

É urgente, para usar uma palavra da moda, empoderar as agências, os anunciantes e os veículos de comunicação de fora de São Paulo. Esse trabalho deve envolver toda a cadeia produtiva da comunicação, inclusive o poder público em suas diversas esferas.

## **Quais os impactos da descentralização na comunicação?**

A partir do momento em que se descentraliza o dinheiro da comunicação, fortalecem-se os mercados locais, o que gera consumo, emprego e renda em todo o Brasil. Além disso, combate-se de forma mais eficaz a desinformação, já que as empresas regionais de comunicação, que enfrentam a concorrência das big techs em condições desiguais, poderiam acessar mais recursos e prestar um serviço ainda melhor às suas comunidades.

Precisamos abandonar, de uma vez por todas, a ideia de que uma única cidade pode reger os rumos da comunicação nacional. A tecnologia permite ganhos enormes de eficiência, inclusive para descentralizar os círculos de decisão e aproximá-los das realidades locais. Nada mais justifica o velho modelo, nem mesmo o fato de as grandes agências estarem fisicamente sediadas em São Paulo, até porque muitos dos seus profissionais nem voltaram ao trabalho presencial.

## **Qual o recado que os números estão dando ao mercado?**

Como diz o ditado, “dinheiro não leva desaforo”. Mas dinheiro deixa recado. E, desta vez, o recado é claríssimo: agências e anunciantes precisam sair da zona de conforto e começar a olhar o Brasil como ele realmente é. Chega de velhas rivalidades. É hora de respeitar a diversidade e investir mais em mídias que falam diretamente com todos os brasileiros, não apenas com os moradores da cidade de São Paulo.

São Paulo é um exemplo de trabalho e orgulho para o Brasil. Mas reduzir a comunicação de um país de dimensões continentais a uma só cidade é apequenar nosso potencial. O Brasil não é a Argentina, onde quase 40% da população vive em uma única província. Somos imensos, diversos e complexos. E a comunicação precisa, com urgência, refletir e valorizar tudo isso.

---

## **TV 3.0: O futuro já começou!**

A AMIRT publicou nas redes sociais esta semana, um reel que explica de forma prática e interativa o que é a TV 3.0, e como ela vai impactar diretamente o dia a dia de telespectadores e profissionais da comunicação. A nova geração da TV aberta chega com imagem até 8x melhor, som imersivo, possibilidade de replay e funcionamento por meio de aplicativos interativos. Tudo isso sem depender de internet.

O conteúdo também esclareceu que a tecnologia será implantada de forma gradual em todo o Brasil e representa uma transformação gigantesca para o setor. Se você ainda não assistiu, vale conferir e compartilhar. Afinal, comunicador bem informado sai na frente!