



FERNANDO MORGADO

10 TENDENCIAS PARA LA RADIO Y LA TV ABIERTA EN LAS AMÉRICAS

10 TENDÊNCIAS PARA O RÁDIO E A TV ABERTA NAS AMÉRICAS



ABERT



VÁLEGA

Copyright © 2025, Fernando Morgado

Revisión

Revisão

Raquel Morgado

Reservados todos los derechos.

Todos os direitos reservados.

Válega Conteúdo Ltda.

Rio de Janeiro-RJ, Brasil

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Morgado, Fernando

10 tendencias para la radio y la TV abierta en
las Américas [livro eletrônico] = 10 tendências
para o rádio e a TV aberta nas Américas / Fernando
Morgado ; [tradução do autor]. -- Rio de Janeiro :
Válega, 2025.

PDF

Edição bilíngue: espanhol/português.

ISBN 978-65-87327-05-1

1. América - Aspectos sociais 2. Meios de
comunicação 3. Políticas públicas 4. Rádio
5. Televisão I. Título. II. Título: 10 tendências
para o rádio e a TV aberta nas Américas.

25-284922

CDD-302.234

Índices para catálogo sistemático:

1. Rádio e televisão : Meios de comunicação :
Sociologia 302.234

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

Para mi familia, cuyo apoyo
y comprensión nunca faltaron,
y para Silvio Santos (1930–2024),
a quien soy eternamente agradecido.

Para minha família, cujo apoio
e compreensão nunca faltaram,
e para Silvio Santos (1930-2024),
a quem sou eternamente grato.

PRÓLOGO

Son muchas las transformaciones que ocurrieron en la radio y en la televisión abierta en los últimos años, especialmente en el continente americano. Cambian los hábitos de consumo, los modelos de distribución y las tecnologías, impulsando la apertura de nuevos caminos para el sector. Este libro, por lo tanto, llega en un buen momento.

Fernando Morgado es una voz escuchada y respetada por los empresarios y profesionales de la comunicación. Combina la investigación con la práctica en Brasil y en otros países de América Latina. En este libro, además de ofrecer un diagnóstico claro, el autor propone soluciones prácticas y válidas para los diferentes contextos presentes en la región.

La difusión de información basada en principios periodísticos éticos caracteriza a la radiodifusión en todos los subcontinentes de América. La información verificada, contrastada y, fundamentalmente, tratada con responsabilidad, hace de la radiodifusión privada, libre e independiente un pilar esencial de la sociedad.

Como presidente de la AIR, celebro esta contribución. Reafirma la radiodifusión comercial como un servicio relevante y un negocio sostenible, capaz de proteger la cultura, la economía y la democracia latinoamericanas.

Paulo Tonet Camargo

Presidente de la AIR

PREFÁCIO

São muitas as transformações que ocorreram no rádio e na TV aberta nestes últimos anos, especialmente no continente americano. Mudam hábitos de consumo, modelos de distribuição e tecnologias, estimulando a abertura de novos caminhos para o setor. Este livro, portanto, chega em boa hora.

Fernando Morgado é uma voz ouvida e respeitada pelos empresários e profissionais de comunicação. Une pesquisa à prática no Brasil e em outros países da América Latina. Neste livro, além de oferecer um claro diagnóstico, o autor propõe soluções práticas e válidas para os diferentes contextos presentes na região.

A distribuição de informação baseada em princípios jornalísticos éticos é marca da radiodifusão em todos os subcontinentes americanos. A informação checada, rechecada e, fundamentalmente, com responsabilidade, faz da radiodifusão privada, livre e independente um pilar essencial na sociedade.

Como presidente da AIR, celebro esta contribuição. Ela reafirma a radiodifusão comercial como serviço relevante e negócio sustentável, capaz de proteger a cultura, a economia e a democracia latino-americanas.

Paulo Tonet Camargo

Presidente da AIR

PRÓLOGO

La radio y la televisión abierta han acompañado, durante décadas, la historia del mundo. Testigos de momentos decisivos, compañeras cotidianas para millones de personas y motores de integración cultural, siguen siendo vibrantes e indispensables incluso ante las revoluciones tecnológicas que han transformado la forma de consumir información y entretenimiento.

Supieron reinventarse al dialogar con nuevas generaciones, incorporando innovaciones y reafirmando su vocación pública. Afrontar la competencia global, buscar una regulación justa y seguir siendo fuente de credibilidad en un entorno marcado por la desinformación son sus grandes desafíos.

Este libro, fruto de la experiencia y de la visión estratégica de Fernando Morgado, ofrece una reflexión valiosa sobre las tendencias en la radiodifusión. Arroja luz sobre lo que debe preservarse y lo que necesita transformarse.

Es un llamado a fortalecer y posicionar la radiodifusión de manera estratégica en el actual ecosistema de medios, reconociéndola como un activo esencial para el futuro de las Américas.

Cristiano Lobato Flôres

Presidente Ejecutivo de la ABERT

PREFÁCIO

O rádio e a televisão aberta acompanham, há décadas, a história mundial. Testemunhas de momentos decisivos, companhias cotidianas de milhões de pessoas e motores de integração cultural, permanecem pulsantes e indispensáveis, mesmo diante das revoluções tecnológicas que transformaram a maneira de consumir informação e entretenimento.

Souberam se reinventar ao dialogar com novas gerações, incorporando inovações e reafirmando sua vocação pública. Enfrentar a concorrência global, buscar regulação justa e continuar sendo fonte de credibilidade em um ambiente marcado pela desinformação são os grandes desafios.

Este livro, fruto da experiência e da visão estratégica de Fernando Morgado, oferece uma reflexão valiosa sobre as tendências para a radiodifusão. Joga luz sobre o que deve ser preservado e o que precisa ser transformado.

É um chamado para fortalecer e posicionar a radiodifusão de forma estratégica no atual ecossistema de mídia, reconhecendo-a como um ativo essencial para o futuro das Américas.

Cristiano Lobato Flôres

Presidente-Executivo da ABERT

INTRODUCCIÓN

La radiodifusión atraviesa uno de los períodos más complejos de su historia. Al mismo tiempo, surgen oportunidades para quienes comprenden sus diferenciales. Este libro reúne diez tendencias que, en mi visión, ayudan a entender los caminos de la radio y la televisión abierta en las Américas.

Los contenidos reflejan la experiencia que he acumulado durante dos décadas como consultor, conferencista y profesor de comunicación. Trabajo con diversos grupos de medios, emisoras y entidades del sector, siempre enfocado en la generación de valor. También ejerzo en el ámbito académico, tanto en Brasil como en el exterior, impartiendo clases, publicando artículos y libros, y habiendo desempeñado el cargo de coordinador adjunto de grupo de investigación.

El objetivo de esta obra es ofrecer una mirada clara, estratégica y realista, contribuyendo a que empresarios y profesionales de la radiodifusión tomen mejores decisiones ante los cambios tecnológicos, los nuevos hábitos de consumo y las asimetrías regulatorias.

Fernando Morgado

Río de Janeiro, primavera de 2025

INTRODUÇÃO

A radiodifusão vive um dos períodos mais complexos de sua história. Ao mesmo tempo, surgem oportunidades para quem compreende seus diferenciais. Este livro reúne dez tendências que, na minha visão, ajudam a entender os caminhos do rádio e da TV aberta nas Américas.

Os conteúdos refletem a experiência que acumulei ao longo de duas décadas como consultor, palestrante e professor de comunicação. Atuo junto a diversos grupos de mídia, emissoras e entidades setoriais, sempre com foco na geração de valor. Também atuo no campo acadêmico, no Brasil e no exterior, lecionando, publicando artigos e livros, além de ter exercido a função de coordenador-adjunto de grupo de pesquisa.

O objetivo desta obra é oferecer um olhar claro, estratégico e realista, contribuindo para que empresários e profissionais da radiodifusão tomem melhores decisões diante das mudanças tecnológicas, dos novos hábitos de consumo e das assimetrias regulatórias.

Fernando Morgado

Rio de Janeiro, primavera de 2025

10

**MAYOR IMPORTANCIA
DEL ASOCIATIVISMO
Y COMBATE A LAS
ASIMETRÍAS REGULATORIAS**

**MAIOR IMPORTÂNCIA
DO ASSOCIATIVISMO E
COMBATE ÀS ASSIMETRIAS
REGULATÓRIAS**

- En muchos países, la radio y la televisión cumplen deberes que las plataformas ignoran: cuotas, tributos, normas electorales, entre otros.
- Las asimetrías regulatorias debilitan a la radiodifusión frente a competidores digitales que operan sin las mismas exigencias legales.
- Para garantizar una competencia justa, es necesario actualizar los marcos legales que tratan de forma desigual a quienes prestan el mismo tipo de servicio.
- El asociacionismo bien estructurado impulsa el intercambio de experiencias y la articulación regional contra desequilibrios legales.
- Los radiodifusores organizados ganan escala política y técnica para enfrentar los desafíos de un mercado cada vez más asimétrico.
- Las entidades sectoriales fuertes son esenciales para defender al sector y negociar soluciones con gobiernos y reguladores.
- Sin una articulación institucional fuerte, la radio y la televisión permanecen invisibles en la formulación de leyes y en la distribución de recursos.
- Fortalecer las entidades gremiales es fortalecer el propio futuro de la radiodifusión en un entorno de competencia desigual.

- Em muitos países, rádio e TV cumprem deveres que as plataformas ignoram: cotas, tributos, regras eleitorais, entre outros.
- Assimetrias regulatórias enfraquecem a radiodifusão frente a concorrentes digitais que operam sem as mesmas exigências legais.
- Para garantir concorrência justa, é preciso atualizar marcos legais que tratam desigualmente quem faz o mesmo tipo de serviço.
- O associativismo bem estruturado impulsiona a troca de experiências e a articulação regional contra desequilíbrios legais.
- Radiodifusores organizados ganham escala política e técnica para enfrentar os desafios de um mercado cada vez mais assimétrico.
- Entidades setoriais fortes são essenciais para defender o setor e negociar soluções com governos e reguladores.
- Sem articulação institucional forte, o rádio e a TV seguem invisíveis na formulação de leis e na distribuição de recursos.
- Fortalecer entidades de classe é fortalecer o próprio futuro da radiodifusão em um ambiente de competição desigual.

9

**FUERZA DE LOS EVENTOS
EN VIVO, ESPECIALMENTE
EL DEPORTE**

**FORÇA DOS EVENTOS
AO VIVO, ESPECIALMENTE
O ESPORTE**

- El deporte en vivo sigue siendo un activo valioso de la radiodifusión, con un poder único para involucrar audiencias masivas y anunciantes.
- Los partidos de fútbol decisivos, los clásicos y las finales registran los mayores picos de audiencia en las Américas.
- Más allá de la emoción, el deporte en vivo ofrece previsibilidad en el calendario y una fuerte conexión con el público local.
- Aun con nuevos formatos, la transmisión lineal en vivo sigue siendo la principal referencia para el fanático del deporte.
- La cobertura deportiva en vivo genera oportunidades comerciales antes, durante y después de la transmisión principal.
- La radio deportiva mantiene su relevancia por la agilidad, el lenguaje directo y su presencia donde la televisión no siempre llega.
- Los grandes eventos requieren inversiones altas, pero generan reputación, audiencia y posicionamiento estratégico.
- Las alianzas con ligas y federaciones locales amplían el acceso de las emisoras y refuerzan el vínculo con la comunidad.

- O esporte ao vivo segue como ativo valioso da radiodifusão, com poder único de engajar audiências em massa e anunciantes.
- Jogos de futebol decisivos, clássicos e finais registram os maiores picos de audiência nas Américas.
- Além da emoção, o esporte ao vivo oferece previsibilidade de calendário e forte conexão com o público local.
- Mesmo com novos formatos, a transmissão linear ao vivo segue sendo a principal referência do fã de esporte.
- A cobertura esportiva ao vivo gera oportunidades comerciais antes, durante e depois da transmissão principal.
- O rádio esportivo mantém relevância pela agilidade, linguagem direta e presença onde a TV nem sempre chega.
- Grandes eventos exigem investimentos altos, mas rendem reputação, audiência e posicionamento estratégico.
- Parcerias com ligas e federações locais ampliam o acesso das emissoras e reforçam o vínculo com a comunidade.

8

**VALOR DEL CONTENIDO
LOCAL FRENTE A LAS
PLATAFORMAS GLOBALES**

**VALOR DO CONTEÚDO
LOCAL FRENTE ÀS
PLATAFORMAS GLOBAIS**

- Las telenovelas, los programas de variedades y los noticieros locales lideran la audiencia en muchas regiones de las Américas.
- La radio y la televisión abierta siguen siendo los medios que mejor representan los acentos, costumbres y referencias culturales de su territorio.
- La producción local es una verdadera ventaja competitiva frente a la estandarización de catálogos y algoritmos internacionales.
- Al valorar lo local, la radiodifusión ofrece lo que las plataformas globales no logran escalar: cercanía.
- El contenido local genera identificación, habla el mismo idioma del público y refleja la realidad vivida por cada comunidad.
- Invertir en lo local es también una estrategia comercial: acerca a las marcas con los consumidores y genera resultados con mayor eficiencia.
- Las alianzas con productores regionales ayudan a diversificar contenidos y reducir costos sin perder identidad cultural.
- El futuro del sector depende de saber producir con acento, con identidad y con inteligencia.

- Novelas, programas de variedades e noticiários locais lideram a audiência em muitas regiões das Américas.
- Rádio e TV aberta seguem como os meios que melhor representam sotaques, hábitos e referências culturais do seu território.
- A produção local é diferencial competitivo real frente à padronização de catálogos e algoritmos internacionais.
- Ao valorizar o local, a radiodifusão entrega o que as plataformas globais não conseguem escalar: proximidade.
- O conteúdo local gera identificação, fala a mesma língua do público e reflete a realidade vivida por cada comunidade.
- Investir no local é também estratégia comercial: aproxima marcas dos consumidores e gera resultados com mais eficiência.
- Parcerias com produtores regionais ajudam a diversificar conteúdos e reduzir custos sem perder identidade cultural.
- O futuro do setor depende de saber produzir com sotaque, com identidade e com inteligência.

7

**EXPANSIÓN Y DOMINIO
DEL EN VIVO EN LAS
PROGRAMACIONES**

**EXPANSÃO E DOMÍNIO
DO AO VIVO NAS
PROGRAMAÇÕES**

- El vivo es el corazón de la radiodifusión: crea urgencia, moviliza al público y fortalece el vínculo con la programación.
- La lógica del *ahora* diferencia a la radio y la televisión de los medios basados únicamente en archivos grabados.
- El contenido en vivo es menos replicable por los servicios de VOD, lo que fortalece la posición de la radiodifusión en la disputa por la atención.
- Aun con múltiples pantallas, el vivo mantiene el poder de detener a las personas y generar conversaciones en tiempo real.
- Las transmisiones en vivo generan sentido de comunidad, sitúan al público en el presente y amplifican el engagement.
- El formato en vivo favorece la interacción y la participación del público, ya sea por mensajes, redes sociales o llamadas.
- Los programas periodísticos, debates, variedades y realities ganan más fuerza cuando se emiten en tiempo real.
- El vivo valoriza la parrilla, facilita la viralización y aumenta la permanencia del público en los horarios clave.
- Las emisoras que apuestan por el vivo tienen más agilidad para reaccionar a las noticias y a los temas del momento.

- O ao vivo é o coração da radiodifusão: cria urgência, mobiliza o público e fortalece o vínculo com a programação.
- A lógica do *agora* diferencia rádio e TV frente a meios baseados apenas em acervo de gravações.
- Conteúdo ao vivo é menos replicável por serviços de VOD, o que fortalece a posição da radiodifusão na disputa por atenção.
- Mesmo com múltiplas telas, o ao vivo mantém o poder de parar pessoas e gerar conversas em tempo real.
- Transmissões ao vivo geram senso de comunidade, colocam o público no presente e ampliam o engajamento.
- O formato ao vivo favorece a interação e a participação do público, seja por mensagens, redes ou ligações.
- Programas jornalísticos, debates, variedades e realities ganham mais força quando exibidos em tempo real.
- O ao vivo valoriza a grade, facilita a viralização e aumenta a permanência do público nos horários-chave.
- Emissoras que apostam no ao vivo têm mais agilidade para reagir ao noticiário e aos assuntos do momento.



**CRECIENTE IMPORTANCIA
DE LA MARCA DEL
MEDIO COMO SELLO
DE VERACIDAD**

**CRESCENTE IMPORTÂNCIA
DA MARCA DO VEÍCULO
COMO CHANCELA
DE VERACIDADE**

- En tiempos de desinformación, la marca de la emisora se ha convertido en un sello de confianza para validar lo que circula en el día a día.
- Las crisis climáticas, políticas y sanitarias demuestran que el público recurre primero a los medios que considera confiables.
- Las marcas periodísticas fuertes ganan protagonismo como antídotos contra las fake news y los ruidos informacionales.
- El público puede recibir la noticia por redes sociales, pero solo la cree de verdad cuando la ve en la televisión o la escucha en la radio.
- El aval de la emisora ayuda a filtrar contenidos y a proteger a la sociedad de los efectos de la desinformación a gran escala.
- La radio y la televisión abierta operan con responsabilidad editorial, lo que refuerza su credibilidad ante la opinión pública.
- La confianza en el medio se construye todos los días, con verificación precisa, postura ética y compromiso con el interés público.
- La información confiable exige presencia continua, responsabilidad editorial y vínculo con la comunidad.
- Para mantener esa relevancia, es necesario cuidar la reputación de la marca y no banalizar su autoridad.

- Em tempos de desinformação, a marca da emissora virou um selo de confiança para validar o que circula no dia a dia.
- Crises climáticas, políticas e sanitárias mostram que o público recorre primeiro aos meios que considera confiáveis.
- Marcas jornalísticas fortes ganham protagonismo como antídotos contra fake news e ruídos informacionais.
- O público pode até receber a notícia pelas redes, mas só acredita de verdade quando vê na TV ou ouve no rádio.
- A chancela da emissora ajuda a filtrar conteúdos e proteger a sociedade dos efeitos da desinformação em larga escala.
- Rádio e TV aberta operam com responsabilidade editorial, o que reforça sua credibilidade diante da opinião pública.
- A confiança no veículo é construída todos os dias, com apuração precisa, postura ética e compromisso com o interesse público.
- Informação confiável exige presença contínua, responsabilidade editorial e vínculo com a comunidade.
- Para manter essa relevância, é preciso zelar pela reputação da marca e não banalizar sua autoridade.

5

**FUERZA DEL PERIODISMO
Y DE LA UTILIDAD PÚBLICA**

**FORÇA DO JORNALISMO
E DA UTILIDADE PÚBLICA**

- El periodismo es el vínculo más directo entre el medio y la sociedad. Con él, la radio y la televisión ejercen aún más su función pública esencial.
- Los noticieros de radio y televisión siguen siendo referentes confiables para quienes buscan información clara y actualizada.
- El público espera que las emisoras informen, desmientan rumores y actúen como brújula en medio de la confusión digital.
- En momentos de crisis, el periodismo de radio y TV es la fuente prioritaria de orientación para la población.
- El compromiso con la verificación sustenta la credibilidad y el prestigio de la emisora en el debate público.
- Quien valora el periodismo fortalece su propia marca y amplía la confianza tanto del público como de los anunciantes.
- Un periodismo local fuerte es lo que garantiza relevancia real en las comunidades, con cercanía, agilidad y respeto.
- La prestación de servicios acerca al medio a la vida real del público: clima, salud, transporte, utilidad pública.
- Prestar servicios es ir más allá de la noticia: es ofrecer soluciones y ayudar al público a tomar decisiones en el día a día.

■ O jornalismo é o elo mais direto entre o veículo e a sociedade. Com ele, o rádio e a TV exercem ainda mais sua função pública essencial.

■ Noticiários de rádio e TV continuam sendo referências confiáveis para quem busca informação clara e atualizada.

■ O público espera que as emissoras informem, corrijam boatos e sejam bússolas em meio à confusão digital.

■ Em momentos de crise, o jornalismo de rádio e TV é a fonte prioritária de orientação para a população.

■ O compromisso com a apuração sustenta a credibilidade e o prestígio da emissora no debate público.

■ Quem valoriza o jornalismo fortalece a própria marca e amplia a confiança junto a audiência e anunciantes.

■ Jornalismo local forte é o que garante relevância real nas comunidades, com proximidade, agilidade e respeito.

■ A prestação de serviço aproxima o veículo da vida real do público: clima, saúde, transporte, utilidade pública.

■ Prestar serviço é ir além da notícia: é entregar soluções e ajudar o público a tomar decisões no dia a dia.

4

**REPOSICIONAMIENTO
DE RADIO Y TV EN
POLÍTICAS PÚBLICAS Y
COMUNICACIÓN ESTATAL**

**REPOSICIONAMENTO
DO RÁDIO E DA TV NAS
POLÍTICAS PÚBLICAS E NA
COMUNICAÇÃO DO ESTADO**

■ En un mundo hiperconectado, no todos están en línea, pero la radio y la televisión llegan a casi toda la población.

■ Las plataformas globales operan con lógicas comerciales propias, no siempre alineadas con los intereses públicos.

■ La comunicación pública no puede depender solo de las redes sociales: necesita canales estables y accesibles.

■ La radio y la televisión abierta siguen siendo esenciales para campañas educativas, alertas y servicios de utilidad pública.

■ Los Estados que valoran la radiodifusión garantizan una comunicación más democrática, segura y de amplio alcance.

■ La radio y la televisión deben mantenerse en el centro de las políticas públicas de comunicación como medios de interés estratégico para el país.

■ Reposicionar la radiodifusión es también fortalecer la soberanía informativa y el derecho a la comunicación.

■ Las emisoras deben ser vistas como aliadas de la sociedad, no como canales secundarios.

- Em um mundo hiperconectado, nem todos estão on-line, mas rádio e TV chegam a quase toda a população.
- Plataformas globais operam com lógicas comerciais próprias, nem sempre alinhadas aos interesses públicos.
- Comunicação pública não pode depender apenas de redes sociais: precisa de canais estáveis e acessíveis.
- Rádio e TV aberta seguem sendo essenciais para campanhas educativas, alertas e serviços de utilidade pública.
- Estados que valorizam a radiodifusão garantem comunicação mais democrática, segura e de amplo alcance.
- Rádio e TV devem se manter no centro das políticas públicas de comunicação como meios de interesse estratégico para o país.
- Reposicionar a radiodifusão é também fortalecer a soberania informativa e o direito à comunicação.
- Emissoras precisam ser vistas como aliadas da sociedade, não como canais secundários.

3

**EL STREAMING
COMPLEMENTA A
LA RADIODIFUSIÓN**

**STREAMING
COMPLEMENTA
A RADIODIFUSÃO**

- El oyente y el televidente también usan apps, redes sociales o smart TV, y esperan encontrar contenido allí.
- La presencia multiplataforma mejora la experiencia del público y amplía las oportunidades para los anunciantes.
- El streaming no sustituye la señal lineal: amplía la oferta, el alcance y la presencia digital.
- Los radiodifusores que también actúan en lo digital logran dialogar aún más con públicos más jóvenes.
- Transmitir en vivo y ofrecer repetición por streaming fortalece la audiencia y prolonga la vida útil del contenido.
- La complementariedad entre broadcast y digital exige una estrategia editorial clara e integración de equipos.
- Con una buena curaduría, el contenido de la radiodifusión puede destacarse en lo digital sin perder relevancia en la señal abierta.
- Las plataformas digitales propias permiten a las emisoras diversificar productos, datos e ingresos sin intermediarios.
- Con streaming, radios y televisoras mantienen su identidad, pero ganan nuevas formas de distribución y monetización.
- El futuro es de quien ve lo digital como evolución, no como pérdida de identidad.

- O ouvinte e o telespectador também usam app, rede social ou smart TV e esperam encontrar conteúdo ali.
- A presença multiplataforma melhora a experiência do público e amplia as oportunidades para anunciantes.
- O streaming não substitui o sinal linear: amplia a oferta, o alcance e a presença digital.
- Radiodifusores que atuam também no digital conseguem dialogar ainda mais com públicos mais jovens.
- Transmitir ao vivo e oferecer replay por streaming fortalece a audiência e prolonga a vida útil do conteúdo.
- A complementaridade entre broadcast e digital exige estratégia editorial clara e integração de equipes.
- Com boa curadoria, o conteúdo da radiodifusão pode brilhar no digital sem perder relevância no sinal aberto.
- Plataformas digitais próprias permitem às emissoras diversificar produtos, dados e receitas sem intermediários.
- Com streaming, rádios e TVs mantêm sua identidade, mas ganham novas formas de distribuição e monetização.
- O futuro é de quem vê o digital como evolução, não como perda de identidade.

2

**VENTA PUBLICITARIA
BASADA EN DATOS**

**VENDA DE PUBLICIDADE
BASEADA EM DADOS**

- Los datos fortalecen el discurso comercial con precisión, credibilidad y enfoque en resultados.
- Las radios y televisiones abiertas ya cuentan con datos relevantes, pero necesitan integrarlos, actualizarlos y utilizarlos mejor.
- No utilizar datos es abrir espacio a competidores digitales que ya venden con segmentación y métricas en tiempo real.
- Vender con datos exige cultura analítica, organización de la información y alianzas con institutos y tecnologías confiables.
- Los profesionales de ventas deben dominar tanto las métricas tradicionales como las nuevas herramientas de análisis.
- Las métricas digitales aplicadas a la radiodifusión ayudan a posicionar a los medios como soluciones completas de comunicación.
- La venta basada en datos también beneficia a los anunciantes locales, con entregas personalizadas y más eficaces.
- Incluso en regiones sin acceso a estudios regulares, es posible calificar la audiencia y mostrar valor al anunciante.
- Los datos bien interpretados son activos comerciales. Ignorarlos es reducir el valor percibido del medio en el mercado publicitario.

- Dados fortalecem o discurso comercial com precisão, credibilidade e foco em resultados.
- Rádios e TVs abertas já têm dados relevantes, mas precisam integrá-los, atualizá-los e usá-los melhor.
- Deixar de usar dados é abrir espaço para concorrentes digitais que já vendem com segmentação e métricas em tempo real.
- Vender com dados exige cultura analítica, organização da informação e parceria com institutos e tecnologias confiáveis.
- Profissionais de vendas devem dominar tanto as métricas tradicionais quanto as novas ferramentas de análise.
- Métricas digitais aplicadas à radiodifusão ajudam a posicionar os meios como soluções completas de mídia.
- A venda baseada em dados também favorece anunciantes locais, com entregas personalizadas e mais eficazes.
- Mesmo em regiões sem acesso a pesquisas regulares, é possível qualificar a audiência e mostrar valor ao anunciante.
- Dados bem interpretados são ativos comerciais. Ignorá-los é reduzir o valor percebido do veículo no mercado publicitário.

1

**INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA,
INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Y MULTIPLATAFORMA**

**INOVAÇÃO TECNOLÓGICA,
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
E MULTIPLATAFORMA**

- Las emisoras que innovan alcanzan nuevos públicos y mejoran la experiencia de quienes ya las siguen.
- Las nuevas generaciones esperan encontrar radio y TV en los audífonos o en la pantalla que llevan en el bolsillo.
- Con creatividad y tecnología, el contenido de la radiodifusión puede vivir en todas las plataformas sin perder identidad.
- La convergencia no es solo técnica. Es estratégica: integrar radio, TV, app, redes y sitio web con coherencia editorial.
- La innovación tecnológica reorganiza cómo las emisoras producen, distribuyen, generan engagement y monetizan su contenido.
- La inteligencia artificial ya ayuda en la transcripción de entrevistas, guiones, curaduría de cortes y automatización de la programación.
- Los softwares inteligentes optimizan tareas operativas y liberan tiempo para lo que más importa: contenido de valor.
- La IA no reemplaza al comunicador con una marca personal fuerte. Al contrario, amplía su alcance y su eficiencia.
- Innovar exige capacitación, inversión, método y liderazgo que comprenda los cambios del ecosistema mediático.

- Emissoras que inovam alcançam novos públicos e melhoram a experiência dos que já as acompanham.
- As novas gerações esperam encontrar rádio e TV no fone de ouvido ou na tela que carregam no bolso.
- Com criatividade e tecnologia, o conteúdo da radiodifusão pode viver em todas as plataformas, sem perder identidade.
- A convergência não é só técnica. É estratégica: integrar rádio, TV, app, redes e site com coerência editorial.
- A inovação tecnológica reorganiza como as emissoras produzem, distribuem, engajam e monetizam seu conteúdo.
- Inteligência artificial já ajuda na transcrição de entrevistas, roteiros, curadoria de cortes e automação da grade.
- Softwares inteligentes otimizam tarefas operacionais e liberam tempo para o que mais importa: conteúdo de valor.
- IA não substitui o comunicador que tem forte marca pessoal. Pelo contrário, amplia seu alcance e sua eficiência.
- Inovar exige capacitação, investimento, método e liderança que compreenda as mudanças do ecossistema de mídia.

FERNANDO MORGADO

Conferencista y consultor de empresas y asociaciones de medios. Desarrolla proyectos estratégicos de alto impacto. Reconocido como Top Voice de LinkedIn.

Es profesor invitado en ESPM (Brasil) y en instituciones internacionales, uniendo teoría y práctica en la formación de profesionales.

Autor del best-seller *Silvio Santos – A Trajetória do Mito*, tiene libros y artículos publicados en varios países. Magíster en gestión de economía creativa. Conecta negocios, medios y comportamiento del consumidor.

Instagram: **@morgadofernando_**

LinkedIn: **@morgadofernando**

Linktree: **@fernandomorgado**

contato.fernandomorgado@gmail.com

FERNANDO MORGADO

Palestrante e consultor de empresas e associações de mídia. Desenvolve projetos estratégicos de alto impacto. Reconhecido como Top Voice do LinkedIn.

É professor convidado da ESPM e de instituições internacionais, unindo teoria e prática na formação de profissionais.

Autor do best-seller *Silvio Santos – A Trajetória do Mito*, tem livros e artigos publicados em diversos países. É mestre em gestão da economia criativa. Conecta negócios, mídia e comportamento do consumidor.

Instagram: [**@morgadofernando_**](#)

LinkedIn: [**@morgadofernando**](#)

Linktree: [**@fernandomorgado**](#)

[**contato.fernandomorgado@gmail.com**](mailto:contato.fernandomorgado@gmail.com)



VÁLEGA