



## *Carta aberta ao setor empresarial de Santa Catarina*

A ACAERT, como principal entidade representativa do segmento da comunicação catarinense, manifesta através desta Carta Aberta o setor empresarial do estado os seguintes pontos com relação impacto da pandemia do coronavírus em Santa Catarina:

### **Cenário social e econômico**

1 – As emissoras de Rádio e TV, cientes da sua responsabilidade social, não se privaram em nenhum momento do esforço de cobertura durante a pandemia para informar os catarinenses com responsabilidade e qualidade, ainda que esse trabalho exigisse do nosso segmento, cuidados redobrados para não expor ao risco nossos profissionais.

2 – Sensibilizados pelos apelos das autoridades estaduais, especialmente as da área da saúde, colocamos todo o nosso esforço em informar a população sobre a necessidade do protocolo de higiene recomendando pela Organização Mundial de Saúde - OMS e as medidas de isolamento social como as formas mais eficientes de achatar a curva de contaminação, evitando assim um colapso do atendimento de emergência.

3 – Como todos os segmentos econômicos de Santa Catarina, fomos impactados diretamente com a redução de receita desde o primeiro dia das medidas restritivas determinadas pelo Governo do Estado, que atingiram nossos principais clientes e anunciantes com o fechamento de seus negócios e empresas, ainda que parcialmente.

4 – Cientes dos efeitos de longo prazo para economia e o consequente impacto para empresas e trabalhadores, acompanhamos e noticiamos de forma técnica e responsável a negociação entre entidades de representação setorial e as autoridades, no sentido de permitir a abertura gradual da economia, sob o risco de uma nova crise social ainda maior quando vencido enfrentamento da doença.

5 – Por outro lado registramos um aumento exponencial do consumo da mídia Rádio e TV, atestada por pesquisas realizadas durante o período.

- a) **TV** - Segundo a Kantar Ibope Media, a TV registrou a sua audiência mais alta, desde 2015, no último dia 24 de março. O levantamento indica que das 20 maiores audiências diárias da TV nos últimos cinco anos, 11 ocorreram em março. Em média, os indivíduos estão assistindo 41 minutos a mais de tv durante a semana e 1h26 no finais de semana. Essa evolução é percebida em vários perfis de público e gêneros de programação, com destaque para o jornalismo: 79% da população considerem a TV o meio mais confiável para obter informações sobre o coronavírus.
- b) **Rádio** – O Rádio pelo seu caráter local tem servido como fonte de informação regional certificada. Vale lembrar que 83% da população é ouvinte de rádio. Três em cada cinco pessoas escutam o rádio todos os dias. Dados do site Tudo Rádio mostram quem o Brasil registrou um aumento de 16% no consumo de conteúdo

de rádio por streaming, o que vai ao encontro do que está acontecendo em todo o mundo. A rede inglesa BBC divulgou que a transmissão de suas emissoras de rádio tem registrado um aumento de 18% durante a Pandemia, por exemplo.

7 – Além do aumento do consumo de conteúdo, especialmente do jornalismo, as emissoras de Rádio e TV também registram altos índices de confiança e credibilidade por parte da população. Segundo a Kantar Ibope Media, 79% da população considerem a TV o meio mais confiável para obter informações sobre o coronavírus, pesquisa semelhante foi publicada pelo Datafolha no dia 23 de março, segundo o levantamento 61% dos entrevistados confiam no que é noticiado pela TV, seguido por 56% em jornais impressos e 50% em programas de rádio. Por outro lado, os entrevistados desconfiam dos conteúdos que chegam por whatsapp e facebook, nas duas plataformas o índice de confiança não passa de 12%. Esses números corroboram com outras pesquisas que medem o índice de confiança das pessoas com relação aos meios, como outra publicada pela XP INVESTIMENTOS em novembro de 2019, era pré-pandemia, que colocou o Rádio e a TV como líderes em confiança em oposição aos meios exclusivamente digitais já mencionados.

8 – Vale ainda ressaltar que segundo o estudo da Kantar Thermometer, realizado em todo o Brasil, 88% das pessoas esperam que as marcas informem suas iniciativas para lidar com a crise; 21% querem que as marcas sejam práticas e realistas e ajudem os consumidores no dia a dia; 20% gostaria que marcas mostrassem que a crise pode ser enfrentada e vencida.

### **Nossos compromissos**

- 1- Reiteramos nossos compromissos com o setor produtivo. **Vamos continuar firmes no propósito de informar, cobrar e ajudar o Estado a vencer essa crise com o menor dano possível**, tanto na preservação da vida como na amortização das consequências para o setor empresarial.
- 2- Nessa hora, mais do nunca, **precisamos de espírito público, de união e colaboração para poder enfrentar essa crise de forma conjunta e transparente. Precisamos pensar acima de interesses setoriais**. Este é um momento de construção mútua, de compreensão e de entendimento entre as autoridades públicas, os líderes empresariais e demais representantes da sociedade.
- 3- A radiodifusão, além de informar, tem a missão de formar opinião e **criar um ambiente positivo, promovendo mensagens de otimismo e que traga motivação à sociedade. Mensagens que incentivem os catarinenses a seguir em frente** quando tudo isso passar, e vai passar. Não podemos menosprezar a capacidade de superação do catarinense, que já foi provada por diversas vezes em enchentes, furacões e no dia a dia desde a nossa colonização.
- 4- **Estamos confiantes na retomada econômica do Estado**. O setor da radiodifusão, por meios das **emissoras de televisão e rádio, tem condições de ajudar neste momento** que a crise impactou a todos. Uma das armas para vencer a crise é a comunicação.

Temos todos os canais à disposição do setor produtivo para propagar as mensagens do meio empresarial para que precisa se comunicar com o mercado consumidor.

- 5- O setor da radiodifusão também foi afetado pela paralisação da economia. **Precisamos retomar nossa atividade a pleno vapor. Nossos profissionais não pararam, mesmo em meio às dificuldades, mantendo a população bem informada.** Assim como os profissionais da saúde, policiais, garis, atendentes do supermercado, caminhoneiros, trabalhadores da agroindústria que não pararam em nenhum momento para que a maioria da população pudesse ficar segura, em casa.
  
- 6- Agora é hora de unir esforços para poder superar essa crise. É preciso colocar a roda da economia em movimento e recuperar o tempo perdido. **Na hora de pensar em comunicação, pense na audiência e credibilidade dos nossos veículos de comunicação catarinenses.** Emissoras de televisão e rádio que estão presentes no cotidiano das comunidades, falando diariamente com milhões de pessoas. **É hora de pensar grande. Grande como o futuro que todos nós queremos. Pensar grande, como Santa Catarina.**



Silvano Silva  
Presidente ACAERT

ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO