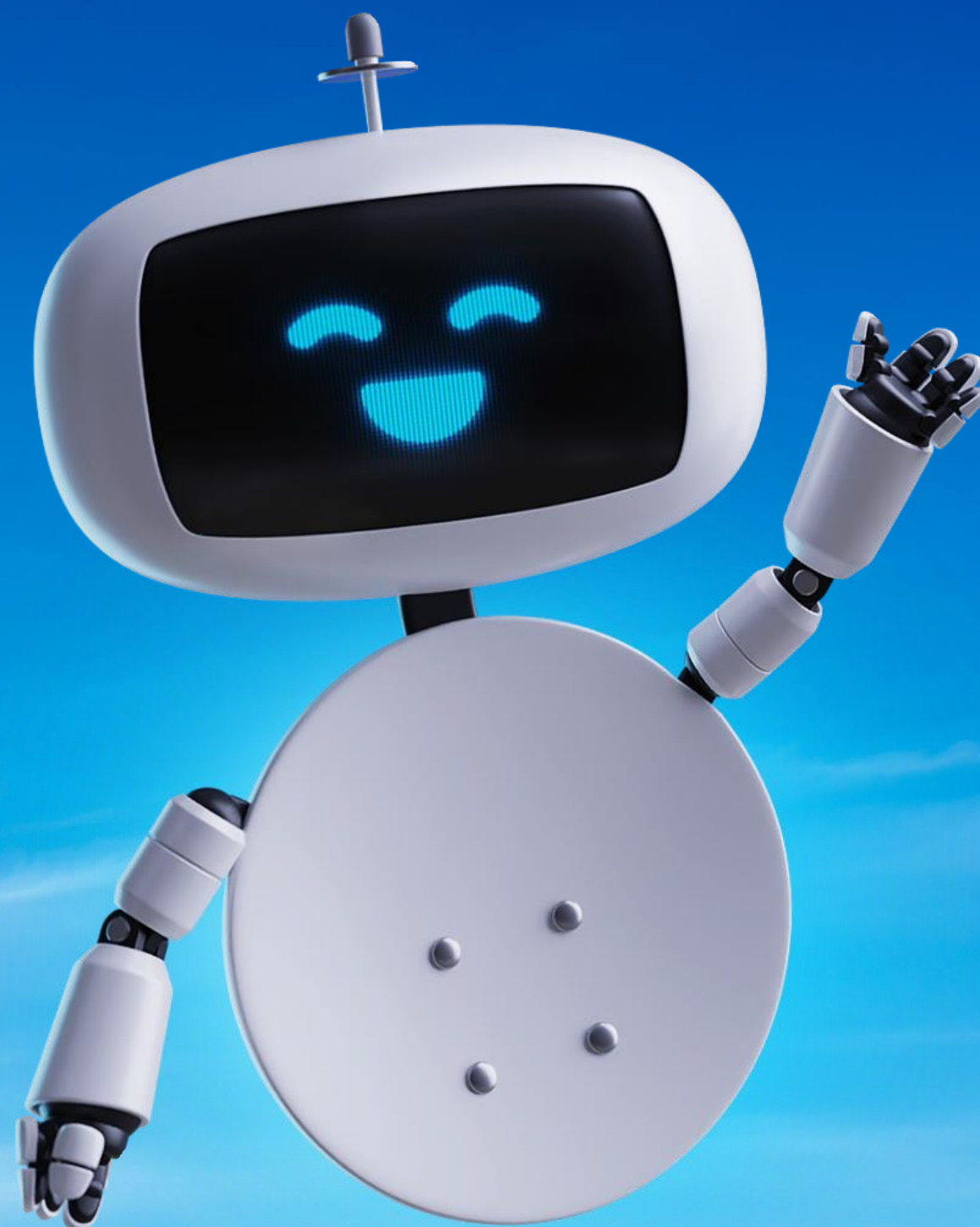




SIGA
ANTENANDO oficina

CONECTANDO VIDAS

Como a Siga Antenado garantiu, por meio da comunicação, o direito à informação e ao entretenimento nas comunidades mais distantes do Brasil





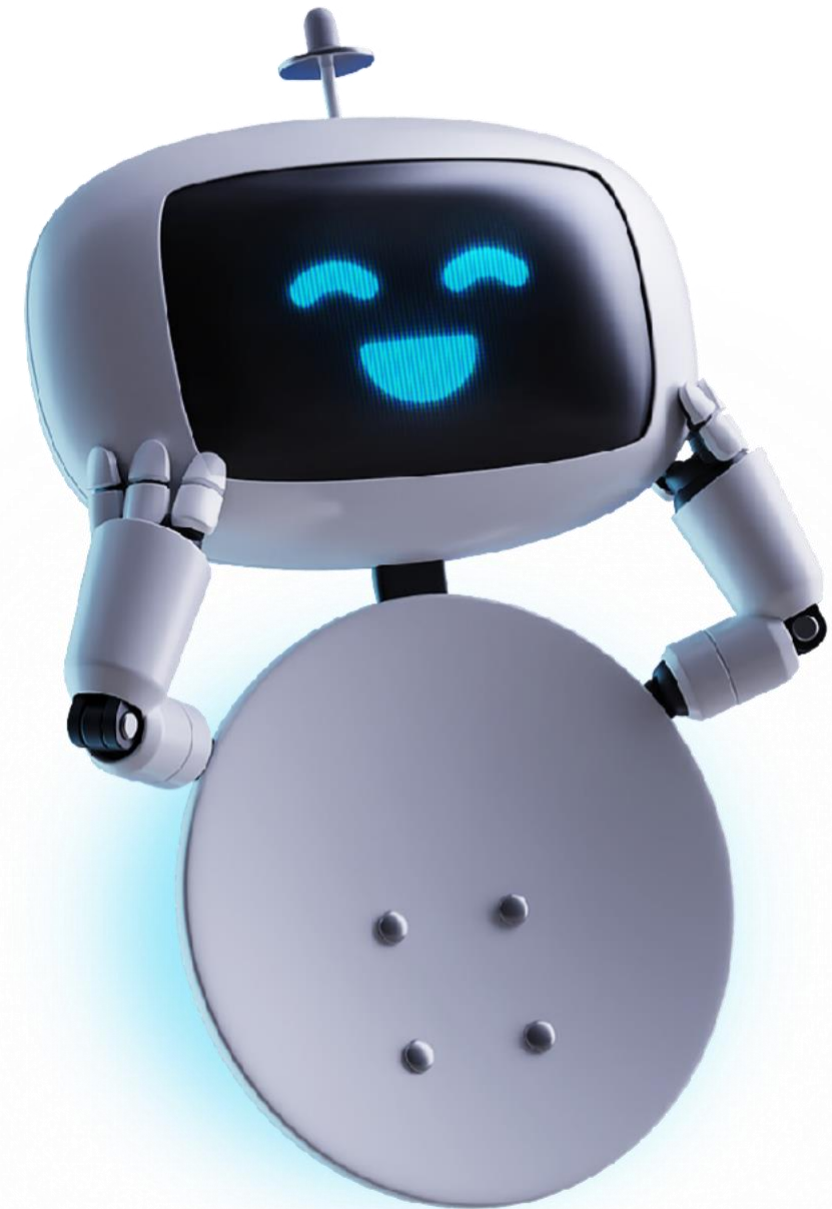
GERANDO IMPACTO

PROFUNDO E TRANSFORMADOR

"Morgen, laiwe tauhöörers un tauhöörersche!Hüüt wile wij oiwer dai noodwendigkët fortele, dai traditional parabolanten doir dai nijg digital forsete". "Bom dia, ouvintes! Hoje vamos falar sobre a necessidade de substituição da parabólica tradicional pela nova parabólica digital".

Com essa saudação, foi iniciada a entrevista concedida à rádio Rádio Pomerisch, em Santa Maria de Jetibá, no Espírito Santo, onde o **idioma pomerano** ainda ressoa entre as montanhas e as plantações. A mensagem do porta-voz da Siga **Antenado**, em português, foi cuidadosamente traduzida para o dialeto alemão pelo locutor local, garantindo que todos, desde os mais jovens até os mais idosos, compreendessem a urgência da migração da parabólica tradicional para a nova parabólica digital.

A investida da assessoria de imprensa da Siga Antenado em veículos tão pequenos, mas **com alta credibilidade** entre seus ouvintes e leitores, reflete o compromisso da comunicação trabalhada pela entidade para assegurar que ninguém seja esquecido na transição obrigatória da parabólica tradicional para a nova parabólica digital, em uma missão que precisava conversar, convencer e mobilizar famílias de menor renda de **todas as cidades do Brasil**.



Anteninha é o mascote criado pela Siga Antenado para se aproximar do público

UM CONTEXTO DESAFIADOR

A chegada do 5G no Brasil trouxe a necessidade de interromper a transmissão da programação de todas as emissoras de TV para a parabólica tradicional, muito presente como **única forma de acesso à informação** e entretenimento para **milhões de famílias brasileiras**. Era necessário orientar e mobilizar a população inscrita em programas sociais para acionar a Siga Antenado para instalar gratuitamente o kit com a nova parabólica digital como parte da política pública de telecomunicações do Governo Federal. Sem essa mudança, milhões de brasileiros, principalmente aqueles em **cidades e regiões mais isoladas**,

perderiam o **acesso** à programação dos canais abertos de **televisão**. Composta pelas operadoras que venceram os blocos nacionais do leilão do 5G — Claro, TIM e Vivo —, a **Siga Antenado** foi criada por determinação da Anatel para garantir que todas as famílias brasileiras, especialmente as **inscritas no CadÚnico**, continuassem a ter acesso gratuito aos canais abertos de televisão, mesmo após o fim da transmissão do sinal aberto para as parabólicas tradicionais. A **estratégia** para comunicar a população sobre essa substituição passou por evoluções curiosas, que **fugiram dos planejamentos clássicos**

de comunicação, marketing, PR. Conforme a atuação da Siga Antenado foi avançado pelo Brasil, o trabalho exigiu um **diálogo hiperlocal**, com estratégias e abordagens que pudessem captar as peculiaridades de comunidades que chegavam a **ter 839 habitantes**, como a cidade de Borá, interior de São Paulo. Para a Siga Antenado, criar oportunidades de relacionamento e construir diálogo com todas os municípios, independentemente do tamanho geográfico ou demográfico, tinha o mesmo valor de grandes regiões, que, simultaneamente, continuavam recebendo a mensagem da necessidade da troca de parabólicas.

CONECTANDO DIVERSIDADES

No país desenhado por **um mosaico de culturas, línguas e tradições**, com vastas regiões onde a comunicação muitas vezes precisa chegar por dialetos locais ou por meio de instituições criadas a partir da comunidade, como igrejas e associações de moradores, o desafio foi encontrar a melhor maneira de ouvir e ser ouvida, mesmo que precisasse adotar linguagem e até dialetos específicos.

A Siga Antenado também precisou

superar os desafios logísticos para assegurar que sua mensagem chegasse, nem que fosse de barco, bicicleta ou pelo alto-falante no poste da rua. Isso exigiu uma adaptação contínua da estratégia de comunicação, que foi moldada para **refletir a diversidade do país** e atender às necessidades específicas de cada comunidade, garantindo que ninguém perdesse o acesso à TV e, conseqüentemente, à informação e ao lazer.



ESTRATÉGIAS UTILIZADAS

A equipe responsável pela comunicação da Siga Antenado entendeu que uma abordagem genérica não seria suficiente para alcançar todas as comunidades brasileiras. Criou-se uma **estratégia hiper-regionalizada**, com uma **rede de comunicação** que se espalhou por **todo o território nacional**.

Formada por assessores de imprensa locais, a rede teve o propósito de trabalhar para compreender as **nuances culturais e linguísticas** de suas regiões. Além de mapear a mídia tradicional, essa rede desenhava um raio-X de como era possível falar com cada população residente nas cidades com agendamento aberto para troca

da parabólica antiga pela nova parabólica digital. Esse **retrato real da cultura local** abriu portas para que os porta-vozes da Siga Antenado fossem recebidos e tratados com proximidade, **adaptando** as mensagens-chave ao tom de voz e ao ritmo de cada um veículo, cada uma comunidade.

Em Santa Maria de Jetibá, no Espírito Santo, as **entrevistas em pomerano** para rádios locais foram essenciais para garantir que a mensagem fosse compreendida por todos. Na cidade de Brejo Grande, no Pará, a mensagem foi passada no único meio de comunicação local, **uma rádio-bicicleta**, que transmitia para a

população as notícias das sessões da Câmara de vereadores enquanto o comunicador pedalava pela cidade. A comunicação também foi feita por meio de **emissoras religiosas**, como a TV Século 21, Canção Nova, Rede Vida, TV Aparecida e Rádio Aparecida.

Esses canais desempenham um papel fundamental na vida de muitos cidadãos, sendo fontes primordiais de informação e orientação espiritual. A confiança que o público deposita nesses veículos foi crucial para a Siga Antenado, pois garantiu que a mensagem sobre a troca das parabólicas fosse recebida com atenção e credibilidade.

ESTRATÉGIAS UTILIZADAS

Embora nem sempre estejam no mailing clássico, esses canais informam e criam uma conexão emocional com o público.

Em São Carlos, no interior de São Paulo, quem desempenhou papel estratégico foram os **veículos de comunicação universitários**, que influenciam a vida de inúmeros estudantes da região, que se tornam multiplicadores da informação. A Rádio Universitária de São Carlos, por exemplo, é uma voz importante para a comunidade acadêmica, alcançando cidades como Ribeirão Preto, Rio Claro e Araraquara, e promovendo um espaço para debates e divulgação de iniciativas educacionais e culturais.

Da mesma forma, a Rádio SDS, na mesma cidade, exerce uma função essencial na região, informando a população local sobre programas sociais e outros temas de interesse público, como a troca das parabólicas tradicionais pelas digitais.

Estratégias semelhantes foram adotadas no Piauí e no Rio Grande do Norte, para mobilizar a população universitária e seus familiares. Esses meios de comunicação não só facilitam a difusão de conhecimento, mas também ajudaram a **estreitar a relação com comunidade**.



MENSAGEM MULTIPLICADA POR ESTUDANTES

CONTEÚDO REGIONALIZADO

Ao se inserir junto às comunidades por meio dos comunicadores locais, a Siga Antenado enxergou a oportunidade de extravasar a operação tradicional de propor releases e porta-vozes para produzir conteúdos adaptados às realidades locais. A rede de assessores entrevistou personagens, identificou pautas que aproximariam a Siga Antenado do público-alvo, produziu reportagens em áudio, vídeo ou texto e enviou aos milhares de veículos locais conteúdos prontos para serem publicados. A curadoria de conteúdo também possibilitou mostrar que a substituição das parabólicas tradicionais pelos modelos digitais poderia **impactar de maneira positiva a vida da população**, principalmente, os públicos C2 e D/E.

Com mais de **100 conteúdos originais** disparados à imprensa – rádios (tradicionais, comunitárias, de poste, de bicicleta), blogs, TVs, sites, jornais impressos (de circulação local, regional e até mesmo os segmentados) – foi mostrado que era possível “estudar para o Enem por meio de programas educativos na TV”; “assistir aos jogos olímpicos com mais qualidade de som e imagem”; “reforçar a fé com programas religiosos”; “acompanhar desfiles e festas locais de carnaval” ; entre outras ações e serviços, por meio da nova parabólica digital.



**+ DE 100 CONTEÚDOS ORIGINAIS
PREPARADOS PARA A IMPRENSA**

CAMPANHAS E COLETIVAS

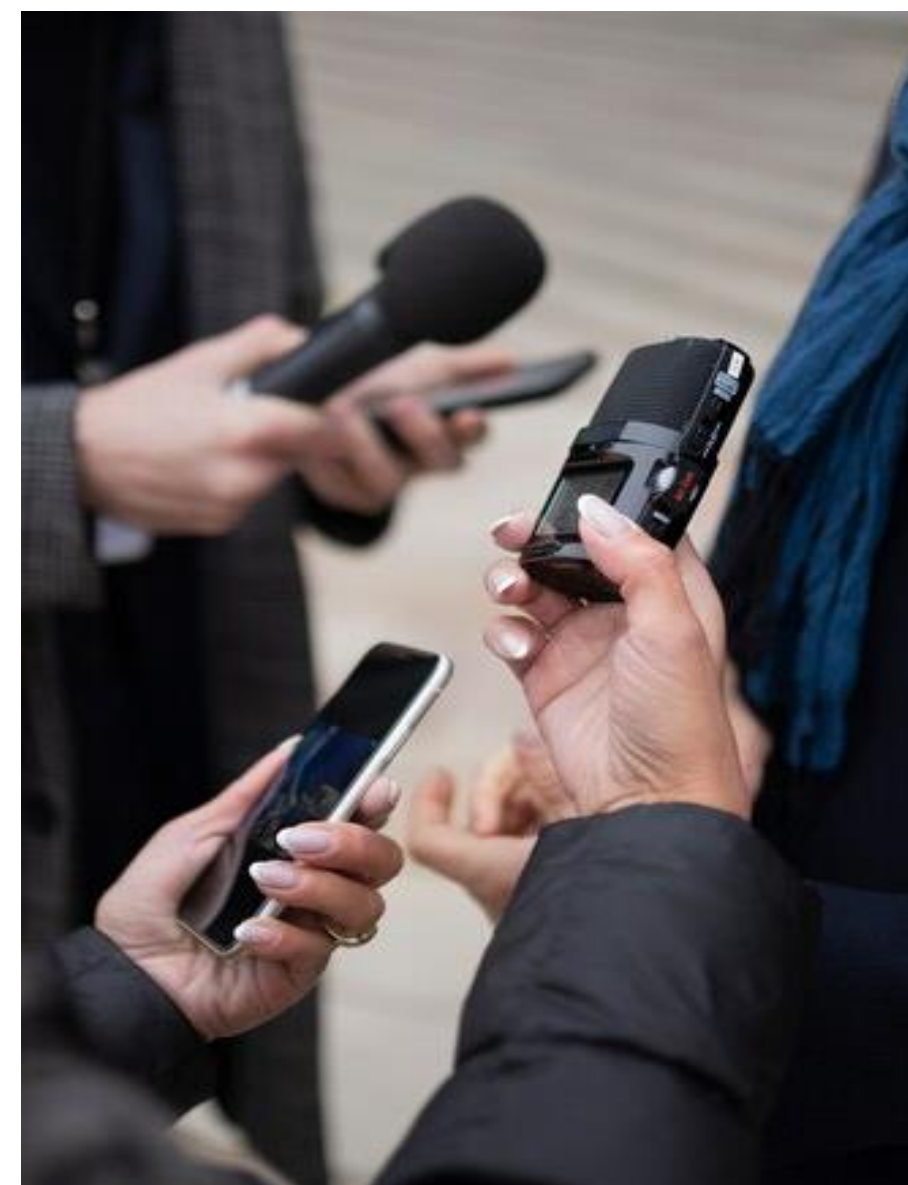
Para garantir a máxima cobertura e engajamento, a Siga Antenado realizou campanhas de comunicação que abrangeram **4,5 mil municípios em todo o Brasil**. As coletivas de imprensa, tanto online quanto presenciais, e as visitas às redações locais completaram a estratégia de aproximação para fortalecer a credibilidade da mensagem e garantir que ela fosse disseminada de forma ampla e eficaz.

Essas ações ampliaram a visibilidade da Siga Antenado e estabeleceram

uma rede de comunicação robusta e confiável, essencial para alcançar as comunidades mais distantes e garantir que a mensagem fosse compreendida por todos.

O resultado foi tão amplo que a Siga Antenado virou uma das marcas mais comentadas pela imprensa quando o assunto era tecnologia ou acesso a ela. De janeiro de 2023 a julho de 2024, **a entidade foi citada** (direta ou indiretamente pela mídia nacional, regional e hiperlocal) **mais de 10 mil vezes**.

ATÉ O PRIMEIRO SEMESTRE DE 2024, O TRABALHO DE IMPRENSA CHEGOU A MAIS 4,5 MIL CIDADES DO PAÍS, SENDO CITADA MAIS DE 10 MIL VEZES



A nuvem de palavras abaixo relaciona **os assuntos de telecomunicação mais abordados** pelas redes sociais da imprensa em 2023. Os termos ligados ao trabalho da EAF/Siga Antenado mostram uma lembrança muito relevante.



DISTRIBUIÇÃO DE ÁUDIO RELEASES

Para intensificar as ações hiperlocais e compreendendo a importância do rádio como meio de comunicação em muitas regiões do Brasil, a Siga Antenado distribuiu áudios releases específicos para emissoras de pequeno e médio portes. Esse material era adaptado para refletir as particularidades de cada região. Mais de **3,5 mil rádios** replicaram os conteúdos por todo o Brasil.

A reprodução em diferentes horários garantiu que a mensagem alcançasse uma ampla audiência, incluindo aqueles que, de outra forma, poderiam não ter acesso à informação. Essa ação foi fundamental para manter a população informada e engajada no processo de migração.

EM POUCO MAIS DE UM ANO E MEIO, MAIS DE 3,5 MIL RÁDIOS VEICULARAM OS CONTEÚDOS DE ÁUDIO RELEASES



ENGAJAMENTO LOCAL

Ninguém melhor para cancelar o trabalho de comunicação do que os próprios beneficiários que estavam vivendo o novo momento de assistir TV. Em todas as regiões do país foram feitos vídeos com a própria população explicando a importância do benefício, gerando identificação e pertencimento, mostrando o impacto real e positivo do projeto.

A família de Maria Nazaré Firmino, moradora de Ceará-Mirim (RN), é uma das 3,7 milhões que tiveram seu dia a dia transformado pela nova tecnologia. "Fiz o agendamento e agora assistir à TV é outra coisa. Acabou o sofrimento". Com o novo equipamento, a qualidade da imagem e do som melhorou significativamente, e ela pode continuar assistindo às missas, enquanto sua filha e netos aproveitam outros canais.

**MARIA NAZARÉ, A FILHA E OS NETOS
TÊM NA TV O PRINCIPAL
ENTRETENIMENTO DA FAMÍLIA**



RENOVAÇÃO DA FÉ

Para Julieta Teixeira de Andrade, de 82 anos, moradora de Belo Horizonte (MG), a nova parabólica digital trouxe mais do que uma simples melhoria na qualidade de imagem. Ela trouxe uma forma de continuar exercendo sua fé, mesmo sem poder frequentar a igreja devido a problemas de saúde. "Acompanhar aos canais religiosos dá a ela uma sensação de ocupação," explica a filha da idosa, Renata Teixeira de Souza. Agora, Julieta tem uma rotina de assistir às missas e aos programas religiosos, o que ajuda a preencher seus dias com alegria e fé.



PARA JULIETA, A NOVA PARABÓLICA GARANTIU QUE ELA CONTINUASSE A PARTICIPAR DAS AÇÕES DE SUA COMUNIDADE RELIGIOSA

CONEXÃO

Em Curitiba (PR), dona Valtelina Borges, de 76 anos, encontra na televisão uma forma de conexão com seus oito filhos, que se revezam nos cuidados diários dela devido ao Alzheimer. Para Daniel Borges, um dos filhos, a TV é essencial para acalmar e entreter a mãe. "Assistimos a filmes, jogos e novelas, principalmente as antigas, pois ela consegue se lembrar do que passou. A TV faz muito bem a ela", relata. A troca para a nova parabólica digital trouxe de volta a qualidade de imagem que a família precisava para continuar essa rotina de cuidados e memórias.



**OS FILHOS DE VALTELINA, QUE TEM
ALZHEIMER, ENCONTRAM NA TV UMA FORMA DE
RECORDAR AS LEMBRANÇAS DA MÃE**

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE

Em Cuiabá (MT), a aposentada Maria Egina Costa Campos, de 70 anos, usa a televisão como uma ferramenta essencial para combater a desinformação. "Eu preciso ver o jornal diariamente. Vou saber da notícia por outras pessoas? Sei lá se estão falando certo... Por isso, tenho que assistir ao jornal", afirma. Junto com sua filha e netos, ela ficou sabendo da Siga Antenado e rapidamente agendou a instalação da nova parabólica digital. "Foi muito rápido, até me admirei. A TV é muito importante, ainda mais na minha idade," ressalta ela.

Os relatos dos beneficiários, compartilhados nas redes sociais e em outros canais de comunicação – por meio de kits de imprensa enviado aos veículos – , trouxeram uma dimensão humana ao projeto, destacando como a Siga Antenado não apenas assegurou o acesso à TV, mas também fortaleceu o vínculo das pessoas com suas comunidades e suas raízes culturais.



RESULTADO E IMPACTO

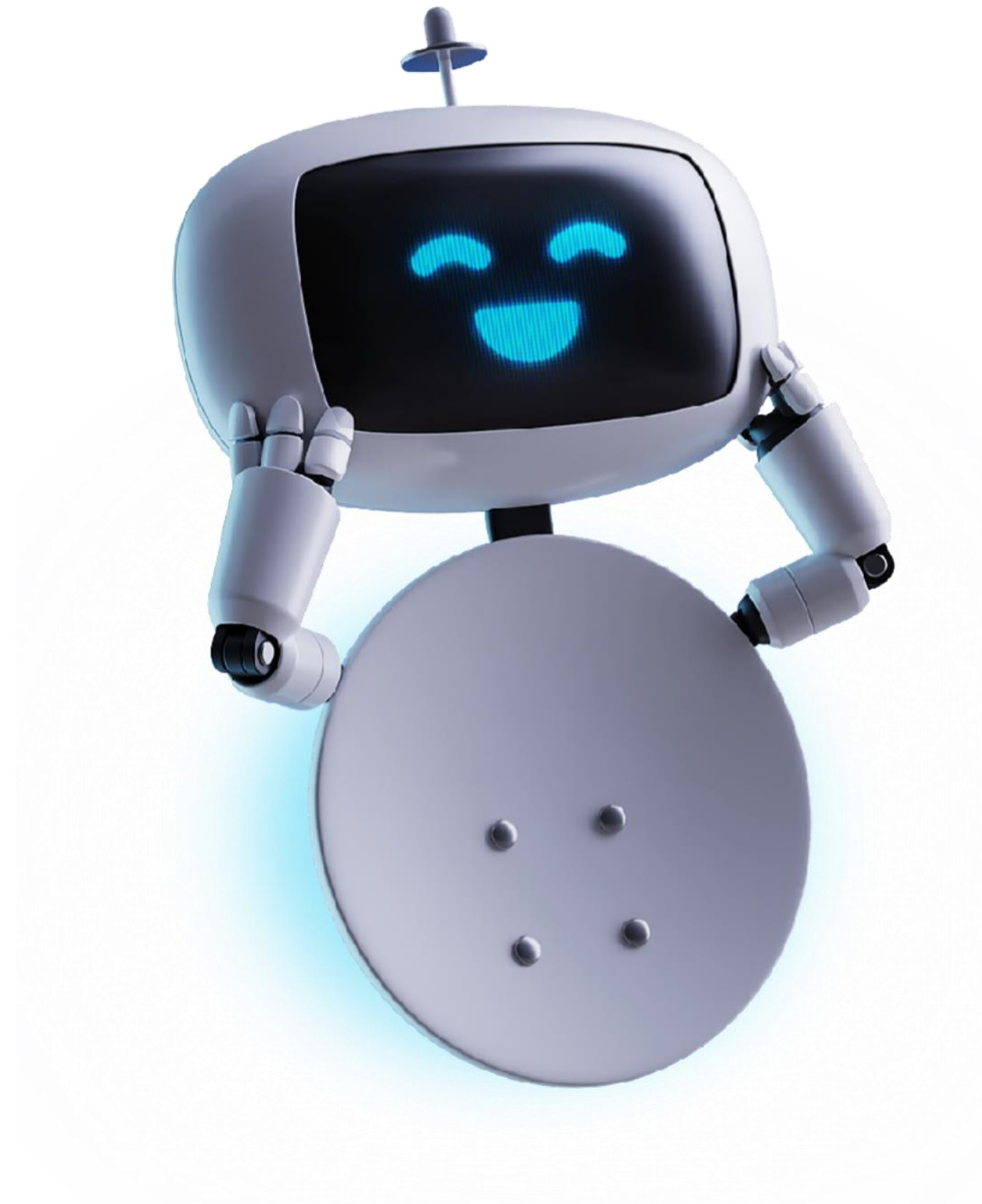
De janeiro de 2023 a junho de 2024, a Siga Antenado alcançou **10.770 inserções espontâneas**, das quais 6.672 foram em veículos **regionais** e/ou **hiperlocais**. A investida em rádio locais, como as pomeranas, religiosas e universitárias, gerou **380 entrevistas** e notícias e mais de **4 mil** inserções de áudio releases em emissoras hiperlocais durante todo o período. São muitas horas de conteúdo significativo e culturalmente adaptado, garantindo que a comunicação fosse compreendida por milhões pessoas. O impacto social do projeto Siga Antenado foi profundo e transformador. Ao garantir **que todos**

os brasileiros, independentemente de onde vivem, não perdessem o sinal dos canais abertos de TV, a Siga Antenado preservou um direito fundamental: o acesso à informação, à cultura e ao lazer. Em muitas comunidades, a televisão ainda é o principal e o mais confiável meio de conexão com a informação e o mundo fora da comunidade. A Siga Antenado assegurou que essa conexão fosse mantida e fortalecida, respeitando e valorizando as culturas locais. Embora os números da estratégia de comunicação sejam grandiosos, o principal resultado do trabalho é que mais de **3,7 milhões de famílias foram beneficiadas** com a instalação

gratuita do kit com nova parabólica digital, que oferece melhor qualidade de som e imagem, além de uma programação mais diversificada em mais de **80 canais**, inclusive regionais. São benefícios que vão além do entretenimento, impactando diretamente a **qualidade de vida e o acesso à educação e à informação para milhões de brasileiros**. Por meio da estratégia que optou pela abordagem hiper-regionalizada e profundamente sensível às realidades locais, a Siga Antenado conseguiu não apenas atingir seus objetivos, mas também valorizar as **raízes culturais** e respeitar as singularidades de cada uma **comunidade**.

O QUE APRENDEMOS

A experiência com o projeto Siga Antenado trouxe valiosas lições. A principal delas é a importância de uma comunicação que seja verdadeiramente **adaptada às realidades locais e culturais**. O engajamento comunitário, por meio de vozes autênticas e respeitadas, mostrou-se essencial para o sucesso da iniciativa. Além disso, a necessidade de uma abordagem sensível e respeitosa ao lidar com comunidades diversas foi reforçada ao longo do projeto, destacando a importância de um compromisso contínuo com a inclusão em todas as ações de comunicação.



Imagens: Freepik e Siga Antenado/Divulgação



SIGA
ANTEN**DO** *oficina*