

OPINIÃO

Publicidade na era do streaming: Fast, SVOD e AVOD TV

Paulo Fernandes (*)

O cenário da TV no Brasil está passando por uma transformação significativa com a ascensão dos formatos Fast, AVOD e SVOD, cada um trazendo dinâmicas únicas e oportunidades para os anunciantes.

2022. Esse modelo apresenta uma oportunidade valiosa para os anunciantes, uma vez que os anúncios nessas plataformas podem ser mais eficazes devido à personalização e ao engajamento direto com o conteúdo de interesse do usuário.

Os serviços SVOD (Subscription Video On Demand), embora não ofereçam espaço para publicidade direta devido à sua natureza paga e livre de anúncios, mantêm uma base sólida no Brasil. Segundo a Comscore, os brasileiros assinam uma média de 4,7 serviços pagos (SVOD), com um crescimento de 72% em relação a 2022. Além disso, 55% dos entrevistados preferem pagar mais por serviços SVOD sem publicidade. Embora esses serviços não ofereçam espaço para publicidade direta, a parceria com plataformas SVOD para produções de conteúdo patrocinado e branded content pode ser uma estratégia eficaz para alcançar uma audiência mais sofisticada. Os insights sobre o comportamento do consumidor nessas plataformas podem ser utilizados para informar estratégias em outros canais, aproveitando tendências e preferências emergentes.

Diante da evolução do consumo de mídia e da diversificação das plataformas, é essencial compreender o potencial de cada categoria no contexto do mercado publicitário.

Os serviços Fast (Free Ad-Supported Streaming TV) têm se expandido rapidamente no Brasil, oferecendo uma variedade de canais ao vivo e conteúdos sob demanda, todos financiados por publicidade. Essa tendência reflete uma mudança no comportamento do consumidor, que busca alternativas acessíveis e variadas aos tradicionais serviços de TV paga. Segundo a Comscore, a oferta de AVOD no Brasil está em processo de desenvolvimento, mas há uma expectativa de crescimento nos investimentos à medida que essa oferta aumenta.

Para os anunciantes, essa expansão do Fast TV representa a possibilidade de alcançar uma audiência ampla e diversificada sem a barreira dos custos de assinatura. Além disso, o formato Fast frequentemente oferece um custo por impressão mais acessível, proporcionando um retorno mais eficaz sobre o investimento publicitário.

Os serviços AVOD (Advertising-Based Video On Demand) também têm ganhado destaque. Eles permitem que os consumidores acessem vídeos sob demanda gratuitamente com a inclusão de anúncios, uma opção que se alinha ao desejo crescente de evitar assinaturas pagas. A pesquisa da Comscore revela que os brasileiros assinam, em média, 3,5 serviços com suporte a anúncios (AVOD e FAST), e os serviços gratuitos aumentaram 125% em comparação com

(*) General Manager da Siprocal.

Goldman Sachs aposta em veículos elétricos

Avanços tecnológicos e a redução nos custos de produção de baterias devem tornar os veículos elétricos mais acessíveis, segundo o grupo financeiro Goldman Sachs.

Vivaldo José Breternitz (*)

No entanto, essa previsão contrasta com a atual realidade do mercado, marcada por um excesso de oferta, preocupações com o impacto ambiental trazido pelas baterias e restrições à exportação de terras raras impostas pela China, material fundamental para a fabricação desses componentes.

Para justificar sua previsão, o Goldman Sachs argumenta que os preços das baterias tendem a cair significativamente nos próximos anos, impulsionados pela rápida evolução da tecnologia de fabricação e que essa queda tornará os carros elétricos competitivos em termos de preços.

Essa tendência, segundo a instituição, levará a um forte crescimento da demanda a partir de 2026. Embora as baterias de lítio devam continuar dominando o mercado, alternativas como as baterias de estado sólido poderiam revolucionar o setor de veículos elétricos.



PhonlamaiPhoto_CANVA

No entanto, fatores como políticas de subsídios governamentais oferecidos a fabricantes e compradores, bem como as tensões geopolíticas entre os Estados Unidos e a China podem influenciar

significativamente essas projeções do Goldman Sachs.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

19/10 – Dia do Profissional de Informática: mulheres são só 18% dos estudantes na área

Os dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, o Inep, mostram que o mercado de tecnologia e informática ainda está longe de alcançar a equidade de gênero. Isso porque em 2023, no último Censo do Ensino Superior, das mais de 720 mil matrículas realizadas nos 84 cursos da área de informática no país, apenas 18,67% eram mulheres. E o dado piora bastante quando se trata de alunas que concluem os cursos. Das cerca de 135 mil mulheres que se matriculam, apenas 14.030 terminaram os estudos.

No dia 19 de outubro, em que se comemora o dia do profissional da informática, Rachel Reis, docente do Departamento de Informática da UFPR, relembra a importância de movimentos que tragam cada vez mais as mulheres para o campo da tecnologia. “Temos avançado nesse sentido, até porque hoje as meninas estão muito mais próximas dessa realidade. Até pouco tempo, muitas mulheres achavam que a área de TI era de certa forma assustadora. Hoje, já não tem mais esse tabu”, conta ela, que coordena o projeto de extensão concat(Gurias), formado por uma equipe de sete mulheres estudantes dos cursos de Ciência da Computação e Informática Biomédica do Departamento de Informática da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Outro ponto relevante dos dados divulgados pelo Inep, está o de uma procura muito maior nas instituições de ensino superior da rede privada. Para se ter uma ideia, das 14 mil mulheres concluintes dos cursos de informática, somente 2.566 eram da rede pública. Ainda, o alto índice de evasão durante o curso deve ser um ponto a ser considerado. “Tanto na rede pública quanto na privada há uma queda significativa no número de meninas que



Foto: Arquivo pessoal

A professora Rachel Reis (de casaco claro) e algumas das alunas do projeto concat(Gurias).

entram e saem da universidade. Então, além de estimular a entrada, é preciso garantir políticas estudantis e projetos de extensão que garantam essa permanência em sala de aula”, reforça a coordenadora do concat(Gurias).

Em 2023, o projeto participou ativamente de iniciativas da Secretaria Municipal da Educação da capital paranaense, com o objetivo de promover o pensamento computacional entre estudantes e, principalmente, desmistificar a informática para os alunos e, em especial, as meninas. “Participamos do programa ‘Cientistas na Escola’ e do evento de ‘Premiação de Estudantes e Professores na Olimpíada Brasileira de Robótica’, ambos envolvendo estudantes do ensino fundamental de Curitiba. Na universidade, foi criado o grupo de estudos ‘Alg1 para Mulheres’, com o propósito de apoiar alunas da graduação da UFPR nas disciplinas de programação”, conta Rachel.

De maioria a minoria
Poucos sabem, mas no início dos cursos

de computação as mulheres já foram maioria. Isso porque o ato de computar estava ligado à matemática, curso em que a presença das mulheres era expressiva. Segundo o pesquisador estadunidense Steve Lubar, em seu artigo “Men/Woman/Production/Consumption”, quando os primeiros computadores começaram a ser utilizados a informática era uma área feminina, uma vez que as mulheres tradicionalmente realizavam a atividade de “computar”, ou seja, realizar cálculos para os cientistas. Ainda segundo o estudioso, muitas das pioneiras da informática eram formadas em matemática e ciências, com doutorado em matemática.

“Com o tempo, isso foi mudando, e os homens acabaram tendo mais espaço dentro da área da tecnologia. No entanto, projetos como o Concat Gurias querem mudar esse cenário. A gente sabe que é um longo caminho e também não é uma luta que um dia será finita, mas temos certeza que a gente consegue melhorar esses dados”, finaliza Rachel.

BASF e Espro oferecem curso gratuito de capacitação para jovens LGBTQIAPN+ e mulheres negras em São Bernardo do Campo

Uma nova parceria entre a indústria química BASF e o Espro (Ensino Social Profissionalizante) – entidade sem fins lucrativos especializada na capacitação e inserção de novas gerações no mundo do trabalho – promove em São Bernardo do Campo (SP), a partir de 6 de novembro, curso gratuito de capacitação profissional para adolescentes e jovens mulheres negras e/ou pertencentes à comunidade

LGBTQIAPN+. Inscrições podem ser feitas pela internet, por meio do link (<https://fimt.espro.org.br/cadastrocurriculo>).

O programa, intitulado Jovem Forte - Empregabilidade e Diversidade, vai oferecer 60 vagas afirmativas para jovens com idades entre 16 e 23 anos. Os encontros vão acontecer de segunda a sexta-feira, divididos em duas turmas (uma no período da manhã, das 8h às 12h; e outra à

tarde, das 13h às 17h), com término previsto para o dia 13 de dezembro.

A trilha de conteúdos faz parte do projeto de Formação para o Mundo do Trabalho (FMT) do Espro. Serão 100 horas de treinamentos presenciais, abordando tanto habilidades técnicas (hard skills) quanto o desenvolvimento de competências socioemocionais (soft skills).

News @TI

Vibra é destaque em prêmio de inovação aberta
A Vibra, maior distribuidora de combustíveis e uma das maiores empresas de energia do Brasil, alcançou um resultado de destaque e vem se tornando referência entre as empresas que mais praticam inovação aberta com startups no país, segundo o ranking divulgado na 9ª Edição do Ranking 100 Open Startups, da Open Startups. No segmento de corporações de Varejo e Distribuição, a companhia ficou em 1º lugar, pelo relacionamento de negócios com startups, a partir dos dados gerados pelo mercado. Já no ranking geral da TOP 100 Open Corps, subiu 13 posições na classificação em relação ao ano passado, e ocupa o 6º lugar.

Stefanini é o maior investidor em startups de tecnologia pelo segundo ano consecutivo
O Grupo Stefanini conquistou, pelo segundo ano seguido, o primeiro lugar na categoria Serviços e Consultoria de TI do Ranking 100 Open Startups 2024, o maior ranking corporativo da América Latina. Este reconhecimento reafirma a posição da Stefanini como a empresa que mais investe em startups no Brasil, promovendo inovação e desenvolvimento tecnológico no país (<https://stefanini.com/pt-br>).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Editores
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Responsável: Lilian Mancuso

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.