

Ed. 215 - Mar / 2024

# amirt

ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE RÁDIO E TELEVISÃO



## BDMG PROPÕE ACORDO COM ASSOCIADOS DA AMIRT

**SET SUDESTE 2024**

PRESIDENTE DA AMIRT PARTICIPA DO EVENTO PÁG.9

**PRESIDENTE LULA VISITA BELO HORIZONTE**

LULA APRESENTA BALANÇO DAS AÇÕES DO GOVERNO  
PARA O ESTADO PÁG.10

**ALTA PRECISÃO NO FORNECIMENTO DE SISTEMAS IRRADIANTES PARA FM E TV DIGITAL E DE COMPONENTES E ACESSÓRIOS PARA BROADCAST**

**EFTX**

**Broadcast: Television & Radio**

**FAVARO & ELIAS FABRICAÇÃO DE ANTENAS LTDA**

- **Projetos elaborados por equipe de engenharia altamente experiente**
- **Campo de Provas, além de área especial de testes para antenas de FM**
- **Simulação de cobertura e aferição em campo de sistemas em operação através do uso de drones e de unidades móveis**
- **Equipes de instalação e gerenciamento de projetos, suporte pós venda com rapidez de resposta assegurando conforto aos clientes e instaladores**
- **Garantia estendida de produtos e sistemas em Broadcast**
- **Possui laboratório mais completo com instrumentação própria para análise e desenvolvimento de sistemas de RF**

**www.eftx.com.br**

**19 99853 7007  
19 98145 6085  
19 99699 6350  
35 99159 1318**

## Mensagem do presidente

*Rádio mineiro: uma potência multimídia em constante crescimento*

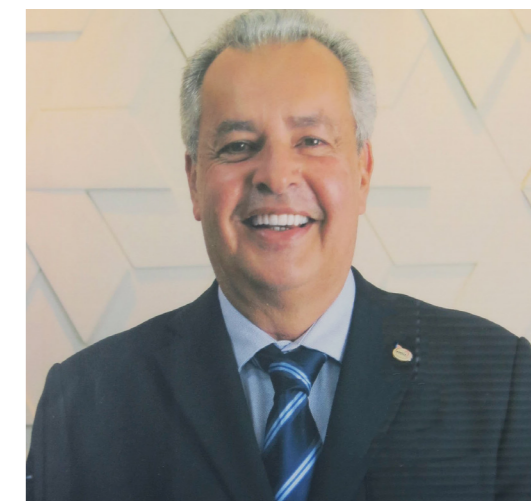
Em um cenário dinâmico de meios de comunicação, o rádio tem se destacado como uma força multimídia em notável crescimento. Longe de ser apenas um veículo de transmissão sonora, o rádio evoluiu para uma plataforma diversificada, formatos e linguagens para se adaptar às necessidades do público moderno. As transmissões ao vivo agora coincidem com podcasts, playlists personalizadas e conteúdo sob demanda, oferecendo uma experiência multimídia rica e variada.

Em Minas Gerais, o rádio não apenas assume uma posição de destaque, mas também demonstra uma crescente relevância. Conforme a pesquisa realizada pelo Kantar Ibope em agosto de 2022, três em cada quatro mineiros sintonizam o rádio regularmente, sendo que 45% dedicam tempo a essa mídia ao longo de cinco dias por semana. Esses números destacam a importância vital do rádio na vida cotidiana dos mineiros, com 56% considerando-o um companheiro constante.

Quando falamos da eficácia da publicidade no rádio, os números continuam impressionantes. Um expressivo 87% dos ouvintes recordam-se dos comerciais veiculados, enquanto notáveis 53% afirmam ter realizado compras motivadas por anúncios ouvidos no rádio. Além disso, as emissoras de rádio de Minas Gerais detêm uma considerável credibilidade, com 82% dos ouvintes confiando no conteúdo veiculado e 74% acreditando que os melhores eventos são produzidos ou transmitidos por essas emissoras locais.

Hoje, orgulhamo-nos de nos posicionar como uma empresa multimídia, as emissoras agora operam em diversas plataformas, desde transmissões tradicionais até presenças online. Essa integração proporciona aos ouvintes uma experiência mais completa, permitindo o consumir conteúdo de maneiras adaptadas às suas preferências. Nesse contexto, o rádio destaca-se como um conhecedor íntimo de seu público-alvo.

Reconhecemos que o conteúdo local é nosso maior ativo. Independentemente da plataforma, o rádio permanece imbatível em nível regional, proporcionando uma conexão autêntica e duradoura com os ouvintes mineiros.



**Mayrinck Pinto de Aguiar Júnior**  
Presidente da AMIRT

### Sumário

<b>4</b> Expediente	<b>14</b> Carnaval em MG
<b>5</b> Contos das Gerais	<b>16</b> Artigo
<b>6</b> Vidas Mineiras	<b>18</b> Parceria
<b>7</b> Webinar Secom	<b>19</b> Nomeações
<b>8</b> Artigo	<b>20</b> Classificação Indicativa no Rádio
<b>9</b> SET Sudeste	<b>21</b> Aniversários
<b>10</b> Visita à Minas	<b>23</b> Artigo
<b>12</b> Artigo	

# Diretoria da AMIRT

**Presidente:** Mayrinck Pinto de Aguiar Júnior  
Rádio Brasileira de Divinópolis Ltda. - Divinópolis/MG

**Vice-Presidente:** Bruno Araújo Torres  
Sociedade Rádio Montanhese Ltda. - Viçosa/MG

**Presidente de Honra:** João Bosco Torres  
Sociedade Rádio Montanhese Ltda. - Viçosa/MG

**Diretor Jurídico:** Agostinho de Rezende Campos  
Sociedade Rádio Carijós Ltda. - Conselheiro Lafaiete/MG

**Diretora Artística:** Cassia Maria Nunes Menezes  
Rádio Antártida FM Ltda. - Itabira/MG

**Diretora de Eventos:** Valeria Zoroastro Nascimento Mendonça de Castilho  
Rádio Vanguarda do Vale do Aço Ltda. - Ipatinga/MG

**Diretor Divulgação:** Rogério Silva Santos  
Rede Mineira de Rádio e Televisão Ltda. - Uberlândia/MG

**Diretor Comercial:** André Luís da Costa Dias  
Globo Comunicação e Participações S.A - Belo Horizonte/MG

**Diretor Técnico:** Ildeu da Costa Pereira Júnior  
Associação Televisão Educativa Poços de Caldas - Poços de Caldas/MG

**Diretor de TV:** Ottorino Dal Moro Neto  
Rádio Voz do São Francisco Ltda./TV Norte - Januária/MG

**1º Secretário:** Afonso Henrique da Silva Lima  
Rádio Clube de Itaúna Ltda. - Itaúna/MG

**2º Secretário:** Danilo Augusto Silveira  
Sistema L.S. de Comunicação Ltda. - Poços de Caldas/MG

**1º Tesoureiro:** Luciano Pimenta Correa Peres  
Rádio Onda Sul FM Stereo Ltda. - Carmo do Rio Claro/MG

**2º Tesoureiro:** Armando Guimarães Souto  
Rádio Educadora de Montes Claros Ltda. - Montes Claros/MG

**Conselho Fiscal**  
**Efetivos:** José Roberto Ribeiro Jardim - Rádio Estância Ltda. - São Lourenço/MG; Thiago Martins de Almeida Rocha - Rádio Tropical Ltda. - Lagoa da Prata/MG; Renato Favilla Lucca de Paula - Rádio Difusora Ouro Fino Ltda. - Ouro Fino/MG.  
**Suplentes:** Paulo Estevão de Chaves e Narciso - Rádio Montes Claros Ltda. - Montes Claros/MG; Valdirene Felix Pedrosa - Rádio Cultura de Uberlândia - Uberlândia/MG.

## Conselho Consultivo

**Efetivos:** Arlindo Porto Neto - Radiopatos Ltda., Patos de Minas, MG; Emanuel Soares Cameiro - Rádio Extra de Belo Horizonte Ltda., Belo Horizonte, MG; Paulo Roberto Barros da Silva Filho - Rádio Sociedade Muriaé Ltda. Muriaé/MG; Diogo Dias Gonçalves - Rádio Itatiaia Ltda., Belo Horizonte/MG; Leonardo Drummond de Araújo - Sistema de Radiodifusão Araxá Ltda., Araxá/MG; Edgar Rodrigues Gonçalves - Rádio Difusora de Piumhi Ltda., Piumhi, MG.  
**Suplentes:** Valério Dias de Oliveira - Rádio Onda Norte FM Ltda., Janaúba/ MG, Eugenio Carneiro Rodrigues - Rádio Transmineral Ltda., Lambari/MG; Ronaldo Araújo Andrade - Fundação de Ensino e Tecnologia Alfenas, Alfenas/MG.

**Diretores Regionais**  
**Norte de Minas:** Glauber Antônio Moreira Silva - Rádio Acayaca FM Stereo Ltda. - Diamantina/MG;  
**Noroeste de Minas:** Paulo Otavio de Souza Santos Furtado - Sistema de Radiodifusão Veredas de Unai Ltda. - Unai/MG;  
**Jequitinhonha/Vale do Mucuri:** Luiz Resende de Andrade - Rádio Progresso do Mucuri Ltda. - Teófilo Otoni/MG; **Vale do Rio Doce Sul:** Carlos Henrique Zoroastro Nascimento - Rádio Vanguarda do Vale do Aço Ltda - Ipatinga/MG; **Vale do Rio Doce Norte:** Albert Pinho Gonçalves - Fundação Educativa e Cultural Virginópolis - Virginópolis/MG.  
**Metropolitana de Belo Horizonte:** Francisco Nivaldo Sales Bessa - SAR - Rádio Alvorada Ltda - Belo Horizonte/MG.  
**Zona da Mata:** Jorge Josino Andrade de Aragão - Rádio Jornal Cidade de Juiz de Fora Ltda. Juiz de Fora/MG;  
**Campo das Vertentes:** Bruno Gonçalves Mazzoni - Rádio Emboabas de Minas Gerais S/A. São João Del Rei/MG, Sul: Luiz Roberto da Silva, JCM Radiodifusão Eventos Ltda., Fama/MG;  
**Sul de Minas:** Luiz Roberto da Silva - JCM Radiodifusão Eventos Ltda., - Fama/MG;  
**Sudoeste de Minas:** Ney Bueno Júnior - Rádio Independência de Passos Ltda. - Passos/MG;  
**Oeste de Minas:** Leandro Rodrigues Garcia Goulart - Sociedade Difusora Piumhiense Ltda. - Piumhi/MG.  
**Central Mineira:** Tarcísio Diamantino da Costa - Sistema Nacional de Radiodifusão Ltda - Pedro Leopoldo/MG.  
**Triângulo Mineiro:** Arnaldo Prata Filho - Super Som Uberaba FM Ltda.- Uberaba/MG.  
**Alto Paranaíba:** Rodrigo de Melo Faria - Fundação Educativa e Cultural do Alto Paranaíba - Patos de Minas/MG.

**Operadora de Mídias Audiovisuais:**  
Suelen Rodrigues

**Contato para publicidade:**  
(31) 98380-3017  
nucleoamirt@terra.com.br

AMIRT: Rua dos Carijós 141 - 7º andar Cep30120060  
Belo Horizonte-MG; Redação: Telefax 31 3274-5700

**Editora:**  
Deanne Gherardi (Reg. 0023176/MG)

**Estagiários:**  
Lívian Alves, Matheus Braga

**Assistente de produção:**  
Caroliny Rocha

**Editores gráficos:**  
Naiara Alves

# Conheça Boa Esperança, a cidade que recebeu o 20º Encontro Regional da AMIRT

*Cidade localizada no sul do estado de Minas Gerais. Hoje sua população é estimada em mais de 45 mil habitantes*



Arte: Caroliny Rocha

É neste município que se encontra a Serra da Boa Esperança, a qual se tornou célebre através da música que leva seu nome, foi composta enquanto Lamartine Babo e Carlos olhavam para a serra, a canção é interpretada por diversos cantores.

Por seu território passa o Rio Grande, importante para o desenvolvimento da região. O município de Boa Esperança surgiu com o desbravamento dos faiscadores, que à procura do ouro na região, estabeleceram um povoado em 1778, que em 1804 com a chegada com padre Joaquim Cleto de Lana passou a se chamar Dolores do Pântano.

Em 1814, o início da construção da Igreja Matriz fortaleceu o futuro município, devido ao cunho político da religião na época. Com a chegada das primeiras mudas de café,

iniciou-se uma fase de riqueza e progresso para o município, que se despontava como um importante produtor cafeeiro nacional.

Em 15 de novembro de 1868, foi instalada a câmara municipal, que elevou a vila à categoria de cidade. Nascia nesse momento, Boa Esperança, famosa cidade no Sul de Minas Gerais.

Em 1958, com a criação do Lago de Furnas, a cidade passou a crescer em seu entorno, e mudando sua trajetória também focando para o turismo. A região se destaca na agricultura, que desenvolve uma cultura bem ampla, com vários produtos, mas, em primeiro plano estão os cafés especiais, principal produto que vem mantendo o nível de produção. É consumido internamente e exportado para outros municípios, estados e países, tendo uma das maiores cooperativas

cafeeiras do país, a CAPEB (Cooperativa Agropecuária de Boa Esperança).

A pecuária, também uma das mais antigas atividades econômicas do município, que conta com rebanho leiteiro e de corte, a suinocultura e avicultura também tem destaque. O comércio concentra-se principalmente nos bairros e no centro do município.

## Turismo

O turismo também é bem explorado na cidade de Boa Esperança, os grupos de atividades de serviços turísticos com maior participação no valor da produção foram: alimentação, hotelaria, transportes rodoviários e lazer.

A Serra da Boa Esperança é encantadora e possui cachoeiras, trilhas ecológicas, uma enorme diversidade de fauna e flora. Atualmente o local é preparado para receber diversos turistas, com pousadas e restaurantes aconchegantes. É um destino imperdível para aqueles que visitarem Boa Esperança.

Mas não para por aí, A Cidade-Beleza abriga também o Lago dos Encantos, o que mais chama atenção no local. O Lago é ideal para aqueles que buscam tranquilidade e calma, mas também pode ser aproveitado para a prática de esportes náuticos, como caiaque, stand-up e jet-ski.

# Vidas Mineiras: histórias da nossa gente

Em 2024 a AMIRT inicia novo programa, celebrando as personalidades notáveis que contribuíram para o patrimônio do estado



Celso Vieira em seu ateliê, em Lagoa Santa

O programa “Vidas Mineiras: histórias da nossa gente” tem como propósito destacar e celebrar a trajetória de personalidades marcantes que contribuíram e contribuem significativamente para o desenvolvimento e a cultura do estado de Minas Gerais. Através de relatos detalhados e entrevistas, a iniciativa busca resgatar e preservar as histórias inspiradoras.

“Vidas Mineiras” não apenas homenageia, mas também serve como uma fonte de inspiração para as gerações presentes e futuras. O programa destaca a história do participante, valores como dedicação, resiliência, inovação e comprometimento.

Nesse primeiro programa, temos a honra de apresentar a história do renomado escultor de Lagoa Santa, Celso Vieira.

## História

Nascido em Lagoa Santa no ano de 1944, Celso Vieira é filho de dona Maria Vieira dos Santos e Raimundo Marinho do Santos. Desde cedo, seu pai, um carpinteiro nascido em Vespasiano, despertou nele o interesse pela madeira.

Aos 24 anos, Celso deu início a uma nova etapa de sua vida ao se casar com dona Neusa. Juntos, formaram uma família composta por 11 filhos biológicos e um de criação, totalizando 12 filhos. Atualmente, o casal desfruta da alegria de 20 netos e oito bisnetos.

As esculturas de Celso Vieira abrangem desde artistas famosos e imagens de santos até animais e grandes monumentos, além de mesas e cadeiras de design, todas esculpidas

em madeiras como peroba, jequitibá, jacarandá, ipê, entre outras.

Uma de suas esculturas mais marcantes foi a do pai da paleontologia brasileira, Peter Wilhelm Lund, conhecido como Peter Lund. Essa obra, esculpida no tronco de um pequi, foi doada pelo artista a um museu na Dinamarca, país de Lund. Na ocasião, Celso recebeu em sua residência o cônsul do país, em agradecimento pela obra que posteriormente foi encaminhada para o museu em Copenhagen.

Celso continua sua produção artística. Ao longo dos anos, Celso construiu um museu em sua residência, onde abriga diversas obras, verdadeiras relíquias, um tesouro em madeira com histórias singulares.

“Vidas Mineiras: histórias da nossa gente” orgulha-se de apresentar a vida e obra de Celso Vieira, um exemplo vivo do talento e da riqueza cultural que permeiam a história de Minas Gerais.

Confira a reportagem completa



# AMIRT e Secom promovem webinar especial para recadastramento e renegociação de mídia

Com o objetivo de fortalecer o diálogo nos veículos de comunicação de Minas Gerais

**amirt**

**WEBINAR COM A SECOM**

**RECADASTRAMENTO E RENEGOCIAÇÃO DE MÍDIA**

Esclarecimento de dúvidas e compartilhamento de opiniões com a Secom

**Lucélia Morioka**  
Supt. de Publicidade da Secretaria de Comunicação Social do Estado de MG

**Thiago Macêdo**  
Coordenador de Mídia

No dia 19 de janeiro, a Associação Mineira de Rádio e TV (AMIRT), em parceria com a Secretaria de Comunicação Social do Estado de Minas Gerais (Secom), realizou um Webinar especial que reuniu representantes de destaque. Lucélia Takako Morioka, Superintendente de Publicidade, e Thiago Macêdo, Coordenador de Mídia, estiveram presentes para esclarecer dúvidas relacionadas ao recadastramento e renegociação de mídia, bem como para ouvir atentamente as opiniões dos radiodifusores.

## Interação e colaboração

Este webinar destacou-se pela participação ativa dos integrantes, que não apenas receberam informações importantes, mas também compartilharam suas opiniões e sugestões com a Secom.

O webinar proporcionou conhecimentos práticos e ofereceu uma valiosa oportunidade para a troca de informações e contribuições. A participação ativa dos membros foi fundamental para o fortalecimento do diálogo e para o aprimoramento contínuo dos veículos de comunicação em Minas Gerais.

## Tópicos abordados:

### 1. Oportunidade de esclarecimento:

- Análise de dúvidas dos participantes.
- Foco em procedimentos de recadastramento e renegociação de mídia.

### 2. Recadastramento e seus detalhes:

- Discussão aprofundada sobre os processos de recadastramento.

### 3. Renegociação de mídia:

- Análise detalhada dos procedimentos de renegociação.
- Significado e impacto no contexto do setor de comunicação.

### 4. Processos fundamentais:

- Sua relevância para a eficácia na atuação.

# É hora de fazer o seu anunciante pensar fora da caixa

*O rádio tem o melhor custo benefício e adaptabilidade ao comércio local*



**Marina Alves**  
Especialista em Branding e Marketing Estratégico

A maior dor das equipes comerciais de rádios é a perda de negociações com os clientes para as mídias digitais. Seja com influenciadores, tráfego pago ou os anúncios patrocinados nas redes sociais, a primeira vista para o pequeno e médio empresário o investimento online faz muito mais sentido, porque é onde todos estão, é barato e o retorno é certo.

É hora de desconstruir esse senso comum. Primeiro o seu cliente precisa ter um objetivo: ele quer ser mais um na multidão ou quer se diferenciar da concorrência e se estabelecer no mercado? Se ele opta pela segunda opção, você precisa contar a ele sobre a importância de pensar fora da caixa. Ou melhor, fora da bolha.

De fato, o consumo de internet no Brasil é hoje mais democrático: 84% dos brasileiros acima de 10 anos acessam a rede, de acordo com o levantamento TIC Domicílios 2023. Porém, ao contrário das mídias de massa como o rádio e a TV, a internet tem uma experiência diferente para cada usuário. Certamente o conteúdo que você acessa é bem diferente do que é consumido pelo outro, mesmo que os interesses e rotinas sejam semelhantes.

Na mesa de negociação, ouvimos informações e especulações baseadas na experiência pessoal do cliente. É comum ouvir frases baseadas em senso comum, como “não se ouve mais rádio, eu não ouço”, “todo mundo faz propaganda no Instagram, eu sempre vejo o conteúdo da marca x”. Aqui é importante se posicionar como profissional de mídia. Você é o especialista nessa área, e cabe a você quebrar esse pensamento baseado em “achismos”.

O trabalho de conscientização do cliente é constante. Ele precisa entender que para ser referência é preciso

ocupar os espaços. Fazer com que a mensagem chegue a todos, e que seja veiculada além da bolha. Fora da caixa. Em um contexto regional, ninguém é melhor do que o rádio para que essa mensagem chegue.

Faça o exercício com o seu cliente: analise o segmento do mercado em que ele atua. Provavelmente as marcas mais fortes estão com trabalhos consistentes não só nas redes sociais, mas também em mídias locais como o rádio, mídias externas e ações direcionadas. Diferente das que não são líderes, e provavelmente estão investindo em contatos com influenciadores e contando vantagem por gastar pouco com marketing.

Se ser referência no segmento não é o objetivo, o correto é ser mais um na bolha. Mas pra ser o melhor, é preciso furar a bolha e falar pra todo mundo. E essa é a especialidade do rádio, que o faz com credibilidade e influência além das redes.

**Sobre Marina Alves** - Jornalista, especialista em Marketing Estratégico e Branding e diretora da Ampla 360. Já atuou como gestora da área de Marketing do Sistema MPA de Comunicação, composto pelas emissoras de rádio 94 Live, Nova Sertaneja, Minas FM e Antena 1 e também pela TV Candidés, Look Outdoor e Portal MPA.



*O evento contou com a condução de seminários ministrados por profissionais de destaque do setor*

## Presidente da AMIRT analisa futuro e tendências do audiovisual em debate na SET Sudeste

*SET Sudeste reuniu profissionais renomados do setor em Belo Horizonte*

Belo Horizonte sediou no dia 06 de março, a SET Sudeste 2024, um evento que aborda as últimas inovações no mercado de produção e distribuição de conteúdo. A edição deste ano ocorreu no Royal Golden, na Região Centro-Sul da capital, com seminários conduzidos por profissionais renomados do setor.

O debate intitulado “O Futuro e Tendências na Visão do Executivo Local” contou com a participação do presidente da Associação Mineira de Rádio e Televisão – AMIRT, Mayrinck Pinto de Aguiar Júnior. O moderador foi Lair Rennó, apresentador e editor-chefe da Record Minas. Além disso, participaram do debate Luís Eduardo Leão de Carvalho da TV Alterosa (SBT), Josimar Anselmo Silva, Diretor Técnico da Record TV Minas, Diogo Gonçalves,

CEO da Rádio Itatiaia, e Marina Crespi, Head do Canal na TV Globo Minas.

Durante sua participação no evento SET Sudeste 2024, o presidente da AMIRT, compartilhou com os participantes os resultados da pesquisa realizada pelo Kantar Media Ipobe. Essa pesquisa evidencia a expressiva força do rádio no interior do estado de Minas.

Ao abordar a questão sobre se o rádio vai acabar, o presidente enfatizou que o rádio é o principal meio de geração de conteúdo e ressaltou a importância da segmentação. “Nós temos que segmentar, quem é o meu público? Então, eu acredito que gerar conteúdo e segmentar é o caminho para encontrar a solução de monetização”, concluiu o presidente.

### A SET

É uma entidade que reúne profissionais e empresas de todo o Brasil do setor de mídia e entretenimento, buscando produzir e disseminar conhecimento, além de apoiar o desenvolvimento dessas áreas.



*Mayrinck Júnior enfatiza que o rádio é o principal meio de geração de conteúdo*

# Lula anuncia investimentos de R\$121,4 bilhões do PAC em Minas Gerais

Lula destacou que a escolha das obras e ações resulta do diálogo e da construção coletiva entre gestores federais, estaduais e municipais

Fotos: Ricardo Stuckert / PR



Presidente Lula apresenta balanço das ações do governo federal para o estado

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) realizou sua primeira visita à Minas Gerais desde o início do terceiro mandato, marcando o encontro em Belo Horizonte no dia 8 de fevereiro, no Minascentro. Durante o evento, o presidente detalhou as ações do governo federal no estado e anunciou novos investimentos, totalizando R\$ 121,4 bilhões provenientes do Novo Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Desse montante, R\$ 36,7 bilhões serão destinados a obras exclusivas no estado, enquanto R\$ 84,8 bilhões abrangerão empreendimentos regionais, incluindo Minas Gerais.

Além desses recursos, o estado será beneficiado pelo PAC Seleções, que tem como objetivo atender projetos prioritários apresentados por prefeitos e governadores nas áreas essenciais como saúde, educação,

infraestrutura social e urbana, e mobilidade. A primeira etapa desse programa prevê investimentos de R\$ 65,5 bilhões em todo o país.

Durante o evento em Belo Horizonte, Lula enfatizou que a escolha das obras e ações resulta do diálogo e da construção coletiva entre gestores federais, estaduais e municipais.

**“O que a gente vai anunciar não é um pensamento do governo federal; é o resultado do compartilhamento de uma política pública civilizatória que nós resolvemos adotar no país, porque o papel do presidente da República não é ficar preocupado a que partido pertence o governador, mas é ficar preocupado com o povo do estado que elegeu o seu governador.”**

Lula  
Presidente

O presidente destacou também a preocupação com a descontinuidade de obras entre governos e ressaltou a importância de avaliar a qualidade da obra por seu impacto global na qualidade de vida dos cidadãos.

O evento contou com a presença do governador de Minas Gerais, Romeu Zema, do presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, de diversos ministros de Estado e outras autoridades.

Entre os anúncios do Novo PAC, estão iniciativas nas áreas de energia, saúde, educação e rodovias. Exemplos incluem a retomada das obras do Hospital Universitário de Juiz de Fora, o acordo de uso futuro do terreno do aeroporto Carlos Prates em Belo Horizonte, propostas de apoio a agricultores afetados pela seca no norte do estado e a criação de oito institutos federais.

# Governador Romeu Zema apresentou demandas de Minas ao presidente

Zema ressaltou em seu discurso que a presença de Lula no estado renova as esperanças de avanços em Minas

Governador Romeu Zema participou, no dia 8 de fevereiro, do evento de balanço de ações e anúncios de investimentos do governo federal em Minas Gerais. Na oportunidade, o governador apresentou ao presidente demandas importantes para a população de Minas Gerais, além de abrir espaço ao diálogo para encontrar soluções para problemas antigos do estado, como a dívida com a União.

**“Obras, geração de empregos e investimentos não têm ideologia. O benefício é para todos os mineiros, independente de alguém rotulá-los de esquerda ou direita. Tudo que faço como governador, e tudo que desejo pessoalmente, é melhorar a vida de todas as pessoas. Por isso, presidente, eu fico muito satisfeito com essa visita. Para melhorar a vida dos mineiros, nós temos muito o que conversar”**

Zema ressaltou que a presença do presidente no estado renova as esperanças de avanços em Minas. “Nos últimos 20 anos, Minas não tem tido a atenção devida dos poderes federais. Temos demandas históricas que se arrastam sem solução. Destaco aqui, na área da infraestrutura, a BR-381, alvo de tantos anúncios ao longo dos anos, mas sem avanços. As duplicações das BRs 040 e 262 que surgiram como esperança com as concessões realizadas no passado, mas acabaram fracassando, ficaram na promessa. Por isso, o evento de hoje é importante para renovar as nossas esperanças,” acrescentou o governador.

## Acordo de Mariana

O governador pediu ao presidente que o governo federal junte esforços com a gestão estadual para chegar a um acordo relacionado à tragédia em Mariana, ocorrida em 2015.

“Já se passaram 8 anos sem que os atingidos e os estados que sofreram com os impactos daquela tragédia

fossem devidamente indenizados. Conto com a parceria do presidente Lula, pois precisamos acelerar as tratativas para um acordo. Quem sofre os impactos da tragédia está vivendo hoje, e não pode esperar até que seus netos ou bisnetos recebam alguma justiça. Temos que trazer alguma solução urgente,” cobrou o governador.

## Diálogo com a União

Ainda em discurso, Romeu Zema disse que conta também com a União para resolver a dívida do estado, para que Minas siga avançando.

“Também não posso esquecer de agradecer ao presidente do Congresso, Rodrigo Pacheco, por sua ajuda na discussão da dívida dos estados com a União. Em Minas, este problema do passado, gerado por anos a fio, por dívidas feitas por governadores antes de mim, precisa ser enfrentado de frente e com urgência. Hoje, a única possibilidade legal de renegociação das dívidas com a União é o Regime de Recuperação Fiscal, que temos discutido desde 2019 e precisamos aderir o mais rápido possível, para dar estabilidade e previsibilidade às contas públicas de Minas,” finalizou o governador.



Romeu Zema junto ao presidente Lula

# Desafios e oportunidades da área comercial

Como ampliar a percepção de valor dos clientes e alavancar as vendas



**Marcelo Rother**  
Administrador e  
Especialista em Gestão de  
Pequenos Negócios

Empresas nascem e deixam o mercado diariamente, motivadas por diversos fatores. Um deles refere-se às suas capacidades de lidar com as adversidades dos seus mercados, ora influenciados por fatores externos, ora internos, como a mudança de cultura que pode ocorrer com a mudança de um diretor, por exemplo. Normalmente os fatores externos são mais impactantes pelo fator surpresa, e esse é um ponto a ser observado: desafio ou oportunidade? Como podemos olhar para o mesmo fato e qualificá-lo de formas diferentes? Talvez a resposta esteja relacionada à capacidade que temos de observar esses eventos do ambiente, entendê-los de maneira isenta e extrair dele o melhor posicionamento para seu negócio.

O mundo todo precisou se reposicionar, seja na esfera pública, seja na esfera privada, em virtude da pandemia de Covid-19. Os hábitos foram radicalmente alterados por força das restrições sanitárias impostas à época. Houve mudanças radicais no modelo de negócio de muitas empresas, resultando tanto em reestruturação de muitos negócios que passaram a colher melhores resultados em suas operações, mas também muitas outras que não se adaptaram e pagaram o preço por isso. Se observarmos de maneira isenta veremos que aqueles que conseguiram entender o novo modelo de consumo e se dispuseram a adaptar-se, esses conseguiram se sobressair. Mas como



podemos partir desse modelo e trazer para nossa realidade tamanho aprendizado, transformando em maiores oportunidades para fechamento de novos contratos no ambiente de radiodifusão? Um caminho possível seria partir de um conceito já bastante utilizado pelo marketing, que é o conceito de valor. Clientes compram porque conseguem perceber valor. Lembram-se daquela frase antiga que dizia de "custo-benefício"? Pois bem, entender como nosso cliente percebe mais benefício do que custo talvez seja a grande resposta que precisamos compreender.

O modelo de venda tradicional já sabe disso, que nossos clientes precisam reconhecer valor nos produtos ou serviços que vendemos. Até aí, nada de novo, tenho certeza de que nossas equipes comerciais trabalham focadas nisso todos os dias. Porém, será que o que nós entendemos como valor para nossos clientes é o que eles de fato consideram? Proponho uma reflexão: vamos pensar como nossos clientes para podermos propor produtos ou serviços. Um caminho para isso seria entender as oportunidades que os nossos clientes têm no mercado, mas que em sua maioria, não conseguem enxergar com clareza. Será que o seu potencial cliente, aquele dono de uma oficina mecânica ou de uma loja de autopeças ou de acessórios sabe quantos veículos tem licenciados em sua cidade? Ora, se o negócio deles depende diretamente do número de carros em circulação e esse dado lhe permite até analisar se a quantidade de clientes atendidos por ele é razoável frente ao número de veículos de sua cidade, temos então um exemplo para entender o que é valor para seu cliente. Com essa comparação – número de carros licenciados x número de carros que ele atende ao longo do ano - ele poderá compreender melhor o volume de "receitas" que ele está "deixando na mesa" por não conseguir acessar um número maior de clientes ou mesmo determinado perfil de clientes com maior potencial de receitas. Possivelmente, demonstrar a ele que você dispõe de uma solução que fará com que ele atinja efetivamente determinados segmentos de consumidores, justamente aqueles que ele considere ser os mais rentáveis, isso contribuirá para que esse empresário, dono de uma oficina mecânica, reconheça o devido VALOR da sua proposta, pois representa uma oportunidade real de gerar mais vendas em sua oficina, fruto das ações de marketing focadas nos segmentos identificados através do dado que você lhe apresentou e que ele nunca havia pensado, provavelmente. Passamos a orientar melhor nosso cliente, potencial anunciante, e dessa forma, a equipe comercial passa a ser reconhecida por um time que, mais do que vender contratos de publicidade, irá de fato contribuir para que esses clientes identifiquem novas oportunidades antes inexploradas. Isso gera valor para o trabalho executado pelo time comercial.

Proponho essa reflexão que abre um enorme potencial para novas conversões, haja visto o número de segmentos diferentes de negócios instalados em sua cidade, cujos proprietários não têm informações tão estratégicas dos seus clientes. Essa mudança no modelo de venda poderá representar resultados relevantes aos esforços das equipes comerciais. Desejo sucesso a todos através da geração de bons negócios todos os dias!

*Sobre Marcelo Rother de Souza - Administrador, Especialista em Gestão de Pequenos Negócios, Palestrante e Consultor em Gestão de Empresas, CEO da ROTHER E ASSOCIADOS Treinamentos e Consultoria.*

@rothereassociados  
www.rothereassociados.com.br

# Minas está entre os três estados que mais recebeu turistas estrangeiros no Carnaval

Com recorde histórico de investimentos e foliões, o estado recebeu mais de 30 mil turistas internacionais em Belo Horizonte e no interior nos quatro dias de Carnaval



Fotos: Prefeitura de BH

Carnaval de rua de BH atraiu milhares de foliões

O carnaval de Minas Gerais teve mais de 12 milhões de foliões, sendo 6,5 milhões no interior e 5,5 milhões em Belo Horizonte. O interior recebeu 245 mil turistas, no total, 6,5 milhões de foliões compareceram à folia nas cidades interioranas. O número representa um aumento de 8% no fluxo em relação a 2023, que registrou 6 milhões de pessoas festejando.

Minas foi o terceiro estado do país a receber a maior quantidade de visitantes estrangeiros durante a folia de 2024. Com recorde histórico de investimentos e foliões, o estado recebeu mais de 30

mil turistas internacionais em Belo Horizonte e no interior nos quatro dias de Carnaval. O levantamento é da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur).

De todos os visitantes internacionais que estiveram no país durante a festa, 13,6% estavam em solo mineiro. Rio de Janeiro e São Paulo receberam 68 mil e 48 mil turistas estrangeiros, respectivamente, e ficaram junto de Minas na lista dos três estados mais visitados do Brasil durante o carnaval.

Para o governador Romeu Zema, o resultado é consequência do

investimento inédito que a atual gestão realizou. "Além de já ser uma rota nacional do Carnaval, vemos que Minas está inserida numa preferência internacional. O fato de o nosso Carnaval chamar a atenção de tantos turistas estrangeiros diz muito sobre o trabalho que fazemos, reconhecendo, valorizando e investindo na festa, tanto em Belo Horizonte, como no interior", avalia.

Pela primeira vez na história, o governo do Estado investiu na sonorização de ruas e avenidas de Belo Horizonte e auxiliou a prefeitura na disponibilização de banheiros químicos,

além de fornecer patrocínio para projetos carnavalescos de forma direta e via recursos da Lei Estadual de Incentivo à Cultura (LEIC). Ao todo, foram R\$ 8,5 milhões investidos em todas as ações, além de R\$ 14,5 milhões captados via LEIC, em mais de 130 projetos contemplados.

A folia em Minas Gerais movimentou R\$ 4,5 bilhões, aquecendo diversos setores da economia, durante o período foram criadas cerca de 100 mil vagas temporárias de trabalho em todo o estado. O Carnaval teve alta de 9% em relação ao ano passado. Além disso, 97% dos municípios mineiros identificaram aumento no fluxo de pessoas, na comparação com o último ano, segundo dados do Observatório do Turismo de Minas Gerais.

O secretário de Cultura e Turismo, Leônidas Oliveira, pontua que o número de visitantes estrangeiros demonstra a eficiência das ações para valorizar o Carnaval em Minas e atrair mais turistas.

Além das festas, a carnaval mineiro contou com a implantação do Plantão Integrado Acolhe Minas. O espaço ofereceu atenção especial às mulheres que precisaram de apoio em situações de

violência, principalmente em casos de importunação sexual.

A proposta do Acolhe Minas foi oferecer um espaço para acolhimento, atendimento psicossocial, suporte emocional, orientação jurídica e encaminhamentos no período de folia. Além disso, o objetivo era ser um local seguro para obter informações sobre os direitos das mulheres e medidas de prevenção para coibir casos de assédio e violência sexual.

A iniciativa, que é pioneira no Brasil, funcionou durante os quatro dias de carnaval das 10h às 19h, no prédio do Iepha-MG (Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico), na Praça da Liberdade e contou com a participação integrada de instituições governamentais, Ministério Público, iniciativa privada e sociedade civil.

O Carnaval em Minas Gerais é mais do que uma festa; é uma expressão vibrante da identidade cultural, revelando a hospitalidade única do estado. Cada município, com suas tradições, cores e ritmos característicos, contribuiu para a riqueza dessa celebração, transformando o Carnaval mineiro em uma das principais referências do país.



*Nós nos empenhamos para nacionalizar e internacionalizar o Carnaval em Minas Gerais, ressaltando o caráter democrático, diverso, inclusivo e seguro da festa, que, acontece, de maneira participativa, a partir do trabalho dos blocos. Contribui para a atração de turistas, a hospitalidade mineira e também a nossa cozinha. Isso fez com que quase 90% das pessoas consultadas, por meio da pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo de Minas Gerais, avaliassem a experiência aqui como ótima e desejassem voltar para Minas no ano que vem."*

**Leônidas Oliveira**  
Secretário de Cultura e Turismo



Bloco Tapa de Mina



Bloco Então Brilha



Bloco Garota Eu Vou pro Califórnia



# Expectativas para a economia brasileira em 2024

O que esperar das principais variáveis macroeconômicas neste ano



Jean Max Tavares  
Economista

Sabemos que existe uma expressão bem conhecida de todos de que “o ano só começa no Brasil após o carnaval”. Claro que é um exagero, pois centenas de milhares de brasileiros já estão trabalhando desde o primeiro dia útil de 2024. Mas o que esperar para o Brasil, em 2024, quanto aos seus principais indicadores macroeconômicos? Vejamos.

**Crescimento Econômico (PIB)** – O FMI (Fundo Monetário Internacional) estima que o Brasil irá crescer 1,7%. Por outro lado, o governo brasileiro, mais otimista, acredita em 2,2%. Já o mercado financeiro (representado por 100 instituições financeiras do país), entende que o crescimento do PIB será de apenas 1,59%. Por que “apenas”? Porque a projeção do FMI para países como as Filipinas, Indonésia Malásia e Turquia são de 6%, 5%, 4,3% e 4%, respectivamente. Isso sem esquecer que a mesma previsão do FMI para a Índia é de 6,5% em 2024. Poderia ser maior? Claro. Mas a União Europeia, por exemplo, projeta um crescimento de apenas 1,2% do PIB para os países da zona do Euro em 2024.

**Inflação** – O mercado financeiro projeta uma inflação de 3,9% para 2024, o que estaria “dentro da meta” do governo, a qual permite oscilar entre 1,5% e 4,5%. Já o governo estima a inflação em 3,55% para 2024. Por sua vez, o FMI acredita que a inflação global será de 5,8%. Portanto, o Brasil, caso a expectativa interna se confirme, estará com uma inflação abaixo da média mundial, até porque, para países emergentes, o FMI espera uma inflação média de 8,1%.

**Taxa de juros (SELIC)** – O mercado financeiro projeta a taxa SELIC em 9% para o final de 2024 (atualmente, está em 11,25% ao ano). Porém, o IPCA de janeiro veio acima do esperado para o setor de serviços, o que

pode fazer com que o COPOM (Conselho de Política Monetária) desacelere o ritmo de redução da taxa SELIC. Além disso, como faltam ainda 7 reuniões do COPOM até o final do ano, é muito provável que, na maioria delas, o corte na taxa de juros seja de apenas 0,25% e não de 0,5% como vem ocorrendo. O COPOM considera o nível de inflação, o PIB, o cenário externo e as contas públicas para decidir se eleva, mantém ou reduz a taxa SELIC.

**Taxa de câmbio (Dólar)** – O mercado financeiro prevê o dólar a R\$ 5,00 para o final de 2024. O fato dele já estar cotado a R\$ 4,96 na 1ª quinzena de fevereiro já mostra que essa taxa é bastante plausível. Mas é possível que o dólar feche um ano com um valor abaixo (entre R\$ 4,70 e R\$ 4,90). Para isso, a Balança Comercial precisa ser mais superavitária (mais exportações que importações, fazendo com que “entre” mais dólar no país, fazendo seu valor diminuir dada a maior oferta) e que a taxa de juros nos EUA comece a reduzir (com isso, a diferença entre a nossa SELIC e a deles irá diminuir, fazendo com que o Brasil seja opção dos investidores americanos, enviando dólares para cá). Caso contrário, o dólar poderá ficar entre R\$ 5,10 e R\$ 5,20, situação mais esperada ainda se o governo brasileiro não demonstrar intenções reais para diminuir o déficit público.

Agora é aguardar e esperar pelo melhor em 2024!

*Sobre Jean Max Tavares - Professor de Economia da Puc Minas. Pós-doutor em Economia (UNL). Economista da agência POMBO-CORREIO.*

# AIRES

Mais que um software, uma evolução



Composto pelo Aires Studio, Aires Reporter e Aires Cloud, o Aires é uma plataforma completa desenvolvida para modernizar e otimizar as operações da sua emissora.

(31) 2136 2929

[playlist.com.br](http://playlist.com.br)

(31) 2136 2930

# Apoio financeiro: BDMG propõe parceria beneficiando associados da AMIRT

O Diretor do BDMG, Rômulo Martins, expressa interesse em estabelecer convênio para a AMIRT se tornar correspondente bancário



Reunião foi realizada na sede do BDMG em Belo Horizonte

Representantes da Associação Mineira de Rádio e Televisão (AMIRT) e do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG) se reuniram na sede do banco em Belo Horizonte, no dia 29 de fevereiro. A reunião contou com a presença do presidente da AMIRT, Mayrinck Júnior, e outros membros importantes da associação, representantes do BDMG e o diretor comercial, Rômulo Martins, estavam presentes.

## Participaram da reunião

**AMIRT:** Mayrinck Júnior (Presidente), Luciano Pimenta (Diretor Financeiro), Agostinho de Rezende (Diretor Jurídico), Cássia Menezes (Diretora Artística), Lillian Medina (Secretária Executiva).

**BDMG:** Rômulo Martins de Freitas (Diretor Comercial), Marcela Brant (Superintendente Executiva), Letícia Guerra (Gerente de Canais), Thiago Magalhães (Superintendente de Micro e Pequenas Empresas), João Henrique de Almeida (Gerente de Novos Negócios).

Durante a reunião, o presidente da AMIRT apresentou os dados do Kantar Iprobe Media que mostra a força e o consumo do rádio no interior do estado de Minas Gerais. Mostrando que o rádio é o veículo de comunicação de credibilidade.

O diretor do BDMG, Rômulo Martins de Freitas, compartilhou propostas da instituição, discutindo a possibilidade de patrocínio e apoio financeiro aos associados da AMIRT, incluindo a liberação de crédito para facilitar suas atividades.

## Possibilidade de nova parceria



Rômulo Martins em entrevista para o Portal AMIRT

Em entrevista, Rômulo Martins de Freitas expressou a possibilidade de estabelecer um convênio inovador, tornando a AMIRT uma correspondente bancária do BDMG. Essa parceria estratégica permitiria que a AMIRT, além de promover o acesso ao crédito, desempenhasse um papel crucial na intermediação de serviços bancários e financeiros em nome do BDMG.

A reunião apresentou um alinhamento significativo entre as duas entidades, prometendo futuras colaborações e benefícios mútuos para os associados da AMIRT e o BDMG.

“Além do crédito, conquistamos um parceiro valioso que é a AMIRT.”

# Reforçando compromissos: AMIRT anuncia nomeações de destaque

As nomeações foram oficializadas no dia 19 de fevereiro; Edgar Rodrigues - Conselho Consultivo da AMIRT e João Batista - Diretor Regional da AMIRT

A Associação Mineira de Rádio e Televisão (AMIRT) tem a honra de anunciar duas importantes nomeações para cargos de destaque, reforçando ainda mais o compromisso com o fortalecimento e desenvolvimento do setor de comunicação em Minas Gerais. As nomeações foram oficializadas no dia 19 de fevereiro, marcando um novo capítulo na trajetória da AMIRT.

Edgar Rodrigues, jornalista formado em Comunicação Social pela PUC-Minas, é nomeado para integrar o Conselho Consultivo da AMIRT. Edgar atua como gerente de Programação/Produção e apresentador do Jornal da Onda, da Onda Oeste Multiplataforma – 100,3 FM, de Piumhi, região

Centro-Oeste de Minas. Possui experiência como diretor de redação do Jornal Capitólio Notícias e colunista da Folha da Manhã, de Passos. Além disso, já ocupou cargos como chefe da Divisão de Turismo e Divulgação na Prefeitura de Capitólio, agente administrativo na Associação Comercial de Capitólio, e teve participação como locutor e membro do Conselho de Administração em rádios locais. Na AMIRT, já assumiu por duas vezes a direção da região Oeste de Minas e a direção Artística da entidade.

\*Até o fechamento desta edição, João Batista, Diretor Regional da AMIRT, não enviou o currículo profissional para publicação.



“Acredito muito na AMIRT. A união dos radiodifusores em prol de ações coletivas é essencial para o desenvolvimento do setor. E a AMIRT tem apresentado excelentes resultados em prol da nossa classe. Sinto-me feliz por integrar a diretoria mais uma vez.”

# Presidente da AMIRT esclarece que Rádios AM permanecerão em atividade

O presidente da Associação Mineira de Rádio e Televisão, Mayrinck Pinto de Aguiar Júnior, reafirmou recentemente que o rádio AM continuará a existir no Brasil, contrariando especulações sobre sua extinção. Essa afirmação surge após uma decisão do Ministério das Comunicações (MCom) em 2022, que estabeleceu um prazo até 31 de dezembro daquele ano para que rádios AM locais de baixa potência migrassem para FM

ou AM regional, com maior alcance. As que não realizassem essa transição seriam extintas, resultando no fechamento de algumas emissoras.



Mayrinck Júnior  
Presidente da AMIRT

“No Brasil, até o mês de fevereiro, 1210 emissoras de rádio AM fizeram a migração para o FM. Esse foi um processo que teve início em 2013, com a publicação do decreto presidencial 8139. Essa medida veio para atender as necessidades das emissoras AM, que estavam em uma situação de competição desproporcional com o FM, pela interferência que o espectro de AM estava sofrendo.”

# ABERT promove live e podcast especial para debater a Classificação Indicativa no Rádio

O objetivo foi proporcionar a transparência e a responsabilidade na transmissão, com análise aprofundada dos impactos e diretrizes



A Associação Brasileira de Emisoras de Rádio e Televisão (ABERT) conduziu uma live esclarecedora e uma edição especial do Podcast Radio On, dedicadas à análise profunda da Classificação Indicativa no Rádio. O evento, realizado no último dia 9 de fevereiro, contou com a participação do Dr. Rodolfo Salema, Diretor de Assuntos Legais e Regulatórios da ABERT, como convidado especial. O Dr. Salema compartilhou sobre o cenário regulatório e legal relacionado à classificação de conteúdo na radio-difusão.

Após mais de um ano desde a publicação da Portaria n.º 502, datada de 23 de novembro de 2021, a obrigação de prestação de informações

sobre a classificação indicativa em programas de rádio entrará em vigor a partir de 7 de fevereiro. Essa medida se aplica especificamente a programas de entretenimento e variedades, envolvendo a participação ativa dos ouvintes, como talk shows, game shows, programas de culinária, humorísticos, dramáticos ou ficcionais, excluindo situações restritas, como pedidos de músicas.

Outros gêneros de programas, como musicais, cultos litúrgicos, jornalísticos, esportivos, educativos e culturais, estão isentos dessa obrigatoriedade. A Classificação Indicativa será baseada em três eixos temáticos principais: "violência", "sexo" e "drogas". Essa Classificação será anunciada antes do início do programa por meio de uma mensagem de voz, proporcionando aos ouvintes orientações claras sobre o conteúdo, como "Programa de conteúdo livre" ou "Programa não recomendado para menores de 10 anos".

## Objetivo

Promover a transparência e a responsabilidade na transmissão, capacitando os ouvintes, especialmente os responsáveis por menores, a fazer escolhas informadas sobre os programas que desejam sintonizar.



*Para que as emissoras estejam em conformidade com a lei, é primordial que façam a curadoria dos seus programas, para verificar a necessidade ou não da classificação indicativa.*

*Como se trata do início de uma política pública, esperamos que, nesse momento, eventuais questionamentos do Ministério da Justiça tenha um caráter educativo, e não punitivo.*

**Rodolfo Salema**  
Dir. de Assuntos Legais e Regulatórios da ABERT

Aniversário da Rádio	Nome da Rádio
<b>Janeiro</b>	
01/01/1980	RÁDIO EDUCADORA AM - UBÁ
01/01/1980	RÁDIO EDUCADORA FM - UBÁ
06/01/2002	RÁDIO SANTANA FM - ITAÚNA
10/01/1987	RÁDIO PARAISO FM - SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO
11/01/1948	RÁDIO GLOBO - BARBACENA
15/01/1992	RÁDIO CENTROMINAS - CURVELO
17/01/1994	RÁDIO ONDA SUL FM - CARMO DO RIO CLARO
18/01/1988	RÁDIO D2FM - SANTA RITA DO SAPUCAÍ
20/01/1952	RÁDIO ITATIAIA AM - BELO HORIZONTE
20/01/1952	RÁDIO ITATIAIA FM - BELO HORIZONTE
22/01/1962	RÁDIO CORREIO DA SERRA - BARBACENA
22/01/1994	RÁDIO 94 FM - IPATINGA
<b>Fevereiro</b>	
01/02/1992	RÁDIO ITATIAIA JF - JUIZ DE FORA
12/02/1960	RÁDIO CARIJÓS AM - CONSELHEIRO LAFAIETE
13/02/1979	RÁDIO TERRA - BELO HORIZONTE
15/02/1987	RÁDIO CIDADE FM - GUAXUPÉ
22/02/1986	RÁDIO NOVA BRASIL MANTIQUEIRA - ANDRADAS
26/02/1988	RÁDIO CBN BH - BELO HORIZONTE
27/02/1993	RÁDIO 92,1 FM - RESPLENDOR
<b>Março</b>	
04/03/1949	RÁDIO ESTÂNCIA FM - SÃO LOURENÇO
05/03/1995	RÁDIO JOVEM PAN FM - BELO HORIZONTE
09/03/1962	RÁDIO ATALAIA - BELO HORIZONTE
18/03/1968	RÁDIO EDUCADORA - CORONEL FABRICIANO
12/03/1947	RÁDIO DIFUSORA AM - SANTA RITA DO SAPUCAÍ
17/03/1963	RÁDIO CANCELLA AM - ITUIUTABA
26/03/1943	RÁDIO PONTE NOVA - PONTE NOVA
23/03/2002	RÁDIO 106,7 - CORAÇÃO DE JESUS
27/03/1948	RÁDIO CULTURA DE ALFENAS - ALFENAS



# Eleições Municipais 2024



**Rodolfo Machado Moura**  
Advogado

*Ano no qual são realizadas eleições merece especial atenção dos radiodifusores*

Em outubro serão realizadas as eleições municipais de 2024, com os milhões de eleitores brasileiros indo às urnas no dia 6 do mês em questão e eventual segundo turno (que pode ocorrer naquelas cidades com mais de 200 mil eleitores em que o mais votado para o cargo de prefeito municipal não tenha atingido a maioria absoluta dos votos válidos, ou seja, metade mais um dos votos excluídos brancos e nulos) ocorrerá no último domingo do mês, dia 27.

Se as restrições à programação normal das emissoras começam a valer tão somente em 6 de julho e a propaganda eleitoral no rádio e na televisão será veiculada apenas nos 35 dias anteriores à antevéspera do comparecimento dos eleitores às urnas, portanto de 30 de agosto a 3 de outubro, os radiodifusores devem ter especial atenção com algumas outras importantes questões!

Para começar, é importante destacar que desde o dia 1º de janeiro último todas as pesquisas de opinião pública sobre intenção de voto em eventuais candidaturas às Eleições Municipais de 2024 devem possuir registro prévio na Justiça Eleitoral antes de serem divulgadas.

Via de regra, nenhum veículo de comunicação social, seja emissora de rádio, seja emissora de televisão, realiza pesquisa pública, que é um ato complexo, fartamente regulamentado pela Justiça Eleitoral e realizado apenas por entidades especializadas, cabendo as emissoras apenas divulgar seus resultados, que também deve observar uma série de diretrizes, como informar: a) o período da realização da coleta de dados; b) a margem de erro; c) o nível de confiança; d) o número de entrevistas realizadas; e) o nome da entidade ou da empresa que a realizou e, se for o caso, de quem

a contratou; e f) o número do registro da pesquisa na Justiça Eleitoral.

E a observação a tais quesitos é, efetivamente, muito importante, já que a divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações obrigatórias sujeita os responsáveis à multa no valor de R\$ 53.205,00 a R\$ 106.410,00.

Debates com os candidatos, propriamente, só podem ser realizados a partir do dia 6 de agosto, data na qual os partidos políticos já terão realizadas as convenções partidárias para deliberar sobre coligações e escolher seus candidatos às prefeituras e ao cargo de vereador, mas desde já as emissoras podem realizar entrevistas com pré-candidatos, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, sendo vedado o pedido explícito ou implícito de voto, a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais, cabendo ainda as emissoras de rádio e televisão o dever de conferir tratamento isonômico, ou seja, tratar os iguais como iguais e os desiguais como desiguais.

Da mesma forma, as emissoras devem continuar com a cobertura jornalística de todos os eventos de interesse da sociedade, independentemente de no ano de 2024 serem realizadas eleições.

**Sobre Rodolfo Moura** - Advogado em Brasília, sócio de Moura e Ribeiro Advogados Associados (contato@mouraeribeiro.adv.br) e assessor Jurídico. Entre janeiro de 2001 e setembro de 2013, foi diretor de Assuntos Legais da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT).

**Teletronix**  
Equipamentos para Radiodifusão

**28**  
ANOS

A SOLUÇÃO DO  
**RADIODIFUSOR**  
BRASILEIRO

ISO 9001:2015

## Teletronix: 28 anos de Excelência em Radiodifusão

Ao longo de 28 anos, a Teletronix desempenha um papel fundamental na história da radiodifusão nacional, consolidando-se como uma marca forte e sendo uma das principais empresas na fabricação de transmissores e equipamentos para o setor.

No ano de 2023, a Teletronix reforçou ainda mais a sua posição de liderança. Nossos transmissores tiveram uma alta demanda para integrar os projetos de transmissão de diversas emissoras de Rádio e TV no país.

Nossa marca foi amplamente recomendada por engenheiros e técnicos de transmissão como uma opção de escolha confiável. Além da alta qualidade nos componentes, durabilidade, robustez e principalmente na satisfação de nossos clientes.

A Teletronix foi uma das principais fornecedoras de transmissores de TV Digital para o programa Digitaliza Brasil, demonstrando o comprometimento sólido com a transição para a era digital.

Na vanguarda da indústria de equipamentos para radiodifusão, a Teletronix mantém a tradição de parceira do radiodifusor. Buscando sempre o aprimoramento, inovação e desenvolvimento de novos equipamentos e soluções, com melhor custo-benefício.



Fábrica da Teletronix em Santa Rita do Sapucaí-MG



Console de Áudio AC12A Plus - Porto Velho-RO



Solução Teletronix de TV Compartilhada para Municípios.

Transmissor Teletronix de 12.000W - Maceió-AL

teletronix.com.br

@teletronix

(35) 3473-3700

@teletronixbrasil

vendas@teletronix.com.br

@teletronixbrasil

CATÁLOGO FM

CATÁLOGO TV



Aponte a câmera de seu celular para um de nossos QR Code e faça o **download** de nossos catálogos.





# ANUNCIE NO RÁDIO

## Ajudando a espalhar sua mensagem em Minas Gerais

A AMIRT conta com mais de **400 emissoras** afiliadas em todas as **13 microregiões** de Minas Gerais. Através de um software inovador, faz a ponte entre anunciantes e rádios de todas as regiões através de poucos cliques. **Para anunciar de forma rápida e eficaz no rádio em Minas, conte com a AMIRT.**

Acesse o QR Code ao lado para fazer seu orçamento.

