



USP ESALQ – DIVISÃO DE COMUNICAÇÃO

Veículo: GP

Data: 03/12/2017

Caderno/Link: Pág. 19

Assunto: Na sala de reuniões de... Fabiano Pereira

NA SALA DE REUNIÕES DE....

FABIANO PEREIRA

Bacharel em comunicação social, especialista em jornalismo científico e mestre em administração de marketing. Analista de comunicação da **ESALQ/USP**, diretor de estratégias digitais da CrossContent Comunicação Inteligente e coordenador de pós-graduação do SENAC São Paulo na unidade Piracicaba, nos cursos de Gestão da Comunicação Integrada, Gestão da Comunicação em Mídias Digitais e de Marketing Digital e E-commerce.

A COMUNICAÇÃO ESTÁ SUPERPULVERIZADA. Essa é grande característica dessa era da comunicação digital online. Se por um lado isso deu voz para todos que têm acesso a esse universo criando a figura do PROSUMER, o produtor de conteúdo que também é consumidor, por outro aumentou o desafio de fazer-se ouvir em meio a esse mar de conteúdo que é depositado em nossa caixa de entrada e em nossas timelines todos os dias. Se antes o desafio era conseguir plataformas para falar, agora o desafio é fazer-se ouvir quando se fala junto de bilhões.

AS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO ESTÃO MAIS ACESSÍVEIS? Algumas sim, como as digitais. Contudo, as clássicas ainda são destinadas a um seletivo e privilegiado grupo de comunicólogos e especialistas. Não é corriqueiro qualquer um que desejar chegar à redação de um grande jornal ou de um programa de TV e deixar impresso ali sua opinião. Por outro lado, a timeline dos perfis nas redes sociais acolhem essa opinião sem filtros e restrições.

O CONTEÚDO SEGMENTADO É A NOVA ONDA. Nesse universo de bilhões de pessoas emitindo opiniões todos os dias, e junto delas milhares de marcas, conversar com um público seletivo realmente interessado com o que eu tenho pra dizer é muito mais produtivo e assertivo do que pulverizar a informação para atingir uma multidão disforme através de uma propaganda de TV, por exemplo. Além de ser mais barato. Foto: Divulgação

