

Audiovisual: A importância dos conteúdos audiovisuais nos dias atuais e como as empresas buscam se adaptar às novas tendências.

Nesse texto vamos abordar o poder que os conteúdos audiovisuais têm em facilitar o entendimento da comunicação entre uma organização e seu público, isso porque já estamos acostumados com a linguagem audiovisual do cinema e da TV.

Cândido José de Almeida (1985, p. 8) define a palavra vídeo como: “um meio de transporte de imagens apto a sintetizar com propriedade a televisão e o cinema”. E acrescenta: “[...] o vídeo surge, servindo como uma alternativa de corporificação de um universo de códigos dispersos; um veículo capaz de socializar definitivamente a mensagem” (p.8). Em um contexto mais explicativo, o autor quer dizer que os vídeos permitem que seu público veja e reveja o material quantas vezes ele quiser.

Com a crescente popularização dos vídeos nas redes sociais, as empresas viram ali a oportunidade de se comunicar com o seu público e aumentar o engajamento com os usuários. Isso tudo se deu por conta dos algoritmos que nos últimos anos tem priorizado o conteúdo audiovisual dentro de suas plataformas. Um grande exemplo disso seria um Tik Tok que criou uma plataforma onde todo o conteúdo entregue é em forma de vídeos, são vídeos curtos e criativos, o que fez com que a plataforma explodisse em números de aptos a esse novo formato.

A popularização desse aplicativo foi tão grande que muitos famosos adentraram nesse novo mundo, como a Maísa com mais de 9 milhões de seguidores. Felipe Neto com 6,7 milhões e um dos youtubers mais conhecidos do Brasil Whindersson Nunes, que chega na marca de 9 milhões de seguidores nessa plataforma, são alguns exemplos de celebridades que migraram para essa nova forma de entregar seus conteúdos.

Foi então que os outros aplicativos viram uma oportunidade para também se adequar a essa nova tendência para não ficar para trás, e foi quando o instagram aproveitou para lançar o reels, que também é para vídeos curtos e criativos, assim como no Tik Tok. A entrega desses conteúdos dentro de suas plataformas se dá através das *trends* criadas, ou seja para se manter dentro dos algoritmos a criação de conteúdo tem que ser contínua e sempre buscar se atualizar com o que está viralizando no momento.

Devido ao cenário atual em que estamos vivendo de pandemia, as empresas que não estavam ativas em suas redes sociais tiveram que se atualizar e começar a olhar estrategicamente para essas novas ferramentas.

As empresas estão em constante luta para manter seus conteúdos entregues aos seus usuários, isso porque seu público é bombardeado por outras diversas informações, então conseguir prender seus seguidores se torna uma tarefa bastante desafiadora. Atualmente podemos visualizar que as redes sociais estão priorizando os vídeos em seus algoritmos, então é tarefa da empresa entender seu público e criar estratégias e conteúdos para mantê-los ativos em suas páginas.

REFERÊNCIAS:

Almeida, Cândido José Menezes de. **O que é Vídeo**. São Paulo, 1985 Nova Cultura.
<https://www.tiktok.com/pt-BR/>