



ABRATEL.

**INFORME SEMANAL**

7 a 11 de outubro - Número 260 - Ano 2024

**JUSTIÇA  
ELEITORAL**

**ELEIÇÕES 2024**

**PROPAGANDA ELEITORAL DE  
RÁDIO E TV RETORNA NESTA  
SEXTA-FEIRA (11)**

**Nesta semana, as candidatas e os candidatos ao cargo de prefeito, assim como os partidos, federações e coligações que participarão do 2º turno das Eleições Municipais de 2024, agendado para o dia 27 de outubro, retomaram diversas atividades eleitorais.**

A propaganda eleitoral gratuita teve início nesta sexta-feira (11) em 15 capitais e em outros 36 municípios brasileiros onde haverá o 2º turno para o cargo de prefeito, e seguirá até o dia 25 de outubro. As regras referentes ao horário eleitoral gratuito, res-

trito às emissoras de rádio e TV, e à propaganda eleitoral estão dispostas na Resolução nº 23.610/2019, com as atualizações para o pleito deste ano detalhadas na Resolução nº 23.732/2024.

Além disso, foi retomada a divulgação paga na imprensa escrita e a reprodução na internet do jornal impresso, permitindo até dez anúncios de propaganda eleitoral por veículo, em datas distintas, para cada candidata ou candidato (Lei nº 9.504/1997, art. 43, caput e Res. TSE Nº 23.610, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2019, art. 42).



## **O que as emissoras de rádio e TV não podem fazer durante o período de veiculação do horário eleitoral gratuito?**

Em sua programação normal e em noticiários, é proibido (Lei nº 9.504/1997, art. 45):

- 1.** Veicular propaganda política;
- 2.** Transmitir, mesmo na forma de entrevistas jornalísticas, imagens de realização de pesquisas ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar os entrevistados ou que apresente manipulação de dados;
- 3.** Oferecer tratamento privilegiado a candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações;
- 4.** Veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa que contenha alusão ou crítica direcionada a candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações, exceto em programas jornalísticos ou debates políticos;

**5.** Divulgar o nome de um programa que se refira à candidata ou candidato escolhido em convenção, mesmo que preexistente. Se houver coincidência entre o nome do programa e o da candidata ou candidato, sua divulgação é proibida, sob pena de cancelamento do respectivo registro.







## **Rádio alcança 79% da população no Brasil, aponta Kantar IBOPE Media**

O estudo Inside Audio 2024, realizado pela Kantar IBOPE Media, revela que o áudio é tão prevalente no país que nove em cada dez brasileiros escutam algum tipo de conteúdo em seu cotidiano, seja via rádio, podcasts ou plataformas de streaming.

“A maior força do áudio reside na capacidade de engajar de maneira íntima e imersiva, muitas vezes com o apoio do vídeo, como ocorre em podcasts. De diferentes maneiras, o formato se faz presente na jornada das pessoas”, afirma Adriana Favaro, vice-presidente comercial da Kantar IBOPE Media.

### **O Poder do Rádio**

O rádio se consolida como o principal meio de áudio no Brasil, alcançando 79% da população. Em média, os brasileiros dedicam 3 horas e 55 minutos por dia à escuta do rádio. A mídia demonstra forte apelo local, com 69% dos ouvintes apreciando o meio por fornecer informações sobre suas cidades.

Além disso, 77% reconhecem sua agilidade, considerando-o uma fonte rápida de informação, e 58% confiam no rádio para se manter informados.

A credibilidade do meio é reforçada pela percepção de que as informações veiculadas são confiáveis, o que é destacado por 50% dos consumidores.

Entre os ouvintes de rádio, 78% sintonizam conteúdo das emissoras nas estações AM e FM, 28% acessam pelo YouTube (seja em formato apenas de áudio ou via programação ao vivo com imagem), e 12% declaram acompanhar por meio de serviços de streaming de áudio.

## Digital em Destaque

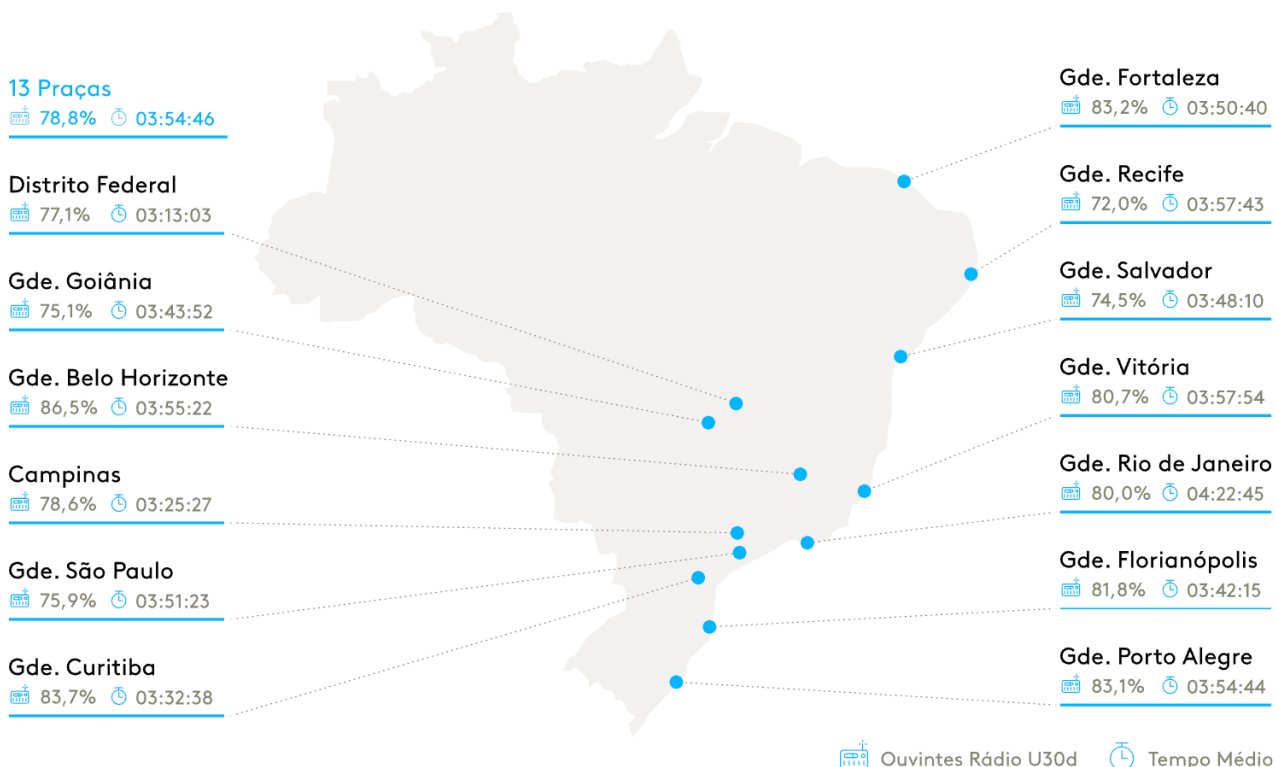
Segundo o relatório da Kantar, o rádio combina a força do tradicional com a conveniência do digital. O consumo

online já ultrapassa o tradicional em alguns horários, e entre as dez maiores emissoras, o digital agrega 54% de alcance. “Essa mudança nos hábitos de consumo, mencionada por 38% dos brasileiros, reforça a mobilidade do rádio, permitindo acesso a qualquer hora e lugar”, avalia o instituto.

Os podcasts também estão em ascensão: 43% dos ouvintes de rádio escutaram podcasts nos últimos três meses, com 48% consumindo conteúdo semanalmente.

Os temas mais populares tanto em podcasts quanto no rádio incluem comédia (31%), música (31%), esportes (24%), educação (22%) e notícias (22%).

### Penetração e Tempo Médio de consumo do Rádio por Praça



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | 13 PRAÇAS | ABR/2024 A JUN/2024 | TOTAL EMISSORAS | AMBOS | 05 - 05 | 2a-Dom | ALC30% | TMED#

## Mercado Publicitário

Projeções de investimentos apontadas pelo estudo Inside Audio 2024 indicam que, para o segundo semestre de 2024, 74% dos líderes de marketing planejam apostar no áudio como um todo.

Destes, 61% criarão ações para rádio e alocarão verbas para podcasts, enquanto 60% investirão em plataformas de streaming.

No primeiro semestre deste ano, o mercado brasileiro veiculou mais de 1 milhão de minutos de publicidade no rádio.

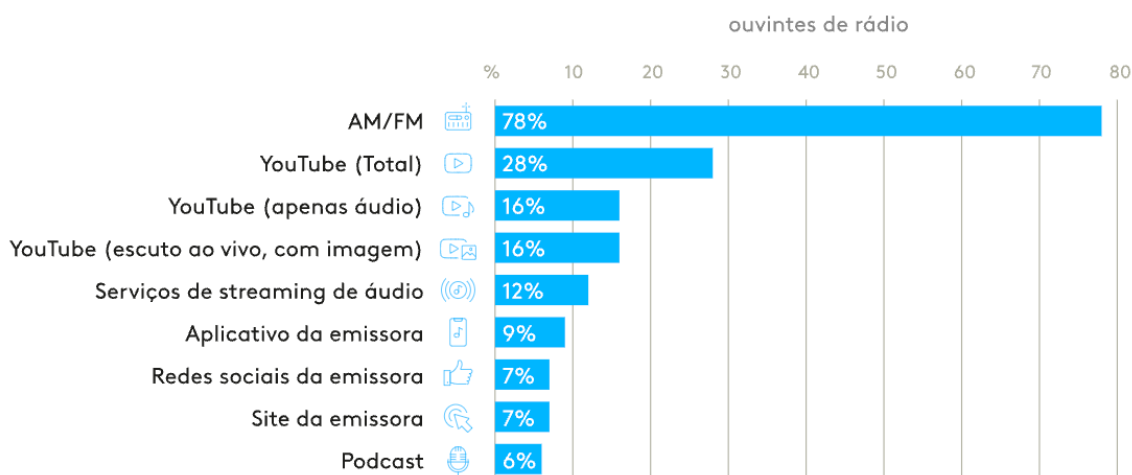
Os consumidores atestam a eficácia da propaganda em suas diversas modali-

dades. Entre os ouvintes de rádio, 83% relataram ter ouvido campanhas ou outras ações publicitárias em algum formato de áudio.

Entre aqueles que ouviram propagandas, 54% foram impactados por comerciais veiculados entre programas e músicas, enquanto 25% foram atingidos por ações feitas por locutores.

O poder de conversão do meio é notável: 38% dos que ouviram propaganda em áudio já compraram ou pesquisaram o produto ou serviço divulgado; 57% apreciam o formato das propagandas apresentadas nas emissoras de rádio e plataformas de streaming, e 55% afirmam prestar atenção.

### Em quais plataformas você tem o hábito de ouvir conteúdos produzidos por emissoras de rádio?



Fonte: Pesquisa Especial Inside Audio 2024

#### EXPEDIENTE

**Presidente**  
Márcio Silva Novaes  
**Vice-presidente Administrativo**  
Luciano Ribeiro  
**Vice-presidente Financeiro**  
Veríssimo de Jesus  
**Vice-presidente de Televisão**  
André Dias  
**Vice-presidente de Rádio**  
Luiz Carlos Pereira do Nascimento  
**Diretor Geral**  
Samir Nobre

**Gerente Executiva**  
Erinalva Araújo  
**Assessoria Jurídica e Regulatória**  
Alvaro Vasconcelos  
Eduardo Lopes  
**Assessoria Técnica de Engenharia**  
Wender Souza  
**Administrativo**  
Ana Duarte  
Bruno Veras  
Lindinalva Tavares

**Coordenador de RelGov**  
Lindemberg Portela  
**Assessoria de Comunicação e Designer**  
Amanda Salviano

