



ABRATEL.

INFORME SEMANAL

15 a 19 de dezembro - Número 305- Ano 2025



ABRATEL RENOVA CONVÊNIO COM ECAD

A Abratel renovou seu convênio com o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), reforçando o compromisso de oferecer aos associados condições especiais para o cumprimento das obrigações relativas à retribuição autoral.

O novo ajuste amplia os benefícios já vigentes, com reduções que variam de 15% a 25%, além de descontos adicionais para emissoras situadas em municípios de menor porte, que podem alcançar até 55%.

O convênio estabelece:

A) Redução de 15% no valor da men-

salidade para rádios que enviarem sua programação em arquivos .xls ou .xlsx, contendo dados estruturados e comprehensíveis sobre datas de execução, títulos das músicas e intérpretes.

B) Redução de 25% no valor da mensalidade para rádios que encaminharem suas programações em formato .Exp ou em arquivo .xlsx padronizado pelo Ecad, conforme o modelo Dist 006 – Planilha de Programação Musical de Rádio, disponível no site do Escritório.

C) Para emissoras localizadas em cidades com até 300 mil habitantes, haverá desconto adicional, conforme o grupo populacional:

Grupo Populacional	Percentual de desconto adicional
Até 10 mil habitantes	30%
Acima de 10 até 25 mil habitantes	25%
Acima de 25 até 50 mil habitantes	20%
Acima 50 até 75 mil habitantes	15%
Acima 75 até 150 mil habitantes	10%
Acima 150 até 300 mil habitantes	5%

O desconto adicional passa a vigorar a partir da competência de janeiro de 2026, aplicando-se às obrigações exigíveis a partir dessa data.

Em caso de dúvidas, entre em contato com o jurídico da associação pelo e-mail: juridico@abratel.org.br.



Comunicação é a 2ª maior força econômica do RJ, aponta debate com participação da Abratel

O setor de comunicação consolida-se como um dos pilares fundamentais da economia fluminense, ocupando a posição de segunda maior força econômica do Estado do Rio de Janeiro, atrás apenas do segmento de petróleo e gás. O dado foi destaque durante um encontro realizado na terça-feira (9) pela Associação das Empresas de Comunicação do Rio de Janeiro (Midiacom-RJ), no Hotel Fairmont.

O evento reuniu empresários de mídia, radiodifusores e autoridades para debater o cenário estadual. O presidente da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel), Márcio Novaes, foi um dos destaques da programação.

Em sua análise, ressaltou o papel estratégico da televisão e do rádio como vetores de desenvolvimento econômico e social, além da necessidade de avançar no projeto de TV aberta no celular sem consumo de dados, ampliando o acesso à informação.

Segundo Novaes, a mídia fluminense atua como uma verdadeira “vitrine” para a pro-

moção do estado e para o turismo, impulsionada pela produção de teledramaturgia e pela forte confiança que a população deposita nos veículos locais.

O debate também contou com a presença do presidente da RECORD, Luiz Cláudio Costa, que participou do segundo painel do encontro, reforçando a representatividade das grandes emissoras no debate sobre o futuro da comunicação.

A abertura foi realizada pelo presidente da Midiacom-RJ, José Antonio do Nascimento Brito. Também estiveram presentes o presidente da ABERT, Cristiano Lobato Flôres, o presidente da ANER, Rafael Soriano, além de autoridades como o secretário da Casa Civil do RJ, Nicola Miccione; o secretário de Radiodifusão do Ministério das Comunicações, Wilson Wellisch; e o conselheiro da Anatel, Octavio Pieranti.

Força da TV e do rádio

Dados apresentados pelo CEO da consultoria Quaest, Felipe Nunes, corroboraram a força da mídia tradicional. A pesquisa

revelou que a TV aberta e o rádio seguem entre os meios mais influentes e consumidos pelos fluminenses, superando novas plataformas digitais em penetração e credibilidade.

Os números mostram que 66% dos entrevistados assistem à TV aberta com frequência, percentual superior ao do YouTube (63%) e plataformas de streaming (61%). O rádio mantém sua relevância histórica, sendo ouvido por 49% da população.

Para 81% dos fluminenses, a mídia exerce um papel crucial no fortalecimento da economia, atuando como catalisadora em cadeias de serviços correlatas e em grandes eventos, como o Carnaval e o Campeonato Carioca.

O levantamento reforça que a indústria de radiodifusão permanece como um ambiente seguro de entretenimento familiar e um pilar essencial da economia criativa do Rio de Janeiro.



O setor é motor de tendências e identidade, mas seu papel como transformador cultural ainda é adormecido

O Rio é um "exportador de tendências". Os produtos culturais realizados no Rio se reverberam no Brasil inteiro e se tornam "estilo de vida". A marca Rio de Janeiro em si é um ativo que aumenta o valor de produtos no exterior.

Apesar dessa força cultural, ainda há um descompasso entre o que o Rio produz como referência e o que a mídia retrata.

68%

AFIRMA GOSTAR DE VER
SEU BAIRRO OU
COMUNIDADE
REPRESENTADO NA TV

**APENAS
39%**

SE SENTE
REPRESENTADO
PELAS PRODUÇÕES
MIDIÁTICAS

**APENAS
30%**

ACHA QUE SEU BAIRRO
OU COMUNIDADE É
REPRESENTADO
ADEQUADAMENTE NA TV



Cofiex autoriza captação de US\$ 500 milhões para implantação da TV 3.0

A Comissão de Financiamentos Externos (Cofiex), vinculada ao Ministério do Planejamento, aprovou na última quinta-feira (11) a captação de até US\$ 500 milhões (cerca de R\$ 2,7 bilhões) para a implantação da TV 3.0 no Brasil.

A operação, articulada pelo Ministério das Comunicações (MCom), será estruturada junto ao BID e ao BIRD, visando modernizar a TV aberta com maior interatividade e integração à internet.

"A TV 3.0 vai revolucionar a televisão brasileira. O financiamento é um instrumento estruturante para promover inclusão digital e atualizar a infraestrutura de transmissão em todo o país", afirmou o ministro das Comunicações, Frederico de Siqueira Filho.

Com a aprovação, o processo segue para a Casa Civil e, posteriormente, ao Senado Federal, que deve autorizar a contratação do crédito.

Além do recurso externo, o secretário de Radiodifusão, Wilson Wellisch, informou que o governo negocia linhas complementares com o BNDES.

Nesta fase inicial, a expectativa é que os investimentos priorizem regiões metropolitanas, alcançando cerca de 15% da população.

Estudos do setor estimam que seriam necessários R\$ 3,85 bilhões para cobrir integralmente as principais capitais do país.

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

ABRATEL.

abratel
 abratel
 AbrateRadioTV
www.abratel.org.br