

KANTAR IBOPE MEDIA

Inside

AUDIO

2023

A Onda Sonora da Modernidade: ÁUDIO E A EVOLUÇÃO DO RÁDIO

O áudio tem se reinventado com ousadia e se mantido enraizado nas vidas dos brasileiros. Num mundo de acelerados avanços tecnológicos, ele se moderniza, expandindo-se para diferentes formatos e devices e, com inovação e diversificação, ele pulsa nas mentes, ouvidos e corações do público.

Nesse contexto se destaca o Rádio, principal expoente do áudio e que, com a crescente digitalização, alcança os ouvintes em qualquer lugar. Também os podcasts, com sua conveniência e personalização, capturam o interesse, transformando o áudio em uma experiência sob demanda. Essa transformação não é apenas tecnológica, mas também criativa, possibilitando conteúdo multimídia que estimula a imaginação e envolve os sentidos.

A interatividade é a nova tônica. As redes sociais são palco para discussões, enquetes e conexões entre os ouvintes e os seus comunicadores favoritos. O áudio agora ecoa nas vozes dos assistentes de voz, tornando a sintonização uma simples instrução falada. Assim, a informação e o entretenimento estão a um comando de distância, tornando-se parte do cotidiano.

A programação se diversificou, servindo nichos variados. Da música ao debate intelectual, do jornalismo local ao entretenimento global, o áudio, através do Rádio, atende a interesses variados, construindo uma teia cultural que se estende por todo o país. E, ao mesmo tempo em que abraça a modernidade, não abandona seu papel de informante local, trazendo notícias relevantes para cada comunidade.

O Rádio, assim, não apenas sobrevive, mas prospera na era digital. Seu som característico continua a preencher espaços vazios e a unir vozes dispersas. Como uma melodia familiar, ele permanece um companheiro confiável nas jornadas diárias dos brasileiros, alinhando-se com a evolução do tempo sem jamais perder sua essência atemporal.

E, nesse mesmo contexto de evolução, o Inside Radio se transforma em Inside Audio, explorando de maneira ainda mais completa todas as facetas, ondas e sintonias que os diferentes formatos de áudio nos proporcionam, ontem, hoje e sempre.

Boa Leitura!

Giovana Alcantara
Diretora de Desenvolvimento
de Negócios Regionais
Kantar IBOPE Media





1. A JORNADA DO ÁUDIO



2. NAS ONDAS DA PUBLICIDADE



A JORNADA DO ÁUDIO

Áudio sempre presente

A força do áudio e sua presença em diferentes momentos de nossa jornada diária fica clara quando percebemos que 9 em cada 10 pessoas o consomem em algum formato – seja no Rádio, nas músicas, nos streamings ou em podcasts.

90%

ouviram algum formato de áudio

Sempre em evolução

Principal expoente do áudio na mídia, o Rádio se mantém em constante evolução, se atualizando para estar sempre presente na jornada dos ouvintes em vários conteúdos e formatos.

*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de digital@kantariobopemedia.com

76%

dos ouvintes de Rádio acreditam que o meio vem se modernizando em seus conteúdos e formatos*

38%

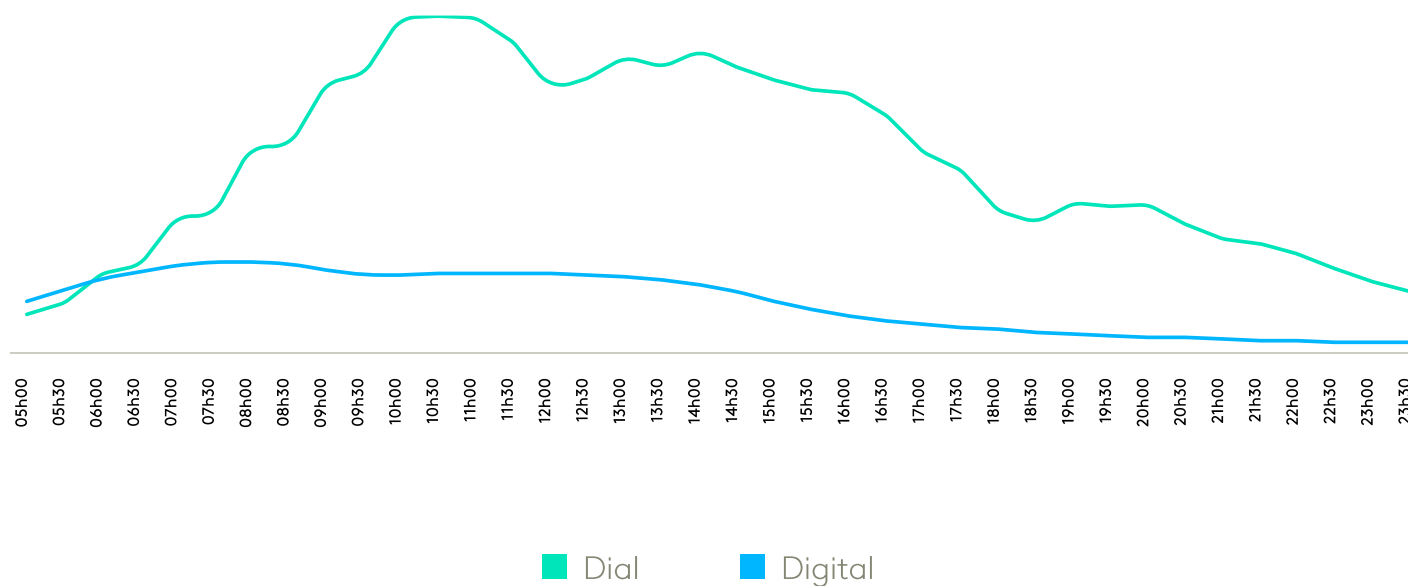
dos ouvintes de Rádio consideram que ter a possibilidade de escutar online mudou a forma que consomem o meio

▲ +30% vs 2022

Rádio: em toda a jornada

O Rádio, nessa evolução e adaptação para conversar com seus ouvintes, mostra presença consolidada ao longo de toda jornada diária, sendo consumido durante todo o dia tanto no dial quanto online. Inclusive, em momentos como o início da manhã e o início da noite, o Digital se aproxima (e até ultrapassa) o consumo no Dial para algumas emissoras.

Alcance de consumo



Consumo em alto volume

O Rádio é ouvido por

80%

da população nas 13
regiões metropolitanas
pesquisadas

Cada ouvinte passa

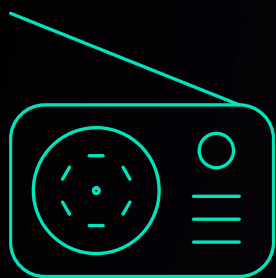
3h55
escutando Rádio por dia



Consumo frequente e crescente

Ouvido por grande parte dos brasileiros, o Rádio tem um volume de consumo crescente e frequente.

Entre os ouvintes, quase 6 em cada 10 ouvem, hoje, mais ou a mesma quantidade em relação aos últimos 6 meses.



Em comparação
aos últimos 6
meses, entre os
ouvintes de Rádio

57%

estão ouvindo o
meio em maior,
ou na mesma
quantidade.

*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de digital@kantariibopemedia.com

PESQUISA ESPECIAL

Inside AUDIO

2 0 2 3

Uma visão inédita e exclusiva sobre o Áudio

Tenha uma visão ampla e exclusiva sobre o áudio, com foco especial para o Rádio, com uma pesquisa exclusiva realizada pela Kantar IBOPE Media.

Através de perguntas inéditas, entenda melhor a relação dos ouvintes com o meio, formatos de consumo, potencial de conversão e modalidades de publicidade.

Com a Pesquisa Especial Inside Audio 2023, conheça informações exclusiva sobre:

- Percepção sobre a relação entre o consumo de Rádio no dial e online
- Eventos culturais ouvidos através do Rádio
- Conteúdos de emissoras ouvidos além do online e quais costuma ouvir no YouTube
- Quais formatos de propaganda em áudio lembra ter ouvido
- Pesquisa/compra de algum produto/serviço em função de anúncio que ouviu no Rádio
- Frases exclusivas de Opiniões e Atitudes sobre a relação com o meio.

QUER SABER MAIS?

Para conhecer mais sobre a Pesquisa Especial Inside Audio 2023, procure seu consultor da Kantar IBOPE Media ou entre em contato pelo e-mail: digital@kantaribope.com

KANTAR IBOPE MEDIA

Sintonia Local

Detalhamos o consumo de Rádio por cidade. Fica evidente a força do meio com os ouvintes ao redor de todo o Brasil.

A robustez local do Rádio constrói e fortalece seu vigor nacional.



NORDESTE

83% GRANDE FORTALEZA
03:49:09

78% GRANDE SALVADOR
03:36:45

77% GRANDE RECIFE
03:55:38



SUDESTE

84% BELO HORIZONTE
03:51:46

81% RIO DE JANEIRO
04:29:47

80% VITÓRIA
03:47:55

78% CAMPINAS
03:24:03

77% GRANDE SÃO PAULO
03:53:05



CENTRO-OESTE

81% GRANDE GOIÂNIA
03:42:11

78% DISTRITO FEDERAL
03:07:01



SUL

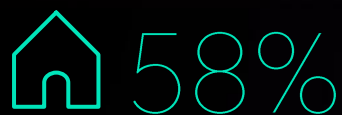
84% GRANDE PORTO ALEGRE
03:52:14

83% GRANDE FLORIANÓPOLIS
03:38:53

83% GRANDE CURITIBA
03:29:10

Em diferentes contextos

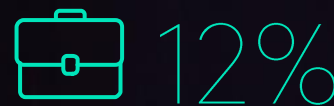
A partir de 2023, passamos a trazer uma visão sobre o conceito em que o Rádio é consumido pelos ouvintes. Temos, assim, um maior detalhamento sobre o comportamento dos ouvintes, acompanhando o consumo que tem deixado de ser realizado em locais, passando a ser feito em diferentes momentos e contextos.



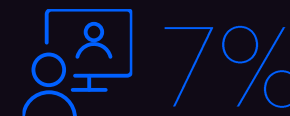
Em casa realizando atividades cotidianas



No carro/moto particular



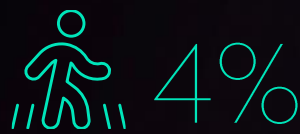
No trabalho presencial



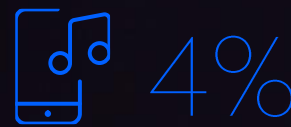
Em casa trabalhando home office



No transporte público



Na rua/ao ar livre se deslocando



No carro/moto tipo taxi ou app



Outros contextos

Top 5 preferências de programação no Rádio, entre ouvintes:



Para falar (e ouvir) sobre tudo

Presente em toda a rotina diária,
naturalmente o Rádio é utilizado para
o consumo de diversos tipos de
conteúdo.

Nesse contexto, se destacam no gosto
dos brasileiros música, notícias e
comentários esportivos
(especialmente sobre futebol).

Credibilidade e velocidade

Esse destaque para o consumo de conteúdos noticiosos e jornalísticos se fortalece pela grande agilidade para transmitir informações, junto à credibilidade que o meio conquistou ao longo da história.

*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de digital@kantaribope.com

83%

dos ouvintes de Rádio acham que o meio apresenta as notícias de forma rápida

64%

dos ouvintes de Rádio acreditam nas notícias que ouvem no meio

Ouvidos estão ON

Presente em todos os momentos e em constante atualização para se aproximar e ser relevante aos ouvintes, o consumo de Rádio também é destacado na web.

O tempo médio diário dedicado é de

2h45

entre os ouvintes de Rádio na web

12%

De pessoas nas 13 regiões metropolitanas pesquisadas ouviram Rádio web nos últimos 30 dias

Mobilidade Sonora

O consumo online é potencializado pela evolução tecnológica, que permite uma aposta grande na mobilidade dos ouvintes. Assim, naturalmente, o maior consumo na web foi feito via celular.

Entre os ouvintes web:



67%

ouviram
pelo celular



29%

ouviram
pelo computador

11%


em outros
equipamentos

Várias plataformas para ouvir

Seguindo a essência do áudio, conteúdos de emissoras de Rádio podem ser ouvidos em inúmeras plataformas, evidenciando o caráter popular e agregador do meio.




TOP 4 plataformas para ouvir conteúdos de Rádio além do dial:

 39%
no Youtube

 25%
Redes Sociais

 22%
Podcast

 12%
Streaming de Áudio

NOVOS

DESTAQUES NO CONSUMO

Dentro desses novos formatos e plataformas para consumo de áudio, tem se destacado e popularizado especialmente dois deles: os podcasts e os serviços de streaming de áudio.

Força dos Podcasts

Como vimos anteriormente, podcasts são um canal importante para o consumo de Rádio, mas não apenas, indo muito além. Ali, o áudio como um todo se destaca e potencializa o seu alcance.

50%

ouviram podcasts nos últimos 3 meses

▲ aumento em relação
ao último ano de 23%



Aqui, Pod tudo

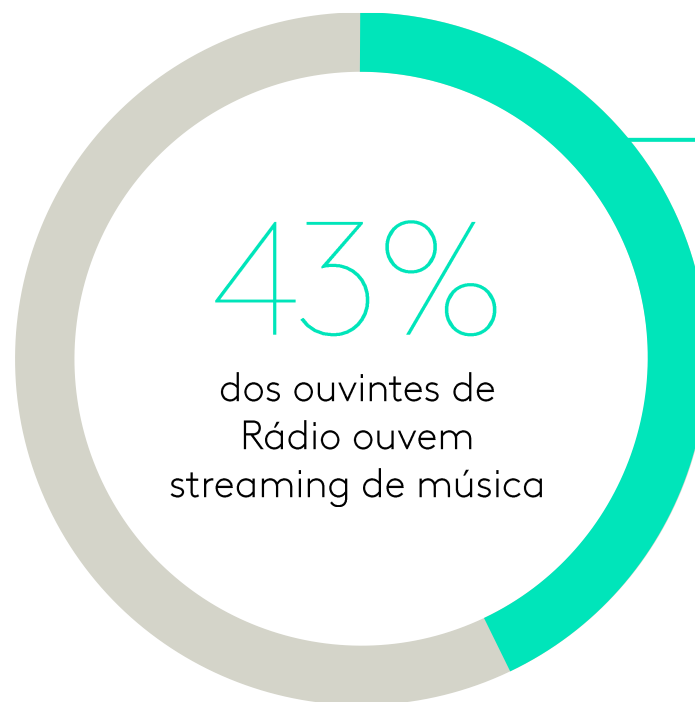
Nos podcasts, diversos assuntos são comentados e procurados pelos ouvintes. Uma biblioteca histórica de conteúdos, além do consumo sob demanda, permitem que diferentes temas sejam abordados. Entre os principais consumos, estão comédia, música e notícias/política.

Top 5 temas ouvidos em podcasts, entre os ouvintes:



Ouvidos ligados no streaming

O áudio também ganha força nos serviços de streaming. Além de uma importante opção para emissoras de Rádio atingirem o público, ali também são compartilhados conteúdos produzidos por diversos players. E o consumo desse tipo de plataforma é um hábito diário!



E, desses ouvintes de streaming de música,

63%
ouviram ontem



NAS ONDAS DA PUBLICIDADE

Ouvidos atentos

Essa presença constante do áudio na jornada dos brasileiros faz desse formato uma ótima escolha para que marcas conversem com o público.

Isso fica ainda mais claro ao vermos que, no Rádio, grande parte dos ouvintes prestam atenção na publicidade que ouvem.

**Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de digital@kantariopemedia.com*

Entre os ouvintes de Rádio,

53%

prestam atenção nos anúncios
em áudio que as emissoras de
Rádio transmitem

Sonoridade que marca

No nosso dia a dia entramos em contato com muitos tipos de comerciais em formato de áudio, com aqueles veiculados nas emissoras se destacando.

*Quer conhecer todas as respostas, além de uma visão completa sobre o questionário da pesquisa especial? Entre em contato através de digital@kantariibopemedia.com

TOP 3 Formatos de propaganda áudio mais lembrados entre os ouvintes de Rádio:



50%

Comerciais no Rádio entre os programas e as músicas



27%

Ações publicitárias feitas por locutores durante os programas de Rádio



25%

Promoções na programação da emissora

INSTAR PLANNING
**PLANEJAMENTO
DE RÁDIO**

Métricas Comparáveis: Como competir no mundo digital?

O mercado de mídia e planejamento mudou. Novos hábitos e plataformas horizontalizaram o consumo de mídia nos últimos anos, cada uma delas com métricas próprias para medir suas fortalezas e atingir melhores resultados.

Para o consumo de mídias consolidadas a audiência continua como métrica regente, mas e para mídias digitais? Como se comparar com elas?

Um caminho interessante é o foco na publicidade, avaliando os resultados de uma simulação de acordo com o número de inserções. Avaliando, assim, o potencial de impactos, através do alcance e da frequência que uma emissora de fato entrega.

Através do Instar Planning, você pode:

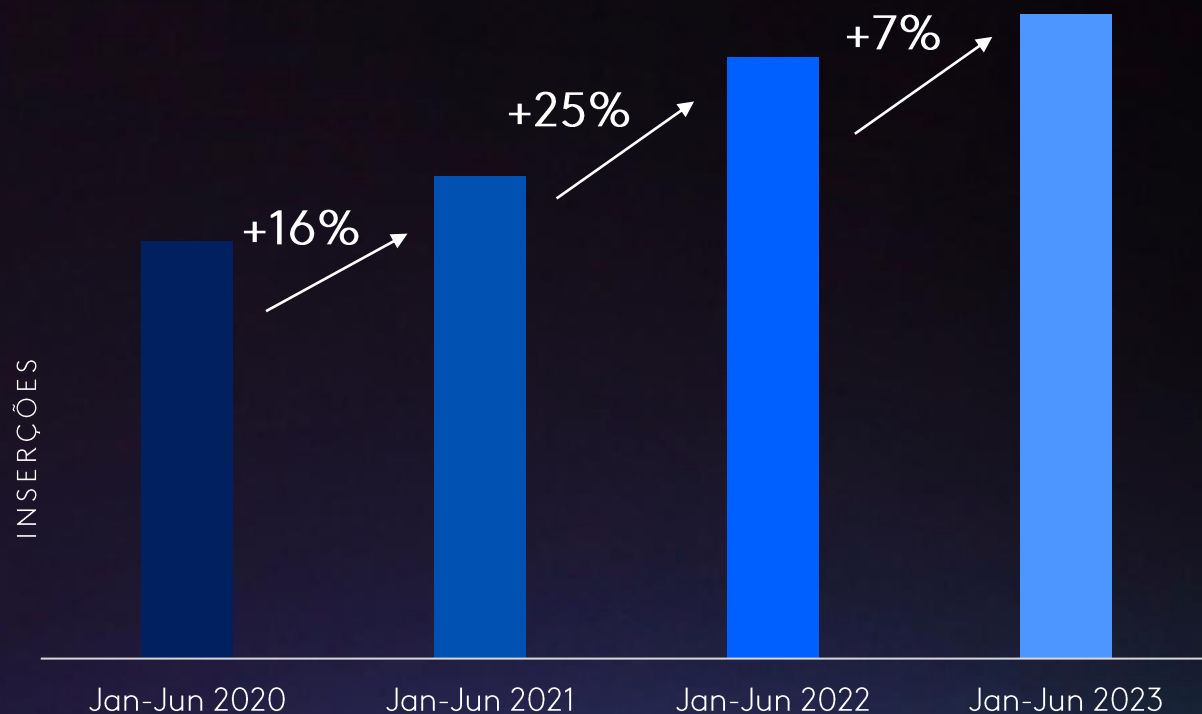
- Analisar o volume de pessoas impactadas pelas inserções comerciais
- Analisar e avaliar de maneira contínua as campanhas no Instar Planning de Rádio
- Análise de audiência e avaliação de campanha em uma única plataforma (Instar Planning)
- Ter uma visão consolidada de planejamento em 13 Regiões Metropolitanas
- Simular de campanhas com A&F – emissoras em cidades diferentes, pertencentes ou não a mesma rede

QUER SABER MAIS?

Para conhecer mais sobre os Instar Planning e nossas soluções de Rádio, procure seu consultor da Kantar IBOPE Media ou entre em contato pelo e-mail: digital@kantaribopemedia.com

Volume Amplificado

O Rádio mantém sua alta relevância dentro do mercado de mídia, fato evidenciado pelo aumento contínuo da atividade publicitária nos últimos anos, impulsionada pela alta presença e confiabilidade do meio junto à sociedade.





Nas paradas de sucesso

Com seu alto potencial de alcance, o Rádio marca presença na estratégia dos anunciantes líderes. 99 dos 100 maiores anunciantes utilizaram o meio em suas campanhas no primeiro semestre de 2023.

Entre os Top 100 anunciantes

99%

anunciaram no Rádio no primeiro semestre de 2023

Inside Áudio 2023: para levar com você

80%

da população ouviu
Rádio (últimos 30 dias)

76%


dos ouvintes de Rádio acreditam
que o meio vem se modernizando
em seus conteúdos e formatos

50%

dos ouvintes de Rádio ouviram
podcasts. No último ano, isso
representa um **aumento de 23%**

99%

Entre os Top 100
**anunciantes anunciaram
no Rádio no primeiro
semestre de 2023**



Inside AUDIO

2 0 2 3

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

digital@kantaribopemedia.com

SOBRE A KANTAR IBOPE MEDIA

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.

CONECTE-SE COM MAIS CONTEÚDOS EM:

-  [@k_ibopemedia](#)
-  [Kantar IBOPE Media](#)
-  [company/kantaribopemedia](#)