

Covid-19

Impactos no consumo de mídia | Rádio

Update 09.04

Com o compromisso de manter nossos clientes informados nesse momento desafiador para os negócios, preparamos o primeiro **especial rádio**, com base nos dados de pesquisa feita durante os primeiros dias de abril para compreender o consumo do meio após o início das medidas de isolamento social.

Três insights para entender o momento do ouvinte:

Mesmo em isolamento, as pessoas continuam ouvindo rádio, seja com a mesma intensidade ou até mesmo mais.

O conteúdo diversificado de rádio exerce várias funções para o ouvinte, seja para informação ou para entretenimento

O rádio sempre foi companheiro do ouvinte e, nesse momento, o buzz nas redes sociais sobre conteúdos de áudio aumentou.

Rádio: informação e entretenimento no momento de isolamento

77% dos entrevistados afirmaram ouvir rádio. Entre eles...

59%

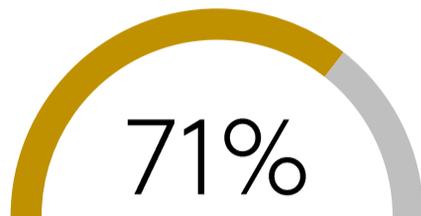
afirmaram ter aderido às medidas de isolamento social, dos quais:

24%

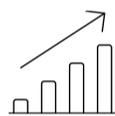
permanecem exercendo suas atividades (trabalho ou estudo)

35%

pararam de exercer suas atividades



Afirmaram ouvir a **mesma quantidade de rádio ou mais** após as medidas de isolamento social.



20%

disseram ouvir **MUITO MAIS** rádio após o isolamento

Ouvinte fiel

Mesmo durante a pandemia, os ouvintes que consumiam o meio no carro ou no trajeto encontraram novas formas de ouvir. Em dados preliminares de São Paulo, a quantidade de minutos ouvido diariamente por pessoa permanece quase inalterada.

4h02min
fevereiro

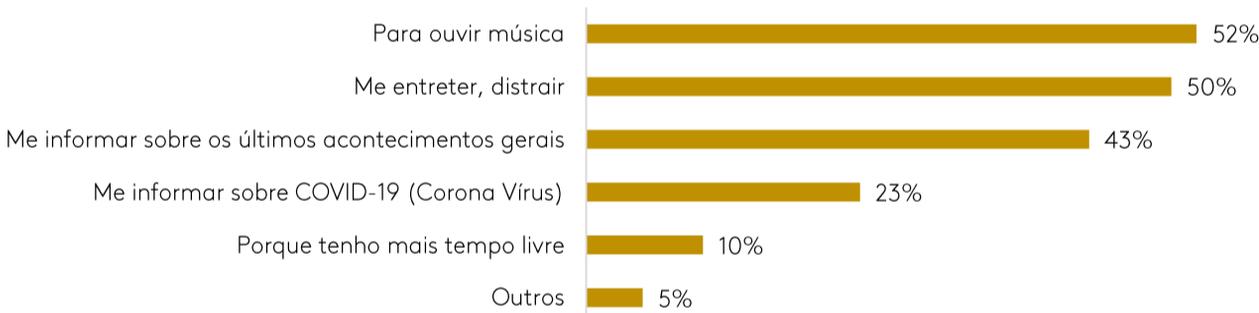
4h18min
março

4h10min
abril*

*1 a 7 de abril

Com programação variada, emissoras têm conteúdo para todos os gostos

Motivo para ouvir rádio após as medidas de isolamento social



Presente onde o ouvinte estiver

O rádio está disponível em diversas plataformas e permite que o conteúdo seja consumido em qualquer hora, lugar e device.

Top 3 plataformas (consumo de rádio após as medidas de isolamento)	
Dial: AM/FM	84%
Internet	19%
Youtube	12%

Em busca de conexão entre pessoas

Em tempos de isolamento, o ouvinte busca várias formas de conexão com amigos e família. Se destacam:

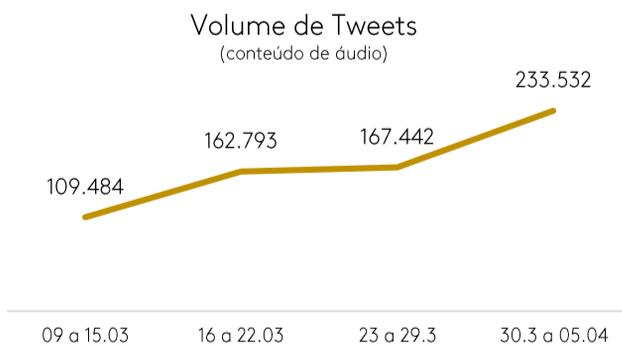


Áudio: maior buzz nas redes sociais

A busca por conexão levou ao aumento expressivo na geração de conversas após o início das medidas de distanciamento social.

+77%

no número de tweets sobre conteúdo de áudio na comparação entre a primeira e segunda quinzena de março



Sucesso nas rádios, sucesso nas lives:

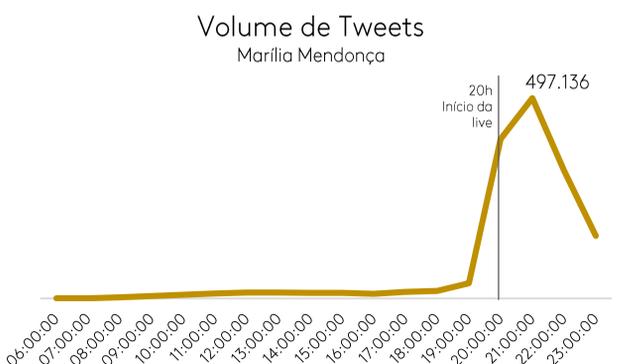
A febre das lives nas redes sociais levou cerca de 3.2 milhões de pessoas a acompanharem Marília Mendonça na última quarta-feira, de acordo com dados da plataforma.

O número de fãs impressiona também nas rádios de todo o país. Marília Mendonça liderou o ranking de artistas mais ouvidos em 2019 nas emissoras.

3.5 bilhões

foi o número de vezes que suas músicas foram ouvidas em 2019, de acordo com o Music Heat.

Nas redes sociais, a cantora foi assunto durante todo o dia, reunindo mais de **1.5 milhões** de tweets durante o dia



Fonte: Kantar IBOPE Media | Adhoc Impactos covid-19 no consumo de rádio no Brasil | 13 RMs | 01 a 05 de abril | amostra: 13.249
Kantar IBOPE Media | Pesquisa Regular de Rádio | Dados Preliminares | São Paulo | Fevereiro, março e 1 a 7 de abril
Kantar IBOPE Media | Kantar Social Radio
Kantar IBOPE Media & Crowley | Music Heat
Kantar IBOPE Media | Social Media Intelligence