

KANTAR IBOPE MEDIA

# Data Stories

Rádio Online: O som do novo

Abril/2022

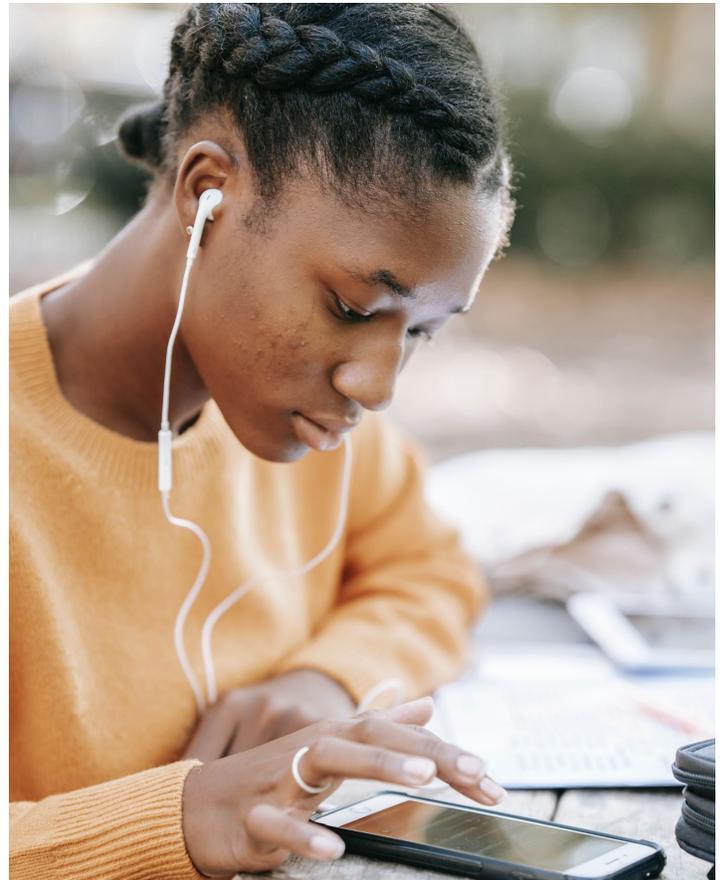
## Sintonia fina

Em 2022 o Rádio completa 100 anos de história e segue moderno. Em um cenário de evolução das mídias digitais, o meio se adaptou e se transformou. Tendo em sua essência o áudio, ele soube, ano a ano, se reinventar e seguir sempre presente e cativante entre os ouvintes.

Nessa edição do Data Stories, vamos entender um pouco mais sobre o consumo de conteúdo em formato de Áudio, incluindo um olhar sobre o Rádio em diferentes plataformas e como ele se transforma no ambiente online.

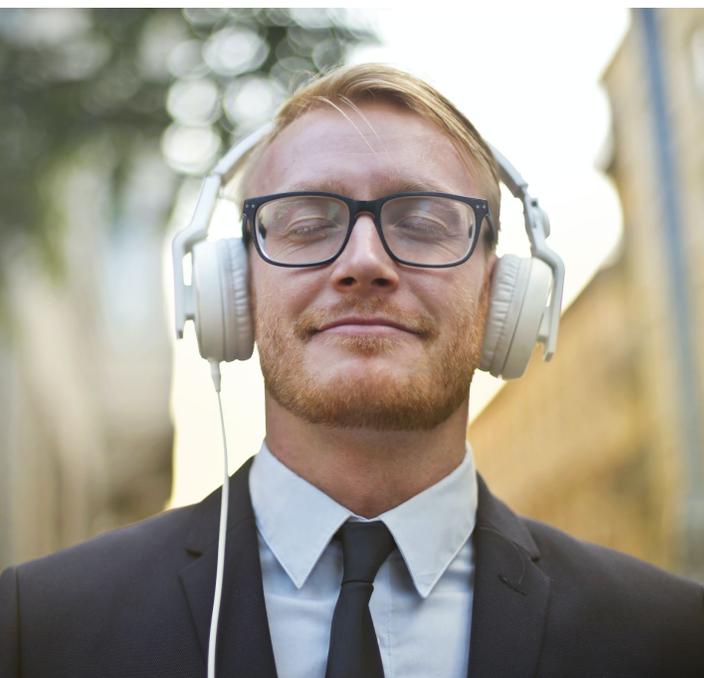
Teremos uma visão também sobre os podcasts e como eles têm se afirmado como um formato dinâmico e abrangente, capaz de oferecer possibilidades de consumo em diversos momentos, abordando diferentes temáticas.

Nosso convite? Coloque seu som favorito e descubra com a gente muitos insights!



## Changing On

A disseminação e popularização da conectividade mudou a forma como realizamos diversas atividades em nosso dia a dia e, também, a maneira como escutamos rádio.



dos ouvintes de Rádio afirmam que: "Ter a possibilidade de escutar rádio online mudou a forma que escuto rádio".

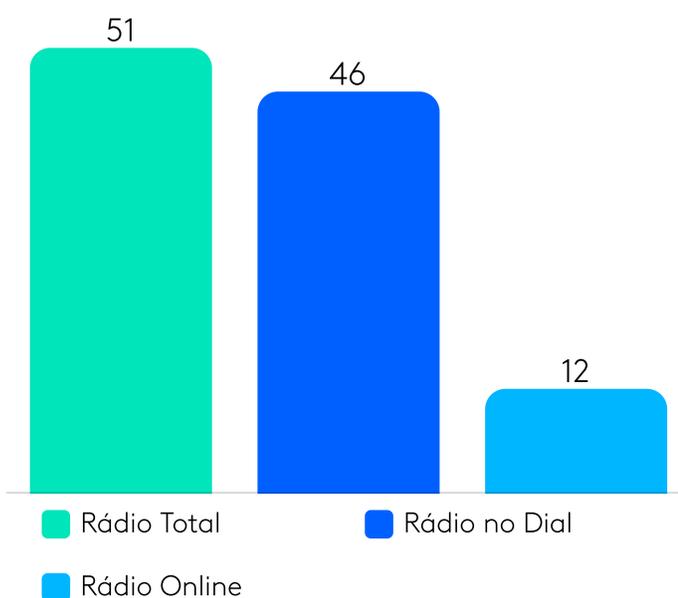
## Complementariedade

que agrega

Essa transformação constante fortalecida pelo online trouxe um potencial incrível para que o Rádio alcance uma grande quantidade de ouvintes, seja online, no dial ou nos dois formatos.

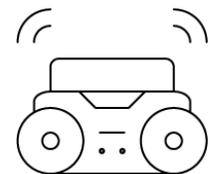
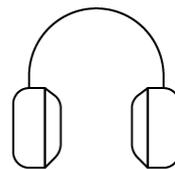
### Consumo de Rádio (%)

Online, Dial e Total - últimos 30 dias



# 186%

foi o **aumento do consumo de Rádio Online em 2021** em relação a 2019, último ano antes da pandemia



## Afinidade digital

Os ouvintes de rádio online se destacam pela relação próxima com novas tecnologias e, também, por ter a internet como uma aliada na hora de fazer compras.

### Entre os ouvintes de Rádio Online

Últimos 30 dias



Tratam de se manter atualizados com os desenvolvimentos tecnológicos (vs 64% da média de ouvintes no dial)



Acreditam que "Comprar on-line faz minha vida mais fácil" (vs 48% da média de ouvintes no dial)

## Sobre o Extended Radio

Através do Extended Radio, analise o consumo de rádio em seus diferentes formatos, apresentado uma visão completa do consumo no dial e online, segmentados por dia da semana e faixas horárias.

Analise a sua própria performance e de seus principais concorrentes em análises com competidores regionais e através do um inédito ranking nacional, que coloca todas as emissoras de nossa cobertura lado a lado.

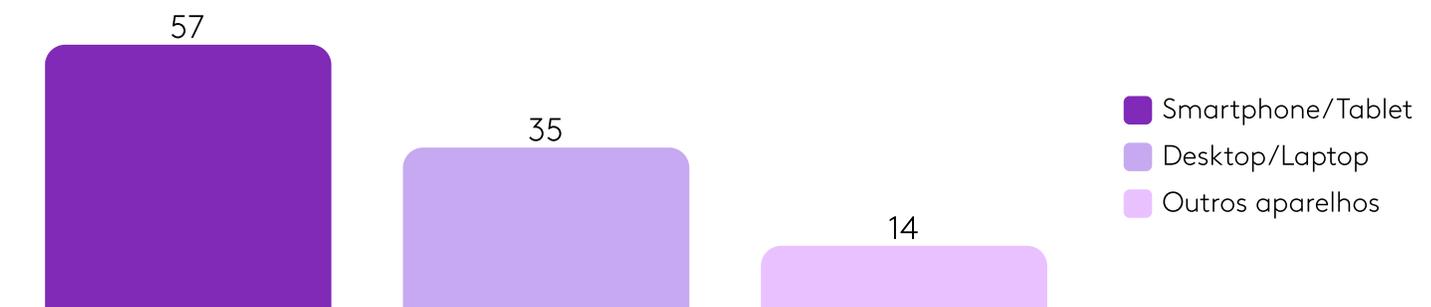
Quer saber mais? Entre em contato em [digital@kantariopemedia.com](mailto:digital@kantariopemedia.com).

## Por onde você, e seus ouvidos, quiserem

O consumo online ganha ainda mais força por ser realizado através de diferentes dispositivos.

### Devices para ouvir Rádio online (%)

Entre os ouvintes de Rádio Online

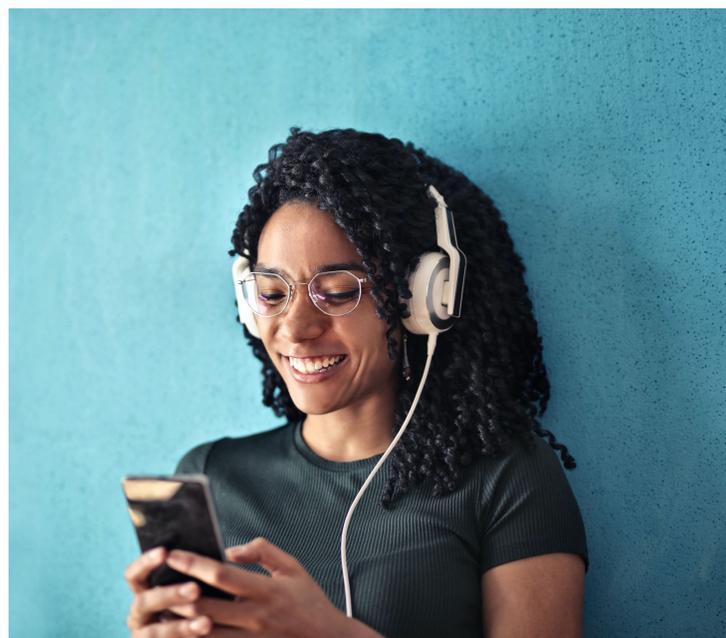


## Na ponta dos dedos

Outra possibilidade que complementa esse consumo é a crescente presença dos aplicativos de emissoras em smartphones e tablets.

### Possui Apps de Rádio (%)

Entre ouvintes de Rádio (Total)



## A consolidação dos podcasts

Nesse cenário, um formato que ganha bastante destaque são os podcasts, apresentando oportunidades para conexão com os ouvintes, através de canais exclusivos, e também para veículos, incluindo emissoras de rádio.

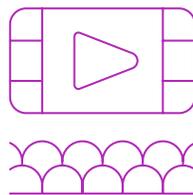


# 28%

dos ouvintes de rádio ouviram podcasts

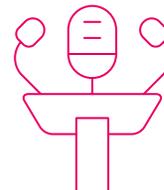
### TOP 3 Gêneros mais ouvidos (%)

Entre ouvintes de Podcasts



Comédia/  
Entretenimento

## 63%



Notícias/  
Política

## 51%



Negócios/  
Finanças

## 44%

## O som não é o limite

Os podcasts, hoje, já se consolidam além das plataformas de áudio.

O YouTube, plataforma conhecida pela transmissão de vídeos, vê hoje uma expansão das transmissões desse tipo de conteúdo por ali, inclusive expandindo seu investimento para criadores desses conteúdos.

Saiba mais clicando ao lado ou [aqui](#).





## Sobre o Data Stories:

Esta é a vigésima primeira edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: [digital@kantaribope.com](mailto:digital@kantaribope.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.

<http://kantaribope.com/>