

A close-up, artistic photograph of a person's face, focusing on the eyes and nose. The person's skin is dark, and their eyes are closed. A vibrant rainbow spectrum of colors is applied to the face, starting from blue on the left, transitioning through green, yellow, and orange, and ending in red on the right. The lighting is dramatic, with the rainbow colors appearing to glow against the dark background of the face and the dimly lit surroundings.

Papo Aberto: Rádio e TV, superação em tempos de pandemia

Arthur Bernardo Neto
Diretor Comercial Regional
Kantar IBOPE Media

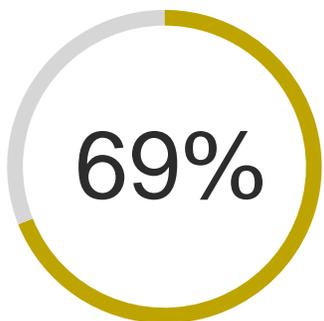
KANTAR IBOPE MEDIA

O que nós pensávamos, até bem recentemente, sobre o futuro?



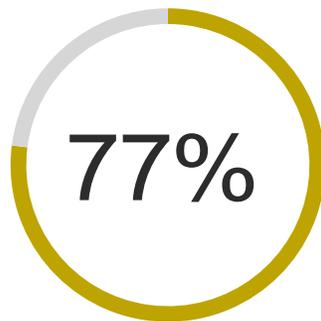
As pessoas estão preocupadas...

Rotina



tiveram grande ou algum **impacto no dia-a-dia**

Saúde



estão preocupados com a **pandemia**

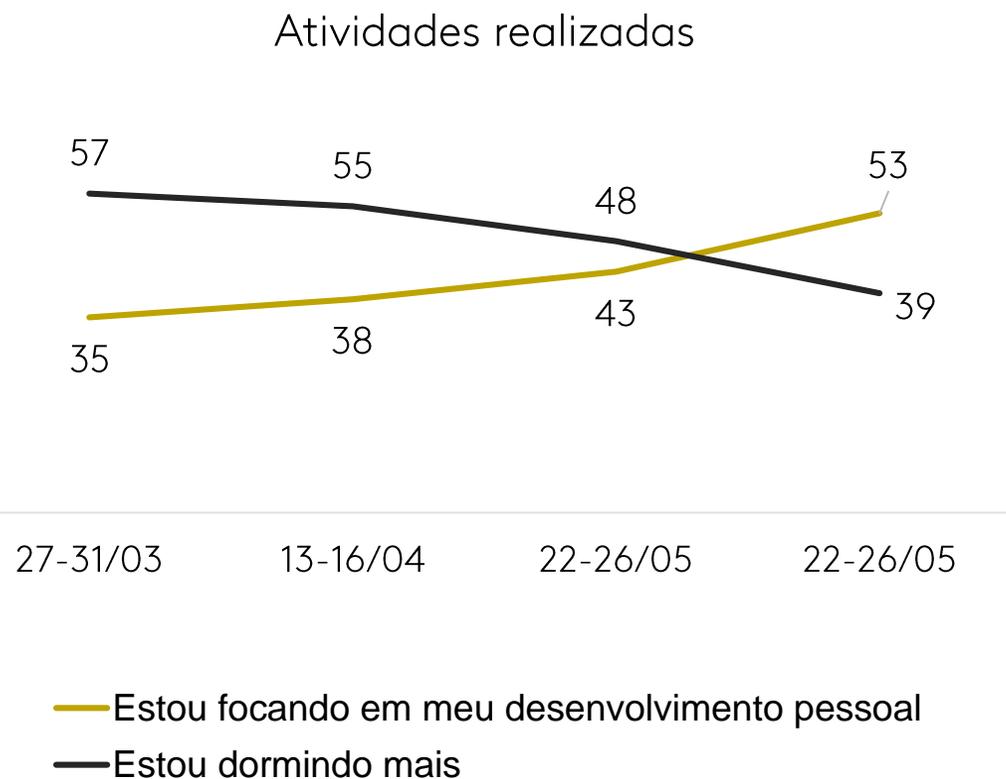


A man with short dark hair, wearing a black long-sleeved shirt and black pants, is sitting on a bed in a hotel room. He is looking out a large window to his left, which shows a clear blue sky. The room has dark curtains and a headboard with a light-colored panel. The lighting is bright, suggesting daytime. The text "Reagindo às pressões" is overlaid on the left side of the image.

Reagindo às pressões

De dentro para fora: **desenvolvimento pessoal**

Conforme as pessoas foram adotando atividades para melhoria da saúde mental, comportamentos como “dormir mais” tiveram queda.



Meditar



Tomar sol

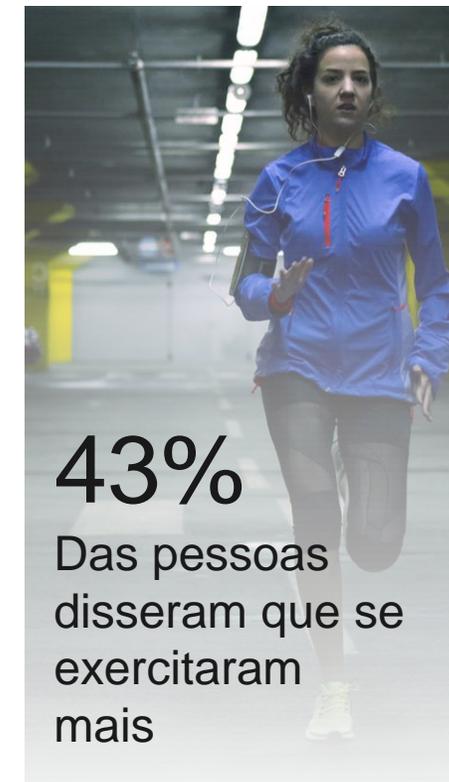


Pedir ajuda quando precisa



De fora para dentro: mudanças de rotina

A busca de entretenimento dentro de casa também contribuiu durante o enfrentamento da pandemia





E o consumo de Mídia em tempos de pandemia?

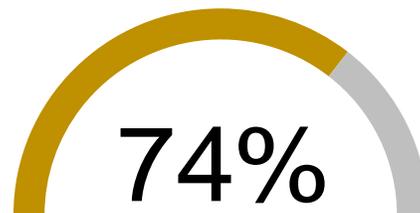
A importância do Rádio

Consumo destacado com a chegada da pandemia

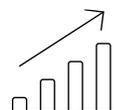
Mesmo em isolamento, as pessoas seguem ouvindo Rádio, seja com a mesma intensidade ou até mais:

78%

Dos entrevistados afirmaram ouvir rádio. Entre eles:



Afirmaram ouvir rádio **com a mesma intensidade, ou até mais** após as medidas de isolamento social.



20% disseram ouvir rádio **MUITO MAIS** 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.

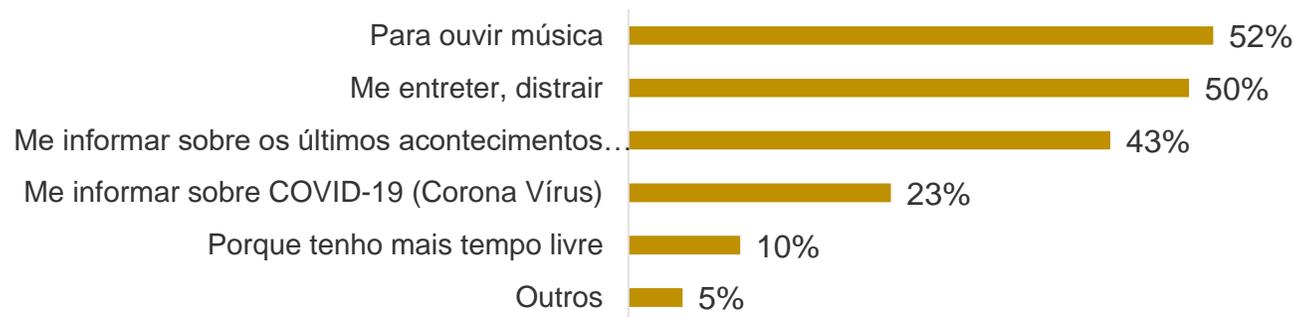
A importância do Rádio

Programação e plataformas de destaque na chegada da pandemia

O conteúdo diversificado de rádio exerce várias funções para o ouvinte, tanto para informação quanto para entretenimento:

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, em qualquer lugar e em qualquer dispositivo.

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

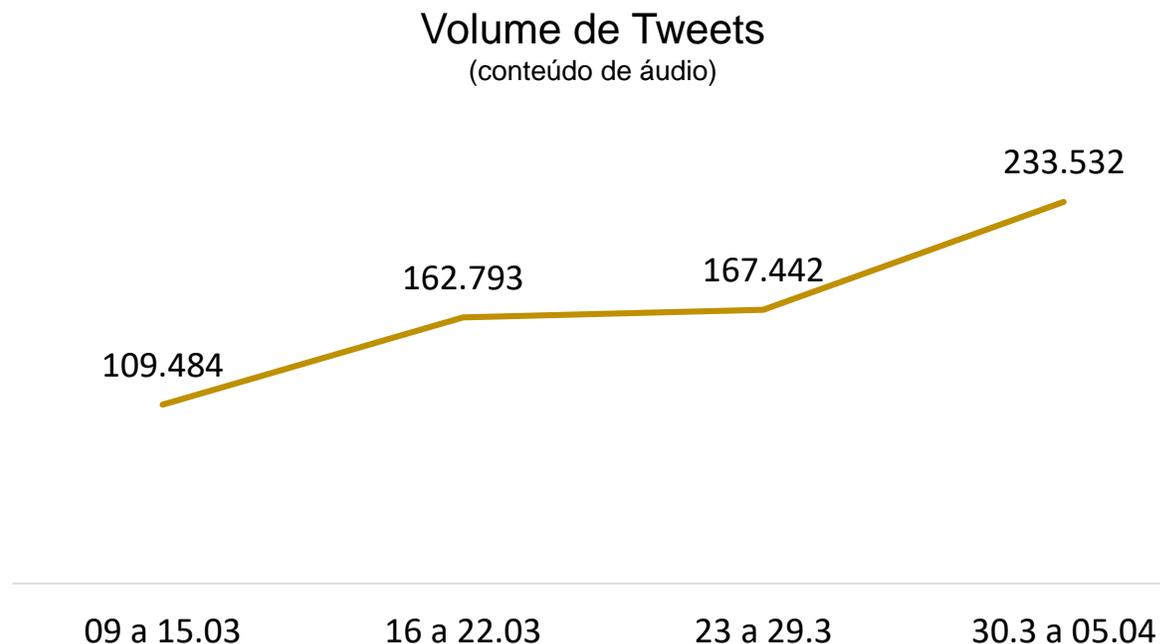
A importância do Rádio

Meio ganhou relevância nas Redes Sociais na chegada da pandemia

O rádio sempre foi companheiro do ouvinte; nesse momento de pandemia, a repercussão sobre conteúdos de áudio na rede social aumentou

+113%

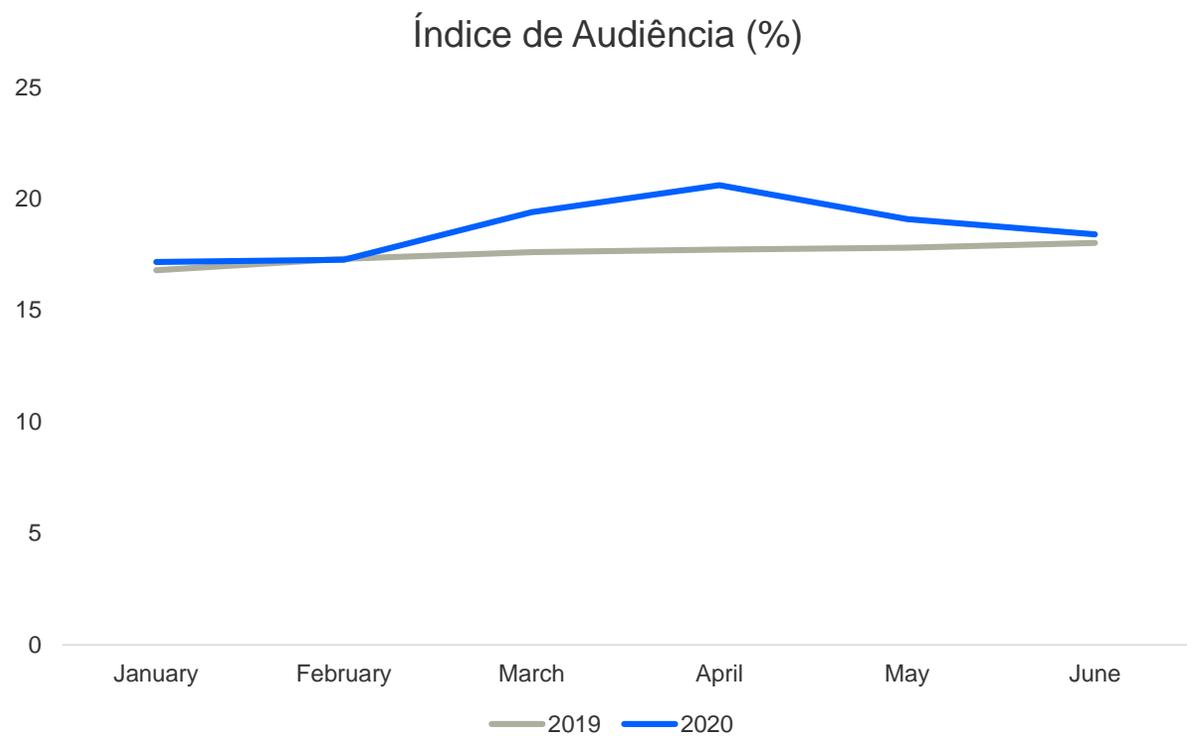
no número de tweets sobre conteúdo de áudio na comparação entre a primeira quinzena de março e a primeira semana de Abril



A importância da Televisão

Audiência Individual 2019 x 2020, mês a mês

Total Ligados



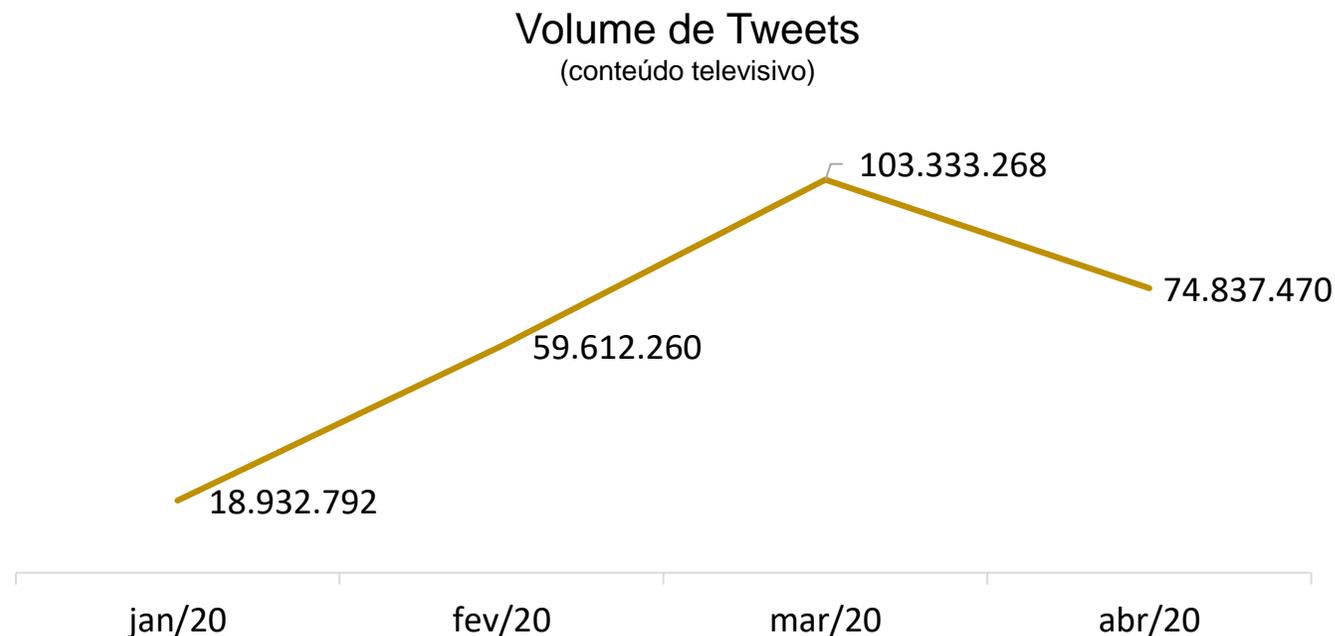
A importância da Televisão

A Tv também ganhou relevância nas Redes Sociais, na chegada da pandemia

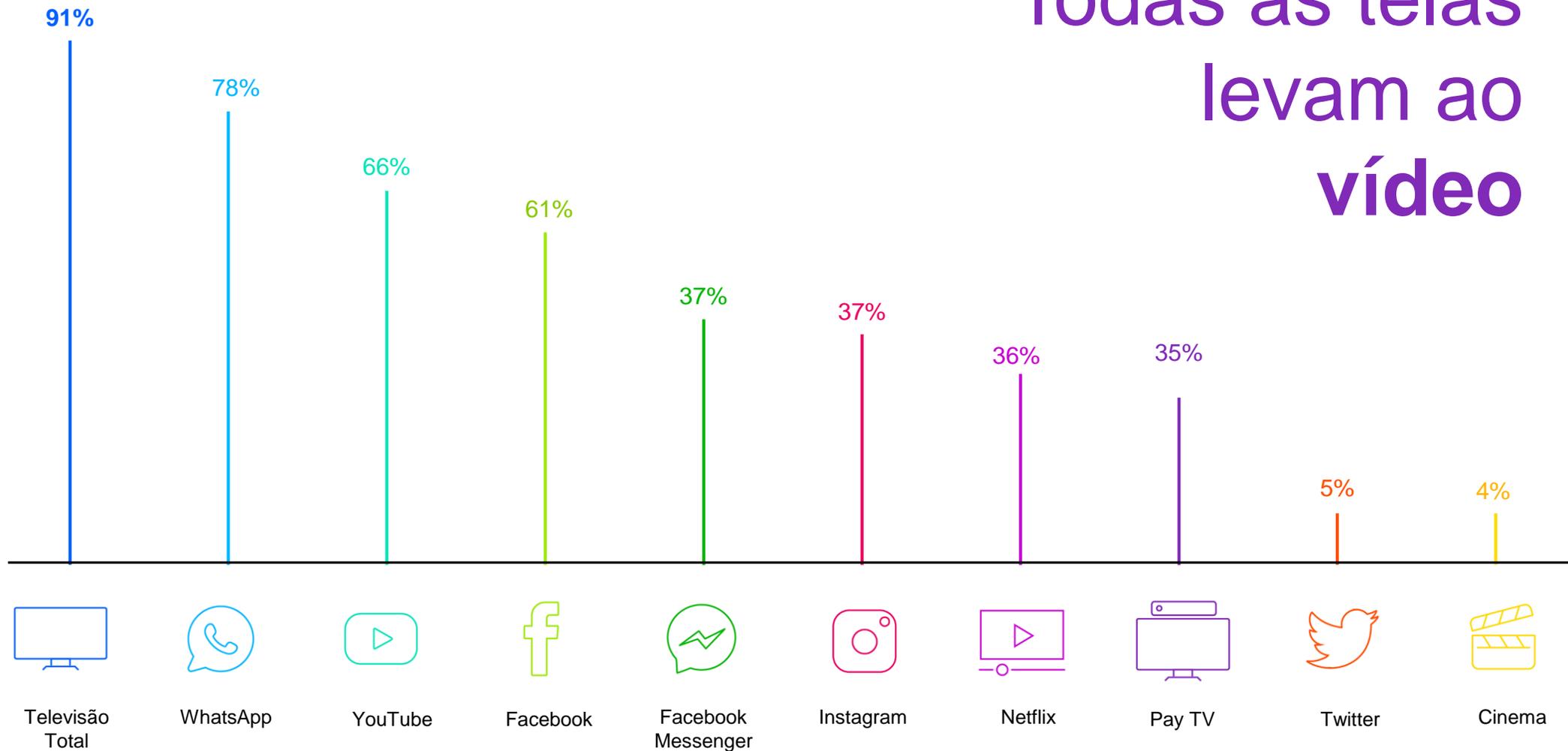
Os tweets relacionados aos conteúdos televisivos tiveram um grande aumento com a chegada da pandemia.

+73%

no número de tweets sobre conteúdo televisivo na comparação entre fevereiro e março de 2020



Todas as telas levam ao vídeo

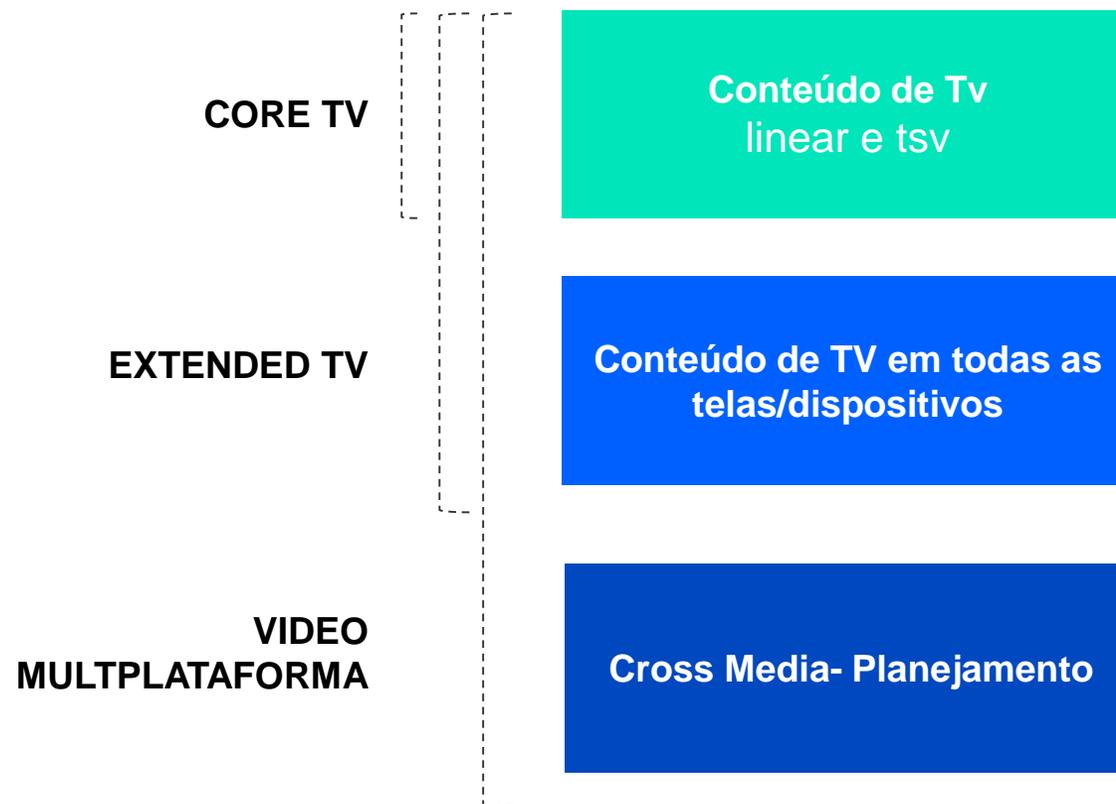


A Medição Cross Mídia, muito em breve, uma realidade no Brasil

Medição de vídeo para hoje e para o amanhã.

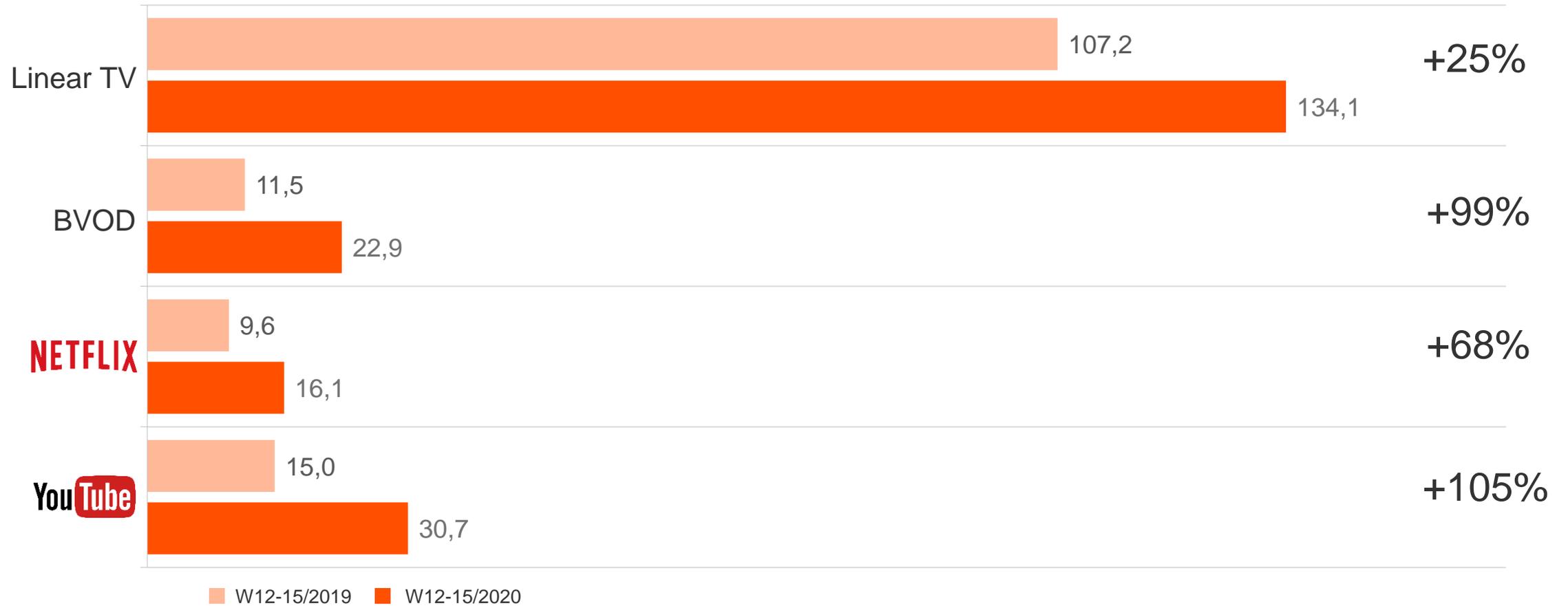
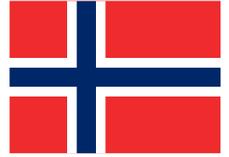
Cross Media Audience Measurement

A Medição de audiência cross mídia fornece dados sobre os hábitos e comportamentos de consumo de mídia em diferentes plataformas e dispositivos – ao vivo, linear ou sob demanda.



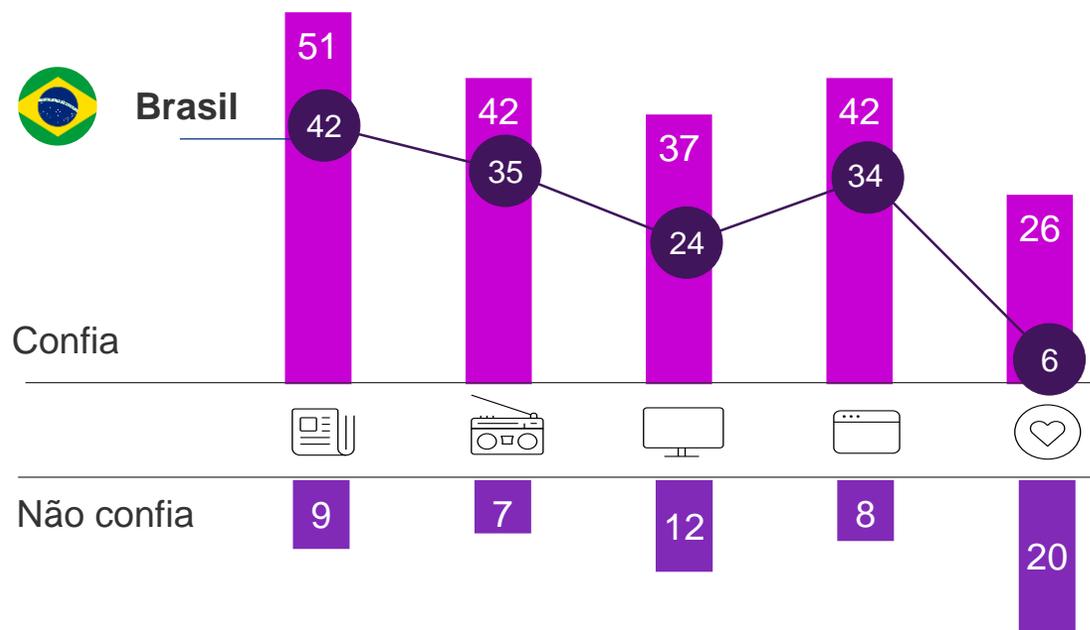
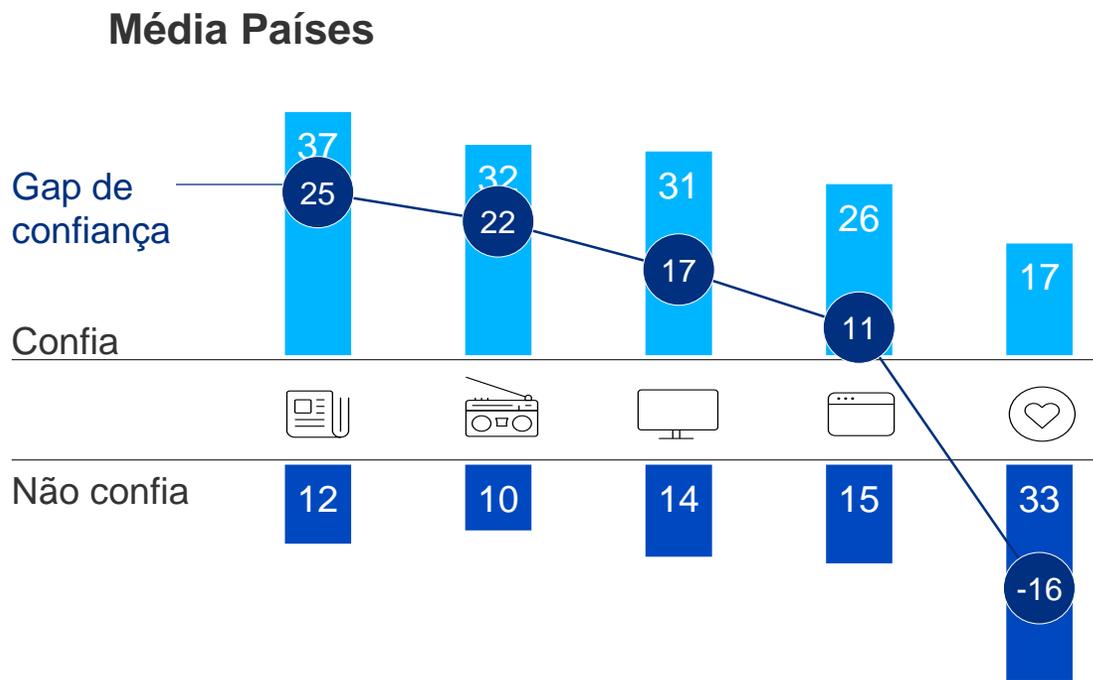
Cross Media Audience Measurement (CMAM)

Aumento de consumo após o início da crise



Confiança nos diferentes meios

Maior confiança no Jornal, Rádio e TV



<https://www.kantaribopemedia.com/dimension-2020/>

● Confia ● Não confia ● Gap de confiança

 Jornais
  Programas de Rádio
  Programas de TV
  Websites Corporativos
  Social media

Novos formatos para consumir mídia

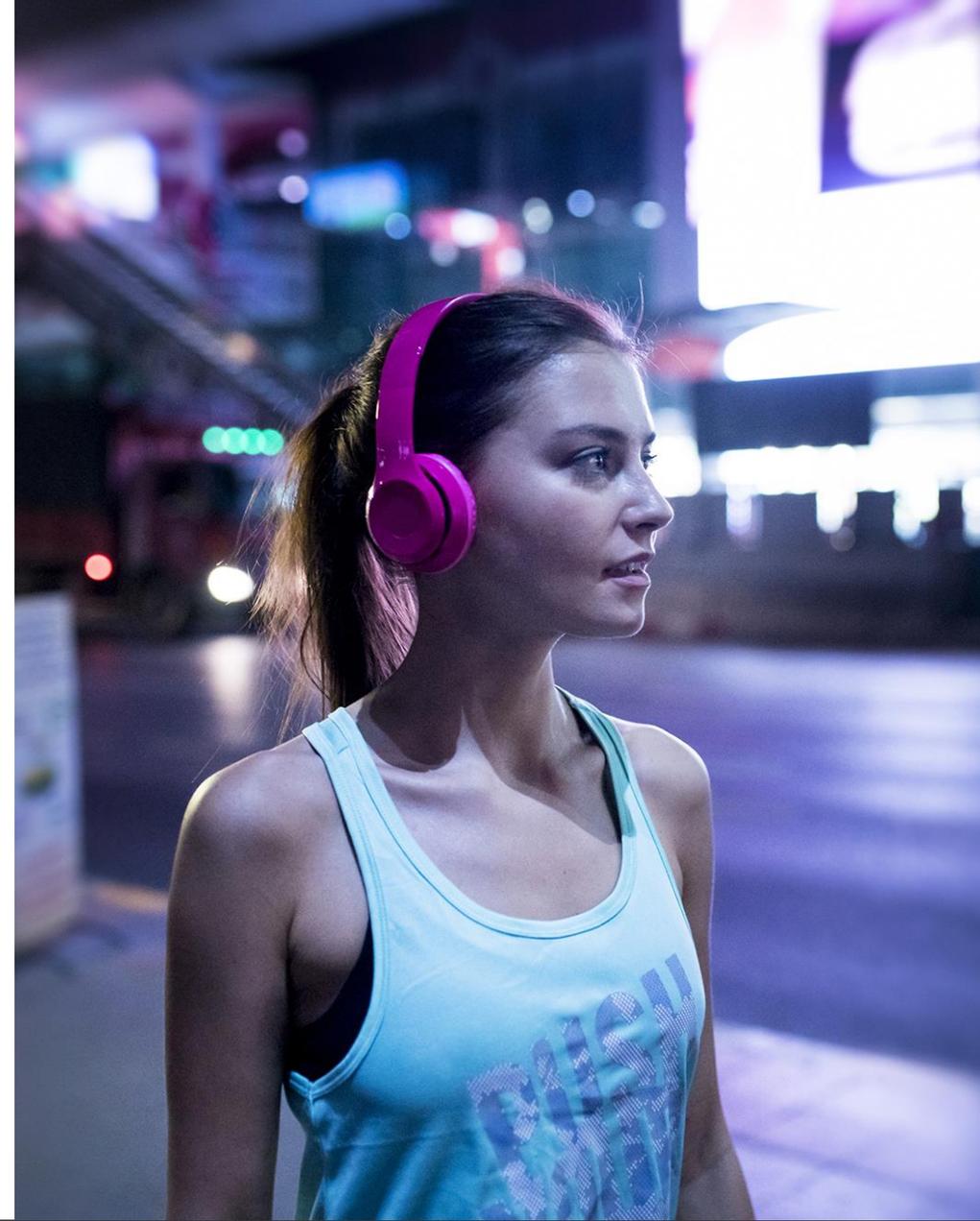
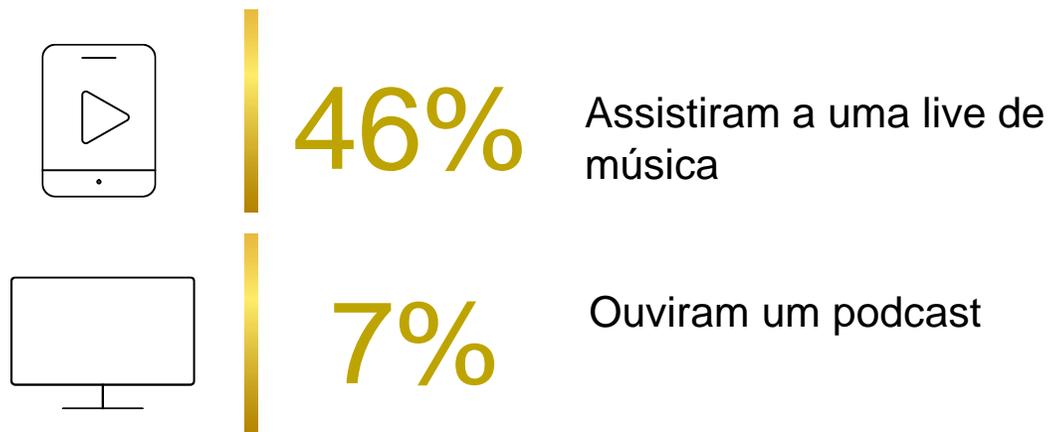


A experimentação tecnológica – Vídeo e Áudio

Mídia: Novos tipos de consumo ganham força

A necessidade de entretenimento dentro de casa levou ao aumento da demanda por serviços de áudio/vídeo sob demanda, bem como a inovação nos conteúdos.

Pela primeira vez na vida durante a pandemia...

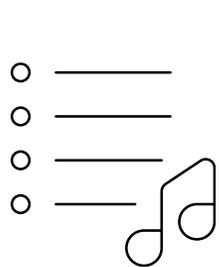


A experimentação tecnológica - Áudio

Mídia: Novos tipos de consumo ganham força

A necessidade de entretenimento dentro de casa levou ao aumento da demanda por serviços de áudio/vídeo sob demanda, bem como a inovação nos conteúdos.

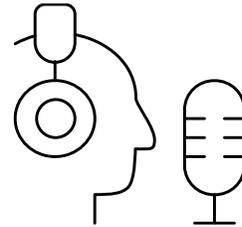
Aumentou o consumo durante a quarentena em comparação a antes dela:



Streaming de Música

24%

(40% na classe AB)



Podcasts

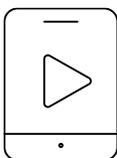
10%

(19% na classe AB)

A experimentação tecnológica - Vídeo

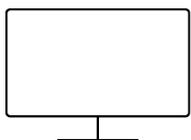
Mídia: Novos tipos de consumo ganham força

Pela primeira vez na vida durante a pandemia...



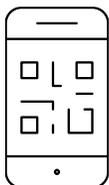
19%

Assistiram vídeo sob demanda pago



11%

Espelharam conteúdo do celular na TV



8%

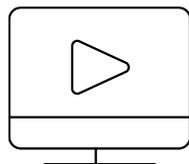
Escanearam um QR Code na TV
(15% na classe AB)



A experimentação tecnológica - Vídeo

Mídia: Novos tipos de consumo ganham força

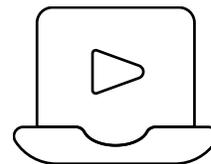
Aumentou o consumo durante a quarentena, em comparação ao período anterior do isolamento:



Streaming de Vídeo
Pagos

37%

(59% na classe AB)



Streaming de Vídeo
Gratuitos

47%

(62% na classe AB)

Novos caminhos
para Conteúdo



Novos caminhos para a produção de conteúdo

Formato preferido para assistir às Lives

Quando a live ocorre simultaneamente na TV e Internet, entre aqueles que assistiram:

37%

prefere acompanhar
pela TV

35%

prefere acompanhar
pelas redes sociais

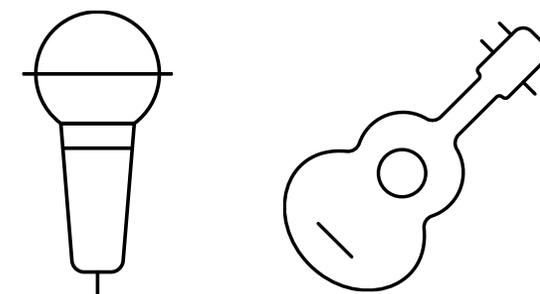
28%

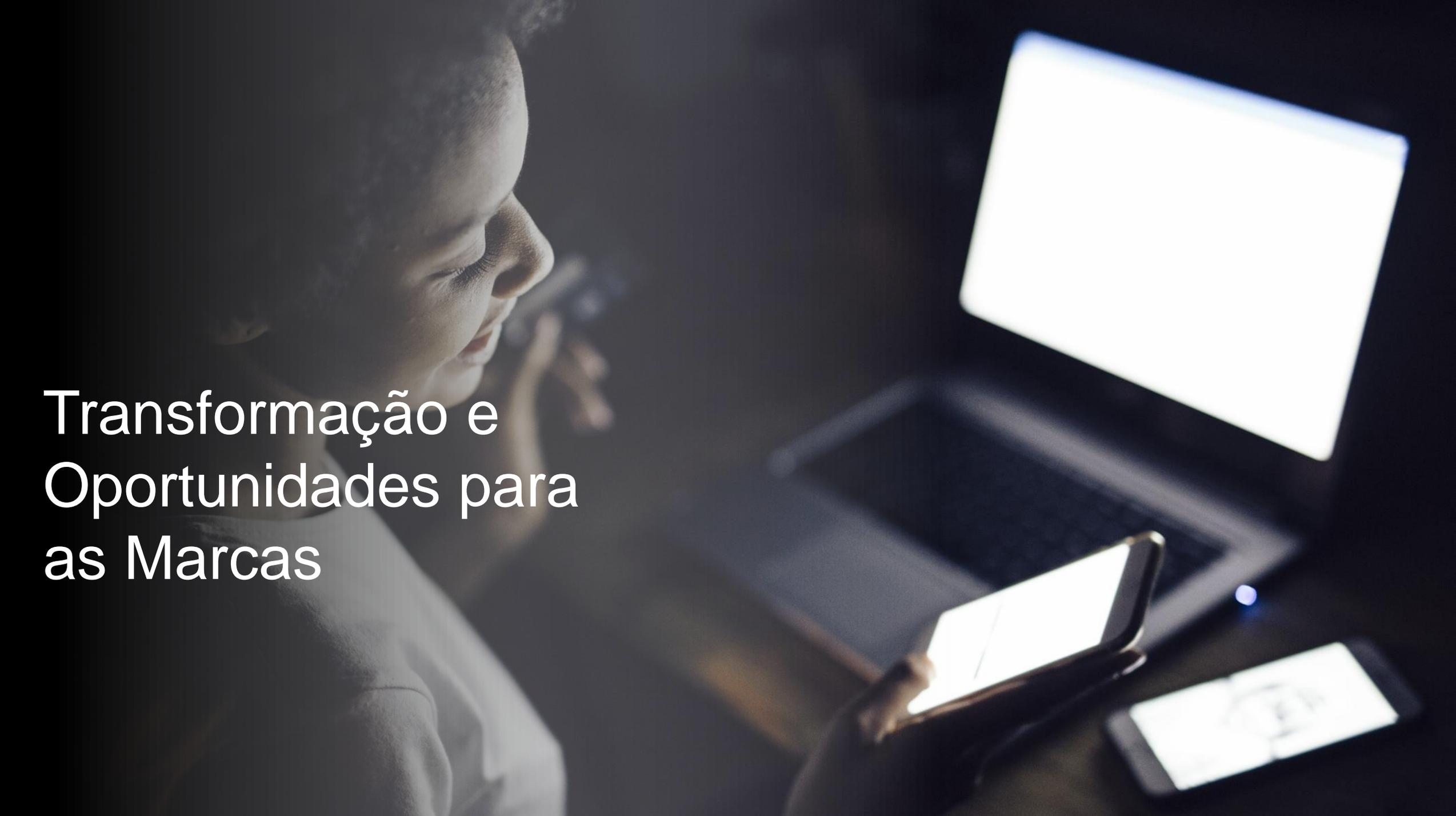
prefere acompanhar pelas
redes sociais na Smart TV

A repercussão no Twitter, das lives que são transmitidas
crossmídia, é

2.6x maior

do que aquelas que são transmitidas apenas no digital





Transformação e
Oportunidades para
as Marcas

Transformação e oportunidade - Áudio

Emissoras de Rádio inovam na experiência do consumidor

Jovem Pan lança nesta semana seu serviço de streaming, o Panflix

Da Redação

29/04/20 - 11h34 - Atualizado em 29/04/20 - 13h42

A Jovem Pan lança nesta sexta-feira, dia 1º de maio, um serviço de streaming que oferece conteúdo novo e ao vivo todos os dias: o Panflix. Com um investimento de R\$ 30 milhões, a nova plataforma faz parte do movimento de convergência digital do Grupo Jovem Pan. E chega em um momento de grande demanda por informação e entretenimento em razão do isolamento social imposto pela Covid-19. O Panflix estará disponível para download nas lojas da Apple Store e Google Play, e também para Smarts Tvs da Samsung.

Você está em:

Inicial > Notícias > Sistema Globo de Rádio lança plataforma de produção de conteúdo para suas marcas

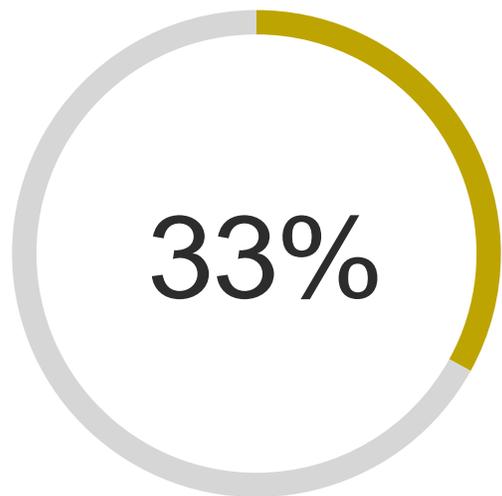
Segunda-Feira, 10 de Agosto de 2020 @ 13:06

Sistema Globo de Rádio lança plataforma de produção de conteúdo para suas marcas

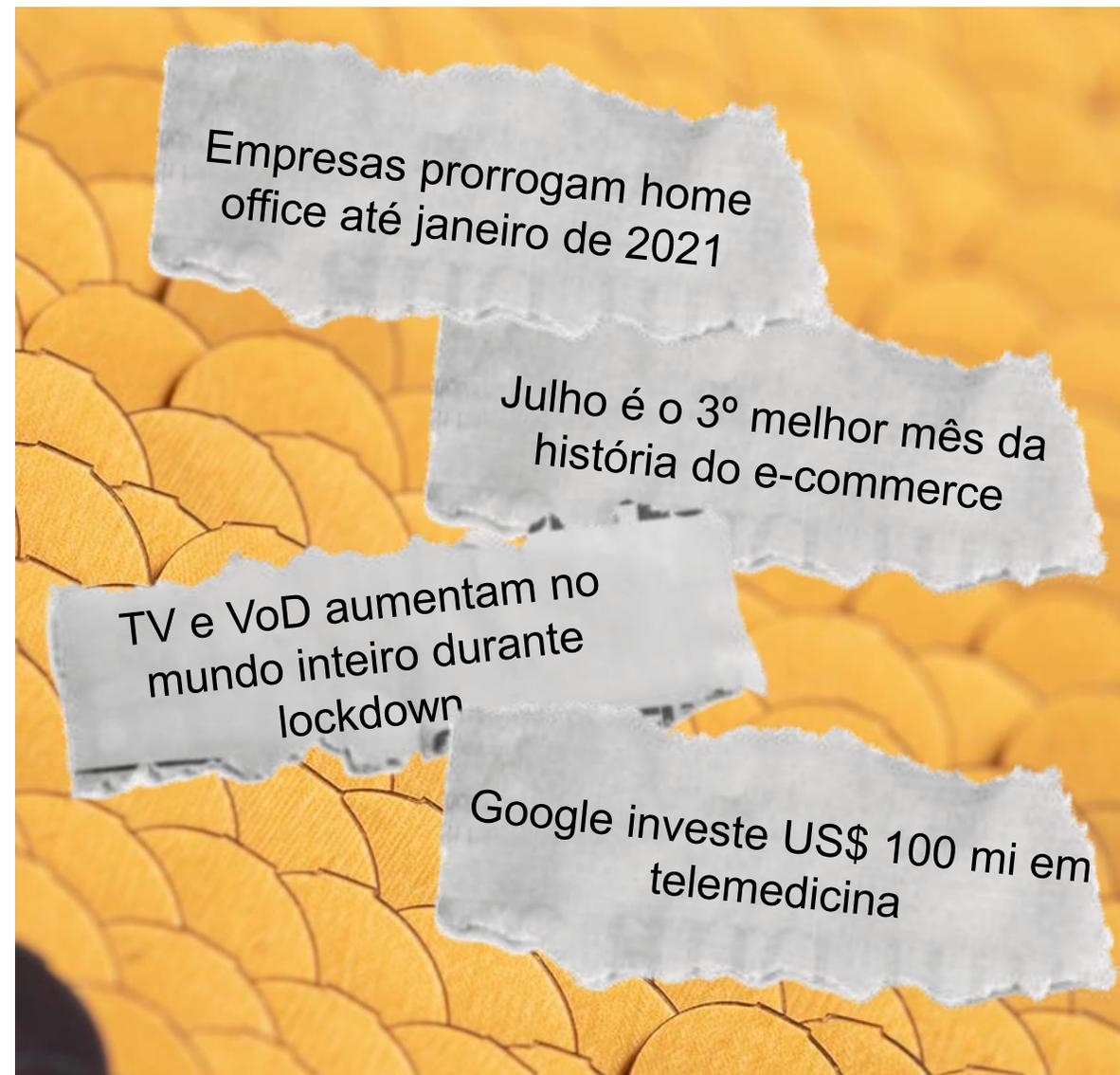
Rio de Janeiro - Nova chancela integra soluções para melhor experiência das marcas junto ao conteúdo das emissoras CBN, Rádio Globo e BH FM

Agilidade para Transformar:

Todas essas mudanças foram possíveis porque as marcas se moveram rapidamente para adaptar suas ofertas e o formato de trabalho de seus colaboradores



Esperam que as marcas sejam guias para a mudança durante esse momento



KANTAR IBOPE MEDIA

Quer saber mais?

arthur.neto@kantaribopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media é a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia. A empresa oferece 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.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.

@K_IBOPEMEDIA



Kantar IBOPE Media



[company/kantaribopemedia](https://www.facebook.com/kantaribopemedia)

