



A expansão do áudio digital

A pandemia transformou nossas vidas. Mas como isso afetou o consumo de mídia? É isso que mostra a nova pesquisa do Spotify em parceria com a IPG Mediabrands.

Áudio, o amigo de todas as horas

O áudio virou um companheiro enquanto trabalhamos, cozinhamos, ou até mesmo fazemos compras. No nosso estudo descobrimos que o consumo do formato se mantém em alta durante todo o dia:

98%

das pessoas estão realizando outras atividades enquanto fazem streaming de áudio.

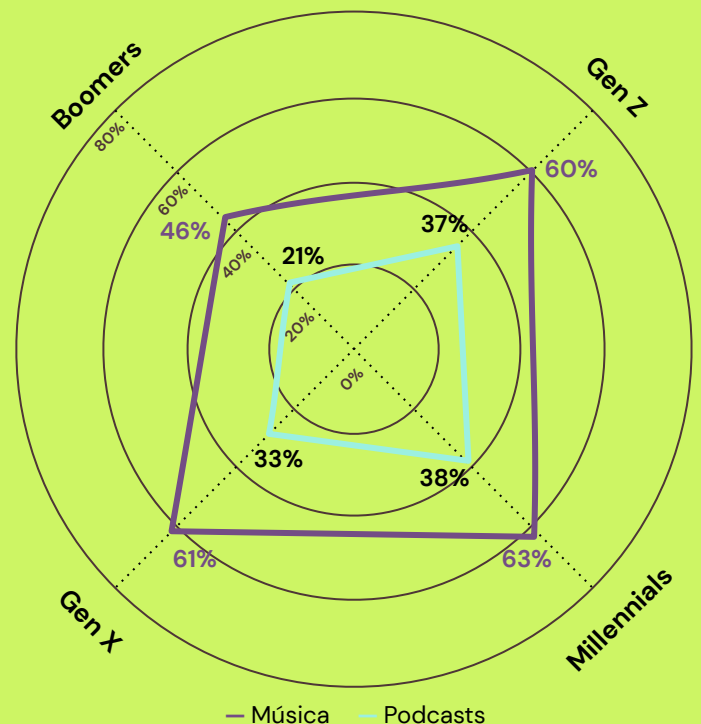
Aumento no consumo de áudio digital durante a pandemia

% Ouviu mais

Desde o início da pandemia, o consumo de áudio aumentou entre todas as gerações:

60%

dos jovens da Geração Z afirmam que estão ouvindo mais músicas do que antes.





Fadiga das telas

O áudio se tornou um refúgio contra a onipresença de televisores, computadores, celulares ou tablets:

71%

dos entrevistados dizem estar com fadiga das telas e, destes, **82%** afirmam que esse é um dos motivos de terem aumentado o consumo de áudio.

Ligando o som e desligando o estresse

Mais de **50%** dos entrevistados que estão ouvindo mais músicas e podcasts durante a pandemia responderam que ouvem o áudio digital como uma maneira de se desestressar.

Top 3 mudanças do motivo de escuta do áudio digital durante a pandemia

Ouviram mais músicas/podcasts durante a pandemia - % Seleccionada

Os consumidores Brasileiros são mais propensos a utilizar o áudio digital para desestressar em relação aos consumidores dos EUA (**33%**)

50%

Como uma maneira de desestressar

15%

Uma pausa da tela

19%

Estou tentando aumentar meu uso



Uma voz amiga: Podcasts

Com o distanciamento, tivemos que encontrar outros meios para solucionar nossas necessidades sociais, e pelo visto, os podcasts foram um deles.

Entre os ouvintes de podcasts, **63%** sentem uma ligação emocional com os hosts dos shows que ouvem. Como comparativo, entre os telespectadores de programas televisivos, apenas **38%** sentem-se da mesma forma com relação aos apresentadores/atores das suas atrações favoritas. Esse é um dos motivos pelos quais os consumidores estão

Grande sentimento pelo **artista do podcast favorito** ou ator em seu programa de TV favorito



86%

mais abertos a anúncios em podcasts em comparação a programas de TV.

38%

Programas de TV

63%

Podcasts

Onde todos te escutam: O que isso significa para os anunciantes?

No atual cenário, está cada vez mais difícil capturar a atenção do público com anúncios. Aproveite a presença constante do áudio digital no dia a dia do seu consumidor para ter a certeza de que sua mensagem será ouvida no momento certo. Para mais informações, entre em contato com nossa equipe de vendas.

Metodologia: O estudo recrutou mais de 2.300 participantes em todo o Brasil que ouviram o áudio digital ou assistiram a vídeo digital nas últimas 24 horas. Os participantes tiveram que descrever até duas sessões de áudio digital ou vídeo digital das últimas 24 horas em detalhes em um diário de mídia. O Spotify e a Mediabrands também realizaram uma análise profunda nos comportamentos de escuta de podcasts vs. assistir a programas de TV, bem como em como o consumo de mídia mudou durante a pandemia do COVID-19.

