



ENGAGING WITH MUSIC BRASIL 2023

Pesquisa Global:



Dados Brasileiros distribuídos por:





A IFPI é a voz da indústria fonográfica mundial, representando mais de 8.000 membros de empresas fonográficas em todo o mundo.

A IFPI trabalha para promover o valor da música gravada, fazer campanha pelos direitos dos produtores discográficos e expandir os usos comerciais da música gravada em todo o mundo.



A Associação Brasileira dos Produtores de Discos – ABPD, criada em abril de 1958, passou a se denominar Pró-Música Brasil Produtores Fonográfico Associados em 2016 e continuou reunindo as maiores empresas de produção musical fonográfica em operação no País.

Desde sua criação, a entidade se dedica a representar os interesses comuns aos produtores fonográficos em geral, promovendo o mercado legítimo de música gravada em meios físicos ou digitais. Além disso, a Pró-Música Brasil é a única entidade no Brasil que regularmente coleta dados e estatísticas de seus principais associados, para manutenção de banco de dados e divulgação à imprensa e ao público, de estatísticas sobre o mercado fonográfico brasileiro das últimas décadas.



Capa.....	1
Sobre a IFPI e Pro-Música Brasil.....	2
Índice.....	3
Metodologia	4
Introdução	5
Visão geral	6
Números Principais	7
Streaming de áudio.....	9
Trilha sonora em todos os lugares.....	10
Diferentes formas de engajar com música.....	11
Os gêneros mais populares.....	13
Rádio e a música.....	14
Música não licenciada.....	16
Inteligência Artificial.....	18
Contato.....	20



METODOLOGIA

O Engaging with Music 2023 da IFPI explora as maneiras pelas quais as pessoas ouvem, descobrem e interagem com música de todo o mundo. É o maior estudo de consumo focado em música em todo o mundo. O estudo foi realizado com uma amostra demograficamente representativa da população on-line com idade entre 16 e 64 nos seguintes territórios: Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Itália, Japão, México, Holanda, Nova Zelândia, Polónia, África do Sul, Coreia do Sul, Espanha, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos. O estudo também foi realizado entre uma amostra representativa de jovens de 16 a 44 anos na China, Índia, Indonésia, Nigéria, Filipinas, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos e Vietnã. Tal como em anos anteriores, os resultados da China e da Índia não são incluídos nos números “globais” citados neste relatório como o tamanho da estes países teriam um impacto considerável na valores médios ponderados utilizados. Resultados da Indonésia, Nigéria, Filipinas, Arábia Saudita, Vietnã e Emirados Árabes Unidos não estão incluídos números globais para garantir que as tendências de longo prazo permaneçam precisas. No total, foram pesquisados mais de 43 mil usuários de internet com maior número de entrevistados em mercados maiores. No Brasil foram ouvidos 2 mil usuários de internet. Amostras variadas de entre 1.100 e 4.000 entrevistados por mercado foram definidos de acordo com o tamanho da população on-line e dados demográficos estrutura, conforme determinado pelos últimos dados do censo em cada território. Isso garantiu que um erro padrão entre +/- 1,55% a +/- 2,95% foi alcançado em todos os dados com um nível de confiança de 95%. Projeto de estudo, construção e análise foi conduzida pelo IFPI com trabalho de campo organizado por AudienceNet.

Os totais dos gráficos neste relatório podem não somar 100% devido ao arredondamento.

Os 26 países pesquisados representaram 91,2% das receitas do mercado global de música em 2022.

O trabalho de campo ocorreu entre agosto e outubro de 2023.



ENGAGING WITH MUSIC É O MAIOR ESTUDO DE SEU GÊNERO.
UM RETRATO ÚNICO DA FORMA COMO OS FÃS DE
TODO O MUNDO - **MAIS DE 43.000 EM 26 PAÍSES** - DESCOBREM,
OUVEM E SE ENVOLVEM COM A MÚSICA QUE É TÃO ESSENCIAL EM SUAS VIDAS.

UMA VISÃO GERAL DO ENGAJAMENTO COM MÚSICA EM 2023 NO BRASIL

Com base no maior estudo do seu gênero realizado pelo IFPI o **Engaging with Music - Brasil** é uma pesquisa local sobre a forma como os fãs interagem com a música e o enorme papel que esta desempenha nas suas vidas

O mix de engajamento musical

Confira como todas as horas que as pessoas passam ouvindo música se dividem em diferentes métodos

10%

Outras formas de ouvir música

TV; Serviços de vídeo premium on-demand como o Netflix; Música compartilhada com família e amigos

6%

Música ao vivo

Incluindo streamings ao vivo

6%

Música comprada

Exemplos: CDs; Vinis; DVDs; Downloads digitais

10%

Música no Rádio

Transmissões ao vivo; Estações de rádio on-line



32%

Streaming de Áudio

Subscrição e gratuitos; como por exemplo: Spotify, Apple Music, Deezer, etc.

37%

Streaming de vídeo

Formatos longos e curtos; como por exemplo: YouTube e TikTok



24,9 HORAS

Tempo gasto ouvindo música a cada semana

Em média:

AS PESSOAS UTILIZAM

8+

MÉTODOS DIFERENTES PARA
SE ENGAJAREM COM MÚSICA

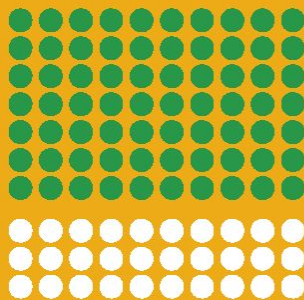
AS PESSOAS ESCUTAM

10+

GÊNEROS DIFERENTES DE MÚSICA



IFPI Engaging With Music - Brazil



70%

DAS PESSOAS COM CONHECIMENTO SOBRE AS CAPACIDADES DE MÚSICA FEITA POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (I.A.) CONCORDA QUE A I.A. NÃO DEVERIA SER UTILIZADA PARA CLONAR OU IMITAR ARTISTAS SEM AUTORIZAÇÃO



STREAMING DE ÁUDIO CONTINUA A RESSOAR

O mercado de streaming de áudio continua a crescer, liderado por serviços de assinatura, permitindo que o público acesse e descubra boa música.

AS 3 PRINCIPAIS RAZÕES

pelas quais as pessoas assinam um serviço de streaming de música:

01 POSSO OUVIR O QUE QUERO
QUANDO QUERO

02 AUSÊNCIA DE ANÚNCIOS
INTERROMPENDO A MÚSICA

03 ACESSO A MILHÕES
DE MÚSICAS

O ouvinte está escolhendo ativamente a música que quer ouvir nos serviços de streaming

71% Música específica

70% Artista específico

60% Álbum específico

65% Próprias playlists

Os fãs de música aproveitam a capacidade de escolher entre milhões de faixas licenciadas disponíveis em serviços de streaming

82% concordam Quando quero ouvir uma música, sei que poderei encontrá-la nos serviços de música que utilizo

78% concordam É fácil ouvir música onde quer que eu esteja e o que quer que esteja fazendo

76% concordam Estou satisfeito com a quantidade de músicas gravadas disponíveis e com a facilidade com que posso acessá-las

EM CASA, NO TRABALHO, NO
LAZER: MÚSICA É A TRILHA
SONORA DE NOSSAS VIDAS



A MÚSICA DESEMPENHA UM PAPEL FUNDAMENTAL NO NOSSO BEM ESTAR MENTAL E FÍSICO

83% das pessoas dizem que a música é importante
para a sua saúde mental



83% Dizem que a música os ajuda a relaxar
e lidar com o estresse



FÃS ESTÃO SE ENGAJANDO COM MÚSICA DE DIVERSAS FORMAS

Os fãs estão aproveitando um número crescente de maneiras de interagir com a música

82%

das pessoas acham que existem mais formas de ouvir música agora do que nunca

Este número é maior nas gerações mais velhas que experimentaram o crescimento e evolução dos hábitos de ouvir música

87%

de pessoas de 55 a 64 anos acreditam que este seja o caso

Os jovens também descobrem músicas antigas que são novas para eles

75% de 16 a 44 anos gostam de descobrir músicas mais antigas

82% dos gamers ouvem música enquanto jogam

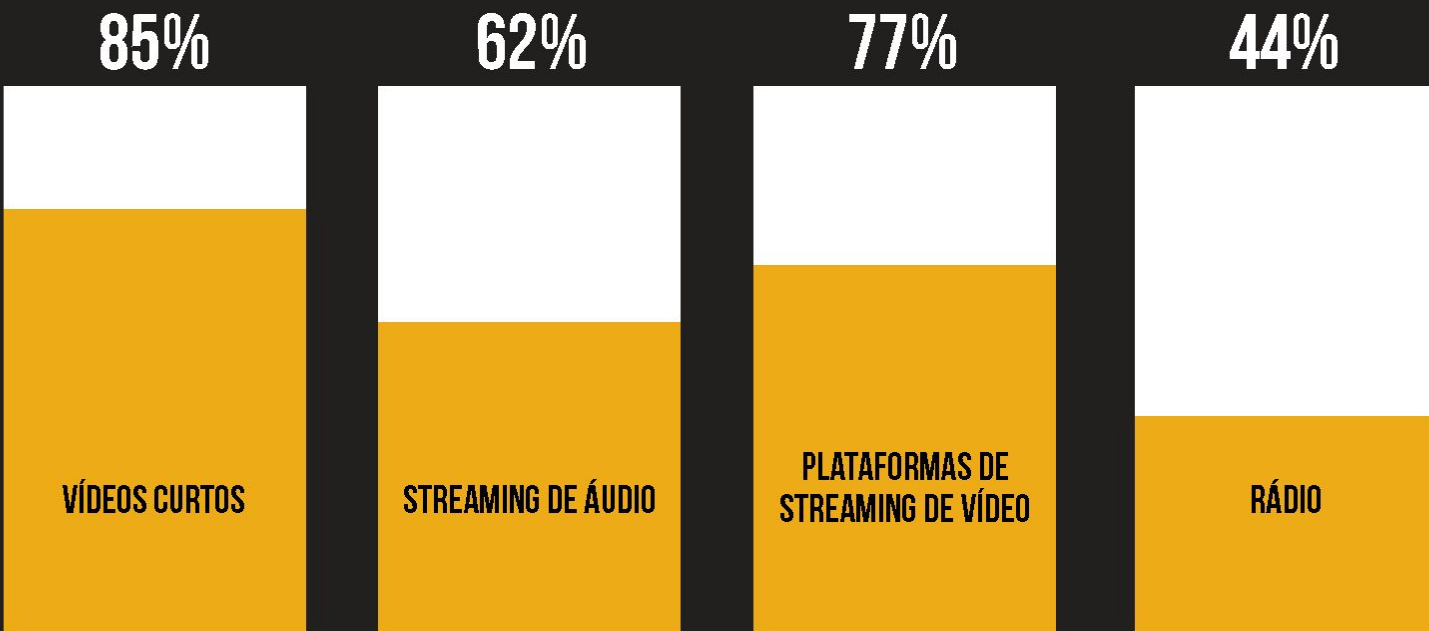
51% Música é central em 51% de todo o tempo gasto em aplicativos de vídeos curtos

36% das pessoas dizem que assistiram uma transmissão ao vivo de música, como um concerto, no último mês

66% das pessoas assistiram a um programa de TV ou filme com foco em música no último mês

FÃS ESTÃO SE ENGAJANDO COM MÚSICA DE DIVERSAS FORMAS

As quatro maneiras principais pelas quais pessoas de 16 a 24 anos se envolvem com música todos os dias





RELAÇÕES ENTRE FÃS E A MÚSICA AO REDOR DO MUNDO

76% DIZEM QUE É IMPORTANTE ACESSAR MÚSICAS DE QUALQUER LUGAR DO MUNDO. ENTRE 25 E 34 ANOS, ESSE NÚMERO PULA PARA 83%

73% DIZ QUE A MÚSICA DÁ A ELES SENSO DE IDENTIDADE SOCIAL E CULTURAL

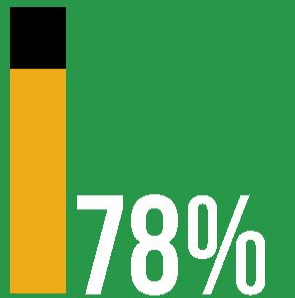
68% FICAM ORGULHOSOS QUANDO UM ARTISTA DE SEU PAÍS TEM SUCESSO GLOBAL

O RÁDIO E A MÚSICA

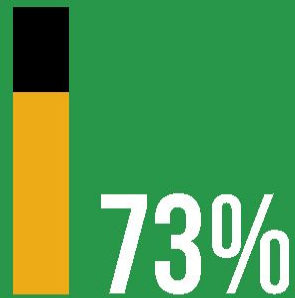


IFPI Engaging With Music - Brazil

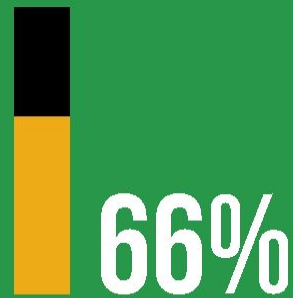
A MÚSICA CONTINUA A IMPULSIONAR A POPULARIDADE DO RÁDIO



OUVE RÁDIO PRINCIPALMENTE
PELA MÚSICA



SINTONIZA SUA RÁDIO FAVORITA
POR CAUSA DO TIPO DE MÚSICA
QUE ELA TOCA



DIZ QUE SEM MÚSICA NÃO
OUVIRIAM RÁDIO

TODOS OS GRUPOS ETÁRIOS RELATAM FORTE ENGAJAMENTO COM O RÁDIO



67%

SABEM QUE TIPO DE MÚSICA ELES
VÃO OUVIR QUANDO LIGAM O RÁDIO

SE A MÚSICA
NÃO ESTIVER
NO RÁDIO:

91%

DOS OUVINTES DE RÁDIO PROCURARIAM MÚSICA
EM OUTRO LUGAR, MAIS FREQUENTEMENTE
ATRAVÉS DE SERVIÇOS DE STREAMING DE ASSINATURA

MÚSICA NÃO LICENCIADA AINDA É UM PROBLEMA

A música não licenciada continua a restringir um ecossistema musical saudável, desviando os fãs daqueles que investem nela e a criam. Quase 47% relataram usar métodos ilegais ou não licenciados para baixar e ouvir música.



IFPI Engaging With Music - Brazil

47%

usam uma violação de direitos autorais como forma de ouvir ou obter música

55%

de 16 - 24 anos

38%

dizem que usaram um aplicativo de celular não licenciado para baixar música ilegalmente

O QUE É STREAM RIPPING?

Stream ripping é a forma ilegal de criar um arquivo para download a partir de um conteúdo que está disponível para streaming

É atualmente a forma mais prevalente de violação de direitos autorais

Daqueles que fizeram o stream ripping de músicas dizem baixar as músicas para não terem que pagar por uma forma de assinatura de streaming



42%

Usaram o stream ripping como forma de ouvir ou obter música



50%

de 16 - 24 anos



63%

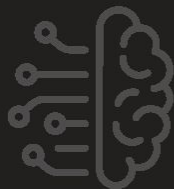
A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ENTRA EM CENA!

Pela primeira vez em uma pesquisa deste porte, fãs de música ao redor do mundo dão suas opiniões a respeito da utilização da I.A. na música.



ALTA CONSCIÊNCIA SOBRE I.A.

Já há uma boa consciência da I.A. entre os fãs de música. Muitos deles a utilizam e estão interessados em suas capacidades



Quase

9 em 10

fãs de música **(85%)** acreditam que a criatividade humana se mantém essencial à criação de música

Para fãs que estão conscientes das capacidades da Inteligência Artificial:

AUTORIZAÇÃO PARA A UTILIZAÇÃO DA MÚSICA É VISTA COMO EXTREMAMENTE IMPORTANTE



74%

dos fãs de música acreditam que a música ou voz de um artista não deve ser utilizada ou consumida por sistemas de Inteligência Artificial sem permissão

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ENTRA EM CENA!

70%

concordam que a I.A. não deveria ser utilizada para clonar ou imitar artistas sem autorização

A GRANDE MAIORIA DOS FÃS DE MÚSICA TAMBÉM APOIA A NECESSIDADE DE HAVER TRANSPARÊNCIA NA I.A.

74%

concordam que um sistema de I.A. deveria listar claramente quaisquer músicas que consumiu ou utilizou em seus treinamentos

OS FÃS DE MÚSICA TAMBÉM RECONHECEM A NECESSIDADE DE HAVER UMA REGULAMENTAÇÃO PARA SISTEMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

75%

dos fãs concordam que deveriam haver restrições a respeito do que a Inteligência Artificial pode fazer

66%

dizem que os governos deveriam desempenhar um papel estabelecendo restrições e regulamentações a respeito do que a I.A. é capaz de fazer



ifpi.org



pro-musicabr.org.br

Para outras informações da Pro-Música Brasil
Produtores Fonográficos associados, favor contatar:

LUPA
COMUNICAÇÃO

Pedro Franco

Gerente de Comunicação Institucional

pedro@lupa.inf.br

+55 21 99162-6172