



Audio Pulse 2026

Onde resultados ganham voz

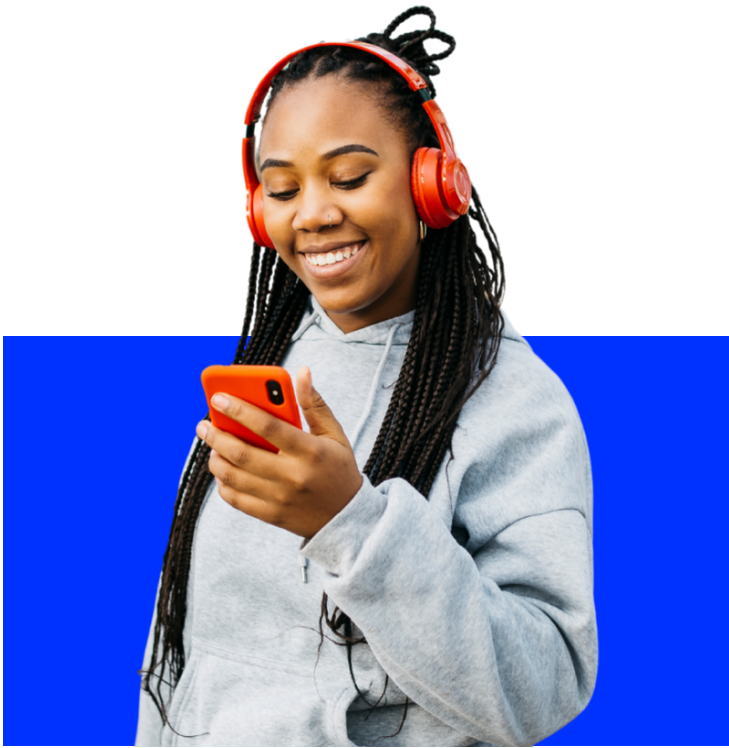


Atualizado em → Setembro/2026

Áudio: Alcance & Comportamento

A audiência de áudio é composta pelas pessoas que consomem rádio, streaming de áudio e podcasts em diferentes momentos do dia. O alcance através destes formatos mostra que o áudio faz parte da rotina de grande parte da população. Entender essa audiência é o primeiro passo para avaliar o papel do áudio na construção de resultados.

O ecossistema de áudio é composto pelo rádio, que oferece alcance massivo e frequência de consumo, bem como pelos formatos digitais que diversificam opções de conteúdo e formas de acesso. Juntos, esses ambientes ajudam a explicar como a audiência se relaciona com o áudio e como as marcas podem acompanhar este comportamento.

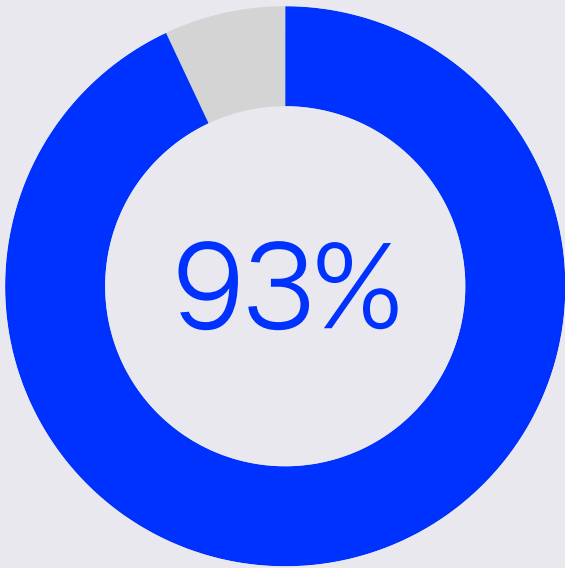


No Audio Pulse 2026 veja o alcance massivo do rádio em diferentes regiões do país, os conteúdos preferidos entre os ouvintes e o consumo em formatos potencializados pela tecnologia mostrando como, com a jornada do consumidor no centro da estratégia, os resultados do áudio ganham voz.

Boa leitura.

93% dos brasileiros consomem áudio

Mais de 9 em cada 10 brasileiros consumiram pelo menos um formato ou canal de áudio. O resultado indica que através de suas muitas formas, o áudio está presente em diferentes perfis de público e em diferentes momentos da rotina.

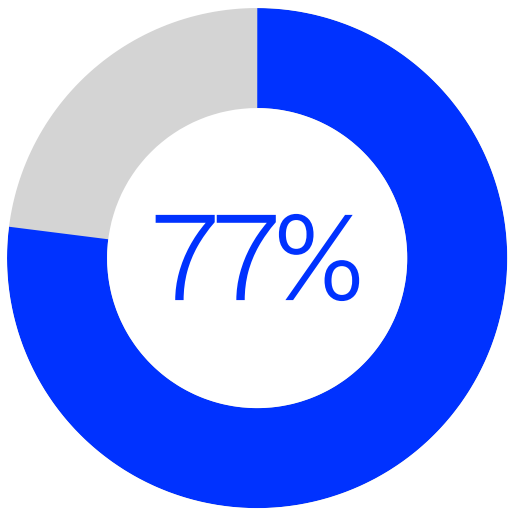


dos brasileiros
ouviram algum
formato de áudio
nos últimos
30 dias

Fonte: Target Group Index TG BR 2026 R1
Filtro: Ouviu Rádio (TOTAL), Ouviu Música, Streaming de Música, Usou APPs de música no celular OU Podcasts nos últimos 30 dias

Rádio combina alcance e tempo de consumo

O rádio alcança 77% da população nas regiões pesquisadas e, em média, cada ouvinte dedica 3h38 minutos por dia ao consumo do meio. A combinação é uma grande janela de oportunidade de conexão entre pessoas e conteúdos.



Ouviram rádio nas 13 RMs pesquisadas



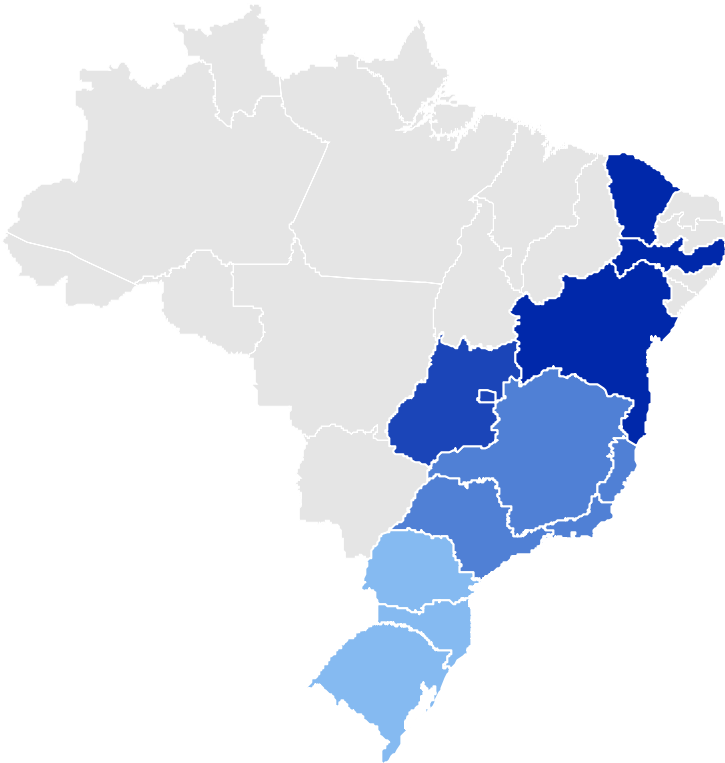
Fonte: Ibope | 13 PRAÇAS | ABR/2026 A JUN/2026 | AMBOS | TOTAL EMISSORAS | 5-5 | Todos os dias | TOUVUNI30% | TMED# | Valores arredondados

Relevância de Norte a Sul

O alcance e o tempo médio de consumo de rádio entre as praças permanecem acima de 70% em todas as regiões analisadas, com destaque para Belo Horizonte e as capitais sulistas com os índices mais altos do país, acima de 80% de alcance.

SUDESTE	
82%	Gr Belo Horizonte 03h44
77%	Gr Rio de Janeiro 03h59
78%	Gr Vitória 03h29
76%	Campinas 03h26
75%	Gr São Paulo 03h38

SUL	
82%	Gr Porto Alegre 03h37
81%	Gr Florianópolis 03h31
81%	Gr Curitiba 03h17



NORDESTE	
79%	Gr Fortaleza 03h36
75%	Gr Salvador 03h29
73%	Gr Recife 03h40

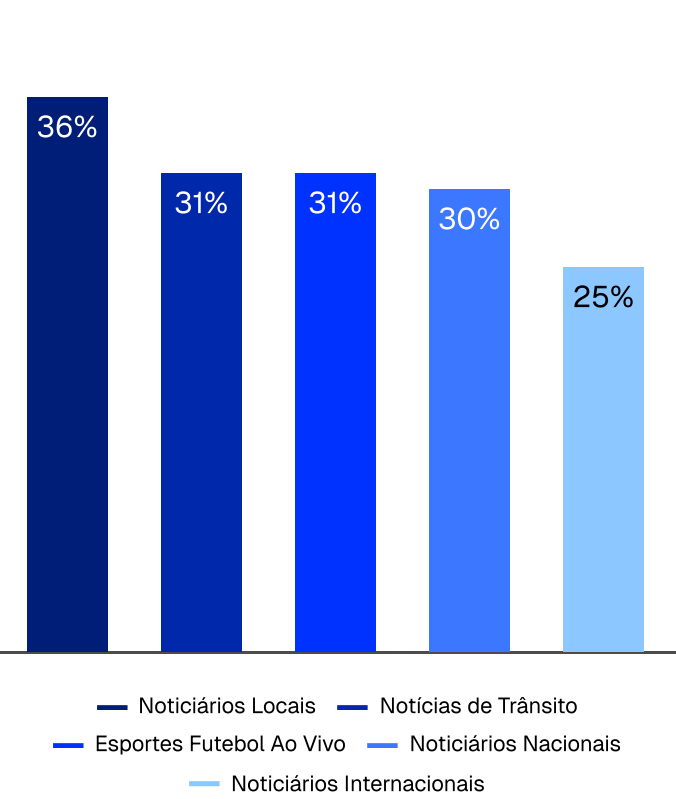
CENTRO-OESTE	
76%	Gr Goiânia 03h14
76%	DF 02h54

Diversidade de conteúdo

Notícias e esportes lideram o consumo entre os ouvintes. Os dois grupos concentram os maiores índices de audiência entre os conteúdos pesquisados. O resultado mostra a relevância de informação e atualização na experiência de escuta.

Conteúdos mais ouvidos no rádio

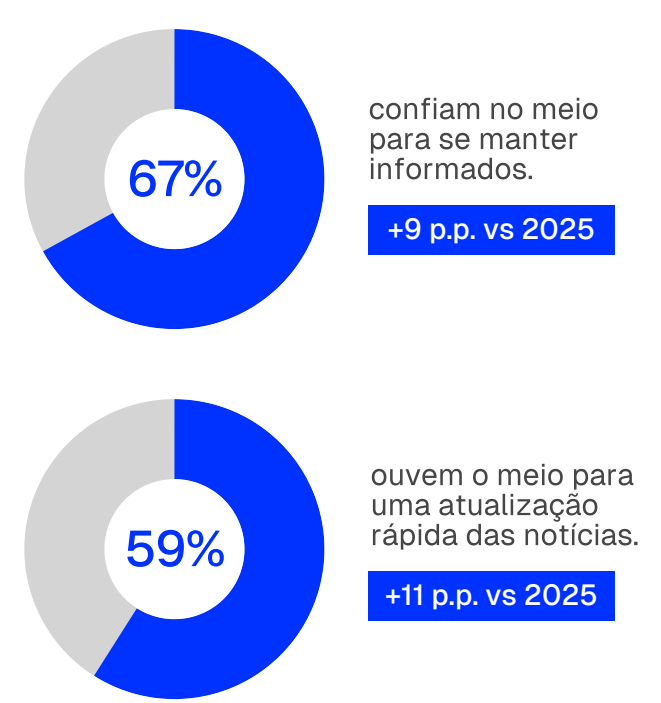
Entre os ouvintes de rádio:



Confiança que cresce!

A confiança e atualização pelo rádio cresceram em relação ao ano anterior. Mais ouvintes afirmam recorrer ao rádio para acompanhar notícias e obter informações rapidamente. Os resultados ajudam a explicar a liderança dos conteúdos jornalísticos no meio.

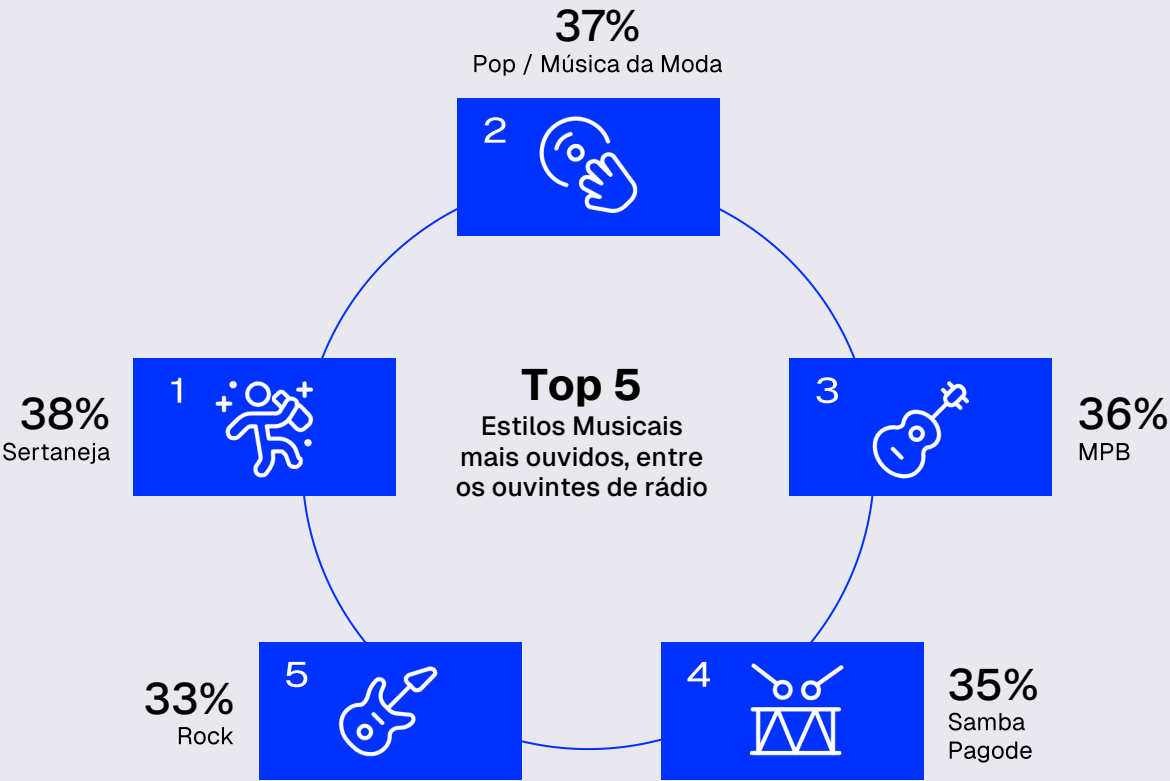
Entre os ouvintes de rádio:



Fonte: Target Group Index TG BR 2026 R1 | Filtro: Entre os ouvintes de rádio

Ritmos para todos os gostos

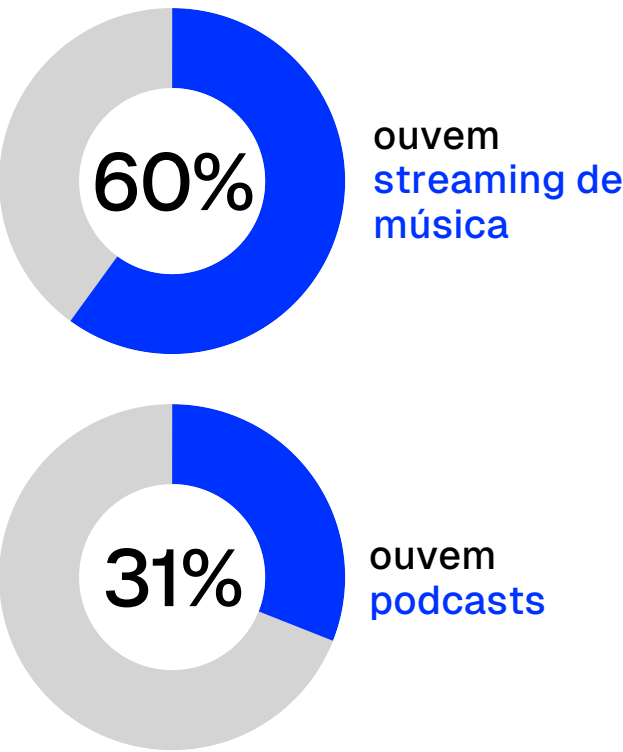
A música segue como um dos principais motores do consumo de rádio. Presente no dia a dia dos ouvintes, ela fortalece vínculos e amplia a relevância do meio.



O ouvinte além do dial

Quase um terço dos ouvintes também acompanha podcasts e mais da metade também utiliza serviços de streaming de áudio. O comportamento mostra que o consumo de áudio não está concentrado em um único formato. A audiência transita entre diferentes tipos de conteúdo ao longo da jornada.

Entre os ouvintes de rádio:



Fonte: Target Group Index TG BR 2026 R1 | Filtro: Entre os ouvintes de rádio

O áudio converte

Ouvintes de podcasts costumam pesquisar produtos e serviços após ouvi-los mencionados nesse formato. Os indicadores de favorabilidade à publicidade em áudio digital também apontam abertura da audiência para mensagens de marca.

Relação com a publicidade em áudio nos podcasts e plataformas de AOD



de rádio e podcasts costumam pesquisar produtos/serviços depois de ouvir sobre eles em podcasts

Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026
Filtro: BR + ouvintes de Rádio e podcasts



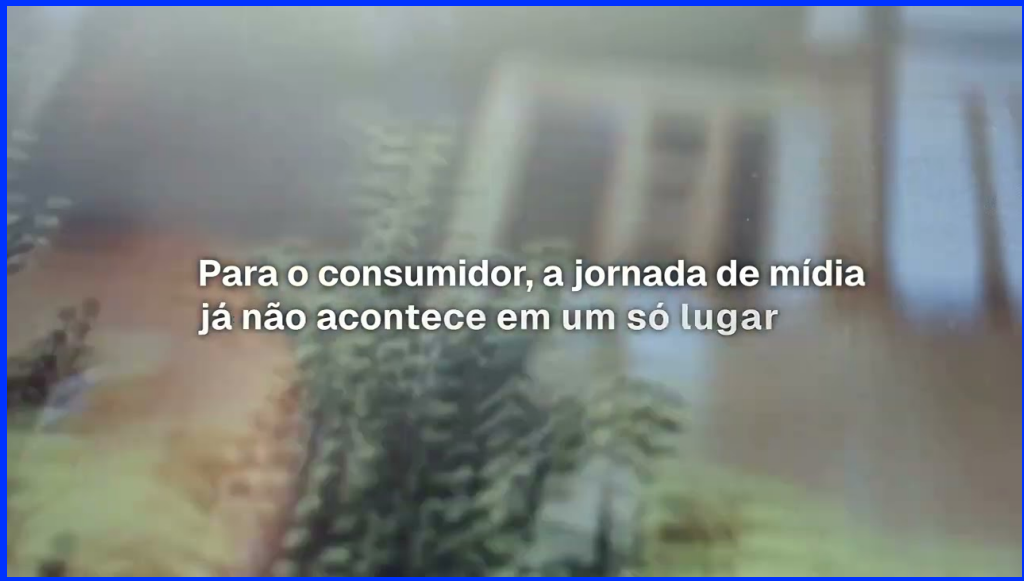
de rádio e AOD são favoráveis a anúncios em fornecedores de streaming de áudio

Target Group Index TG DIGITAL VIEW BRASIL 2026 R1
Filtro: Ouvintes de Rádio

The Ibope logo, consisting of the word "IBOPE" in a bold, blue, sans-serif font, is centered within a white rectangular box.

Quer ter acesso ao material completo com essas e outras análises relacionadas ao consumo de áudio no Brasil?

Entre em contato com seu representante comercial do Ibope ou através do e-mail digital@ibope.com e agende uma reunião.

A rectangular image with a blurred background, possibly showing a person's face and some foliage. Overlaid on the image is the text "Para o consumidor, a jornada de mídia já não acontece em um só lugar" in a white, sans-serif font.

Para o consumidor, a jornada de mídia já não acontece em um só lugar

Sobre o Ibope

O Ibope – uma empresa do grupo Fifty5Blue – entrega clareza para marcas, agências e veículos sobre como as pessoas consomem mídia. Somos líderes globais em mensuração de audiência, insights do consumidor e inteligência publicitária. Levamos transparência e consistência à indústria de mídia. Operando em mais de 80 países, nossos dados são a moeda de mercado confiável que impulsiona decisões mais inteligentes e promove a evolução do ecossistema de mídia. Na América Latina, a Fifty5Blue opera como Ibope. Ao combinar décadas de mensuração confiável com expertise global, apoiamos decisões mais seguras e estratégicas em diferentes mercados.