

Índice

do Relatório de Audiências 2º Trimestre de 2006

1. Análise de Audiência dos Canais de Televisão

1.1 Análise de Audiência de Todos os Canais Incluindo o Cabo

2. Análise de Audiência dos Canais de Televisão por Períodos Horários (excepto Cabo)

2.1 Análise de Audiência da RTP1 por Períodos Horários

2.2 Análise de Audiência da 2: por Períodos Horários

2.3 Análise de Audiência da SIC por Períodos Horários

2.4 Análise de Audiência da TVI por Períodos Horários

3. Análise de Audiência dos Noticiários Televisivos

3.1 Análise de Audiência de Todos os Noticiários Televisivos (excepto Cabo)

3.2 Perfil dos Públicos de Todos os Noticiários Televisivos (excepto Cabo)

3.3 Análise de Audiência dos Noticiários da Noite (excepto Cabo)

3.4 Perfil dos Públicos dos Noticiários da Noite (excepto Cabo)

4. Análise da Audiência dos Programas de Debate e Entrevista

4.1 Análise de Audiência de Todos os Programas de Debate e Entrevista (excepto Cabo)

4.2 Perfil dos Públicos dos Programas Grande Entrevista e Prós e Contras

5. Análise de Audiência dos Programas Juvenis

5.1 Análise de Audiência de todos os Programas Juvenis (excepto Cabo)

5.2 Perfil dos Públicos dos Programas Juvenis (excepto Cabo)

6. Análise de Audiência das Telenovelas (excepto Cabo)

6.1 Análise de Audiência de Todas as Telenovelas (excepto Cabo)

6.2 Perfil dos Públicos das Telenovelas: Morangos Com Açúcar e Floribella

Especificações Técnicas:

A informação que consta neste relatório foi elaborada pela equipa de *Monitorização e Análise de Media* da ERC, tendo como fonte os dados da *Mediamonitor/Marktest Audimetria*.

Para mais especificações técnicas consultar o *site* da *Mediamonitor/Marktest Audimetria*:

http://www.marktest.pt/Notas_Tecnicas/default.asp

Descrevem-se abaixo as variáveis de audiência utilizadas neste Relatório:

Adh %

Adesão

Mede a estrutura da audiência de um evento, isto é, a distribuição dos indivíduos presentes na audiência por alvos. É útil para construir perfis de audiência.

Rat %

Taxa Média de Audiência

Percentagem de indivíduos do alvo que contactou com o evento.

Shr %

Share de Audiência

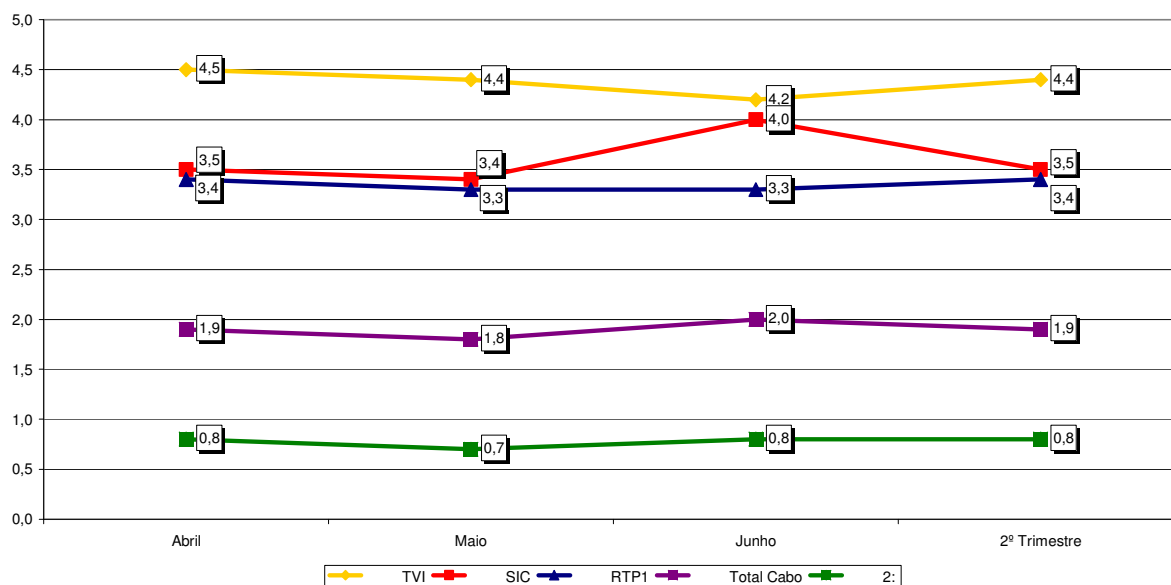
Mede a quota de audiência média de um evento/canal em relação à audiência média para o total de televisão.

Relatório de Audiências do 2º Trimestre de 2006

1. Análise de Audiência dos Canais de Televisão

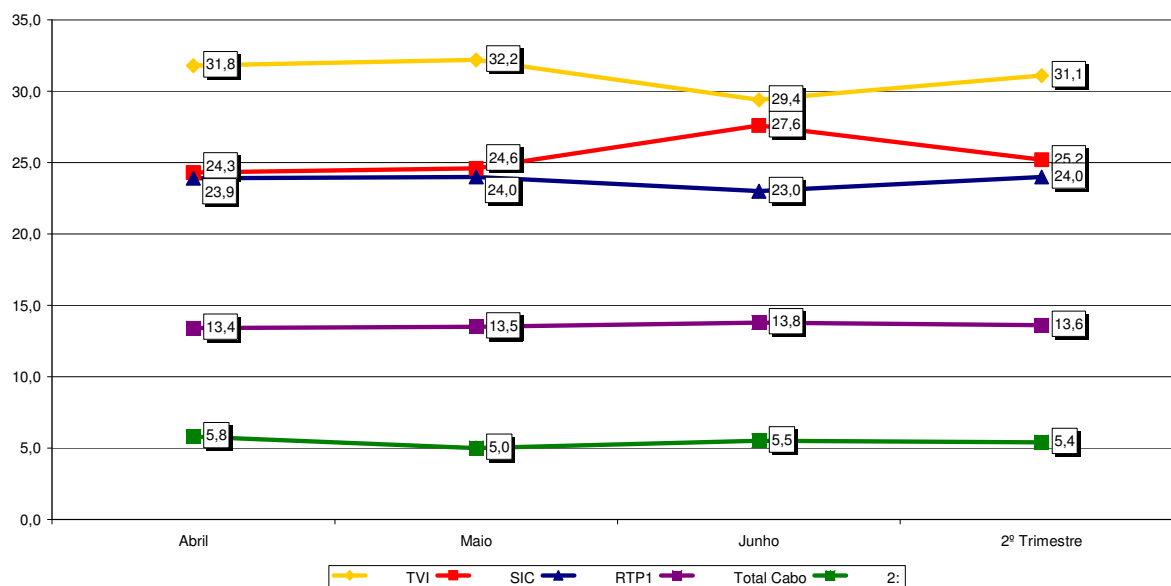
1.1 Análise de Audiência de Todos os Canais Incluindo o Cabo

Audiência Média (rat%) de Todos os Canais no 2º Trimestre de 2006



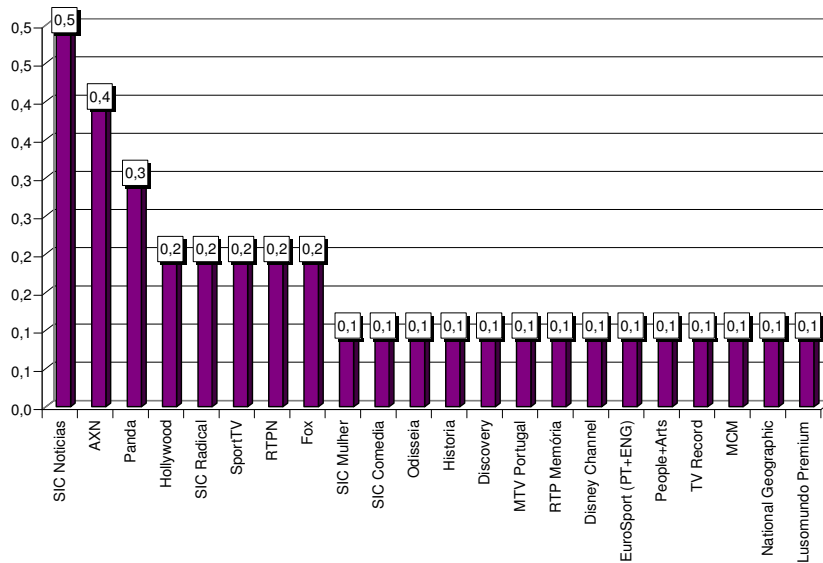
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Share de Audiência (shr%) de Todos os Canais no 2º Trimestre de 2006



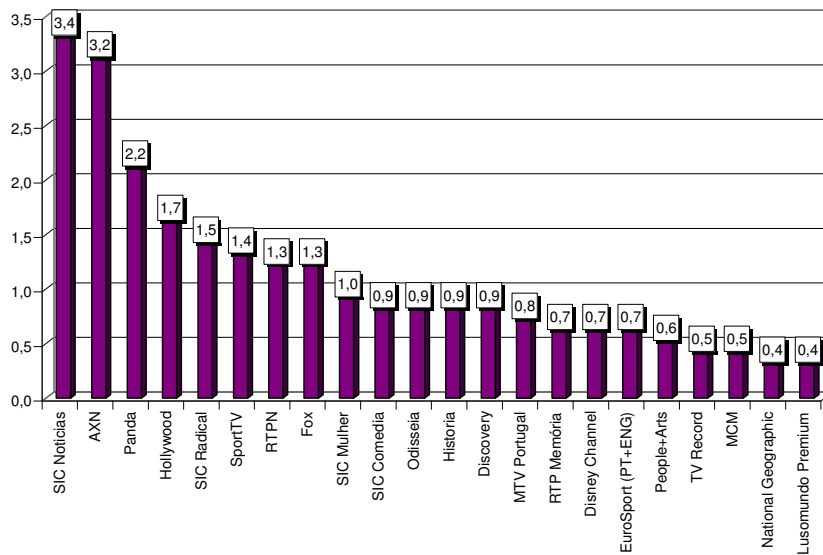
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Audiência Média (rat%) dos Canais do Cabo no 2º Trimestre de 2006



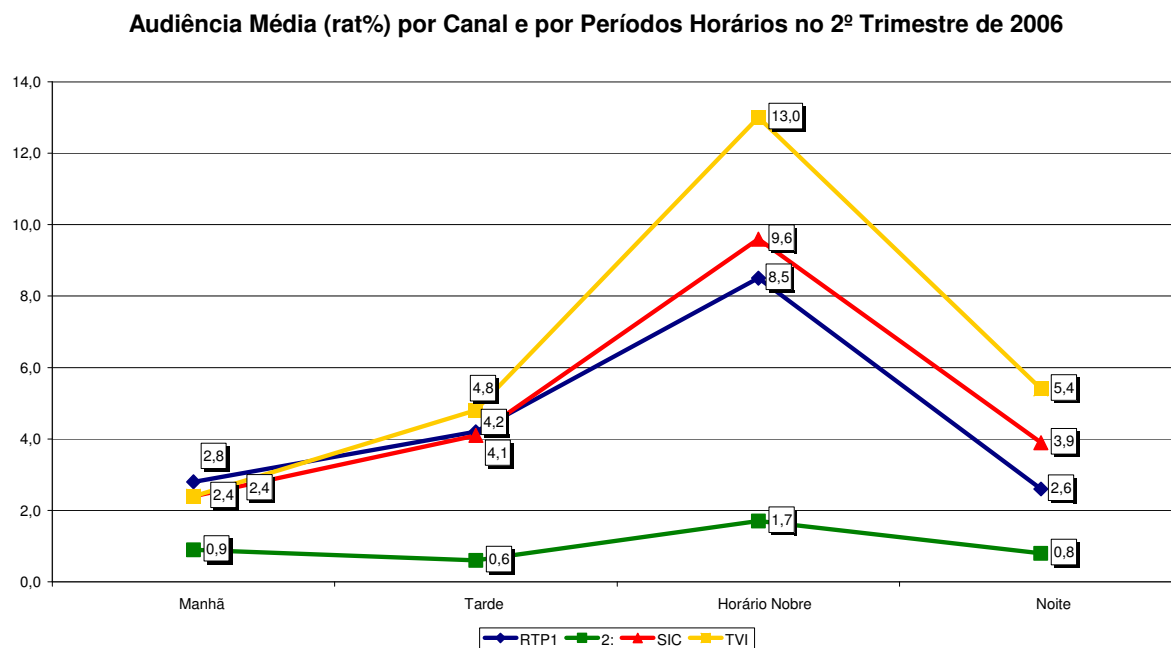
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Share de Audiência (shr%) dos Canais do Cabo no 2º Trimestre de 2006

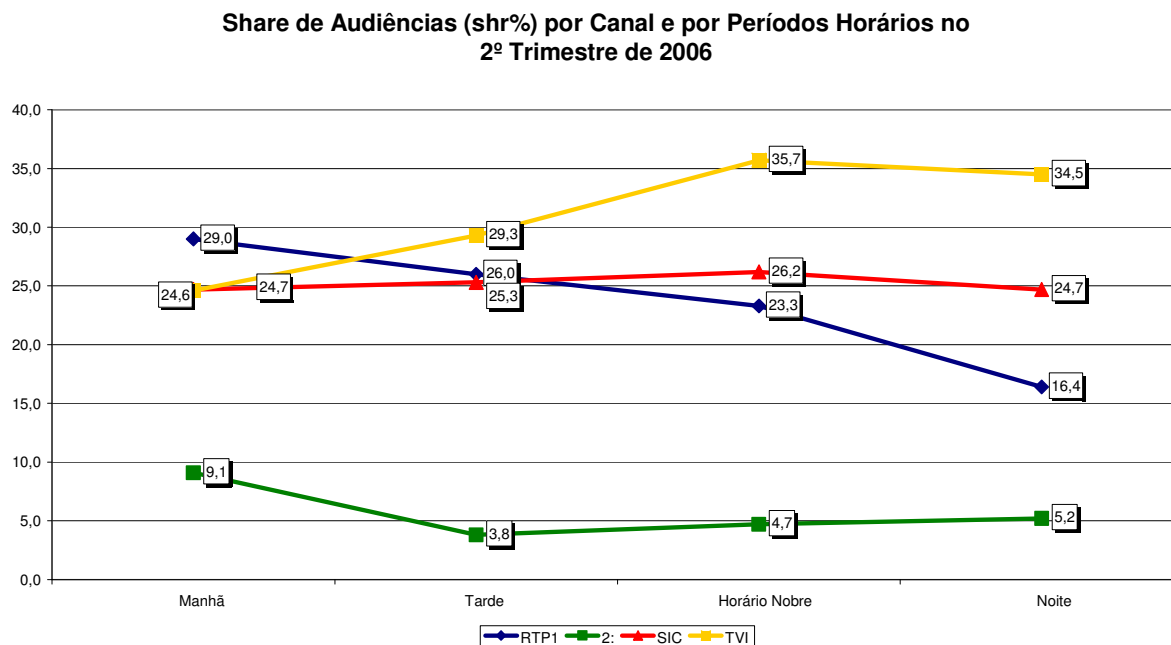


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

2. Análise de Audiência dos Canais de Televisão por Períodos Horários¹



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

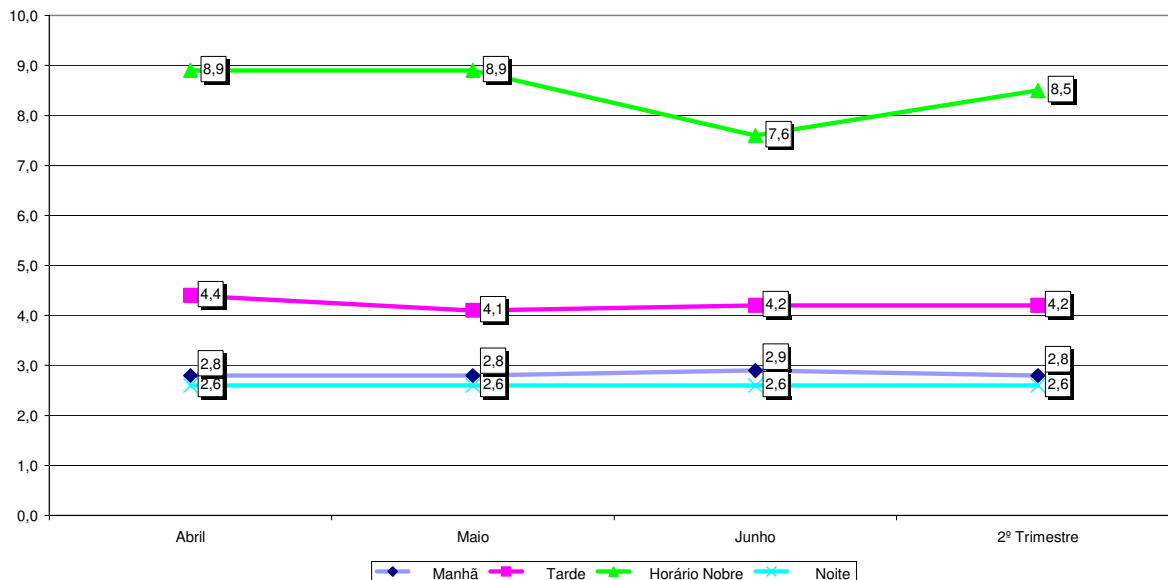


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

¹ Períodos horários considerados: Manhã (07:00 – 14:00), Tarde (14:00 – 20:00), Horário Nobre (20:00-23:00), Noite (23:00-02:30).

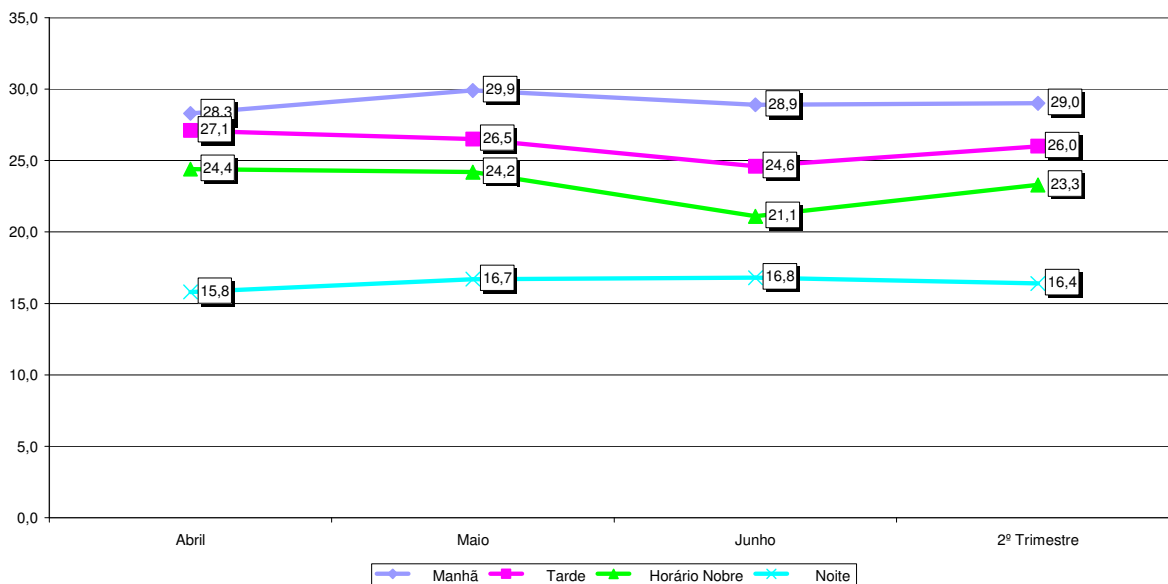
2.1 Análise de Audiência da RTP1 por Períodos Horários

Audiência Média (rat%) da RTP1 por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

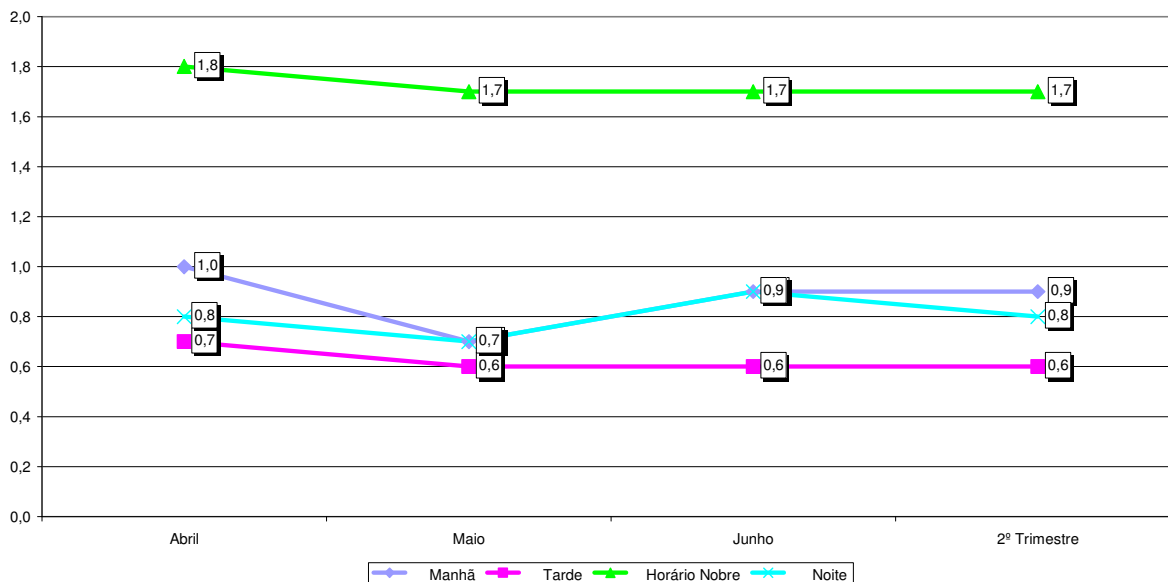
Share de Audiência (rat%) da RTP1 por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

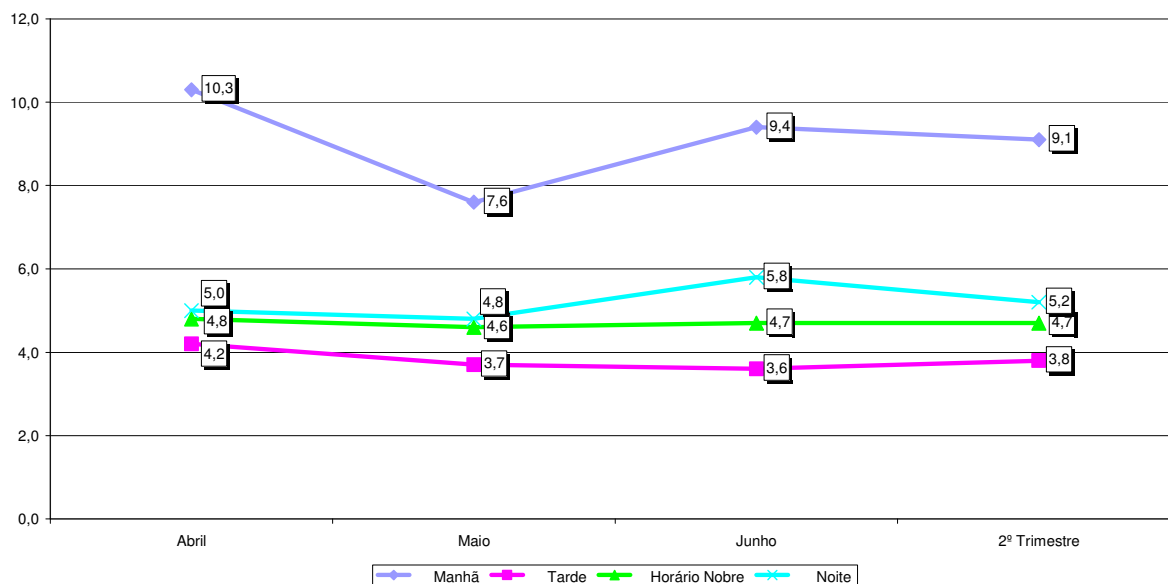
2.2 Análise de Audiência da 2: por Períodos Horários

Audiência Média (rat%) da 2: por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

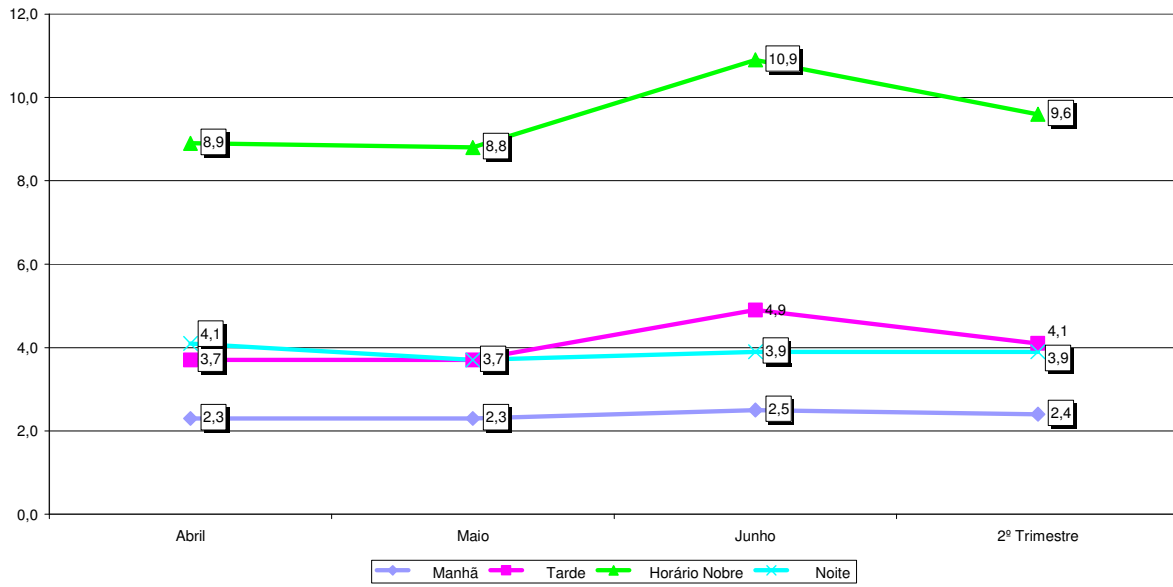
Share de Audiência (shr%) da 2: por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

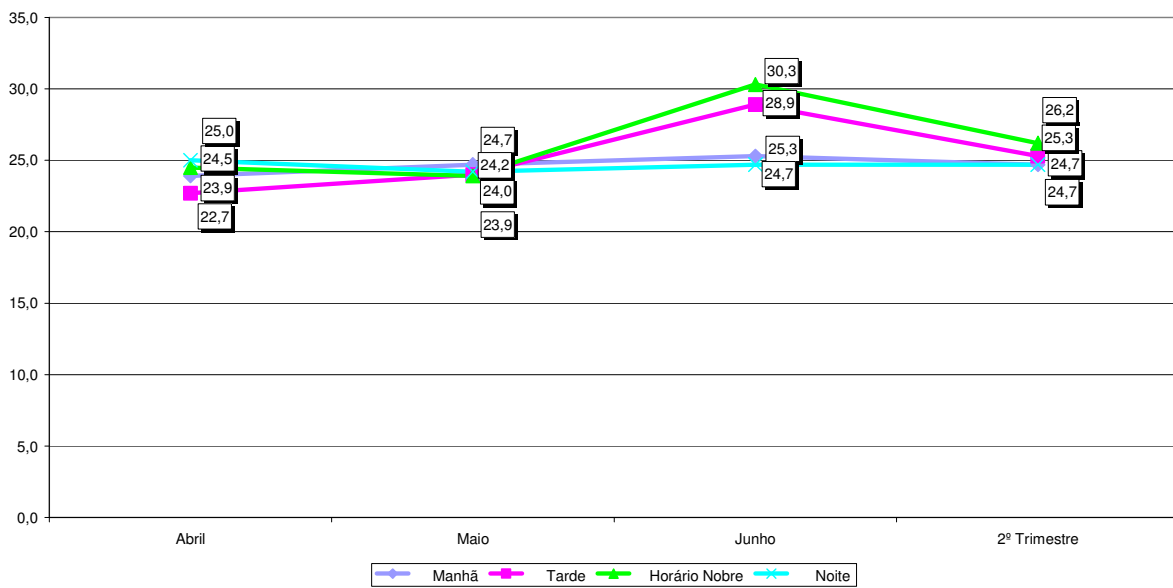
2.3 Análise de Audiência da SIC por Períodos Horários

Audiência Média (rat%) da SIC por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

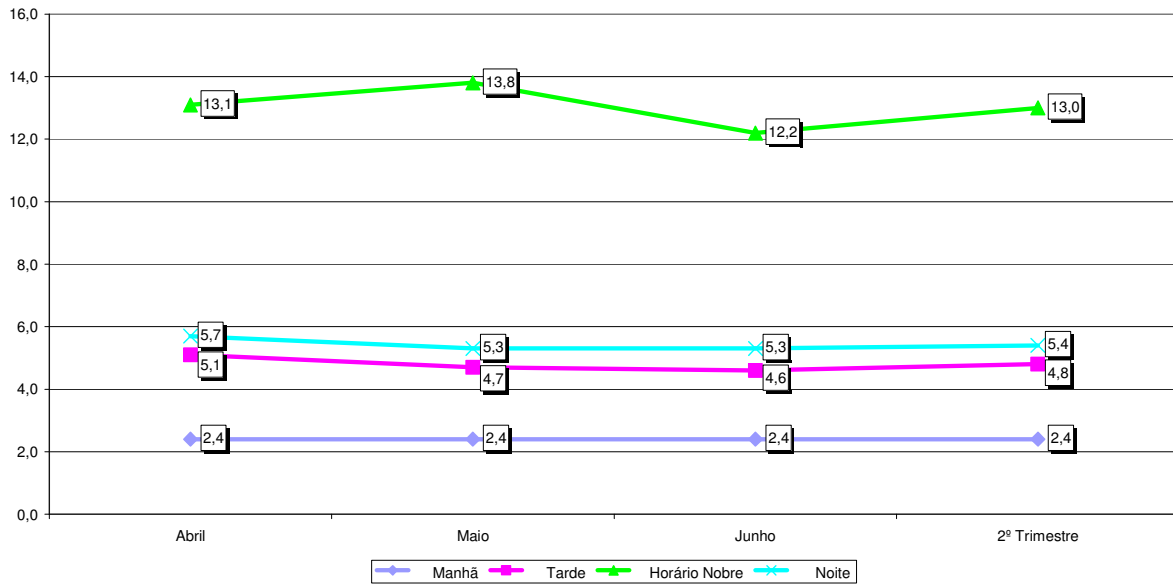
Share de Audiência (shr%) da SIC por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

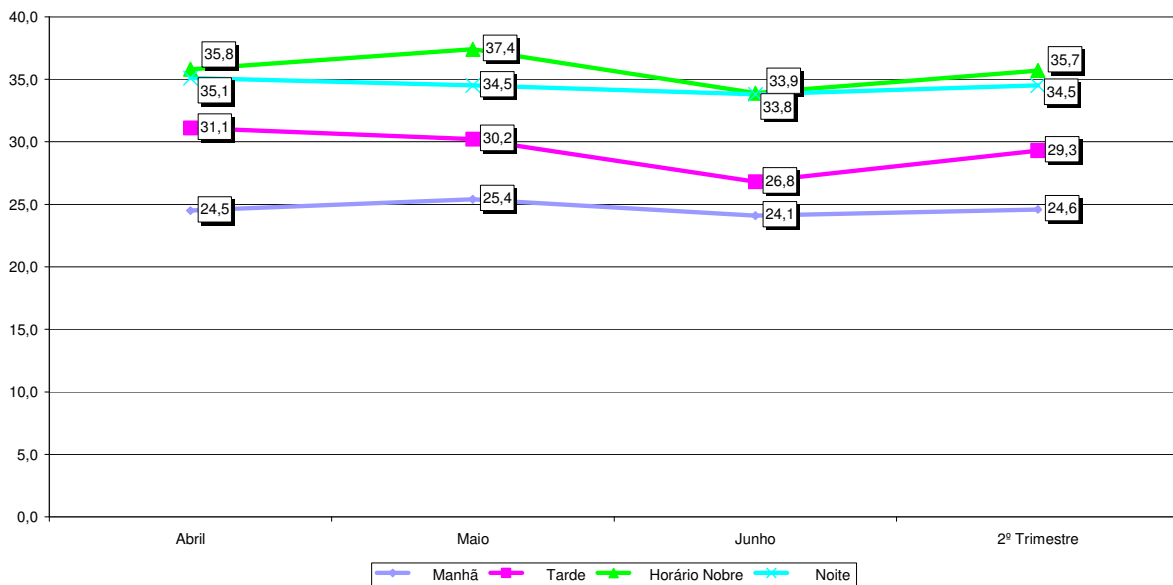
2.4 Análise de Audiência da TVI por Períodos Horários

Audiência Média (rat%) da TVI por Períodos Horários no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Share de Audiência (shr%) da TVI por Períodos Horários no 2º trimestre de 2006

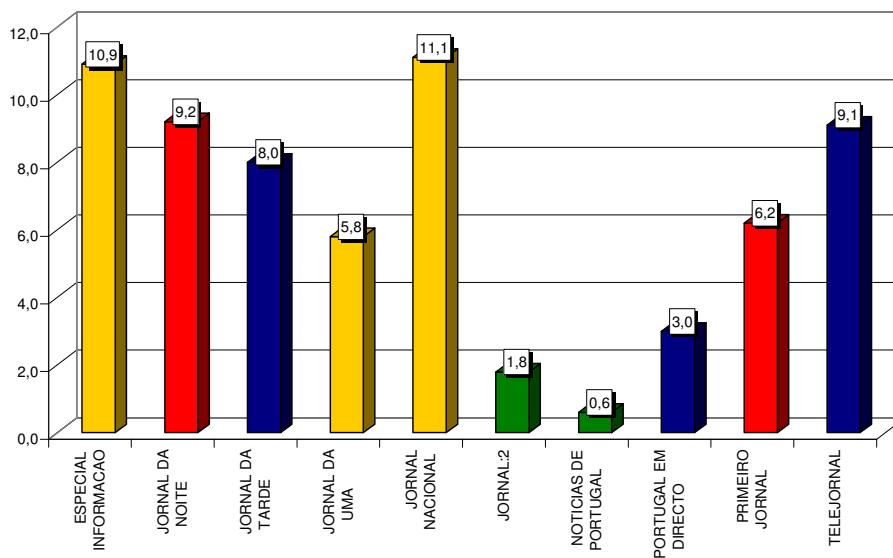


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

3. Análise de Audiência dos Noticiários Televisivos

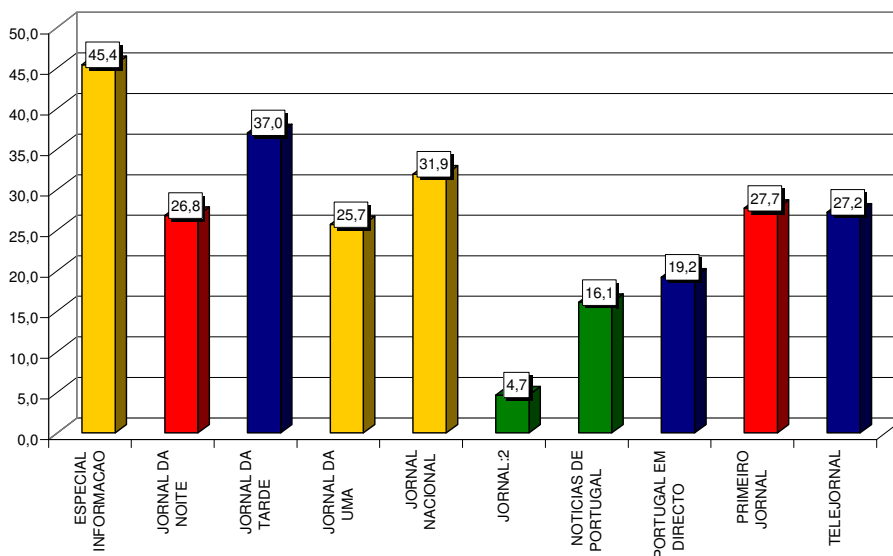
3.1 Análise de Audiência de Todos os Noticiários Televisivos (excepto o Cabo)

Audiência Média (rat%) dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

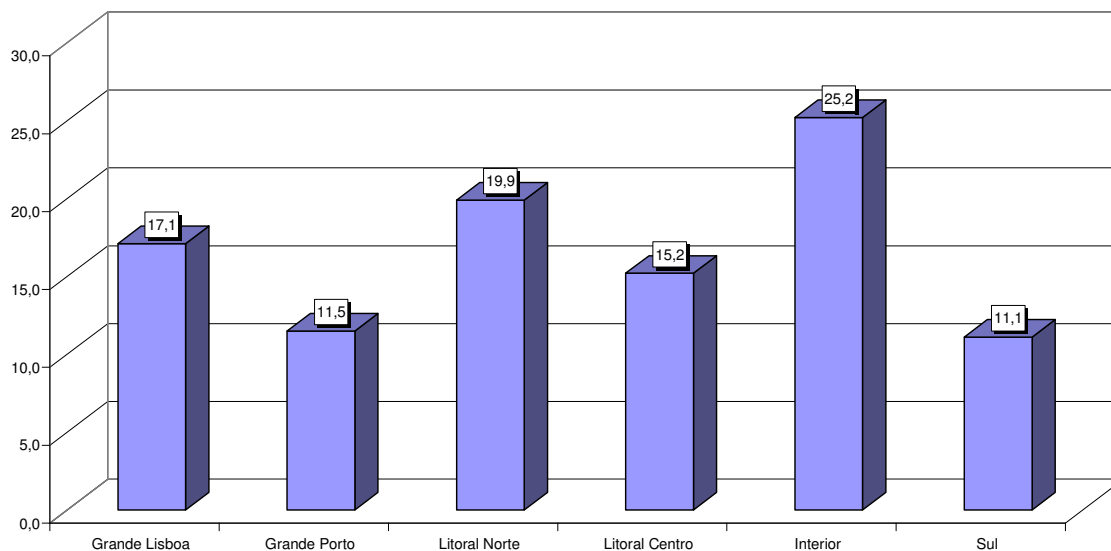
Share de Audiência (shr%) dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

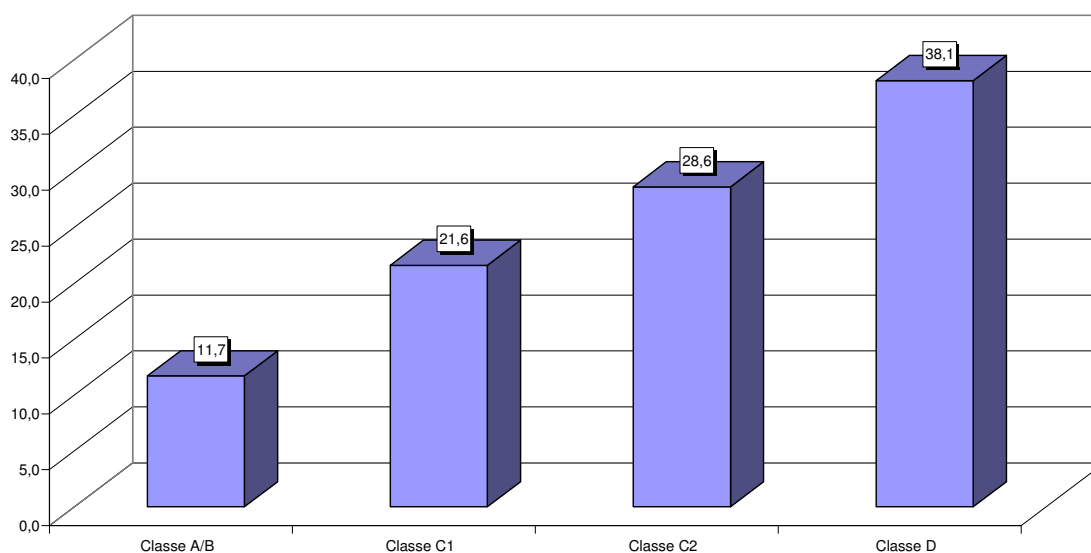
3.2 Perfil dos Públicos de todos os Noticiários Televisivos (excepto Cabo)

Caracterização Geográfica (adh%) dos Públicos dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



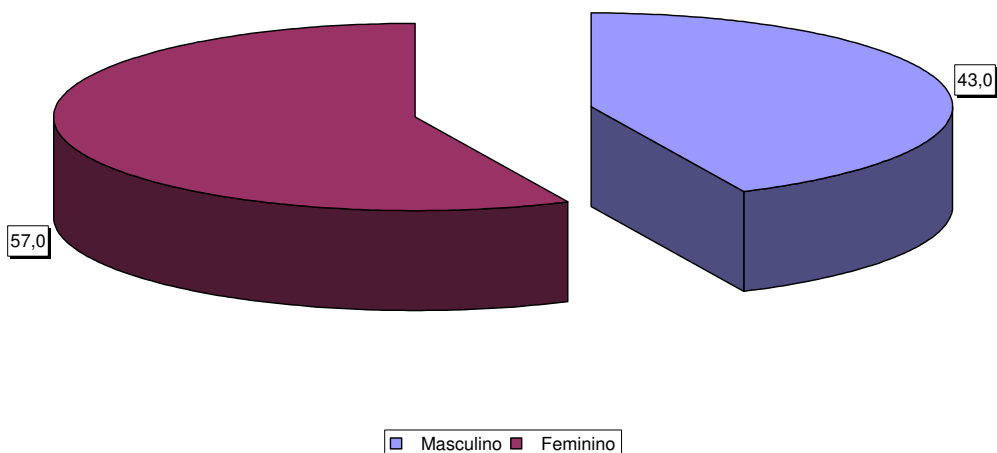
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Social (adh%) dos Públicos dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



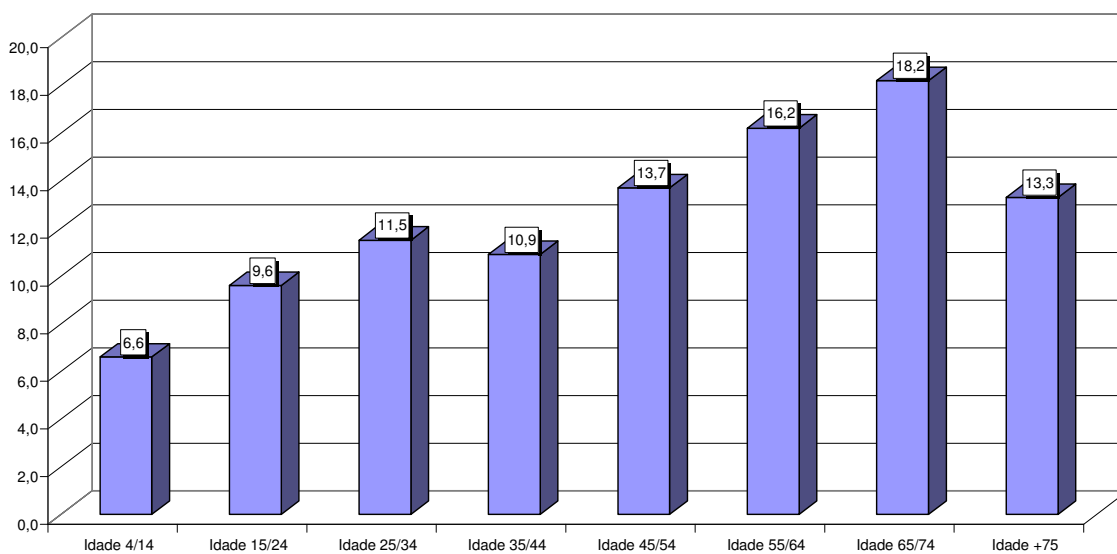
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Distribuição do Género (adh%) dos Públicos dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

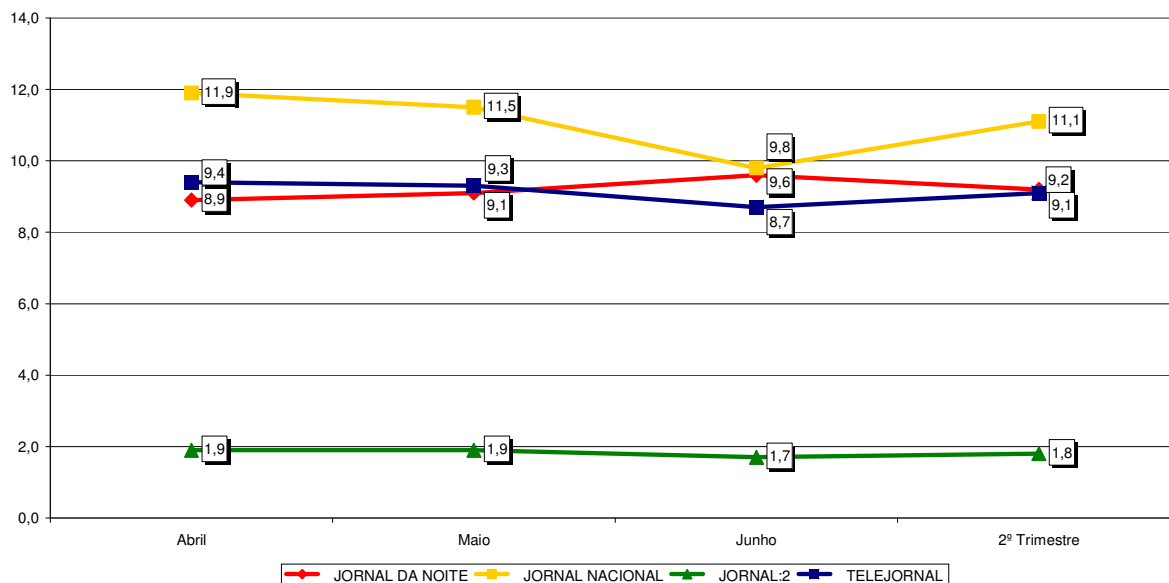
Caracterização Etária (adh%) dos Públicos dos Noticiários Televisivos no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

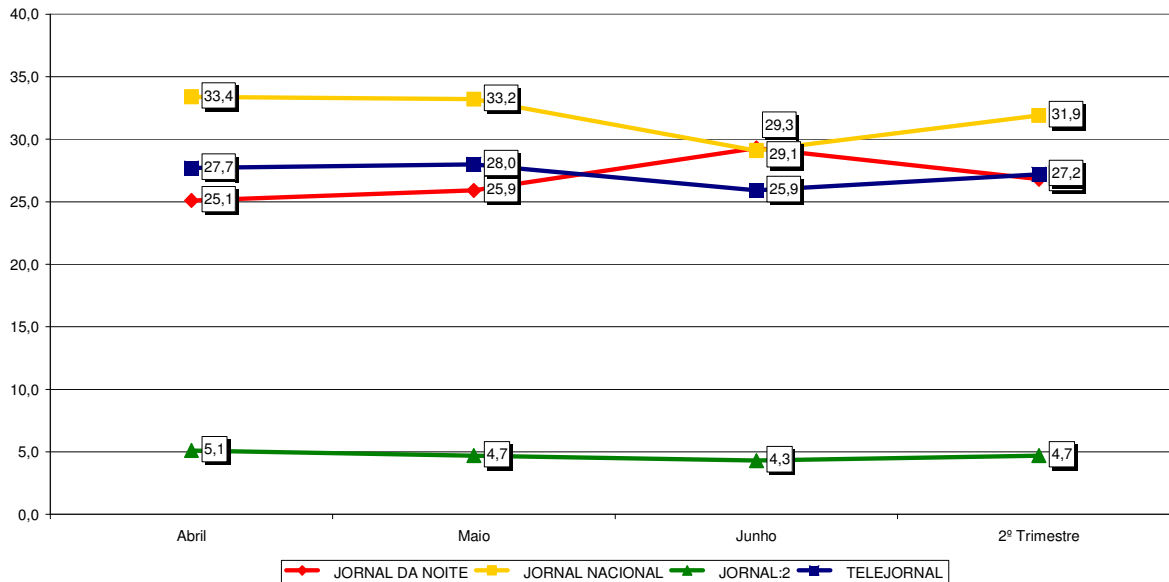
3.3 Análise de Audiência dos Noticiários da Noite (excepto Cabo)

Audiência Média (rat%) dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

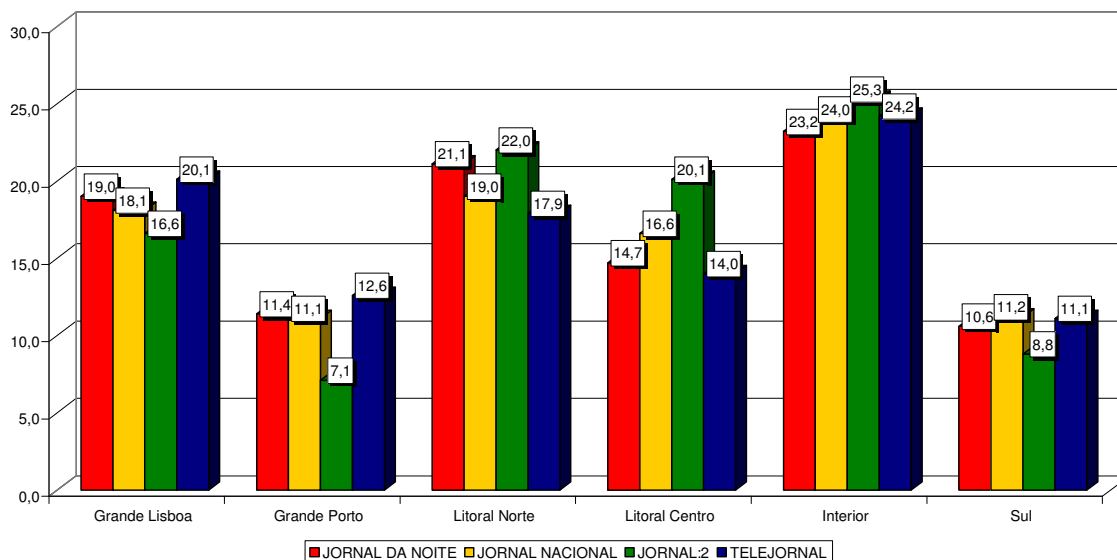
Share de Audiência (shr%) dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

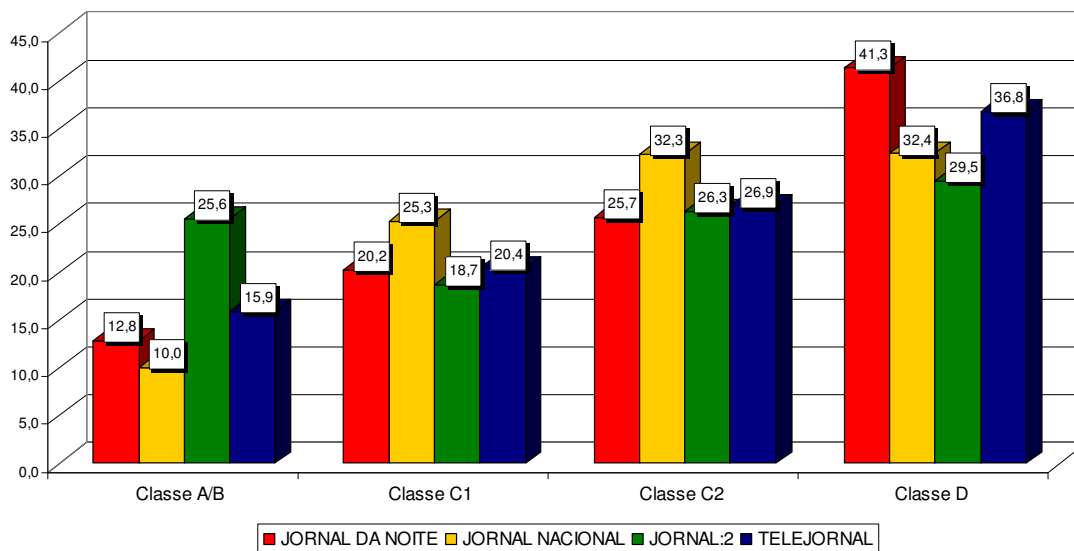
3.4 Perfil dos Públicos dos Noticiários da Noite (excepto Cabo)

Caracterização Geográfica (adh%) dos Públicos dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



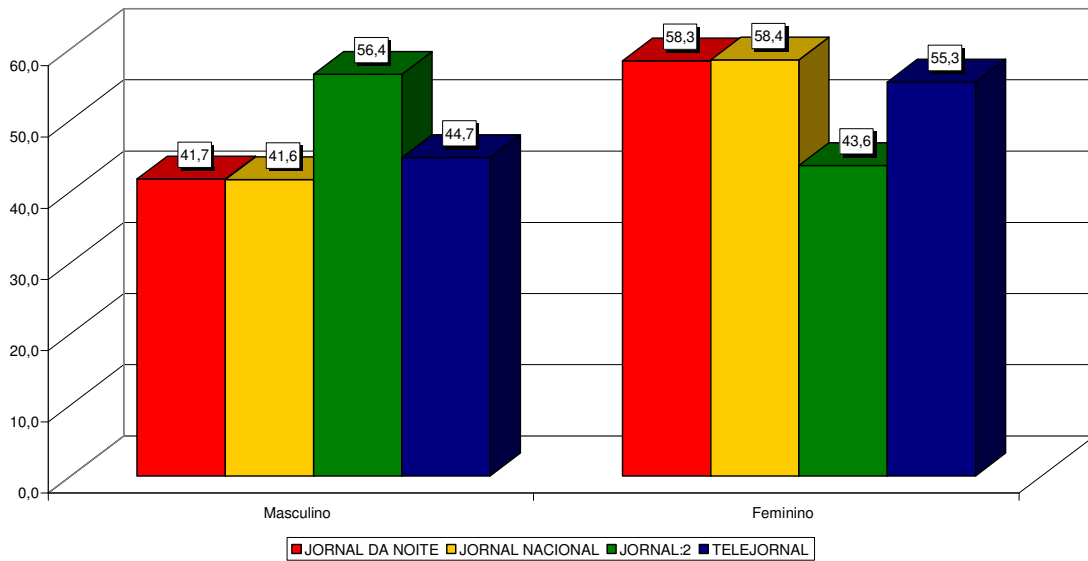
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Social (adh%) dos Públicos dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



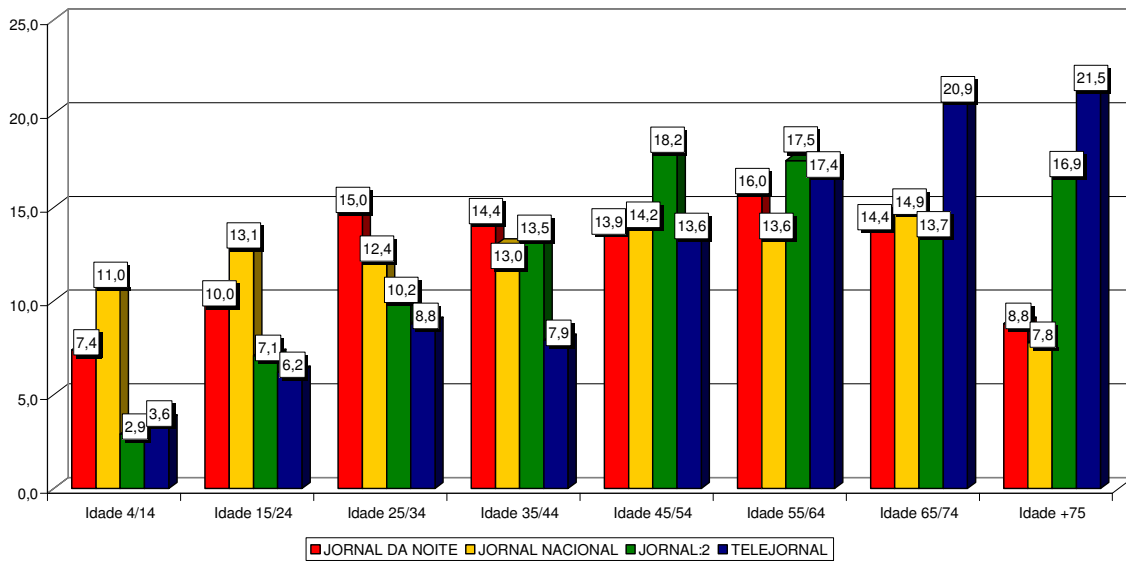
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Distribuição por Género (adh%) dos Públicos dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

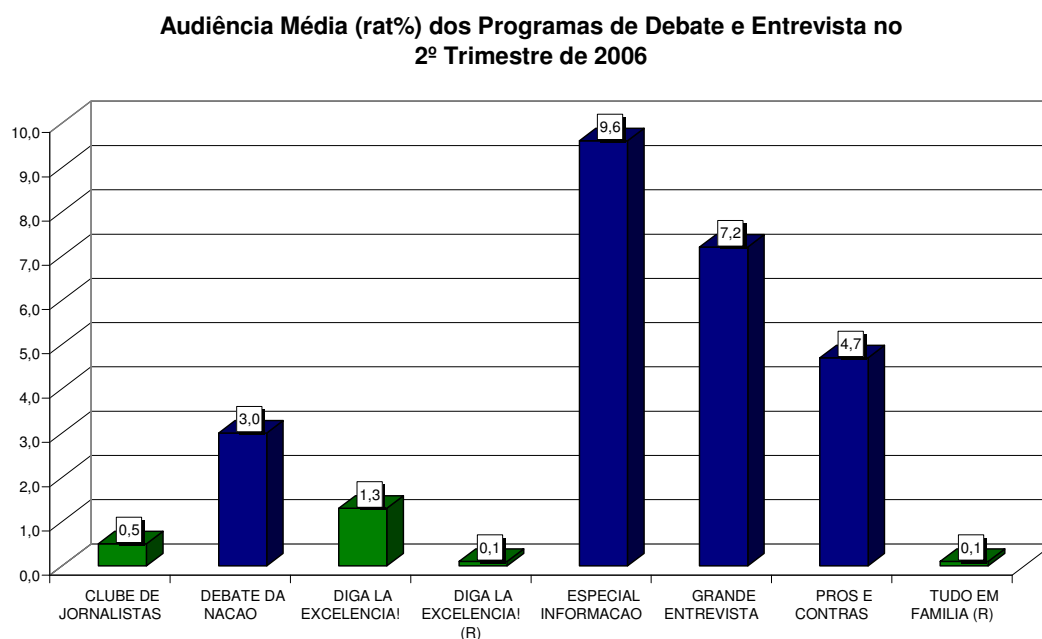
Caraterização Etária (adh%) dos Públicos dos Noticiários da Noite no 2º Trimestre de 2006



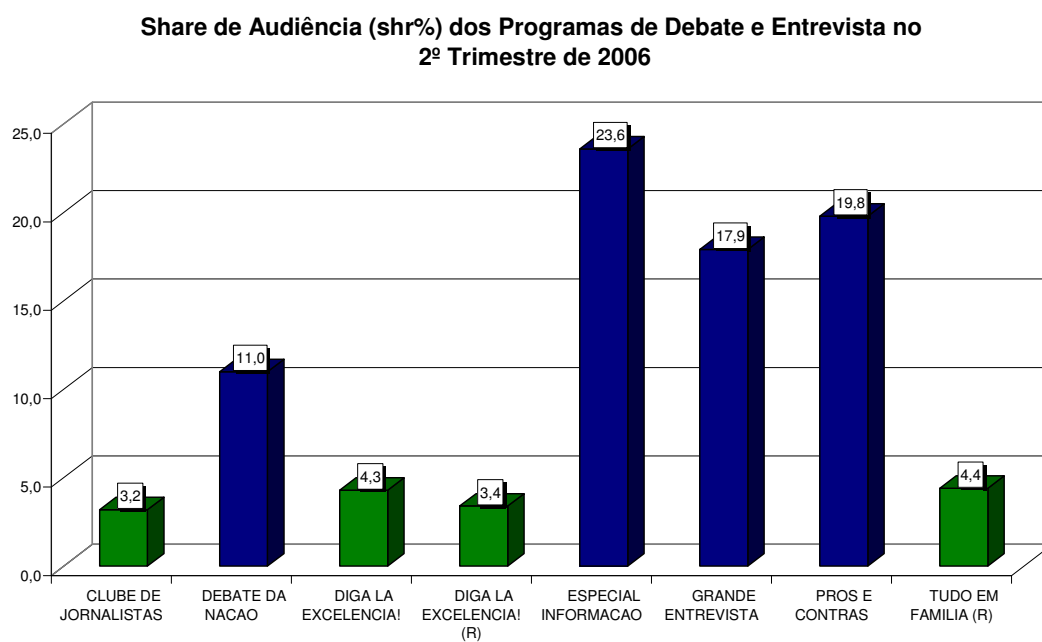
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

4. Análise da Audiência dos Programas de Debate e Entrevista

4.1 Análise de Audiência de todos os Programas de Debate e Entrevista (excepto Cabo)

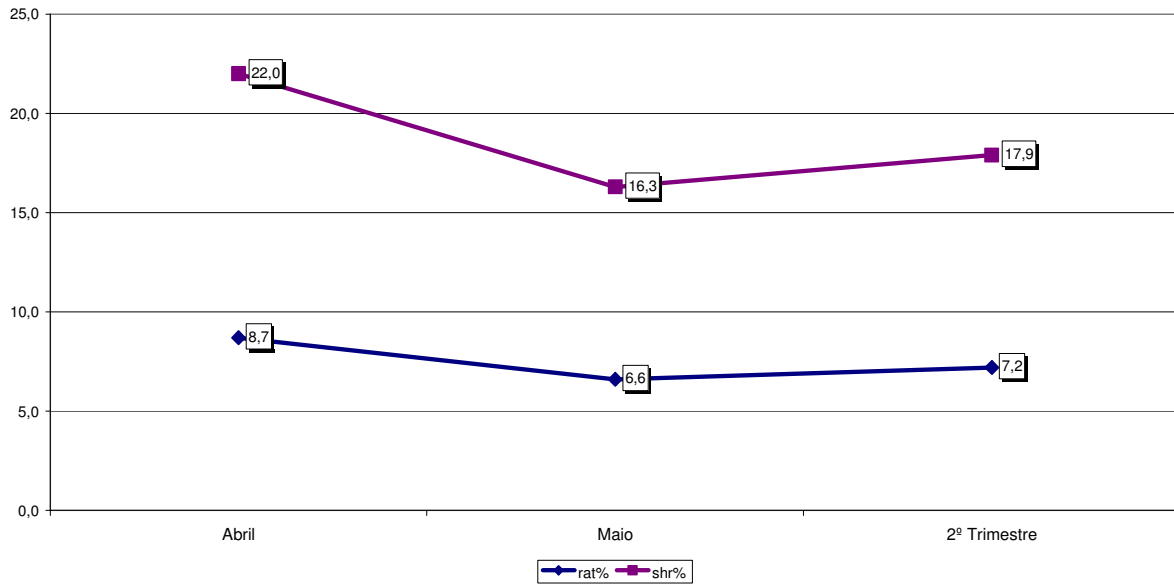


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria



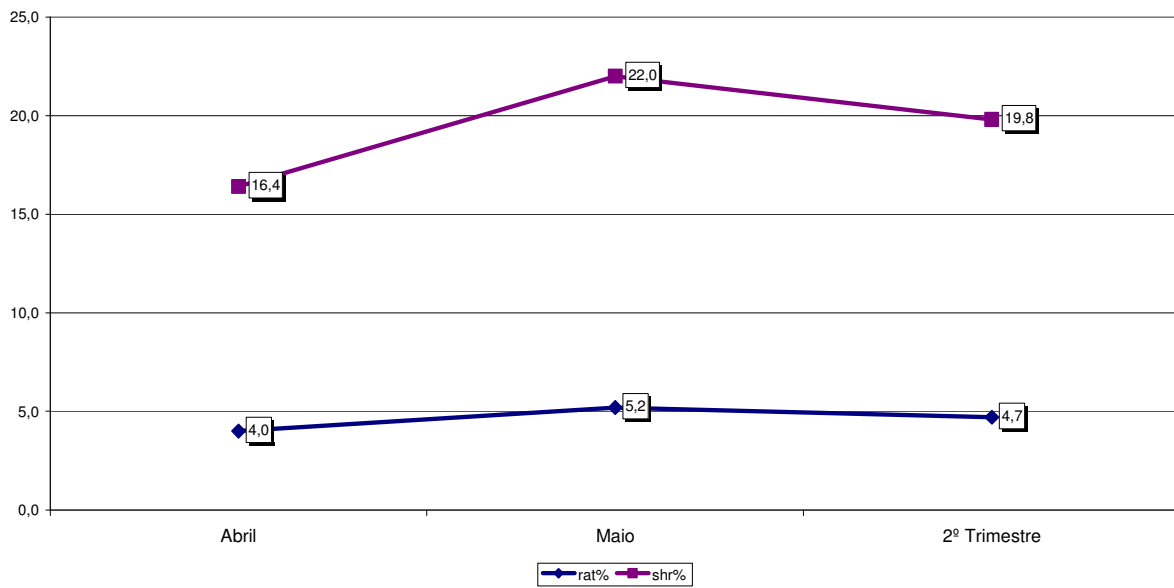
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Audiência da Grande Entrevista no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria
 Nota: Em Junho este programa não foi exibido.

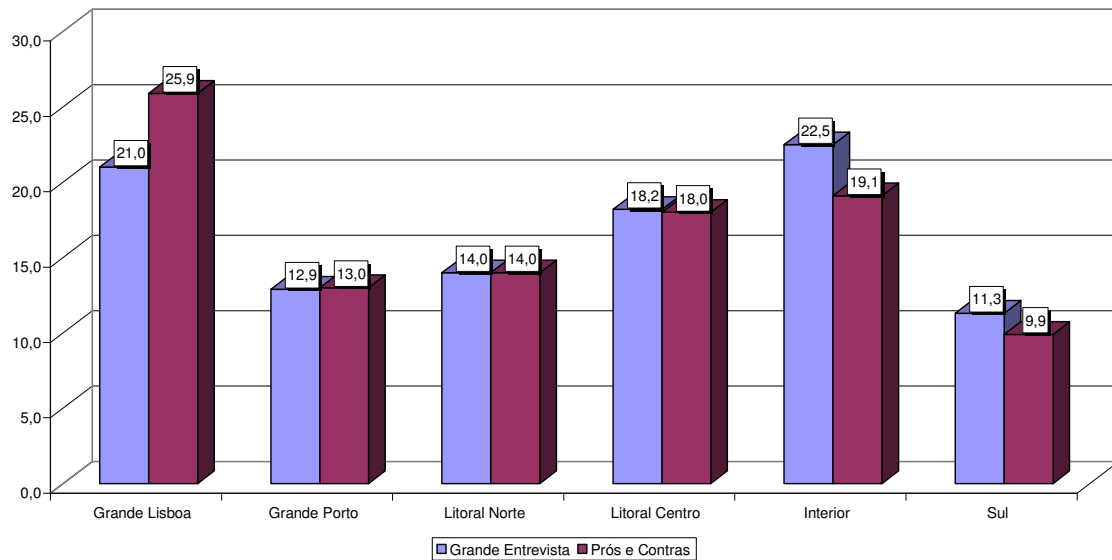
Audiência do Prós e Contras no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria
 Nota: Em Junho este programa não foi exibido.

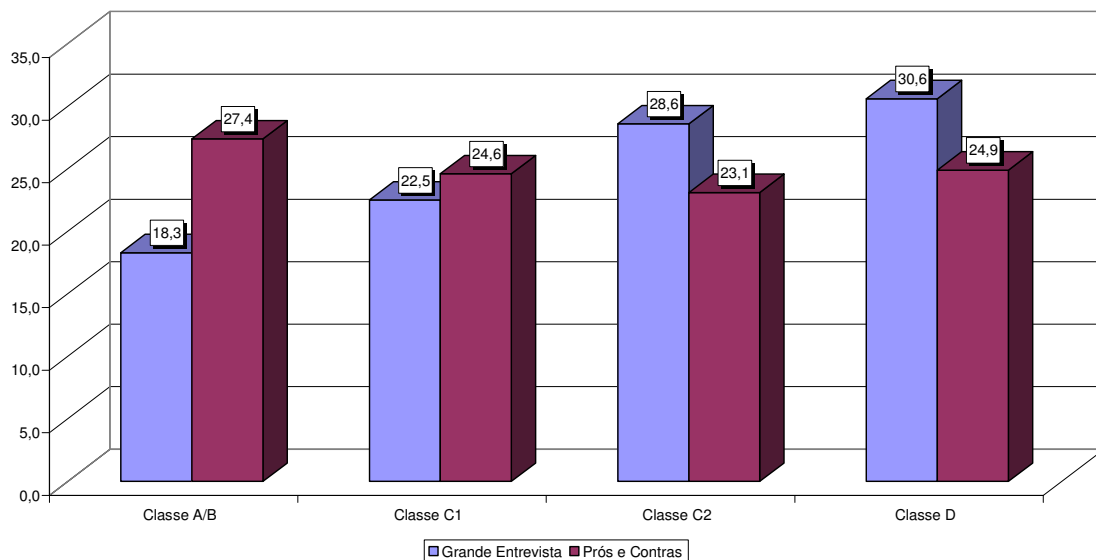
4.2 Perfil dos Públicos dos Programas Grande Entrevista e Prós e Contras

Caracterização Geográfica (adh%) dos Públicos da Grande Entrevista e do Prós e Contras no 2º Trimestre de 2006



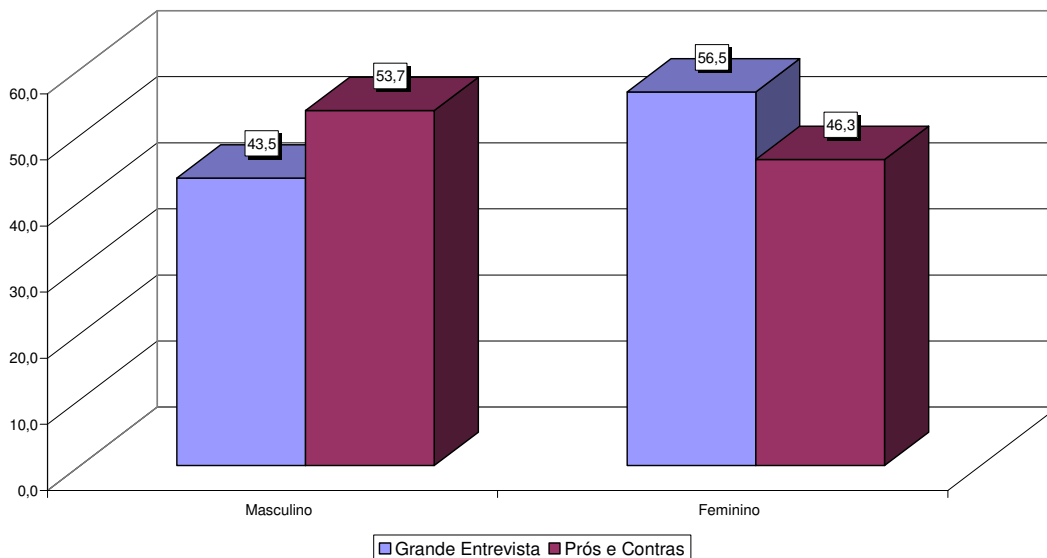
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Social (adh%) dos Públicos da Grande Entrevista e do Prós e Contrás no 2º Trimestre de 2006



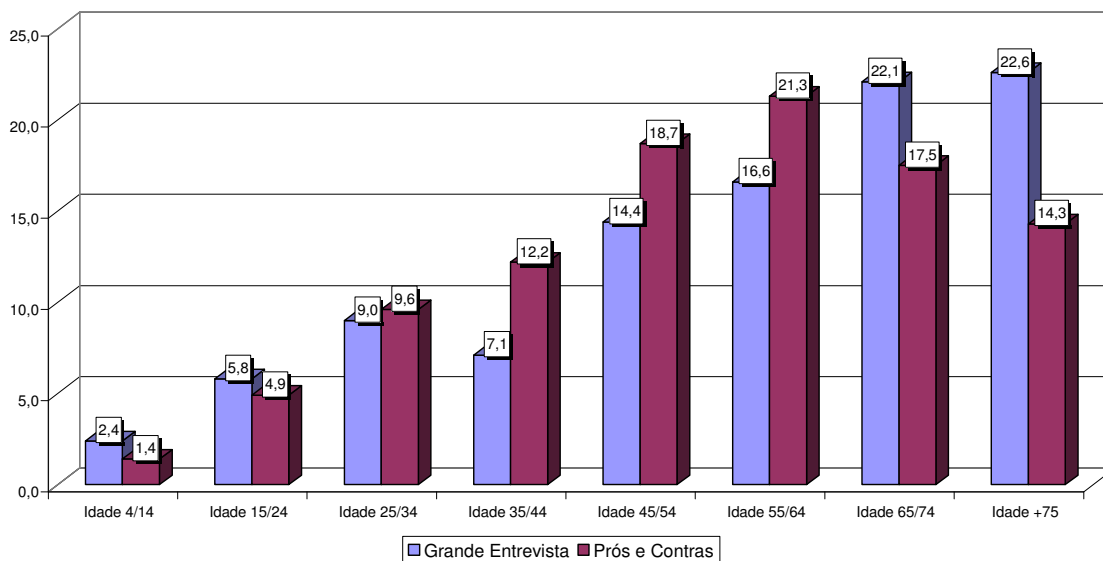
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Distribuição por Género (adh%) dos públicos da Grande Entrevista e do Prós e Contras no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Etária (adh%) dos Públicos da Grande Entrevista e do Prós e Contras no 2º Trimestre de 2006

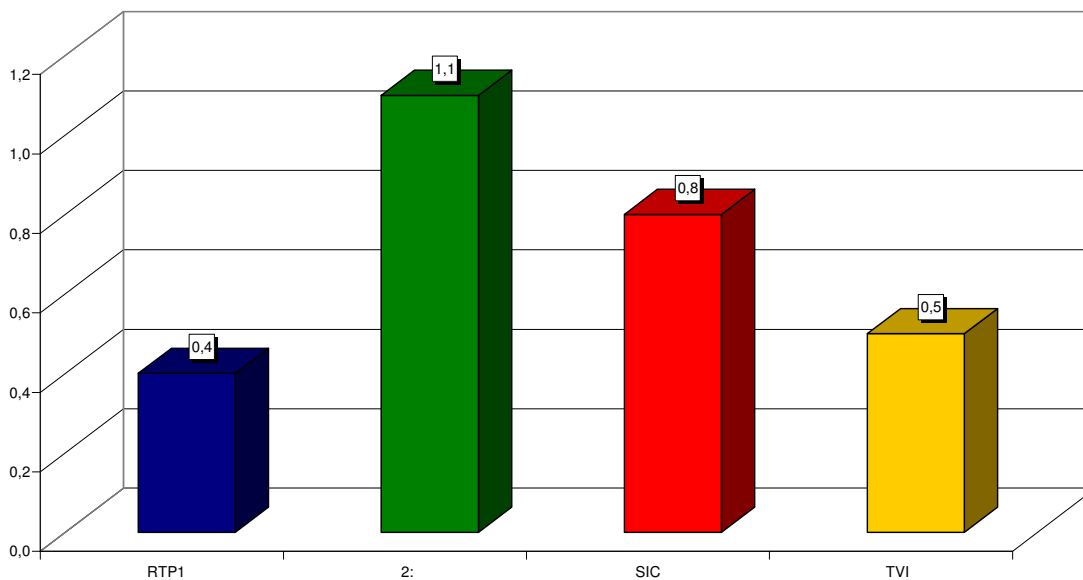


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

5. Análise de Audiência dos Programas Juvenis

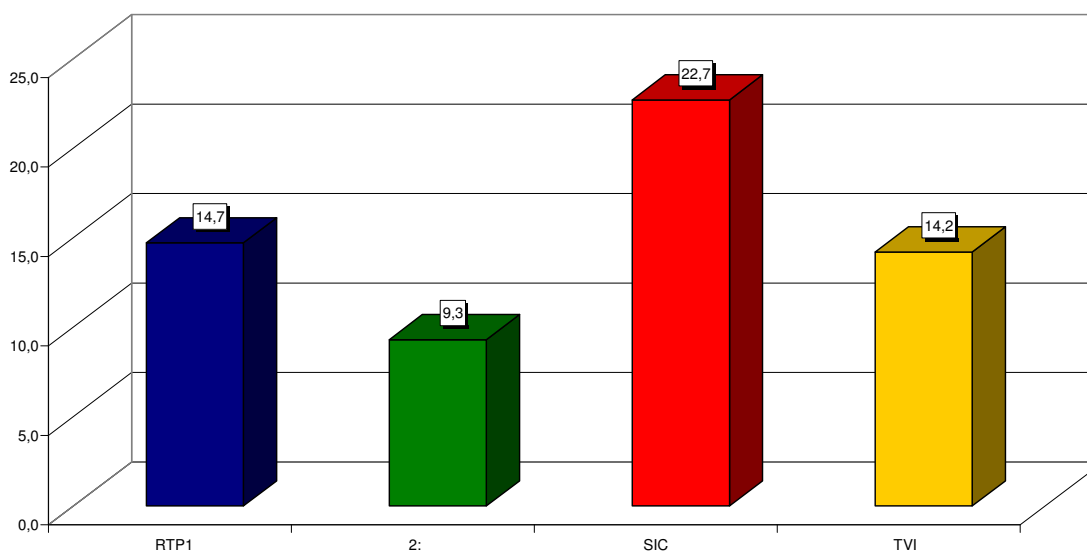
5.1 Análise de Audiência de Todos os Programas Juvenis (excepto Cabo)

Audiência Média (rat%) dos Programas Juvenis por Canal no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Share de Audiência (shr%) dos Programas Juvenis por Canal no 2º Trimestre de 2006



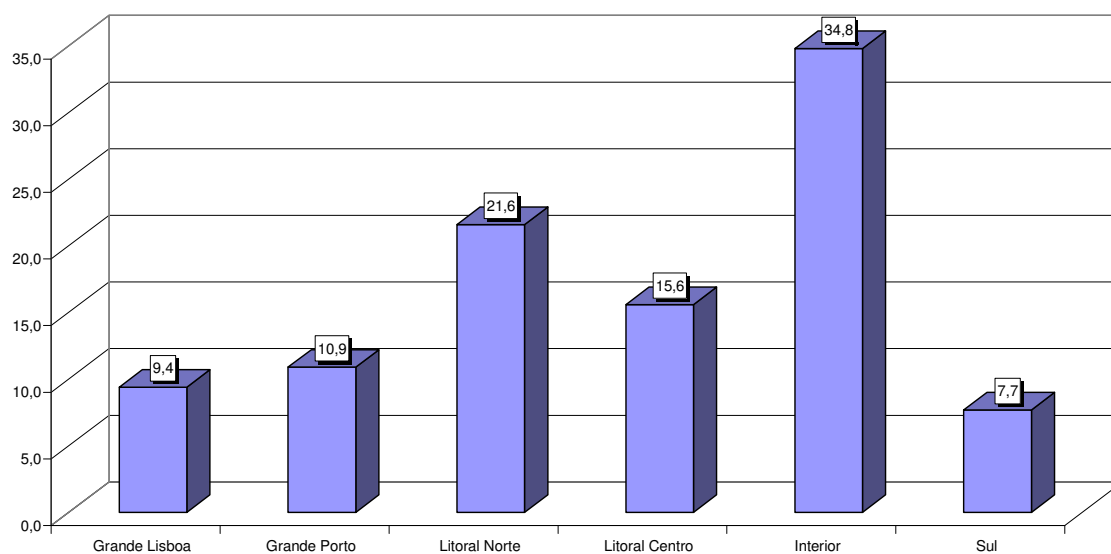
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

	Audiência Média (rat%)	Share de Audiência (shr%)
RTP1		
ADORO A ESCOLA!	0,2	12,6
BOB O CONSTRUTOR	0,2	12,9
BRINCA COMIGO	0,6	15,3
BRINCAR A BRINCAR	0,3	13,3
HIPO ENGENHOCAS	0,2	13,9
OS ESPADINHAS (COMPACTO)	0,4	10,8
OS ESPADINHAS (R)	3,3	18,0
OZZY OZONO	0,6	11,1
TODOS AO PAVILHAO DO CONHECIMENTO	0,2	10,5
WICKIE	0,4	17,2
[TOTAL] RTP1	0,4	14,7
2:		
CARLOS CLONE	0,7	2,7
OZZY OZONO	0,2	3,2
SUPER ZERO	1,1	3,9
ZIG ZAG	1,1	9,4
[TOTAL] 2:	1,1	9,3
SIC		
ACE LIGHTNING	0,2	14,7
DIGIMON FRONTEIRA	0,2	12,7
DISNEY KIDS	1,8	32,7
HAMTARO	0,1	11,2
IOIO	0,2	10,5
MEW MEW POWER	0,7	23,5
NOVAS TARTARUGAS NINJA	2,5	23,8
OS TOFUS	0,1	13,6
POKEMON CHRONICLES	2,2	30,0
POWER RANGERS DINOTHUNDER	2,0	28,3
POWER RANGERS S.P.D.	1,9	21,5
SIC KIDS	0,6	12,6
SONIC X	0,5	19,4
SUPER ROBOT MONKEY TEAM HYPERFORCE GO!	2,3	19,8
TAMA E AMIGOS	0,1	11,3
THE WOODY WOODPECKER SHOW	0,4	20,8
TOONSYLVANIA	0,1	11,9
W.I.T.C.H.	0,3	17,8
YU-GI-OH!	2,0	22,3
[TOTAL] SIC	0,8	22,7
TVI		
AS AVENTURAS DE JACKIE CHAN	0,9	17,7
B-DAMAN	0,6	12,1
CASPER	0,2	11,8
D'MYNA LEAGUES	0,4	18,8
DAN DARE - O PILOTO DO FUTURO	0,3	11,8
DUEL MASTERS	0,2	11,5
HOMEM-ARANHA	1,7	25,2
THE POWERPUFF GIRLS	0,4	11,0
TROLLZ	0,8	16,1
[TOTAL] TVI	0,5	14,2

Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

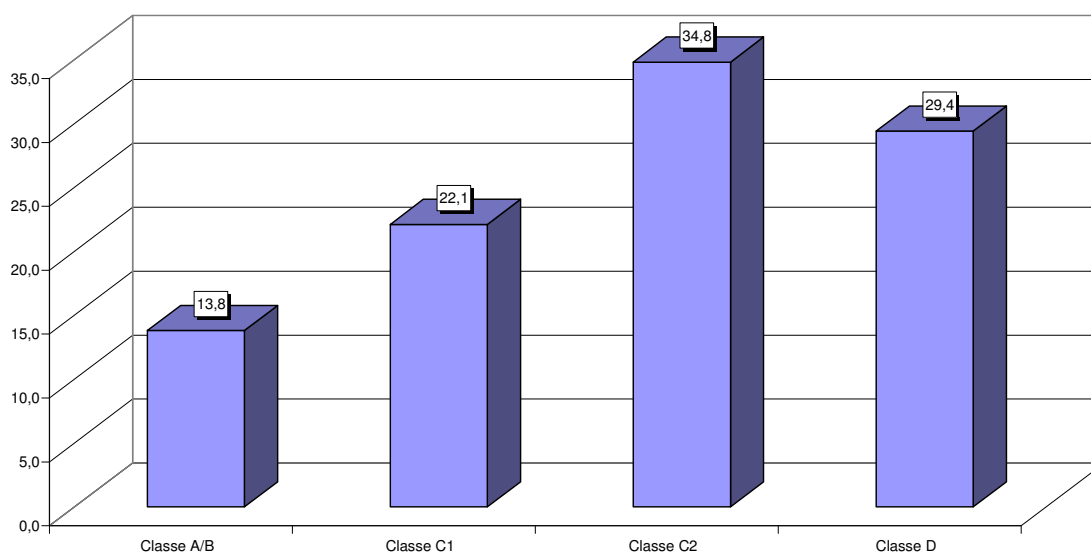
5.2 Perfil dos Públicos dos Programas Juvenis (excepto Cabo)

Caracterização Geográfica (adh%) dos Públicos dos Programas Juvenis no 2º Trimestre de 2006



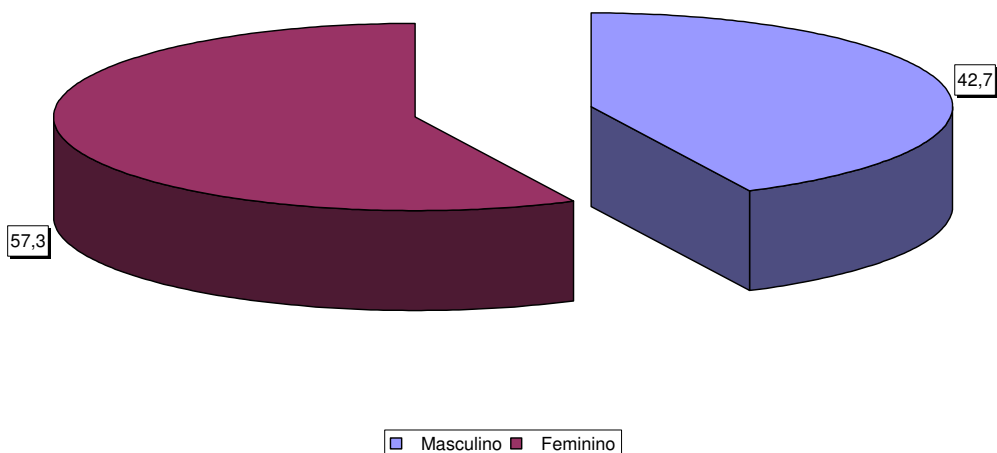
Fonte: Mediamonitor/Marktest. Audimetria

Caracterização Social (adh%) dos públicos dos Programas Juvenis no 2º Trimestre de 2006



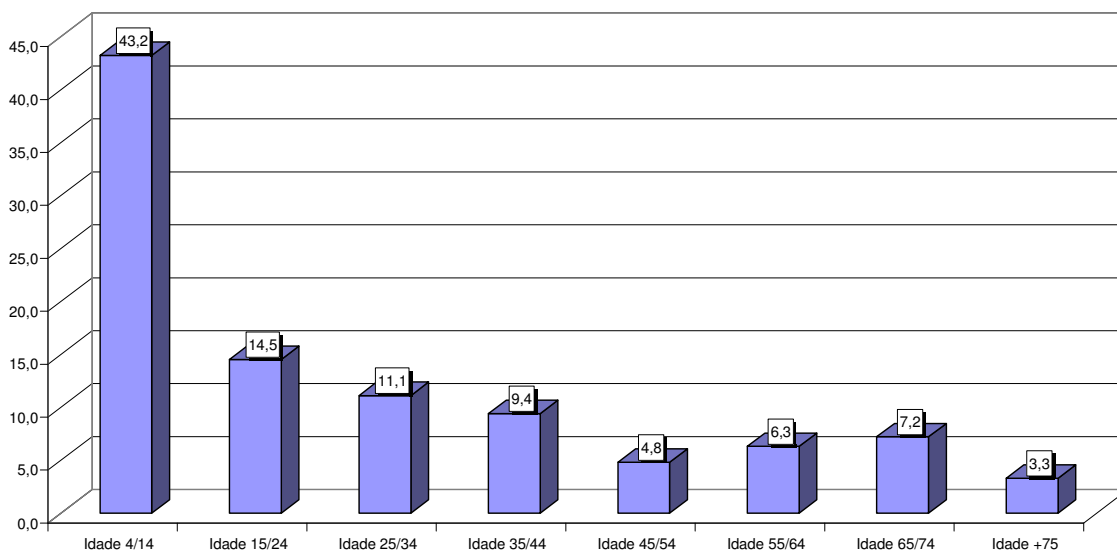
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Distribuição por Género (adh%) dos Públicos dos Programas Juvenis no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Etária (adh%) dos Públicos dos Programas Juvenis no 2º Trimestre de 2006

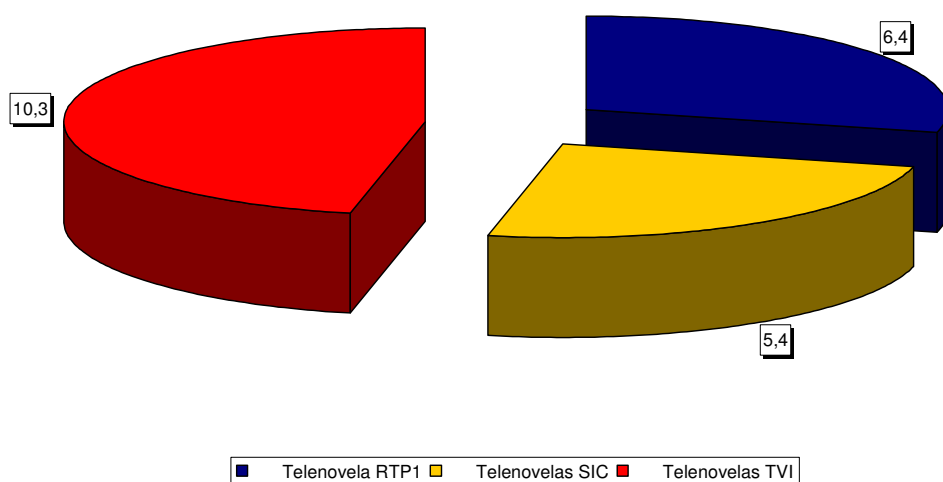


Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

6. Análise de Audiência das Telenovelas (excepto Cabo)

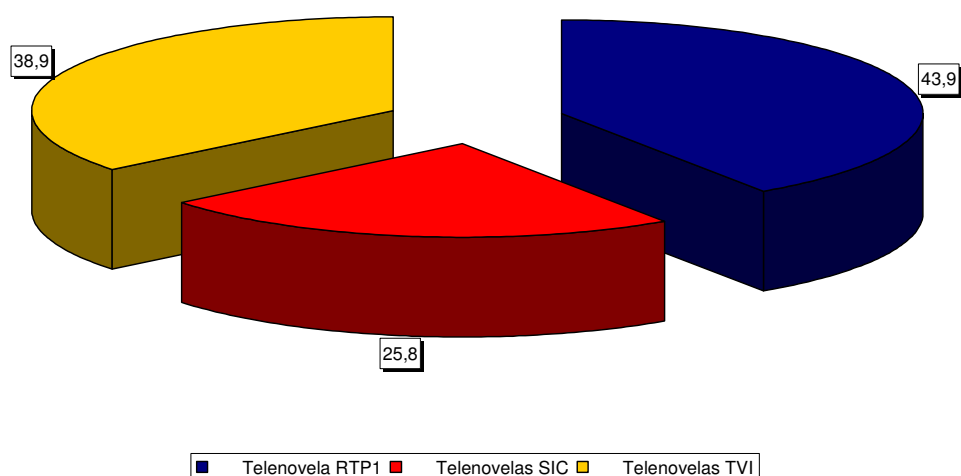
6.1 Análise de Audiência de Todas as Telenovelas (excepto Cabo)

Audiência Média (rat%) das Telenovelas por Canal no 2º Trimestre de 2006



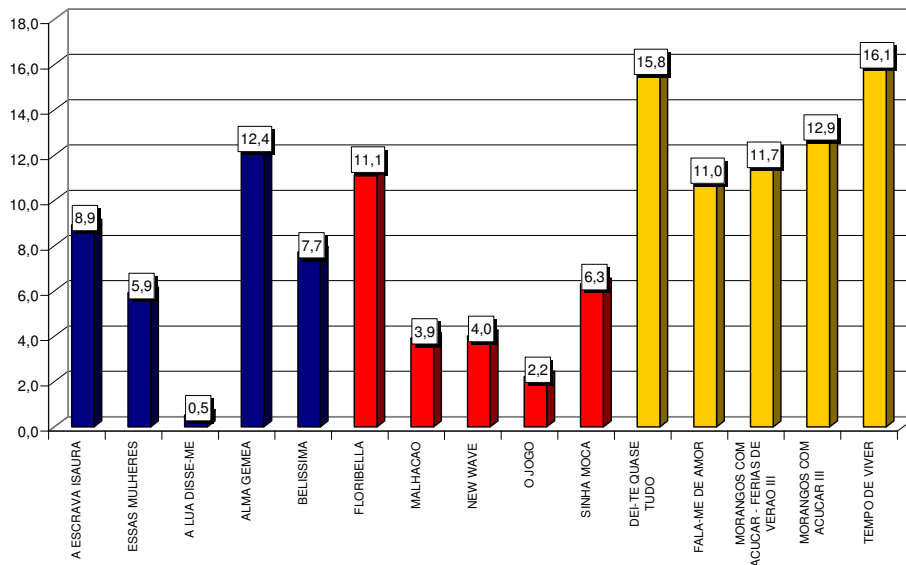
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Share de Audiência (shr%) das Telenovelas por Canal no 2º Trimestre de 2006



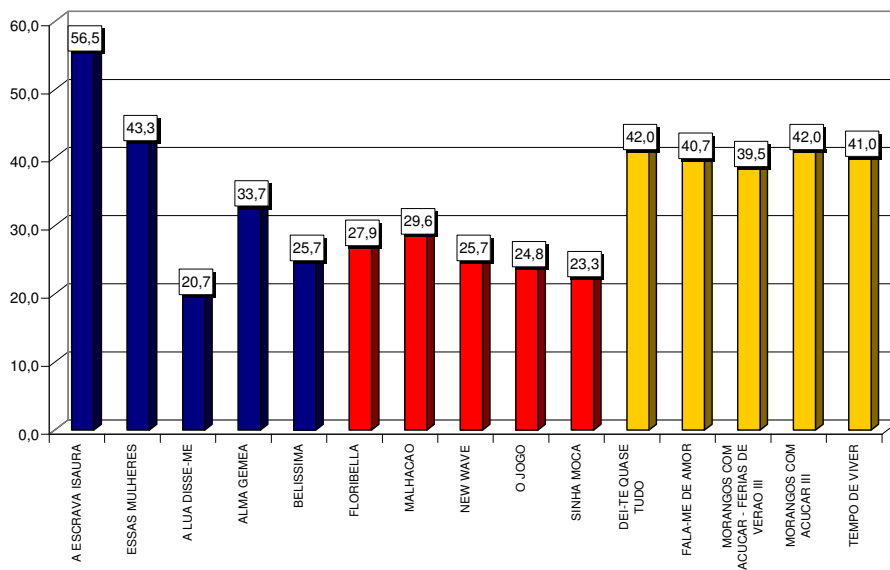
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Audiência Média (rat%) das Telenovelas no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

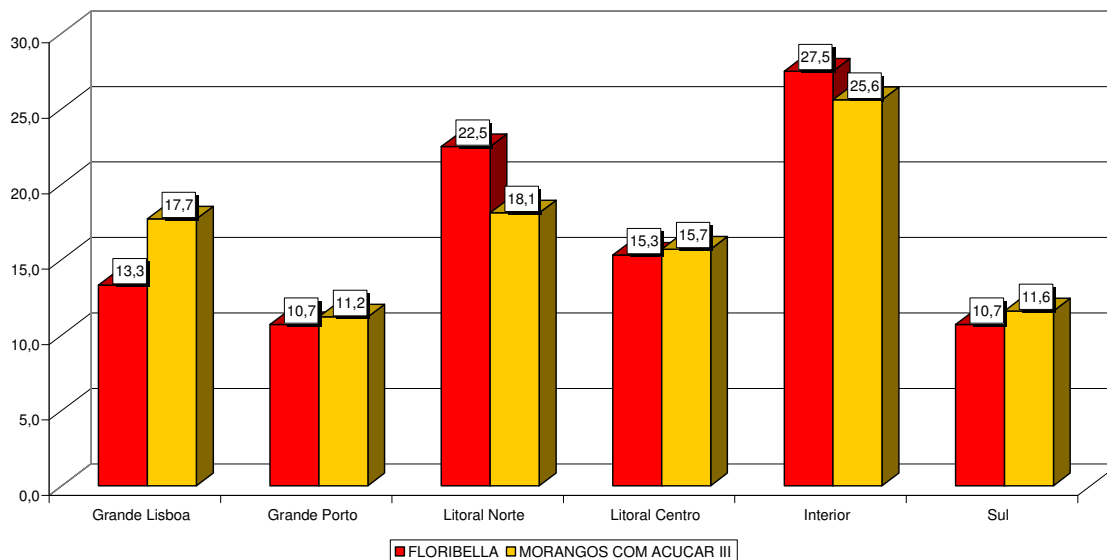
Share de Audiência (shr%) das Telenovelas no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

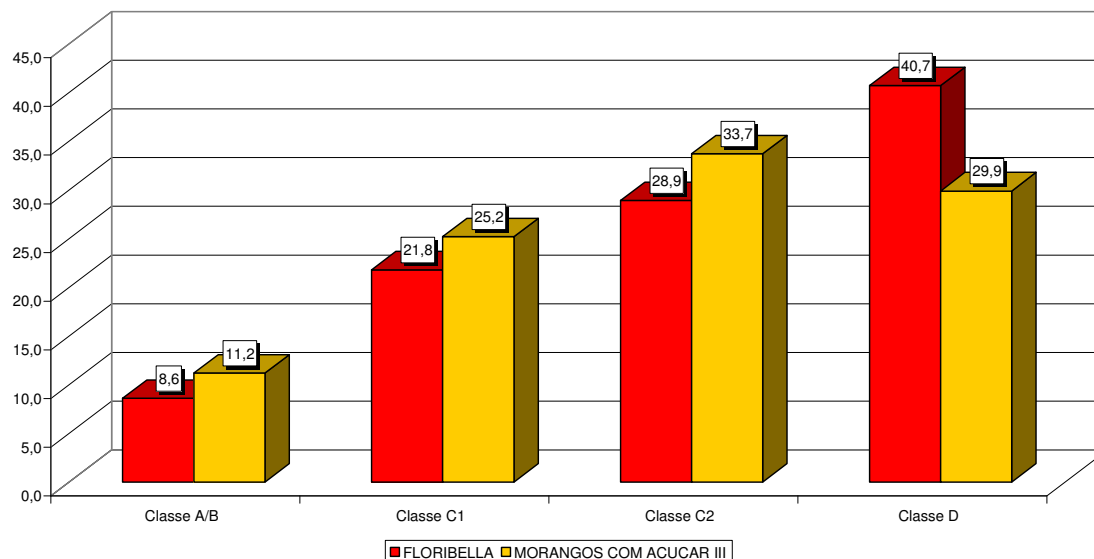
6.2 Perfil dos Públicos das Telenovelas: Morangos Com Açúcar e Floribella

Caracterização Geográfica dos Públicos da Floribella e Morangos com Açúcar no 2º trimestre de 2006



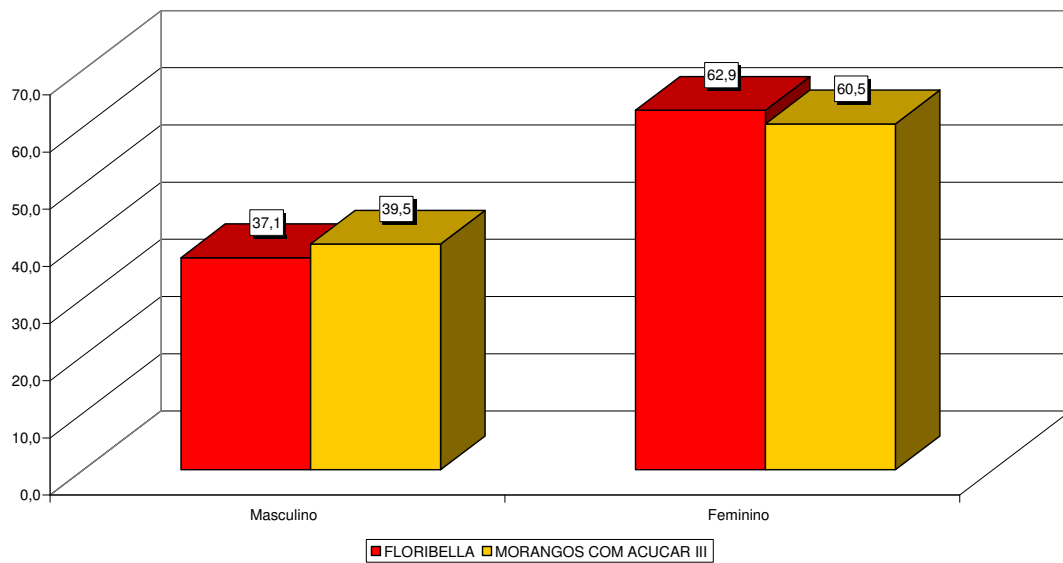
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Social (adh%) dos Públicos da Floribella e Morangos com Açúcar no 2º Trimestre de 2006



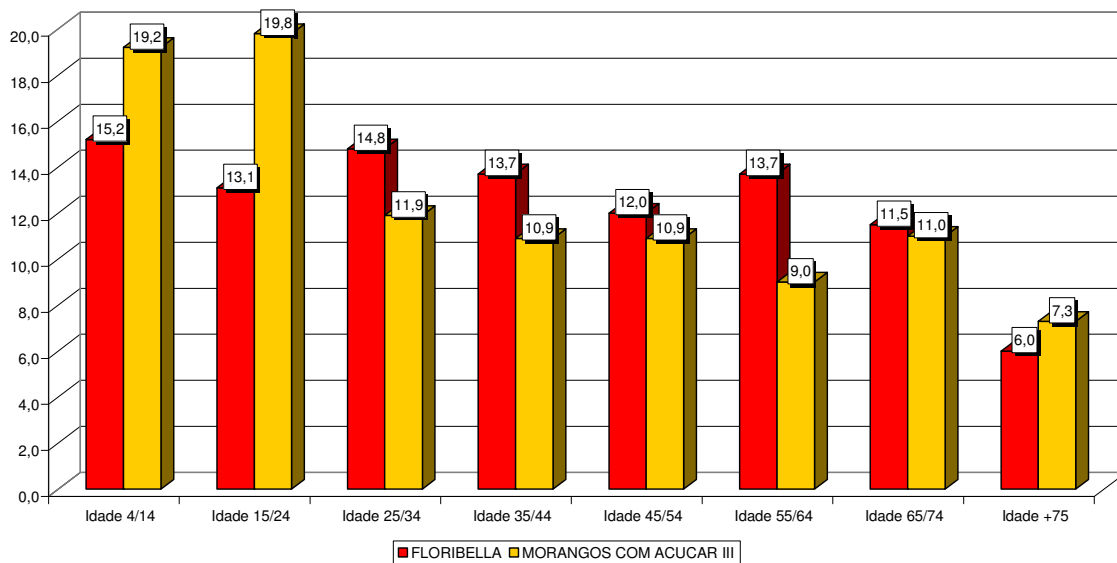
Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Distribuição por Género (adh%) dos Públicos da Floribella e Morangos com Açúcar no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria

Caracterização Etária (adh%) dos Públicos da Floribella e Morangos com Açúcar no 2º Trimestre de 2006



Fonte: Mediamonitor/Marktest Audimetria