



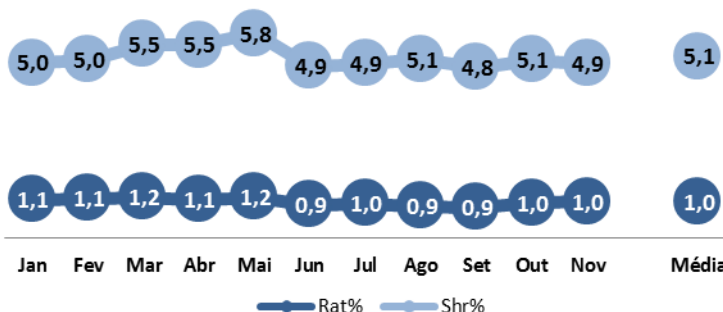
**JORNALISMO 2014**

**JORNAL** DA  
**NOITE**

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP  
Novembro/2014

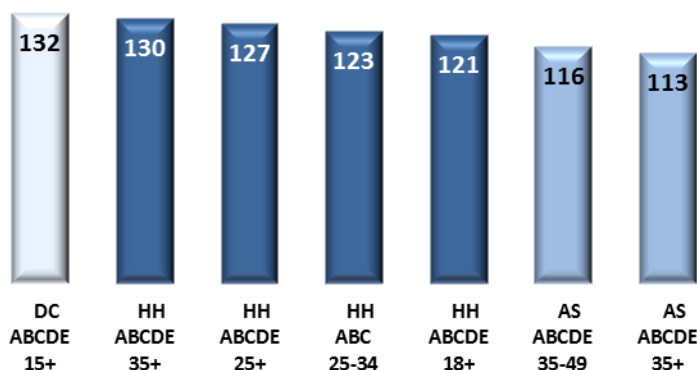
## Dados de Pesquisa - Nacional

**Audiência Domiciliar%**  
Janeiro a Novembro 2014



**Mais de 770 mil telespectadores/dia<sup>1</sup>**

**Afinidade%**



### Audiência

- 5,1% de share, 1,0% de audiência domiciliar com picos de 3 pontos.

### Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **69% acima dos 25 anos** e **81% entre as classes sociais ABC**.

### Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais entre donas de casa, homens, mulheres e ambos os sexos.

### Comportamento e Consumo

Hoje, os **telespectadores2 Band** consideram que gastam seu dinheiro mais cuidadosamente do que antes (46%) e se consideram pessoas criativas (44%).

#### ❖ Opiniões e atitudes:

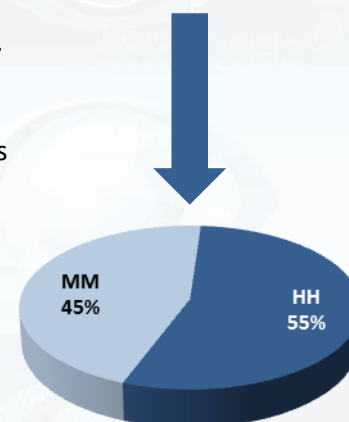
- 70% consideram que a educação dos seus filhos é prioridade;
- 68% acham que é importante sentirem-se respeitados pelos colegas;
- 63% homens e mulheres deveriam compartilhar igualmente das responsabilidades da casas;
- 55% gostam de ter objetos de boa qualidade;
- 49% gostam de produtos que facilitem o seu dia a dia;
- 46% geralmente planejam bem a compra de produtos caros.

#### ❖ É muito importante estar bem informado (71%):

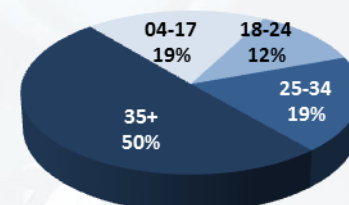
- 64% recorrem ao meio TV porque os entretêm;
- 49% presta atenção na publicidade em TV;
- 48% recorrem à TV para se distrair das tarefas habituais.

### Perfil

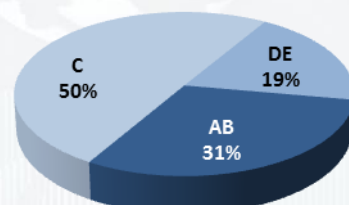
69% acima dos 25 anos  
81% classes ABC



### Sexo%



### Idade%



### Classe%



## Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

### Comportamento e Consumo

Para 67% dos telespectadores<sup>1</sup> que assistem à TV Band, deve-se aproveitar as oportunidades quando surgem na vida.

❖ Programação preferida:

- 91% Noticiários Locais;
- 89% Noticiários Nacionais;
- 70% Noticiários Internacionais.

❖ Opiniões e atitudes:

- 75% acreditam que a educação é o melhor caminho para garantir um bom futuro;
  - 66% que reciclar é um dever de todos;
  - 64% pensam que, se na primeira vez não se triunfa, deve-se prosseguir tentando.
- 63% gostam de ter bons amigos, que lhe deem apoio em tempos;
- 57% são consumidores de cerveja, 53% de bebidas alcoólicas (exceto cerveja) e 47% de vinho.

### Audiência

- 5,4% de share, 1,2% de audiência domiciliar com picos de 4 pontos.

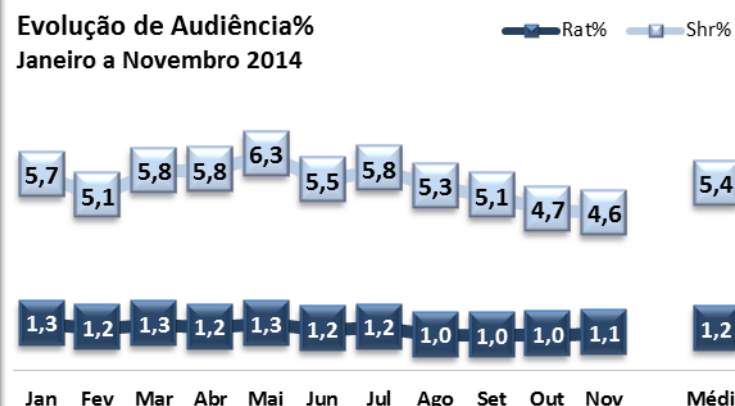
### Perfil

- Perfil adulto e qualificado: 70% acima dos 25 anos e 84% entre as classes sociais ABC.

### Afinidade

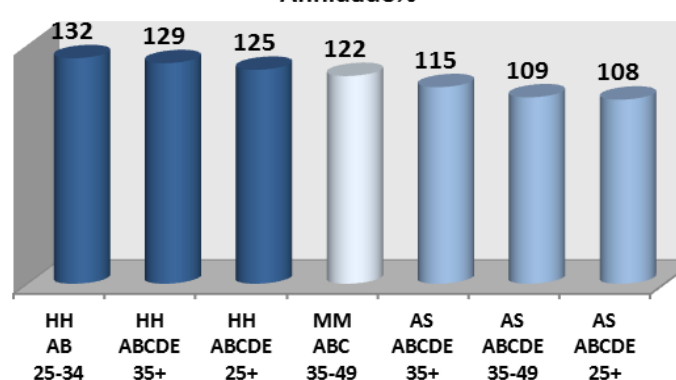
- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais e idades.

Evolução de Audiência%  
Janeiro a Novembro 2014



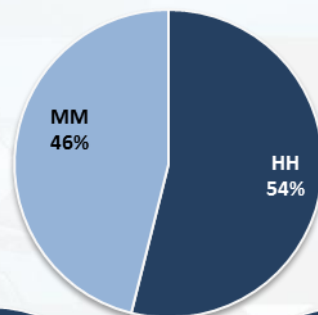
### Mais de 95 mil telespectadores/dia

Afinidade%

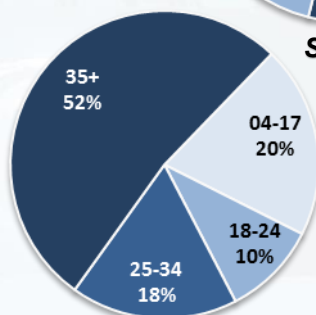


### Perfil

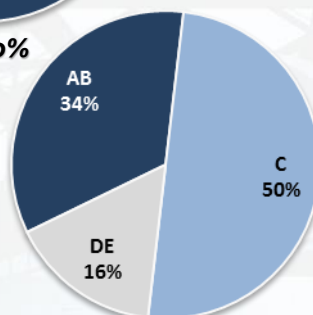
70% acima dos 25 anos  
84% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%