



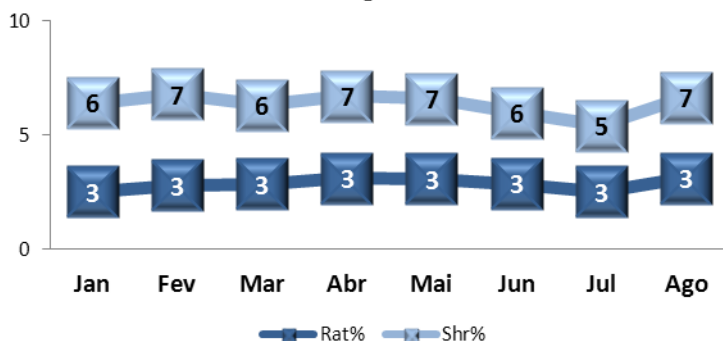
JORNALISMO 2014

**BRASIL
URGENTE**

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Agosto/2014

Dados de Pesquisa - Nacional

Audiência Domiciliar%
Janeiro a Agosto 2014



Audiência

- 6% de share, 3% de audiência domiciliar com picos de 5 pontos.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **68% acima dos 35 anos** e **84% entre as classes sociais ABC**.

Afinidade

- Grande afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre adultos acima dos 35 anos.

Perfil

68% acima dos 35 anos
84% classes ABC

Comportamento

Quando se analisa a afinidade dos telespectadores² adultos que assistem ao telejornal, observa-se que eles **confiam na TV para manterem-se informados** (135%); informam-se bastante antes de comprar novos produtos alimentícios (130%); **acham que as marcas conhecidas são melhores** (130%) e **sempre procuram as marcas nas embalagens** (133%).

❖ Em assuntos relacionados à finanças:

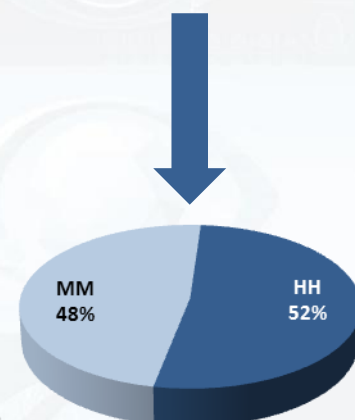
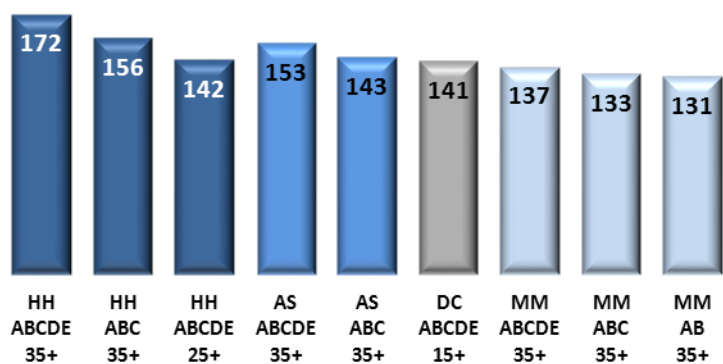
- 133% sentem-se seguros financeiramente** e são bons para administrar seu dinheiro;
- 130% informam-se bastante antes de investir em aplicação financeira;
- 130% sempre procuram o melhor em serviços e aplicações financeiras;**
- 128% utilizam serviços bancários;
- 125% os amigos ou sócios sempre pedem sua opinião em questões financeiras.**

❖ O que pensam?

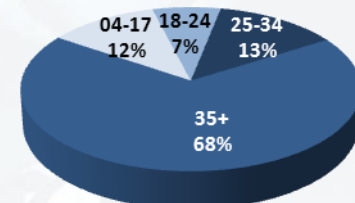
- 132% são felizes com seu padrão de vida;**
- 130% geralmente são muito independentes;
- 129% planejam compras de produtos caros, pagariam qualquer preço por um equipamento eletrônico que realmente quisessem e não abrem mão de conforto.**

Mais de 2 milhões de telespectadores/dia¹

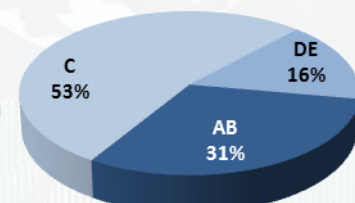
Afinidade%



Sexo%



Idade%



Classe%

Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

- 9% de share, 4% de audiência domiciliar com picos de 8 pontos.

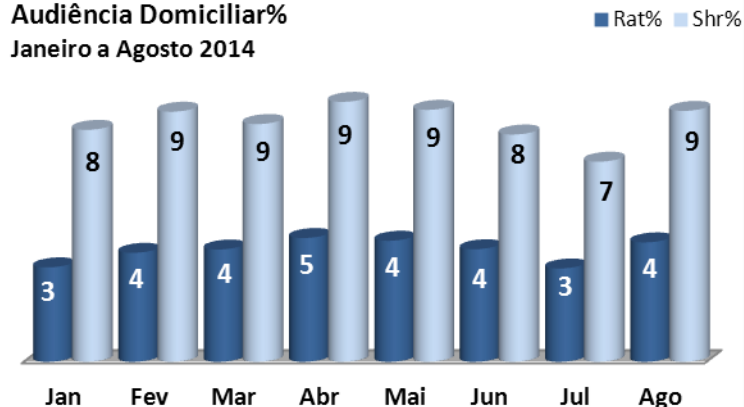
Perfil

- Perfil adulto e qualificado: 70% acima dos 35 anos e 86% entre as classes sociais ABC.

Afinidade

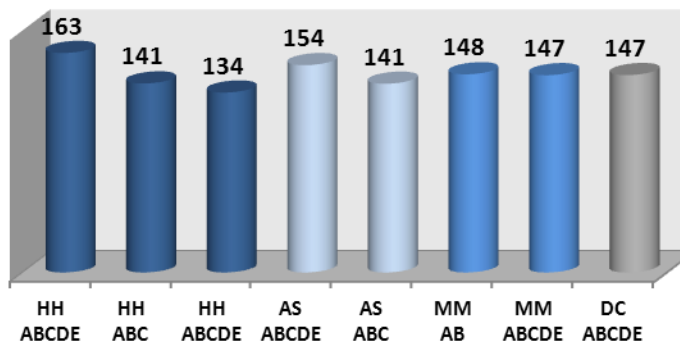
- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais, destaque para homens acima dos 35 anos.

Audiência Domiciliar%
Janeiro a Agosto 2014



Mais de 317 mil telespectadores/dia

Afinidade%



Comportamento

Na Grande São Paulo, os telespectadores¹ adultos que assistem ao telejornal revelaram grande afinidade com os comportamentos abaixo:

❖ Opiniões e atitudes:

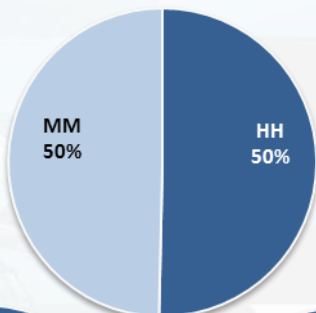
- 136% pagariam qualquer preço por sua saúde;
- 133% estão sempre procurando novas ideias para melhorar a casa;
- 132% os filhos influenciam nas compras da casa.
- 131% gostam de marcas mais refinadas;
- 126% pagariam qualquer preço por um equipamento eletrônico que realmente quisesse.

❖ Como se relacionam com a TV?

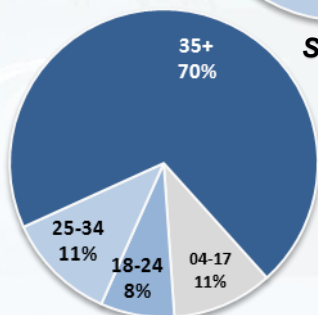
- 134% só pensam em TV;
- 133% acreditam que as pessoas dependem muito da TV para relaxar;
- 132% confiam na TV para manterem-se informados;
- 128% se programam para assistir alguns programas de TV

Perfil

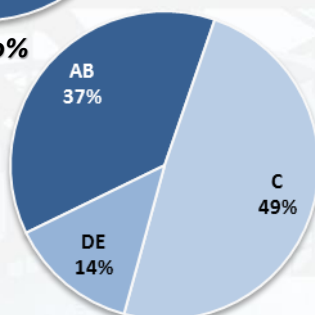
70% acima dos 35 anos
86% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%