

Uma Década de Audiências em Portugal: 2000-2009

Como se relacionam os portugueses com os media

Índice

16. Região Interior Norte

Audiência total de meios (2000 a 2009)	177
Audiência média de meios (2000 a 2009)	177
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	178
Perfil de audiência de meios (2000 a 2009)	179
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	179
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	179
Padrão horário de consumo de televisão 2000 e 2009)	180
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	183
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	185
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	185
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	185
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	186
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	187

17. Região Sul

Audiência total de meios (2000 a 2009)	189
Audiência média de meios (2000 a 2009)	189
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	190
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	191
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	191
Padrão horário de consumo de televisão (2000 e 2009)	191
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	192
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	195
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	197
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	197
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	197
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	198
Índices de afinidade com os meios	199

18. Classe Social Alta

Audiência total de meios (2000 a 2009)	201
Audiência média de meios (2000 a 2009)	201
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	202
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	203
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	203
Padrão horário de consumo de televisão (2000 e 2009)	203
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	204
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	207
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	209
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	209
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	209
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	210
Índices de afinidade com os meios	211

19. Classe Social Média Alta

Audiência total de meios (2000 a 2009)	213
Audiência média de meios (2000 a 2009)	213
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	214
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	215
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	215
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	215
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	216
Índices de afinidade com os meios	217

20. Classe Social Média

Audiência total de meios (2000 a 2009)	219
Audiência média de meios (2000 a 2009)	219
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	220
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	221
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	221
Padrão horário de consumo de televisão (2000 e 2009)	221
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	222
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	225
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	227
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	227
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	227
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	228
Índices de afinidade com os meios	229

21. Classe Social Média Baixa

Audiência total de meios (2000 a 2009)	231
Audiência média de meios (2000 a 2009)	231
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	232
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	233
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	232
Padrão horário de consumo de televisão (2000 e 2009)	233
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	234
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	237
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	239
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	239
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	239
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	240
Índices de afinidade com os meios	241

22. Classe Social Baixa

Audiência total de meios (2000 a 2009)	243
Audiência média de meios (2000 a 2009)	243
Índices de crescimento de consumo de meios (2000 a 2009)	244
Audiência média de Tv por canais (2000 a 2009)	245
Share de audiência de Tv por canais (2000 a 2009)	245
Padrão horário de consumo de televisão (2000 e 2009)	245
Top 10 programas de televisão (2000 a 2009)	246
Estrutura de Programação e Audiência por tipo de programas (00 a 09)	249
Audiência média por grupos de estações (2000 a 2009)	251
Share de audiência por grupos de estações (2000 a 2009)	251
Padrão horário de consumo de rádio (2000 e 2009)	251
Audiência de Imprensa por tipo de publicação (2000 a 2009)	252
Índices de afinidade com os meios	253