



Metodologia

INTRODUÇÃO

O objectivo desta análise é conhecer o tempo de exposição e a audiência dos respectivos períodos em que o evento EURO 2004 é visível em TV, imprensa e rádio nos seus diversos suportes.

Esta é apenas uma análise exemplo onde não foram exploradas, em detalhe, todas as vertentes deste tipo de estudo.

RECOLHA E ANÁLISE

Para realizar este estudo considerou-se a recolha de informação em imprensa, TV e Rádio no período compreendido entre 24 a 30 de Maio de 2004. A recolha teve como base todas as referências ao EURO 2004 durante este período, independentemente dos temas que lhe foram sendo associados.

Veículos analisados

Em TV: RTP1, 2: , SIC, TVI, SIC Noticias e Sport TV.

Rádio: ANTENA 1, RR, TSF, R.Comercial.

Imprensa: Publicações diárias e semanais, de âmbito nacional e regional, considerando-se como tal jornais e revistas publicadas e recepcionadas entre 24 e 30 de Maio de 2004. Foram também incluídas publicações internacionais.

Targets

São apresentados resultados para o target Universo respeitando os diferentes Universos do estudo de meios

Fonte: Audiências de TV

Audipanel / Marktest Audimetria (1000 Lares em Portugal Continental)

Universo Audipanel: Individuos residentes em Portugal, com 4 ou mais anos.

Para mais informação, consultar metodologia detalhada de cada estudo.