

Manifestações impulsionam
programas jornalísticos na TV e
nas mídias sociais, aponta
IBOPE Media.



IBOPE
media

IBOPE
media



São Paulo, 26 de junho de 2013 – Neste mês, milhares de pessoas foram às ruas das principais cidades do Brasil. Porém, a onda de manifestações não mobilizou apenas quem saiu de casa, mas também a crescente audiência da cobertura midiática dos acontecimentos e sua repercussão nas redes sociais.

De acordo com levantamento do IBOPE Media, no período de 3 a 21 de junho, os programas jornalísticos da TV aberta (Painel Nacional de Televisão e transmissão diária) tiveram uma média de 7,43 pontos de audiência domiciliar.

Em 21 de junho (sexta-feira), quando ocorreram manifestações em diversas cidades do estado de São Paulo, além das capitais Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG) e Curitiba (PR), por exemplo, foi registrada a maior média de audiência do gênero, que atingiu 8,62 pontos. O número foi 27% maior em comparação à sexta-feira anterior, quando os protestos ainda não tinham tomado grandes proporções.

Além da audiência televisiva, a repercussão dos programas jornalísticos da TV aberta nas mídias sociais também cresceu com as manifestações. Segundo dados da TTV, uma das parceiras do IBOPE Media no desenvolvimento de estudos colaborativos sobre Social TV, os telejornais foram citados mais de 73 mil vezes em 19 dias de monitoramento. De 17 a 23 de junho, a quantidade de mensagens foi cinco vezes maior do que o número registrado na semana anterior, sendo 56.279 ante 11.227, respectivamente.

Juntos, os dias 17 e 18 – quando além de recorde de participação nos protestos pelo país também se viram atos mais agudos de vandalismo e manifestações em várias cidades pelo mundo em apoio aos brasileiros – foram responsáveis por 59% (41.005) do total de mensagens da última semana.

Programas jornalísticos de caráter policial

No período de 3 a 21 de junho, os programas de jornalismo policial da TV aberta (Grande São Paulo e transmissão diária) tiveram uma média de 6,27 pontos de audiência. Nos dias 17 e 18, no entanto, cresceram 30% em relação ao mesmo período da semana anterior e registraram 7,92 pontos.



Já nas mídias sociais, esses mesmos programas foram citados mais de 30 mil vezes. Sendo que, os dias 17 e 18, juntos, foram responsáveis por 66% do total de mensagens (12.812).

Sobre o IBOPE Media

Maior empresa latino-americana de pesquisa de mídia, o IBOPE Media é especialista nas soluções de audiência e monitoramento de meios de comunicação, estudos sobre hábitos e atitudes dos consumidores e serviços analíticos para subsidiar decisões de negócios de mídia. Possui operações em 15 países da América Latina.

O IBOPE Media tem parceria com as duas maiores empresas globais de pesquisa de mercado, Kantar Group e Nielsen Company.

Siga-nos no Twitter: @grupoibope

Para maiores informações,

Graziela Caldas

atendimento

☎ 55 11 3066 7866

✉ graziela.caldas@ibope.com

www.ibope.com

IBOPE
media

Marcos Vinicius de Lima

atendimento

☎ 55 11 3066 7545

✉ marcos.lima@ibope.com

www.ibope.com

IBOPE
media

IBOPE
media