

Fitxa tècnica

Tipus d'estudi	Estudi multimèdia d'audiències i consums culturals	Estudia el consum de diaris, suplementos, revistes, ràdio, televisió, internet, telefonia, cinema, medi exterior, llibres, videojocs, música, concerts, espectacles i exposicions
Metodologia	TAPI, Tablet PC Assisted Personal Interviewing. Entrevistes personals assistides per tablet PC i realitzades a la llar habitual	
Disseny Mostral	Univers	Població de 14 anys i més: 6.229.000 habitants
	Àmbit geogràfic	Catalunya
	Mostra	Catalunya: 29.985 entrevistes personals
	Tipus de mostreig	Aleatori polietàpic estratificat
	Nivell de confiança	95,5%
Treball de camp	Marge d'error	0,5%
	Equip de camp	Equip de camp propi, entrevistadors professionals, residents a la seva zona, bilingües i amb dedicació exclusiva al Baròmetre
	Durada treball de camp	Treball de camp continu, els set dies de la setmana i al llarg de tot l'any

Calendari 2009

Publicació de dades	26 febrer 2009	6 maig 2009	1 juliol 2009	15 setembre 2009	4 novembre 2009
Informe	1a onada 2009	2a onada 2009	3a onada 2009	4a onada 2009	5a onada 2009
Període treball de camp	any natural gener – desembre 2008	any mòbil març 2008 – febrer 2009	any mòbil maig 2008 – abril 2009	any mòbil juliol 2008 – juny 2009	any mòbil setembre 2008 – agost 2009

Aquest document és propietat de FUNDACC, que autoritza la reproducció total o parcial i la difusió dels seus continguts sempre que se n'esmenti l'origen i no se'ls doni un tractament que permeti introduir autoria o propietat d'altres organismes, empreses o persones diferents a FUNDACC. FUNDACC, el Baròmetre, el logotip de FUNDACC i el logotip del Baròmetre són marques registrades de la fundació.