

TEORÍA Y TÉCNICA DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA

TEMA 4: PÚBLICO Y AUDIENCIA
Parte 2: El estudio de las audiencias.

Los métodos cualitativos

- ▶ Los pre-test.
- ▶ Los grupos de discusión.
- ▶ Las encuestas de opinión.

Los pre-test

- ▶ Los pre-test son el principal método de investigación cualitativa. Se trata de medir la reacción directa e inmediata a través de un grupo pequeño de personas esperando que los resultados se puedan extrapolar.
- ▶ Presente en el cine desde la década de los 10: refinar elementos clave de las películas.
- ▶ Especialmente válidos para la investigación de anuncios -comunicación persuasiva.
- ▶ Dos mecanismos: Reacción inmediata en visionado (electrónico o por escrito, la reacción en tiempo real no es común)/ grupos de discusión.

Los grupos de discusión

- ▶ Selección de personas organizadas por targets - visionado del programa - un moderador pregunta a los miembros del grupo su reacción al programa: ¿Qué tramas / personajes / actores gustan o no? ¿Lo vería? ¿Qué se puede cambiar?. Monitorizado por los ejecutivos de las cadenas para dirigir las preguntas hacia los puntos que van considerando relevantes.
- ▶ Todas las cadenas utilizan los pre-test para los pilotos en EE.UU.
- ▶ Piloto mejor valorado de la temporada 2007-2008: *Journeyman* (NBC) - Serie cancelada.

Conociendo a la audiencia

- ▶ El desarrollo de la televisión privada en España ha potenciado el mercado de las consultorías de comunicación y estas técnicas se han ido importando a España a todas las fases del proceso creativo, desde las biblias de nuevos programas a análisis que expliquen el fracaso de apuestas ambiciosas.
- ▶ Los estudios cualitativos han sido una herramienta para la televisión de pago de manera tradicional.

Las encuestas de opinión

- ▶ La encuestas de opinión aplicadas al estudio de la audiencia de televisión fueron el método original aplicado en España como cuantitativo: programas favoritos. Sin embargo, hoy se sigue utilizando como complemento de otros métodos cualitativos: conocer en mayor detalle la percepción e impresiones del público ante el fenómeno cualitativo.
- ▶ El método más relevante es el Índice de Imagen GECA: macroencuesta anual de más de tres mil entrevistas en las que se valoran las cadenas, los programas y los personajes.

Las encuestas de opinión

- ▶ Los problemas de las encuestas de opinión:
 - La gente sólo puede opinar sobre el pasado, no sirve para conocer actitudes futuras.
 - La gente no tiene opinión formada sobre muchos temas y al ser preguntada saca conclusiones basadas en los lugares comunes.
 - La gente miente, no nos gusta expresar públicamente nuestras opiniones.
 - La gente quiere quedar bien. En TV, la gente sólo reconoce ver lo legitimado: informativos y documentales.
 - Cuestionamiento de su utilidad práctica.