



La medición de audiencias [: adaptación al mercado y tendencias /

Bergaz Portolés, María.

Analítica

La medición de audiencias se viene registrando en España desde hace 60 años, cuando solamente existía una cadena de televisión pública y las imágenes eran en blanco y negro. Los medios tradicionales acaparaban la atención de los consumidores, que repartían su tiempo entre la televisión, la prensa impresa, la radio y las revistas. La llegada de internet, después de 39 años, supuso una disrupción en este círculo en el cual los anunciantes y agencias se desenvolvían sin mayores cambios. La digitalización de los medios y la transformación del modo de consumo de los mismos plantea nuevas necesidades de información sobre el mercado, lo que ha llevado a la investigación de audiencias al desarrollo y aplicación de diferentes metodologías, basadas en un modelo cada vez más centrado en el usuario. En la presente investigación proponemos una revisión de esa evolución en la medición de audiencias de manera transversal, incorporando el análisis de las tendencias actuales, ya que se están registrando cambios y adaptaciones que pueden generar nuevos procesos en la medición. Estos ajustes afectarán el uso de esta data para la planificación de la publicidad en los medios [Fuente: Introducción]

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzc0ODU0OTQ>

Título: La medición de audiencias [Recurso electrónico] : adaptación al mercado y tendencias María Bergaz Portolés, Inés Arranz Rodríguez, Eglée Ortega Fernández.

Documento fuente: Acciones y realidades ante la manipulación social [Madrid : Dykinson, 2023. -- Capítulo 42. -- p. 760-780. 978-84-1170-142-6

Bibliografía: Referencias: p. 558-559.

Contenido: Introducción: Etapas de la medición de audiencias ; Comportamiento del usuario ; Consumo de medios sociedad española. 1ª ola EGM 2023 --2. Objetivos -- 3. Metodología -- 4.Evolución y necesidades del mercado -- 5. Resultados -- 6. Conclusiones -- 7. Referencias

Restricciones de acceso: Dominio público.

Tipo recurso electrónico: application/pdf

Condiciones de uso y reproducción: info:eu-repo/semantics/restrictedAccess.

Autores: Arranz Rodríguez, Inés. Ortega Fernández, Eglée.

Entidades: Universidad Antonio de Nebrija. Grupo Nebrija de Investigación en Innovación en Comunicación y Medios (INNOMEDIA)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es