

Autor: José Antonio Cortés Quesada

Título: La medición de televisión en España: propuesta para el cálculo de la audiencia híbrida total.

Title: *The measurement of television in Spain: proposal for the calculation of the total hybrid audience.*

Directoras: Laura González Díez, Universidad CEU San Pablo y Teresa Barceló Ugarte, Universidad CEU San Pablo

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo, Madrid, 13 de mayo de 2021

Tribunal:

Presidente: Gabriel Galdón López (Universidad San Pablo CEU)

Vocal: Mario Ignacio Rajas Fernández (Universidad Rey Juan Carlos)

Vocal: Julia González Conde (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: María Edisa Mondelo González (Universidad Rey Juan Carlos)

Secretario: José María Legorburu Hortelado (Universidad San Pablo CEU)

Calificación: *Cum laude*

Resumen: El entorno televisivo ha sufrido una auténtica revolución digital en los últimos años, amparada por una amplia oferta de soportes y plataformas, y la facilidad de conexión e intercambio de contenidos audiovisuales. Este cambio ha fomentado la transformación del consumo televisivo hacia una hiperfragmentación de la audiencia, digna de estudio. En este contexto, la principal empresa encargada de la medición de audiencia de la televisión lineal en España, Kantar Media, ha decidido dar un paso más allá hacia una medición crossmedia; lo que significa aplicar los métodos de mensuración tradicionales con tratamientos digitales. Pero el gran proceso de digitalización empuja a realizar una medición de audiencia mucho más completa de la que se está planteando en el sector audiovisual; de esta manera, en la presente investigación se muestra, como alternativa, una medición híbrida total para los contenidos audiovisuales que se emiten en las diferentes plataformas. Y se señala, al mismo tiempo, la necesidad de la creación de un organismo que vele por la veracidad de los datos que se puedan obtener, y por la privacidad y derechos de usuarios.

Palabras clave: Audiencia; audímetro; medición; hiperfragmentación; crossmedia; medición híbrida.

Abstract: *The television environment has suffered an authentic digital revolution in recent years, covered by a wide range of media and platforms, and the ease of connection and exchange of audiovisual content between them. This change has encouraged television consumption has also evolved towards hyper-fragmentation of the audience, worthy of study. In this context, the main company in charge of audience measurement of linear television in Spain has decided to go a step further towards a cross-media measurement; using traditional methods, changing them to digital ones. But the great process of digitization pushes us to make a measurement of the audience much more complete than what is being considered in the audiovisual sector; In this way, in the present investigation, a total hybrid measurement of the audiovisual contents that are issued in the different platforms is proposed. Noting, at the same time, the need for the creation of an organization that ensures the veracity of the data that can be obtained, and for the privacy and rights of the users.*

Keywords: *Audience; audiometer; measurement; hyper-fragmentation; cross-media; measurement; hybrid measurement.*

URL de consulta: <http://hdl.handle.net/10637/12725>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9292-2437>