

## PROJECTE DE DOCTORAT INDUSTRIAL EXPEDIENT 2015 DI 034

### DADES DE L'EMPRESA I DE L'ENTORN ACADÈMIC

#### Títol del projecte

"Modalitats i preferències d'ús i consum dels mitjans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Noves tendències i audiències".

#### Empresa

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA

#### Responsable de l'empresa

Andreu Joan Martínez i Hernández

#### Universitat o Centre de Recerca

Universitat Pompeu Fabra

#### Director/a de tesi

Josep Gifreu Pinsach

#### Treballador/a de l'empresa i doctorand/a

Pablo Gómez Domínguez

### BREU DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE DE RECERCA

Aquest projecte de recerca doctoral es proposa d'examinar en profunditat i de manera sistemàtica les modalitats i les preferències d'ús i consum dels mitjans del servei públic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisual (CCMA). L'objectiu final del treball és identificar quines estratègies i eines són les més adients per tal de, tot mantenint el model de servei públic encomanat, créixer en usuaris que actualment estan latents o absents en l'oferta de la CCMA i potenciar la recerca de nous públics a través de les xarxes socials.

El pla de treball del projecte de recerca es desplegarà en dues fases: una primera de diagnòstic de la situació i de les grans tendències; i una segona, d'elaboració d'un quadre ponderat de propostes per a optimitzar les prestacions dels diversos mitjans de la CCMA.

En la part de diagnòstic es combinaran metodologies quantitatives i qualitatives per descriure la dinàmica dels comportaments dels públics de cada mitjà i identificar les motivacions del comportament de les audiències. En primer lloc, s'analitzarà tota la informació de què ja disposen els mitjans de la CCMA en relació, entre d'altres dades, als programes amb més audiència, a les característiques d'aquests programes i al tipus de audiència que tenen. L'estudi comparatiu de les programacions i dels seus tipus d'audiència aportaria informació rellevant sobre les estratègies d'èxit per aconseguir audiències amb un determinat perfil.



DOCTORATS  
INDUSTRIALS

## EL PLA DE DOCTORATS INDUSTRIALS

En aquest sentit, la recerca tindrà especialment en compte les dades relatives a:

- les audiències directes i indirectes;
- el nivell de presència en els nous entorns comunicatius (xarxes socials);
- les duplicitats i les migracions d'audiències;
- l'anàlisi comparada d'experiències d'altres mitjans en l'entorn internacional;
- el tractament de manera agregada de les audiències de les diverses plataformes (TV, ràdio i digital); i
- les estratègies adoptades al respecte per altres grups audiovisuals d'arreu del món.

També caldrà respondre les següents preguntes: per què una determinada programació o un tipus de programes tenen èxit? Per què determinats perfils d'audiència trien altres ofertes audiovisuals? Quins requeriments de continguts o de mitjans no troben?

Per fer-ho, caldrà una recerca qualitativa sobre les actituds, gustos i comportaments de les audiències. Algunes de les qüestions a dilucidar serien: quins criteris prevalen en la selecció del mitjà i dels programes; què fa que el públic segueixi un mitjà o vagi canviant; si l'audiència segueix recorreguts establerts i preconcebuts o si improvisa; qui mira què i qui no mira què i per quins motius; etc.

Les dades obtingudes i presentades en un primer informe serien la base de la segona part de la recerca de tipus propositiu i prospectiu.

