

14th Worldwide Readership Research Symposium Valencia

Entre los días 11 y 14 de octubre ha tenido lugar en Valencia la 14ª edición del más importante congreso mundial dedicado a la investigación de audiencia de los medios impresos.

149 asistentes de 28 países (más de un tercio procedentes de Estados Unidos o Gran Bretaña). Cuatro jornadas muy intensas con 7 sesiones y 54 ponencias.

Comenzó el symposium con la constatación del fin de una larga polémica sobre cuál es el mejor método para investigar la audiencia de los medios impresos. De un total de 98 estudios de audiencia analizados en todo el mundo, 96 se basan para la obtención del AIR (Average Issue Readership o Lectores de un número medio) en el Recent Reading (última lectura) con solo dos excepciones Japón y Holanda, que utilizan SIR (Specific Issue Readership Lectores de un número específico), habiéndose abandonado por completo el método con el que se inició la investigación de audiencia de medios impresos el llamado TTB (Through The Book) que requería el reconocimiento de la lectura de algún artículo del soporte para adjudicar audiencia.

Cuando parece haber casi unanimidad en el método para investigar las audiencias de los medios impresos en soporte papel, lo que ahora preocupa y es objeto de experimentación es la medición de la totalidad de los lectores de los medios impresos, incluyendo los que se obtienen a través de las versiones "on-line". Una buena parte de las presentaciones versaban sobre diferentes experimentos para medir los lectores globales con sus duplicaciones, no habiéndose encontrado aún un sistema standard que funcione de forma general. Las líneas de trabajo van por tratar de unir o fusionar estudios específicos de los medios impresos "off line" y "on line", utilizando como enganche o variables puente, preguntas cruzadas de uso de ambos sistemas de edición.

En España nos encontramos bien posicionados para iniciar estas fusiones al disponer de un estudio multimedia, el EGM, que dispone de la audiencia de medios impresos "off line" y mucha información del uso de internet dentro del mismo.

Especialmente destacables son los proyectos de *Integración* o *Hibridación* (de Nielsen y ComScore respectivamente), para fusionar los datos "User Centric" proporcionados por los paneles audimétricos y los sistemas "Site Centric" obtenidos por sistemas de web analytics. Los sistemas "Sites Centric" proporcionan datos con bastante detalle de los movimientos de los usuarios en su navegación por cada site, siendo adecuados incluso para los sites con menor volumen de usuarios al tener un carácter censal. Las mayores carencias de estos sistemas radican en la falta de datos sobre el perfil sociodemográfico de los usuarios, así como del número de usuarios únicos, que tiende a sobrestimar. Los sistemas "User centric" proporcionan una estimación del perfil y pueden aportar más datos sobre usuarios únicos. Sus

puntos débiles son los sites con menor volumen de usuarios, o las dificultades para representar adecuadamente los hábitos de navegación dentro del site. La fusión de ambos sistemas proporciona una herramienta con lo mejor de ambos mundos.

La ventaja de un medio global como es internet es que las soluciones que se implanten en algún lugar del mundo, se pueden adaptar de forma relativamente fácil a cualquier otro país.

Sería deseable que el mercado español tome conciencia de la extrema necesidad de iniciar este proceso de fusión, que por lo que nos cuentan de otros países se antoja largo, con el fin de empezar a quemar etapas cuanto antes.

Como nota curiosa hubo dos presentaciones exóticas por su contenido u origen. Los representantes de la India, nos comentaron sus problemas de escasez de muestra en el estudio anterior, solo 274.200 entrevistas anuales a todas luces insuficientes para dar estabilidad y precisión a los datos, que esperan mejorar con el nuevo estudio y las 425.000 entrevistas anuales de que constará. La de origen exótico provenía de España que solo contó con un representante entre los ponentes y los asistentes, un servidor, que expuso a todo el que quiso escuchar las bondades de la fusión de ficheros que nos ha permitido aunar la existencia de estudios monomedia y resultados multimedia.

Para cualquier interesado en todas estas ponencias en breve estarán disponibles para todo el mundo en la página:

www.readershipsymposium.org

José Andrés Gabardo
Director Técnico de AIMC
Noviembre 2009