

El CoAN presenta el Barómetro Audiovisual de Navarra

- El Barómetro Audiovisual de Navarra 2008 es un estudio de opinión pública sobre el sector audiovisual y la percepción de la sociedad navarra acerca de los medios regionales
-

Pamplona, 22 de abril de 2009. El CoAN presenta el Barómetro Audiovisual de Navarra 2008, un estudio de opinión pública sobre el sector audiovisual y la percepción de los medios regionales que permite conocer la realidad del sector en nuestra Comunidad. El estudio ha sido elaborado a partir de 1.190 entrevistas telefónicas en el hogar, atendiendo a una distribución proporcional según la comarca y el tamaño del municipio y que ha sido ajustada según variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel de estudios) y socioeconómicas.

De los datos extraídos del Barómetro se desprende que un tercio de los navarros se informa de lo que acontece en Navarra a través de la prensa regional y otro tercio prefiere hacerlo a través de la televisión. Asimismo se recogen los motivos principales a la hora del consumo de los distintos medios. El 55% de los navarros ven la televisión para entretenerse y el 38% para informarse; tan solo un 5% reconoce que la utiliza como compañía, y un 2% afirma que la usa para aprender. Por otro lado, los navarros declaran que oyen la radio fundamentalmente para informarse (36%) y entretenerse (33%); el 15% la utiliza como medio de compañía y el 13% afirma que nunca escucha la radio.

Sobre la calidad de los medios regionales, el 49% considera que la calidad de la televisión regional es buena o muy buena frente a un 59% que afirma lo mismo de la radio regional.



Estructura del Barómetro Audiovisual de Navarra 2008

El Barómetro 2008 proporciona amplia información sobre relevantes aspectos relacionados con el sector audiovisual en Navarra, desde el equipamiento tecnológico-audiovisual del hogar hasta la percepción de los navarros sobre la programación infantil o sus preferencias a la hora de elegir canales televisivos o emisoras radiofónicas.

El estudio comienza con un análisis sobre la utilización de los distintos medios de comunicación para informarse sobre Navarra, y continúa con dos capítulos descriptivos monográficos sobre la televisión y la radio. En el ámbito de la televisión se analizan los motivos por los que se ve la televisión, la distribución horaria de su consumo y las preferencias de las cadenas. Se dedica un capítulo especial para analizar la televisión regional, de la que se desglosan las preferencias, se valora la calidad y cantidad de la programación, el grado de idoneidad de más programación regional, y las posibles medidas para mejorar los canales regionales y locales. Además, se valora con detenimiento los resultados obtenidos sobre la percepción de los informativos, se recogen las preferencias sobre la programación de entretenimiento, y se desgrena la opinión de los navarros ante la programación infantil y las medidas que consideran más efectivas para la protección de los menores.

Dentro del capítulo dedicado a la radio se analizan los motivos que llevan a los navarros a escuchar la radio, recogiendo las preferencias en cuanto a su elección de emisoras. Al igual que en el monográfico sobre la televisión, se analiza tanto la cantidad como la calidad de la programación sobre Navarra y se tienen en cuenta los aspectos que los oyentes modificarían para mejorar el medio. En este mismo capítulo se incluye la opinión sobre la presencia de los contenidos en vascuence en las parrillas televisivas y radiofónicas.

Por último, se dedican otros dos capítulos a la publicidad y la percepción sobre el Consejo Audiovisual en Navarra y sus principales funciones.

El estudio concluye con una combinación de todos los datos que permiten establecer seis categorías en las que se pueden clasificar los navarros según su consumo, percepción, valoración, y relación con los medios y sus contenidos: “entusiastas de los medios audiovisuales”, con una alta valoración de los medios navarros (24,6%); “sumergidos en televisión”, que se informan a través de este medio y demandan televisiones más centradas en Navarra (20,8%); “desapegados de los medios navarros” (19,5%); “televisivos netos”, porque ven mucha televisión y oyen poca radio, con una valoración intermedia de la televisión navarra (15,5%); “escépticos con los medios audiovisuales”, y críticos con los medios navarros (15,1%); y los “desconectados” (2,5%).

Autores del Barómetro Audiovisual de Navarra 2008

El Barómetro Audiovisual de Navarra 2008 ha sido elaborado por Ignacio Sánchez de la Yncera y Vidal Díaz de Rada, miembros del grupo de investigación “Cambios Sociales”, del Departamento de Sociología de la Universidad Pública de Navarra.

Ignacio Sánchez de la Yncera es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y Profesor Titular de Sociología en la Universidad Pública de Navarra. Fue Decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales desde 2004 hasta 2008, y ha participado y dirigido una docena de proyectos de investigación con financiación pública o privada. Sus especialidades abarcan, entre otras, la sociología fundamental, y la sociología y teoría de la comunicación y de la opinión pública.

Vidal Díaz de Rada es Doctor en Sociología en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad de Deusto. Es Profesor Titular de Sociología en la Universidad Pública de Navarra y su especialidad es la medición y el análisis de la realidad social, habiendo impartido más de 20 cursos sobre esta materia.



848 42 19 69

info@consejoaudiovisualdenavarra.es

www.consejoaudiovisualdenavarra.es