

PROGRAMA:

Jueves 30.11.95

- 09:00 horas - Recogida de documentación.
09:30 horas - Apertura del Encuentro: *José María Casero*, Presidente de AIMC.

Sesión primera: Sobre el Medio Televisión.

- 09:45 horas - Apertura: *José Aranda*.
- 10:00 a 10:30 horas - La Televisión que viene. Los retos de la investigación.
José Ignacio Wert.
Coloquio.
- 10:45 a 11:15 horas - La otra Audimetría: Análisis cualitativo del cambio en el consumo de TV.
Joan Bartrina.
Coloquio.
- 11:30 horas - Pausa café.
- 12:00 a 12:30 horas - Análisis de la audiencia de TV a nivel del segundo en Audimetría.
Luis Queirós.
Coloquio.
- 12:45 horas - Mesa Redonda: Sistemas de organización de la investigación de audiencia. (En especial la Audimetría).
Coordinador: *Michael Brown*.
Participantes: *Ludovic Lebart, Peter Menneer, José Ignacio Wert, Costa Tchaoussoglou*.
(Traducción simultánea).
- 14:00 horas - Almuerzo ofrecido por: Cadena Cope, Cadena Ibérica, Cadena SER, Onda Cero Radio, Radio Nacional de España y Radio Voz.

Sesión segunda: Sobre el Medio Radio

- 15:30 horas - Apertura: *Jorge Benedicto*.
- 15:45 a 16:15 horas - Situación de las investigaciones sobre audiencia de Radio en Europa. (Radio Audience Measurement across Europe).
Peter Menneer. (Traducción simultánea).
Coloquio.
- 16:30 a 17:00 horas - Experiencias de Investigación de Radio en España.
Eduardo Madinaveitia.
Coloquio.
- 17:30 horas - Pausa café.
- 18:00 a 18:30 horas - Evolución de la Investigación de Radio en Gran Bretaña (The Development of Radio Research in the UK).
Roger Gane. (Traducción simultánea).
Coloquio.
- 18:45 horas - Mesa Redonda: Demandas de Información y Sistemas de Medición en Radio.
Coordinador: *Carlos Clavero*.
Participantes: *Raúl Domingo, José Ramón Rubio, Jordi Hidalgo, Jesús Pascual*.

Viernes 1.12.95

Sesión tercera: Sobre Medios Impresos

- 09:15 horas - Apertura: *Javier Fernández de Moral*.
- 09:30 a 10:00 horas - Temas metodológicos en la Investigación de Audiencia de los Medios Impresos. (Methodological Aspects of Readership Research).
Michael Brown. (Traducción simultánea)
Coloquio.
- 10:15 a 10:45 horas - A propósito de la Investigación de los Medios Impresos en España.
Jorge Clemente.
Coloquio.
- 11:00 horas . Pausa café.
- 11:30 a 12:00 horas - Ascenso y caída del método FRY en Holanda. (Rise and fall of FRY in The Netherlands).
Costa Tchaoussoglou. (Traducción simultánea).
Coloquio.
- 12:15 horas - Mesa Redonda: Los Estudios no cuantitativos en los Medios Impresos. (Quién los hace y quién los paga. Estudios sindicados).
Coordinador: *Juan Luis Méndez*.
Participantes: *Elena Sánchez Fabrés, Joan Bartrina, Alejandro de Vicente, Jordi Serra, Agustín Casado*.
- 14:00 horas - Almuerzo ofrecido por: **Axel Springer, G+J y Grupo Zeta**.

Sesión cuarta : La Utilización de la Investigación de Audiencia

- 15:30 horas.- Apertura: *Alfonso Nieto*.
- 15:45 a 16:15 horas - Fusión de ficheros. Evaluación de las fusiones e inyecciones de datos. (Assessment of Data Fusions and Injections).
Ludovic Lebart. (Traducción simultánea).
Coloquio.
- 16:30 a 17:00 horas - Sistemas de segmentación de la audiencia.
Carlos Lamas.
Coloquio.
- 17:30 horas - Pausa café.
- 18:00 a 18:30 horas - Modelos de Planificación de Medios. Evaluación de los actuales. El futuro.
Gilles Santini.
Coloquio.
- 18:45 horas - Mesa Redonda: Lo que los usuarios/compradores exigen.
Coordinador: *Javier Pezonaga*.
Participantes: *Ana García Bernal, Enrique Carrero, José Sirvent, Luis Pistoni*.
- 20:00 horas - Clausura del Encuentro: *José María Casero*, Presidente de AIMC.