

# Fitxa tècnica

El Baròmetre  
de la comunicació i la cultura



## Tipus d'estudi

<b>Multimèdia</b>	Estudia el comportament de cada individu en relació a tots els mitjans de comunicació
<b>Consums culturals</b>	Estudia el comportament de cada individu en relació a l'oferta cultural
<b>Metodologia</b>	CAPI – Computer Assisted Personal Interviewing (entrevistes personals assistides per tablet PC)

## Enquestes

<b>Principal</b>	Entrevistes	39.159
	Periodicitat	Treball de camp continu i publicació d'anys mòbils (3 onades trimestrals)
	Geografia	Catalunya, País Valencià, Illes Balears
<b>Secundària</b>	Entrevistes	2.533
	Periodicitat	Bianual
	Geografia	Andorra, Catalunya Nord i Franja de Ponent

## Enquesta principal

<b>Disseny mostral</b>	Univers	Població de 14 anys i més		
	Tipus de mostreig	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mostreig aleatori polietàpic estratificat</li><li>• Aplicat a cada submostra territorial</li><li>• Mostra representativa de tot el territori i de les 57 submostres<ul style="list-style-type: none"><li>- Catalunya, representació comarcal, 41 territoris</li><li>- País Valencià, 3 províncies i 7 regions</li><li>- Illes Balears, 3 territoris</li><li>- Franja de Ponent, 1 territori</li><li>- Andorra, 1 territori</li><li>- Catalunya Nord, 1 territori</li></ul></li></ul>		
	Nivell de confiança	95,5%		
	Marge global d'error	0,5%		
<b>Variables d'estudi creuables</b>	Tipus de mitjans convencionals	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diaris</li><li>• Suplements</li><li>• Revistes i publicacions periòdiques</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ràdio</li><li>• Televisió</li><li>• Medi exterior</li></ul>	
	Indústries culturals	<ul style="list-style-type: none"><li>• Internet</li><li>• Llibres</li><li>• Cinema</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Música</li><li>• Espectacles</li><li>• Exposicions</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Telefonia Mòbil</li><li>• Videojocs</li></ul>
	Variables qualitatives	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perfil sociodemogràfic</li><li>• Perfil sociolingüístic</li><li>• Consum cultural</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estils de vida</li><li>• Consum infantil</li><li>• Valoracions subjectives</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evolució de consum</li></ul>

## Altres eines de recollida d'informació

<b>Panel</b>	Estudi longitudinal durant 6 anys sobre una mostra de 2.000 individus (renovada en 1/6 part cada any) per observar: <ul style="list-style-type: none"><li>• L'evolució personal dels usos, gustos i consums</li><li>• Els moviments d'audiències entre mitjans</li></ul>
<b>Enquesta infantil</b>	Permet estudiar la població menor de 14 anys
<b>Mòdul de consum de productes</b>	Permet conèixer els hàbits de consum de productes i marques