

SISTEMA DE MEDICIÓN DEL PLURALISMO PROPUESTA MULTIDIMENSIONAL PARA EL CASO CHILENO

Resultados preliminares (Julio, 2020)
Detalle del proceso de obtención de valores por escala.
Descripción del proceso paso a paso



PLURALISMO^{TV}

DIMENSIONES Y ESCALAS. DETALLE. I DE 3

Ámbito del pluralismo	Dimensiones	Definición	Operacionalización	Escala	Rango
Interno	Diversidad	Nivel de presencia de diversos géneros, temas y fuentes en programación y canales	Diversidad programática: segundos dedicados por <u>cada canal</u> a los distintos géneros y formatos de programas, a partir de la tipología utilizada por el CNTV. Lugar ocupado por los programas informativos en esta distribución. Ver anexo 1.	Índice de Gini	3
			Diversidad temática: segundos dedicados por <u>cada programa</u> de noticias, opinión y debate político a distintos temas, a partir de la tipología utilizada por el CNTV. Ver anexo 2.	Índice de Gini	3
			Diversidad de fuentes: segundos dedicados por <u>cada programa</u> de noticias, opinión y debate político a distintos actores en virtud de 3 categorizaciones distintas: tipo, origen y género. Ver anexos 4, 5 y 6	Índice de Gini	3
			Diversidad regional segundos dedicados por <u>cada programa</u> de noticias, opinión y debate político a distintas regiones de referencia. Ver anexo 7.	Índice de Gini	3
	Editorialidad	Expresión de la línea editorial del medio	Transparencia editorial: nivel de transparencia con que los canales de televisión abierta exponen su línea editorial.	Escala Lickert	2
Diversidad política: análisis de las fuentes de cada programa analizado en virtud de su orientación política (cuando se trata de actores políticos).	Índice de Gini		2		

DIMENSIONES Y ESCALAS. DETALLE. 2 DE 3

Ámbito del pluralismo	Dimensiones	Definición	Operacionalización	Escala	Ran go
Externo	Concentración	Concentración de los mercados relevantes de la industria televisiva:	Inversión publicitaria: porcentaje de la inversión publicitaria que se lleva <u>cada canal</u> y <u>cada programa</u> específico analizado.	Índice HH	3
			Audiencia: porcentaje del share que se lleva cada canal y cada programa específico analizado.	Índice HH	3
	Propiedad	Concentración de la propiedad de los medios	Propiedad: número de medios con que cuenta la empresa dueña del canal. Se consideran los distintos soportes mediáticos.	Escala Lickert ad hoc	2

DIMENSIONES Y ESCALAS. DETALLE. 3 DE 3.

Ámbito del pluralismo	Dimensiones	Definición	Operacionalización	Escala	Rango
Contextual	Percepción	Percepción de la ciudadanía en torno al pluralismo en la TV abierta	Percepción: elaboración de una escala a partir de preguntas de la Encuesta Nacional de Televisión, referidas a cada canal en particular como a la televisión en general y que constituyen un proxy sobre pluralismo.	Escala Lickert	I
	Alcance	Población cubierta por el canal	Alcance: estimación de la población cubierta por cada canal de alcance nacional, a partir de datos de Subtel y CNTV.	Escala Lickert	I

FUENTES DE LOS DATOS

Ámbito del pluralismo	Dimensiones	Operacionalización	Fuentes para la elaboración de las escalas
Interno	Diversidad	Diversidad programática	Visionado y volcado a una BBDD de noticieros centrales de los 4 principales canales de TV abierta de alcance nacional (TVN, Mega, CHV y C13) a partir de la siguiente muestra compuesta: jueves 5 de marzo, viernes 13 de marzo, miércoles 18 de marzo, mates 24 de marzo y lunes 31 de marzo de 2020.
		Diversidad temática	
		Diversidad de fuentes:	
	Diversidad regional	Programas de opinión y debate político identificados en la programación general de los canales, uno por semana (Mentiras Verdaderas, Estado Nacional y Mesa Central) durante el mes de marzo de 2020	
	Editorialidad	Transparencia editorial	Páginas web y links
		Diversidad política	Idem dimensiones diversidad
Externo	Concentración	Inversión publicitaria	Megatime
		Audiencia	Kantar Ibope
	Propiedad	Propiedad	Fuentes abiertas
Contextual	Percepción	Percepción	ENTV (2017)
	Alcance	Alcance	CNTV, Subtel, Censo 2017

DIVERSIDAD

Escalas de Diversidad (4)

- 1 = Escasa diversidad (resultado entre 0,81 a 1 en Coeficiente de Gini)
- 2 = Poca diversidad (resultado entre 0,61 a 0,80 en Coeficiente de Gini)
- 3 = Mediana diversidad (resultado entre 0,41 a 0,60 en Coeficiente de Gini)
- 4 = Abundante diversidad (resultado entre 0,21 a 0,40 en Coeficiente de Gini)
- 5 = Alta diversidad (resultado entre 0 a 0,20 en Coeficiente de Gini)

CÓMO SE CALCULA EL COEFICIENTE DE GINI

Para alcanzar un valor numérico por canal y por programa se realiza una conversión de los resultados de **distribución por segundo** para cada categoría de cada una de las escalas a un valor entre 0 y 1, similar al coeficiente de Gini, que mide la desigualdad por países donde un valor más cerca de 0 equivale a menor desigualdad / más pluralismo y un valor más cerca de 1 equivale a más desigualdad / menor pluralismo.

DIVERSIDAD

Escala I: Diversidad Programática POR CANAL.

Canal	Puntaje total (1 a 5)
La Red	1 (Escasa)
TVN	4 (Abundante)
Mega	2 (Poca)
CHV	2 (Poca)
Cl3	4 (Abundante)

DIVERSIDAD

Escala II: Diversidad Temática. Noticieros

Canal	Puntaje total (1 a 5)
TVN	2 (Poca)
Mega	1 (Escasa)
CHV	2 (Poca)
CI3	2 (poca)

DIVERSIDAD

Escala II: Diversidad Temática. Programas de opinión y debate

Canal	Puntaje total (1 a 5)
La Red	1 (Escasa)
TVN	1 (Escasa)
CI3	1 (Escasa)

DIVERSIDAD

Escala III: Diversidad de Fuentes. Noticieros

Canal	Puntaje total (1 a 5)
TVN	2 (Poca)
Mega	2 (Poca)
CHV	2 (Poca)
CI3	2 (Poca)

DIVERSIDAD

Escala III: Diversidad de Fuentes. Programas de opinión y debate

Canal	Puntaje total (1 a 5)
La Red	1 (Escasa)
TVN	1 (Escasa)
CI3	1 (Escasa)

DIVERSIDAD

Escala IV: Diversidad Regional. Noticieros

Canal	Puntaje total (1 a 5)
TVN	2 (Poca)
Mega	2 (Poca)
CHV	2 (Poca)
CI3	2 (Poca)

DIVERSIDAD

Escala IV: Diversidad Regional. Programas de opinión y debate

Canal	Puntaje total (1 a 5)
La Red	1 (Escasa)
TVN	2 (Poca)
CI3	2 (Poca)

CONCENTRACIÓN

El índice de Herfindahl / Hirschman (HHI) corresponde a una medida que se emplea para identificar la concentración económica de un mercado y se calcula elevando al cuadrado la cuota de mercado que cada empresa posee. El resultado máximo es 10.000, cuando una sola empresa concentra un mercado de manera monopólica.

- 1 = Concentración alta (entre 2.401 a 3.000 puntos según índice HHI)
- 2 = Concentración moderadamente alta (entre 1.801 a 2.400 puntos según índice HHI)
- 3 = Concentración media (entre 1.201 a 1.800 puntos según índice HHI)
- 4 = Concentración moderadamente baja (entre 601 a 1.200 puntos según índice HHI)
- 5 = Concentración baja (entre 1 a 600 puntos según índice HHI)

CONCENTRACIÓN

Escala I: Inversión publicitaria
(Cálculo preliminar en base a datos totales 2019)

Canal	%	IHH	Puntaje total (1 a 5)
La Red	4,07	16,6	5 (Concentración baja)
TVN	20,46	418,6	5 (Concentración baja)
Mega	51,23	2.624,5	1 (Concentración alta)
CHV	6,31	12,6	5 (Concentración baja)
CI3	15,69	246,7	5 (Concentración baja)

CONCENTRACIÓN

Escala II: Cuota audiencia

Programas	Share promedio	IHH	Valor Escala
Noticiero central TVN	17,6%	321,2	5 (Concentración baja)
Noticiero central Mega	33,4%	1123	4 (Concentración moderadamente baja)
Noticiero central CHV	23,2%	549,5	5 (Concentración baja)
Noticiero central C13	21,7%	479,7	5 (Concentración baja)
Opinión La Red	3,6%	16,82	5 (Concentración baja)
Debate político TVN	11,7%	144,4	5 (Concentración baja)
Debate político C13	20,6%	455,8	5 (Concentración baja)

PERCEPCIÓN

Escala de Percepción = resultado de Tabla I + Tabla II

Tabla I. Valores ítems pluralismo por Canal (ENTV, 2017: P.23)

	Creíble		Informa al país		Lo/La representa		Valor índice
	Más	Otro	Más	Otro	Más	Otro	
La Red	4,3	12,0	2,2	12,8	3,2	9,8	0,1
TVN	14,9	32,5	21,3	41,9	13,6	28,0	0,3
Mega	33,8	54,5	29,5	55,4	30,2	49,5	0,6
CHV	17,0	38,9	18,8	46,5	13,7	33,6	0,4
CI3	15,2	35,7	16,6	42,4	14,5	31,9	0,3

PERCEPCIÓN

Escala de Percepción = Tabla I + Tabla II

Tabla II. Valores ítems pluralismo para televisión (ENTV, 2017: P.21)

	Decidir con autonomía con que informar	Canales están sujetos a presiones del gobierno	Canales están sujetos a presiones de empresas que ponen publicidad	Canales tienen que informar porque la gente les pide cuentas
Muy en desacuerdo	10,4	6,5	3,7	8,2
Desacuerdo	17,9	12,1	7,2	14,5
Neutra	19,1	18,5	15,9	24,0
De acuerdo	32,7	33,8	35,7	29,4
Muy de acuerdo	17,4	24,7	34,5	20,8
Promedio por ítem	2,2	1,3	1,0	2,2

El promedio de la escala, dividido de forma que varía entre 0 y 1, es de **0,428 (0,43)**.

PERCEPCIÓN

Escala de Percepción. (Tabla I + Tabla II)

- 1 = Mínima percepción sobre una televisión pluralista: 1 punto
- 2 = Baja percepción sobre una televisión pluralista: 2 puntos
- 3 = Mediana percepción sobre un televisión pluralista: 3 puntos
- 4 = Alta percepción sobre una televisión pluralista: 4 puntos.
- 5 = Máxima percepción sobre una televisión pluralista: 5 puntos

Tabla III. Valores dimensión percepción por canal

	Valor Dimensión 1 (P23, 70%)	Valor Dimensión 2 (P21, 30%)	Valor Escala (1 – 5 puntos)
La Red	0,09	0,43	1,63
TVN	0,34	0,43	2,00
Mega	0,58	0,43	2,36
CHV	0,36	0,43	2,04
CI3	0,34	0,43	2,01

En síntesis, percepción de pluralismo es más bien baja para la mayoría de los canales. Más cercana al mínimo en el caso de **La Red**. Solo **Mega** destaca un poco por encima de la percepción de bajo pluralismo

PROPIEDAD

Escala de Propiedad

1 = Propietario tiene 8 medios o +

2 = Propietario tiene 6 a 7 medios

3 = Propietario tiene 4 a 5 medios

4 = Propietario tiene 2 a 3 medios

5 = Propietario controla únicamente el medio analizado

Grupo propietario	TV abierta	Radios	Prensa	TV de pago	Internet / Multimedia	Valor para la escala
Albavisión	La Red Telecanal (+ 2 desconexiones locales)	No	No	No	No	4 (Solo consideramos medios en Chile: 2)
TVN	TVN	No	No	24 horas	No	4 (2 medios)
Bethia	Mega	Candela FM Radio Carolina Radio Infinita Romántica FM FM Tiempo	No	Mega Plus (Bethia 72,5% y Discovery Inc. 27,5%) ETC (Red Televisiva Megavisión S.A. 70% y ETC Medios S.A. 30%)	No	1 (8 medios en total)
Warner	CHV	No	No	CNN, HBO, Cinemax, TNT, TBS, TruTV, CDF	HBO Go	1 (9 medios identificados, que operan en Chile. Solo dudas con TruTV, pero igual valor sería 1)
Luksic	T13	Oasis FM Play FM Sonar FM Tele13 Radio	No	T13 cable	Emisor podcasting	2 (7 medios en total)

EDITORIALIDAD

Escala I: Transparencia por canal

Valor por Canal	
Canal	Puntaje total
La Red	1
TVN	2
Mega	2
CHV	4
CI3	2

1) El sitio web, ¿transparenta su editorialidad de forma íntegra?

2) El sitio web ¿expresa una declaración de principios (misión, visión, objetivos, propósito, valores o filosofía) que revele tanto su forma ver la sociedad como la sociedad que desea construir?

3) El sitio web, ¿expresa de forma explícita sus intereses políticos y económicos?

4) El sitio web, ¿expresa de forma implícita sus intereses políticos y económicos?

5) El sitio web, ¿manifiesta las relaciones empresariales que posee el propietario del canal con otros nichos de mercado?

EDITORIALIDAD

Escala II: Diversidad política. Noticieros (Coeficiente de Gini)

Canal	Puntaje total (1 a 5)
TVN	1 (Escasa)
Mega	1 (Escasa)
CHV	1 (Escasa)
CI3	1 (Escasa)

EDITORIALIDAD

Escala II: Diversidad política. Programas de opinión y debate (Coeficiente de Gini)

Canal	Puntaje total (1 a 5)
La Red	1 (Escasa)
TVN	2 (Poca)
CI3	1 (Escasa)

ESCALA DE ALCANCE

Región	Población	TVN	Canal 13	Mega	Red TV Conurbana	CHV Uchile
I Tarapacá	581802	581802	581802	581802	191468	581802
II Antofagasta	607534	607534	607534	575891	527604	607534
III Atacama	286168	286168	286168	286168	153937	286168
IV Coquimbo	757586	757586	757586	757586	560056	757586
V Valparaíso	1815902	1815902	1815902	1355657	722368	1815902
13 RM	7112808	7112808	7112808	5436531	5250565	5932609
VI OHiggins	914555	914555	914555	914555	315717	914555
VII Maule	1044950	1044950	1044950	756070	220357	1044950
Ñuble	480609	480609	480609	319809	184739	319809
VIII Bio Blo	1556805	1556805	1556805	1556805	375323	1556805
IX Araucanía	957224	957224	957224	957224	282415	957224
XIV Los Ríos	384837	384837	384837	384837	166080	384837
X Los Lagos	828708	828708	828708	828708	407362	828708
Aysén	103158	103158	103158	103158	0	103158
Magallanes	166533	166533	166533	166533	0	166533
Arica / Parinacota	226068	226068	226068	226068	221364	226068
Total alcance	17825247	17825247	17825247	15207402	9579355	16484248
% alcance	100,00 %	100,00 %	100,00 %	85,30 %	53,70 %	92,50 %
Puntuación		5	5	5	3	5

1 = Mínimo alcance en la población (cubre del 1% al 20% de la población)

2 = Poco alcance en la población (cubre del 21% al 40% de la población)

3 = Cercano a la mitad de la población (cubre del 41% al 60% de la población)

4 = Abundante alcance en la población (cubre del 61% al 80% de la población)

5 = Máximo alcance en la población (cubre del 81% al 100% de la población)



Proyecto patrocinado por el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile y financiado por el Fondo CONICYT de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional – Versión 2019

Investigadora responsable:
Chiara Sáez

Equipo:
Luis Breull
Javier García
Juan Jiménez
Jorge Pérez
Felipe Riffo

<https://pluralismotv.org/>
[@pluralismotv](https://twitter.com/pluralismotv)