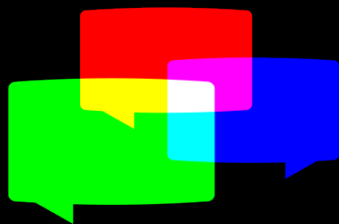


SISTEMA DE MEDICIÓN DE PLURALISMO INFORMATIVO EN MATINALES DE TV ABIERTA Muestra agosto 2020



PLURALISMO^{TV}

DIMENSIONES Y ESCALAS. DETALLE. 1 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. Diversidad política: análisis de las fuentes de cada programa analizado en virtud de su orientación política (cuando se trata de actores políticos).	Escala Lickert Índice de Gini	2 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

En **rojo**, las variables generales por canal. En **negro** las variables específicas a cada programa analizado.

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 de los canales
		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

TABLA DE MEDICIÓN

Dimensiones	Escalas	Puntaje mínimo escala	Puntaje máximo escala	Puntaje mínimo dimensión	Puntaje máximo dimensión	Rango	Puntaje min dimensión rango	Puntaje max. dimensión rango
Diversidad	4	1	5	4	20	3	12	60
Concentración	2	1	5	2	10	3	6	30
Editorialidad	2	1	5	2	10	2	4	20
Propiedad	1	1	5	1	5	2	2	10
Percepción	1	1	5	1	5	1	1	5
Alcance	1	1	5	1	5	1	1	5

Escalas = 11

Puntaje mínimo = 26

Puntaje máximo = 130

Ajustes y modificaciones respecto de muestra marzo 2020

- En el contexto previo al plebiscito del 25 de octubre, varios canales aumentaron su oferta de programas de conversación y debate, los que fueron integrados a la muestra.
- Se hicieron adaptaciones al instrumento para **aplicarlo a los matinales**, a partir de lo sugerido por diversos informantes claves. Aunque los matinales no son programas informativos, en el contexto chileno han mutado a un formato híbrido que influye en la discusión pública, especialmente a partir de 18 de octubre de 2019.
- Se hicieron ajustes a la medición de la editorialidad de TVN, dada su especificidad como medio público.
- Elaboramos una **tabla compuesta de medición de la diversidad de fuentes** (actores sociales + origen + género)
- Se reformularon las etiquetas para la escala de pluralismo
- Para esta muestra pudimos contar con **datos específicos de inversión publicitaria** respecto de cada programa analizado.

ESCALA FINAL

NIVEL DE PLURALISMO INFORMATIVO

26-33 puntos	Muy malo
34-45 puntos	Malo
46-58 puntos	Insuficiente
59-71 puntos	Suficiente (mínimo para aprobar)
72-84 puntos	Bueno
85-97 puntos	Muy bueno
98-130 puntos	Excelente

Nota equivalente	Valor 1,0 a 7,0
26 - 33 puntos	1,1 a 1,6
34-45 puntos	1,6 a 2,4
46-58 puntos	2,5 a 3,4
59-71 puntos	3,4 a 4,2
72-84 puntos	4,2 a 4,8
85-97 puntos	4,9 a 5,4
98-130 puntos	5,5 a 7,0

Muestra programas analizados

Matinales	Fechas
Bienvenidos - C13	Lunes 3, jueves 13, miércoles 19, martes 25 y viernes 28 de agosto de 2020
Contigo en la Mañana - CHV	
Matinal - Mega	
Matinal - TVN	

Dos valores complejos

- ▶ **Diversidad: Coeficiente de GINI (Se aplica a 5 escalas)**
- ▶ **Concentración: índice Hirschmann - Herfindahl (Se aplica a dos escalas)**

DIVERSIDAD

Escalas de Diversidad (4 + 1)

- 1 = **Mínima** (Ex - escasa) diversidad (resultado entre 0,81 a 1 en Coeficiente de Gini)
- 2 = **Baja** diversidad (Ex - poca) (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.

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)

VALORES GENERALES POR CANAL

- ▶ Diversidad I. Programática
- ▶ Editorialidad II. Transparencia
- ▶ Propiedad
- ▶ Percepción
- ▶ Alcance

DIVERSIDAD

Escala I: Diversidad Programática POR CANAL.

Canal	Indice de Gini	Puntaje total (1 a 5)
Telecanal	0,84	1 (Mínima diversidad)
La Red	0,68	2 (Baja diversidad)
Tele+	0,71	2 (Baja diversidad)
TVN	0,64	2 (Baja diversidad)
Mega	0,76	2 (Baja diversidad)
CHV	0,71	2 (Baja diversidad)
C13	0,55	3 (Mediana diversidad)

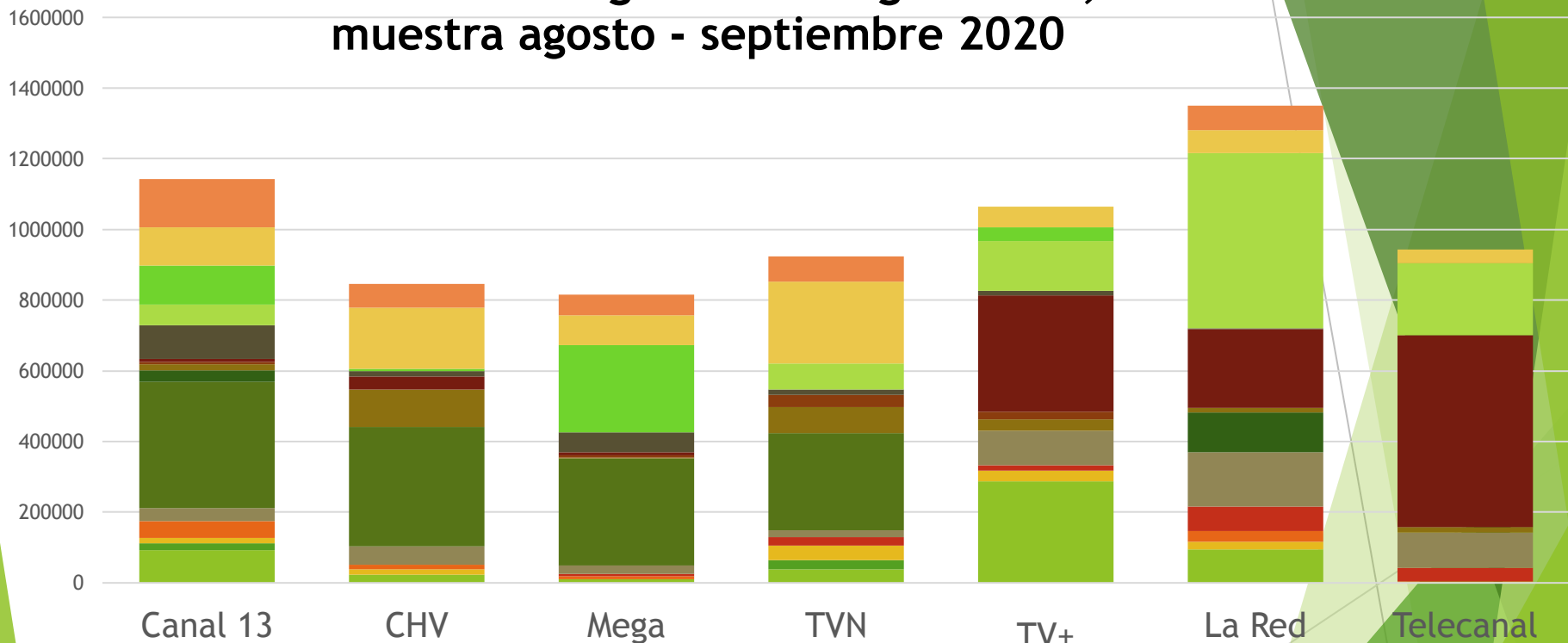
Principal contenido en **C13, CHV, Mega y TVN: Noticieros.**

Telecanal, TV+ y La Red no tienen noticieros centrales.

Principal contenido en La Red: **Series y miniseries.**

Principal contenido en TV+ y Telecanal: **PUBLICIDAD**

Diversidad Programática según canal, muestra agosto - septiembre 2020



- Conversación
- Eventos
- Noticiero
- Películas
- Series y Miniseries

- Debates
- Instruccional - Informativos
- Opinión
- Publicidad
- Telenovelas

- Documentales
- Misceláneos
- Otros Informativos
- Reportajes
- Telerealidad

EDITORIALIDAD

Escala II: Transparencia POR CANAL

CANAL	P°1	P°2	P°3	P°4	P°5	Puntaje	Valor Final
Canal 13	X	X	X	✓	✓	2	2
CHV	X	✓	X	✓	X	2	2
MEGA	✓	✓	X	✓	✓	4	4
TV+	X	X	X	✓	X	1	1
TVN	✓	✓	X	✓	✓	4	4
La Red	X	✓	X	✓	X	2	2
Telecanal	X	X	X	X	X	0	1

EDITORIALIDAD

Escala II: Transparencia POR CANAL

Pauta de preguntas para canales privados	Pauta de preguntas para canales públicos
1.- ¿El sitio web informa quienes son los controladores principales y/o la composición accionarial del canal?	1.- ¿El sitio web informa quienes componen el directorio u órganos de administración del canal público?
2.- ¿El sitio web informa la identidad del concesionario y/o grupo económico al que pertenece el canal?	2.- ¿El sitio web da a conocer el perfil profesional y/o trayectoria de los integrantes del directorio u órgano de administración en instituciones públicas (estatales, gubernamentales y/o municipales) y privadas (empresas, ONG)?
3.- ¿El sitio web entrega alguna información relativa a los porcentajes de sus ingresos por avisaje o entrega referencias de los holding que más ingresos aportan?	3.- ¿El sitio web entrega alguna información relativa a los porcentajes de sus ingresos por avisaje o entrega referencias de los holding que más ingresos aportan?
4.- ¿El sitio web informa una visión, misión, propósito, principios, línea editorial o alguna declaración valorativa sobre la razón de ser del canal?	4.- ¿El sitio web informa una visión, misión, propósito, principios, línea editorial o alguna declaración valorativa sobre la razón de ser del canal público?
5.- ¿El sitio web informa los criterios éticos o de autorregulación relativos a los contenidos del canal?	5.- ¿El sitio web informa los criterios éticos que regulan la profesión periodística en torno a los principios del canal público?

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)

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

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)

TABLA DE MEDICIÓN. PLURALISMO INFORMATIVO VALOR FINAL. MATINALES

Escalas = 11

Puntaje mínimo = 26
Puntaje máximo = 130

Dimensiones	BDAT TVN	Rango	Mucho Gusto Mega	Rango	Contigo CHV	Rango	Bienvenidos C13	Rango
Diversidad I	2	6	2	6	2	6	3	9
Diversidad II	2	6	1	3	1	3	2	6
Diversidad III	2,5	7,5	2,8	8,4	2,5	7,5	2,8	8,4
Diversidad IV	1	3	1	3	1	3	1	3
Concentración I	4	12	3	9	5	15	5	15
Concentración II	5	15	5	15	4	12	5	15
Editorialidad I	1	2	1	2	1	2	1	2
Editorialidad II	4	8	4	8	2	4	2	4
Propiedad	4	8	1	2	1	2	2	4
Percepción	2	2	2,36	2,36	2,04	2,04	2,01	2,01
Alcance	5	5	5	5	5	5	5	5
PUNTAJE FINAL	74,5		63,76		63,54		73,41	

- ▶ Los matinales no son a priori programas informativos. Sin embargo, son un formato que ha ido mutando y actualmente, en el contexto nacional, reúne aspectos informativos, educativos y de entretenimiento.
- ▶ Asimismo, constituye un tipo de programas donde también se puede advertir que se expresa la línea editorial de los canales (ver párrafo de entrevista a Amaro Gómez - Pablos en el texto adjunto) y en este sentido, es relevante analizar su diversidad temática, política y de fuentes.

Dice que les explicó esto a Miranda y a Luksic, quienes lo miraron, le sonrieron y le dieron un consejo:

—“No te tomes tan en serio”, me dijeron. “Sé un poco más ligero de cuerpo, sin ser *light*” (...). Ellos me explicaron cómo veían los matinales: que eran los depositarios de la línea editorial del canal, que eran un tercio de la programación y que era el lugar donde ahora estaban los políticos, porque en los matinales hay una conversación más generosa, que no se corta en 20 segundos y donde puedes desarrollar ideas y conceptos, donde tú pue-

DIVERSIDAD

Escala II: Diversidad Temática. Matinales

Canal	Coefficiente de Gini Muestra ago - sept	Puntaje total (1 a 5) Muestra ago - sept
TVN	0,76	2 (Baja Diversidad)
Mega	0,81	1 (Mínima Diversidad)
CHV	0,86	1 (Mínima Diversidad)
CI3	0,77	2 (Baja Diversidad)

Principal tema en los 4 Matinales: **Policial**

DIVERSIDAD

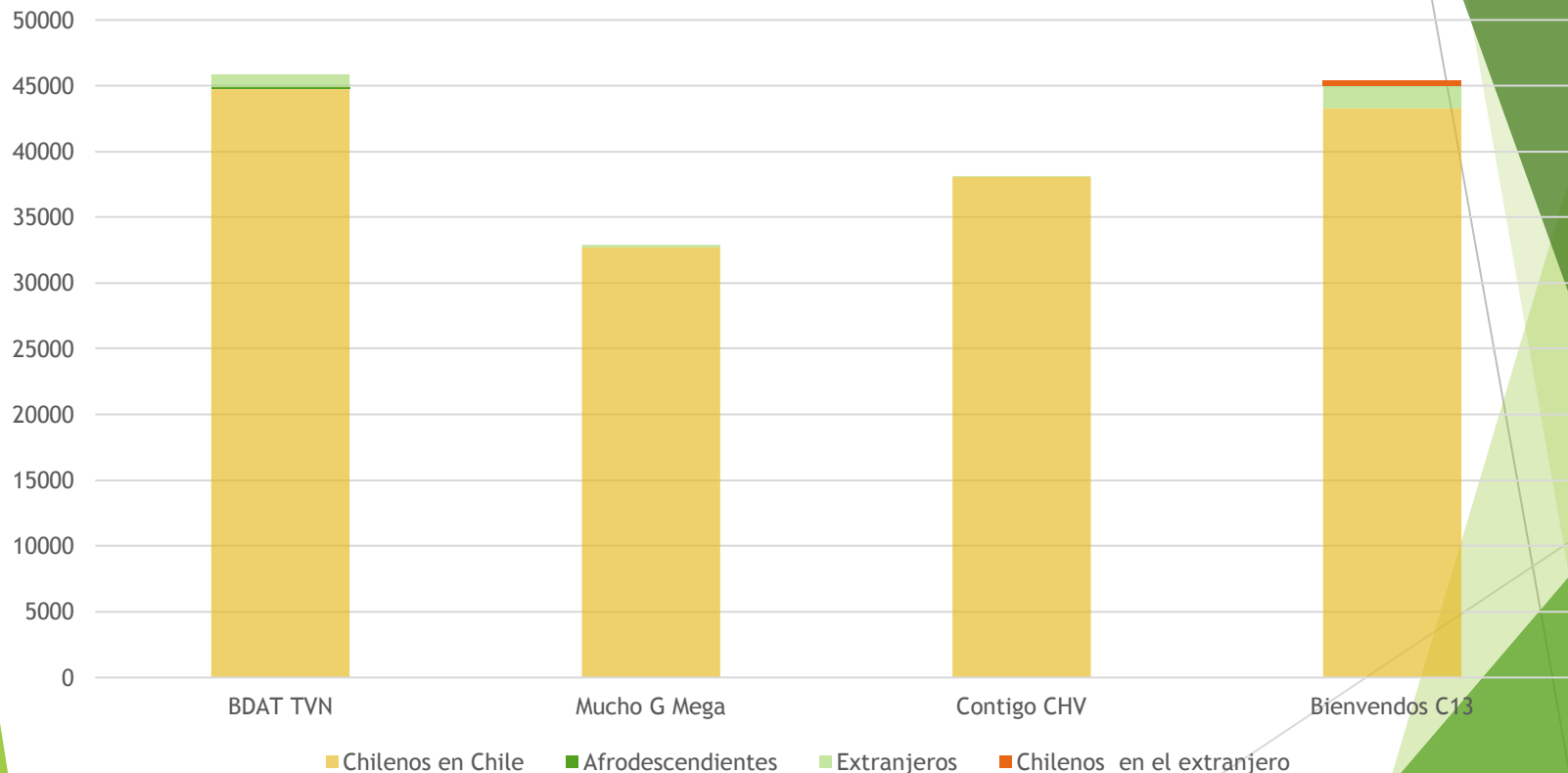
Escala III: Diversidad de Fuentes. Matinales

Escala compuesta 50/25/25: actor, origen y género

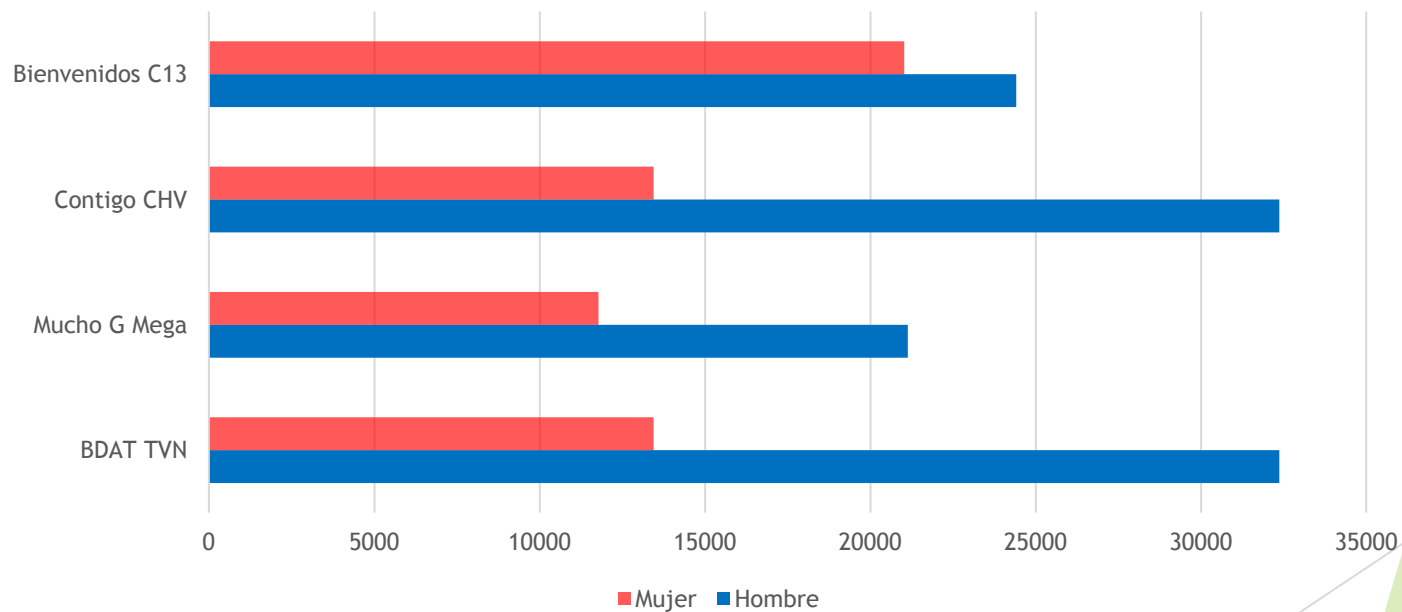
Canal	CG Actores sociales	CG Origen	CG Género	Puntaje total	Puntaje total (1 a 5)
BDAT TVN	0,78	0,79	0,21	0,64	2,5
Mucho Gusto Mega	0,76	0,80	0,14	0,62	2,8
Contigo en la Mañana CHV	0,75	0,80	0,23	0,63	2,5
Bienvenidos C13	0,73	0,78	0,04	0,57	2,8

Actores sociales con más presencia: expertos, ciudadanos, periodistas, gobierno central y regional, . A pesar de la diversidad de la composición entre canales, los valores finales son similares. Pueblos originarios no existen en los matinales. El matinal con más paridad de género es Bienvenidos (C13).

Presencia de actores en matinales, según origen y canal, muestra agosto 2020 (en segundos)



Diversidad de género en Matinales según canal. Muestra agosto 2020 (en segundos)



DIVERSIDAD

Escala IV: Diversidad Regional. Matinales

Canal	Coefficiente de GINI	Puntaje total (1 a 5)
BDAT TVN	0,83	I (Mínima Diversidad)
Mucho Gusto Mega	0,91	I (Mínima Diversidad)
Contigo en la Mañana CHV	0,89	I (Mínima Diversidad)
Bienvenidos CI3	0,86	I (Mínima Diversidad)

Altísima concentración en Santiago y noticias de alcance nacional. Matinales dedican más tiempo a hechos que ocurren en el extranjero que a algunas regiones de Chile. El norte de Chile casi no existe.

CONCENTRACIÓN

Escala I: Inversión publicitaria. Matinales.

Canal	IHH	Puntaje total (1 a 5)
TVN	931,6	4 (Concentración medio baja)
Mega	1222,1	3 (Concentración media)
CHV	39,8	5 (Baja concentración)
CI3	537,4	5 (Baja concentración)
Total	2730,9	(alta concentración)

Al igual que en el caso de los noticieros, los matinales son programas franjeados. Se repite la tendencia previa en torno a la notoria mayor inversión publicitaria en MEGA, que es al mismo tiempo, de acuerdo a nuestro instrumento, el canal con peor puntaje en ambos formatos. **Los anunciantes concentran su inversión en el canal menos plural y, en tanto programas franjeados, presentan una alta concentración como grupo.**

CONCENTRACIÓN

Escala II: Cuota audiencia. Matinales

Programas	Share promedio	IHH	Valor Escala
TVN	18,1	327,61	5 (Concentración baja)
Mega	23,9	571,21	5 (Concentración baja)
CHV	32,9	1082,4	4 (Concentración media baja)
CI3	23,1	533,61	5 (Concentración baja)
Total	99,7	2514,83	

Los 4 canales juntos representan el 99,7% de la audiencia dentro de la franja horaria de 08:00 a 13:00 hrs y alcanzan un IHH de **2514,83 puntos (concentración ALTA)**. Ambos datos deben verse en conjunto.

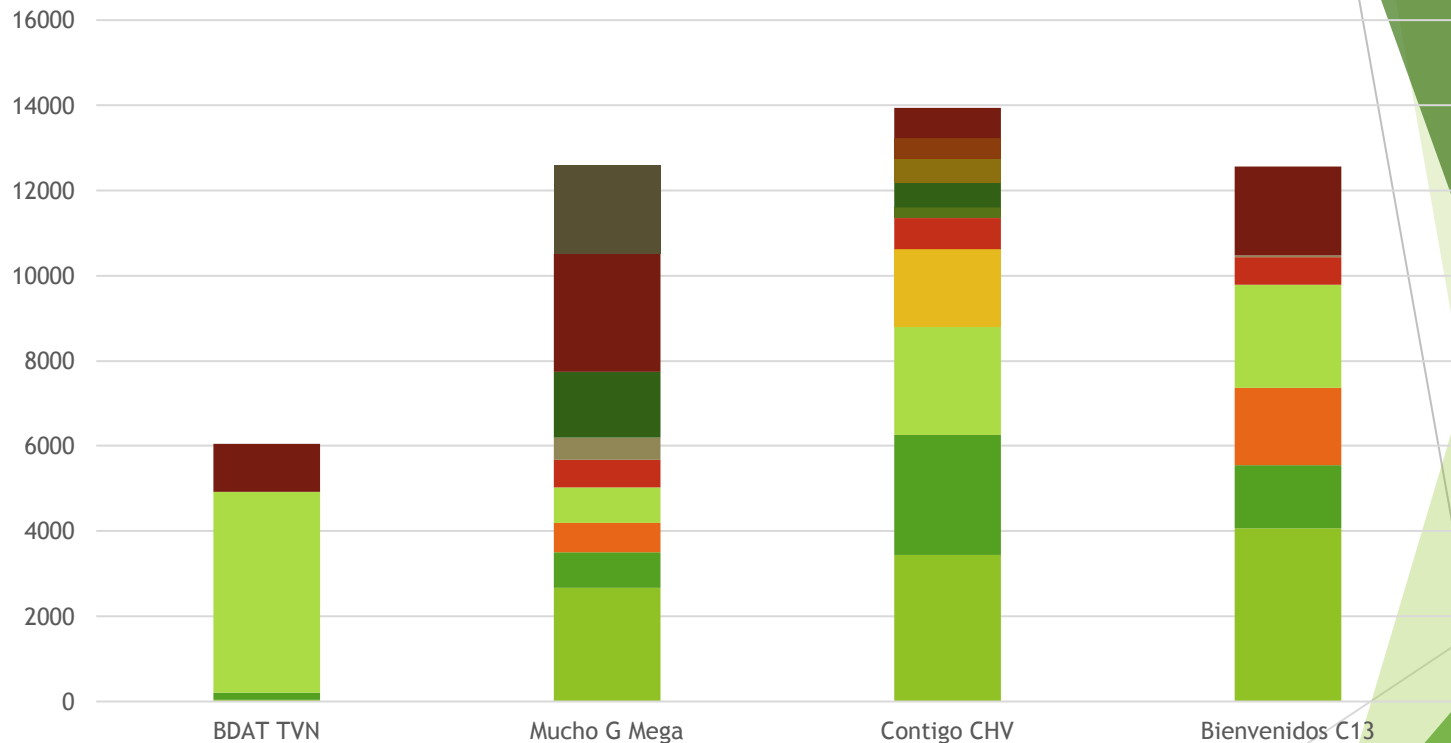
EDITORIALIDAD

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

Canal	Coeficiente de Gini	Puntaje total (1 a 5)
BDAT TVN	0,96	I (Mínima Diversidad)
Mucho Gusto Mega	0,88	I (Mínima Diversidad)
Contigo en la Mañana CHV	0,89	I (Mínima Diversidad)
Bienvenidos C13	0,92	I (Mínima Diversidad)

Bajísima diversidad política. Mayoría se concentra en UDI, RN y PPD. 15 partidos (inscritos) tienen cero presencia, al igual que independientes de izquierda. TVN obtiene el peor valor en diversidad política.

Diversidad política en matinales según partido y canal. Muestra agosto 2020 (en segundos)



■ UDI
 ■ RN
 ■ PPD
 ■ No se detecta
 ■ PS
 ■ PDC
 ■ RD
 ■ Evopoli
 ■ Pro
 ■ PC
 ■ Convergencia
 ■ Indep derecha
 ■ Ind centro

Conclusiones género matinales

- ▶ Los programas matinales mantienen la tendencia de los noticieros, con los dos primeros lugares para TVN y C13. Sin embargo, TVN queda por detrás de C13 respecto de paridad de género.
- ▶ Todos los canales presentan baja diversidad regional y los pueblos originarios no existen en este tipo de programas.
- ▶ Todos los canales obtuvieron un muy bajo coeficiente de GINI respecto de diversidad política. 15 partidos no aparecieron en ningún programa de la muestra.
- ▶ En tanto programas franjeados (que se emiten en conjunto dentro de un horario similar) los matinales también presentan altos índices de concentración de la audiencia y la inversión publicitaria.



INSTITUTO DE CHILE
de Comunicación e Imagen

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@gmail.com
[@pluralismotv](https://www.instagram.com/pluralismotv)