

CONSULTA A PANEL DE EXPERTOS
PLURALISMO Y SISTEMA DE MEDIOS

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS

2019

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
ANTECEDENTES Y DISCUSIÓN	3
METODOLOGÍA.....	5
PANORAMA GENERAL: SENSIBILIDADES DEL PANEL	8
1. RESULTADOS GENERALES.....	9
AUTORREGULACIÓN, CONCENTRACIÓN Y PLURALISMO.....	9
PLURALISMO Y DIVERSIDAD.....	13
2. RESULTADOS SEGÚN TIPO DE ORGANISMO	15
AUTORREGULACIÓN, CONCENTRACIÓN Y PLURALISMO.....	15
PLURALISMO Y DIVERSIDAD.....	19
RESULTADOS PRINCIPALES Y DISCUSIÓN.....	20
ANEXO 1: ANÁLISIS DE CLUSTERS	22

PRESENTACIÓN

Este informe muestra los resultados de una encuesta sobre regulación audiovisual, aplicada a una muestra de expertos en regulación, académicos, periodistas, abogados y otros profesionales de áreas relacionadas con el campo, en las Américas y Europa.

Estos resultados son de la tercera encuesta -de un total de cuatro-, realizadas al mismo panel.

El objetivo de la actual consulta es conocer la opinión de los expertos respecto de las características de los sistemas de medios de comunicación que pueden incidir sobre el pluralismo y la democracia, el resguardo del pluralismo y la diversidad, así como los posibles límites que debiese admitir la libertad de expresión.

Se plantearon afirmaciones con las que los encuestados debían manifestar su grado de acuerdo. Estas aseveraciones fueron elaboradas a partir de conceptos, principios y estándares universales, que provienen de los distintos organismos especializados. Se buscó indagar en los consensos, de modo de identificar criterios para una discusión internacional, así como reconocer aquellos ámbitos en que se debe avanzar, pues se trata de temas críticos, como, por ejemplo, la autonomía de las instituciones vinculadas a la regulación del sector.

ANTECEDENTES Y DISCUSIÓN

En el informe de la encuesta sobre “Principio del Pluralismo y Regulación”¹, se abordó el tema del pluralismo en los medios de comunicación de manera más extensa, a partir de la bibliografía y la discusión internacional. En síntesis y con el fin de consensuar una precisión terminológica, se utilizaron las siguientes definiciones:

- **“Pluralismo externo”**: contempla las regulaciones que intentan velar por la composición equilibrada del sistema de medios de comunicación.
- **“Pluralismo interno”**: las obligaciones de programación de los concesionarios de televisión, que deben presentar distintas opiniones de forma balanceada.

¹ Encuesta de Expertos “Principios del Pluralismo y Regulación” (CNTV, 2019). Disponible en Internet: www.cntv.cl

En lo relativo al pluralismo externo, y en el contexto actual de cambio tecnológico, es usual encontrar quienes rechazan la necesidad de vigilar la concentración de propiedad de los medios de comunicación, incluyendo la formación de conglomerados integrados vertical u horizontalmente. Se dice que las nuevas tecnologías, especialmente Internet, reducen radicalmente las barreras de entrada al mercado de las comunicaciones y que, por lo tanto, no habría en principio problemas y que el flujo libre de información plural no estaría amenazado. Este tema será abordado en la cuarta encuesta de este panel.

En el informe mencionado de la encuesta a expertos sobre principios del pluralismo, se encontró que la valoración del pluralismo y la diversidad en los medios de comunicación es muy alta. También, que, estos dos valores se vinculan de manera directa con la calidad de la democracia. En este informe se vuelven a plantear estos dos conceptos, pero forzando un contraste.

Sobre el tema de la concentración de la propiedad –que se vincula de manera estrecha con el control editorial de los medios, con el pluralismo y la salud de la democracia- que se trata en este documento, el informe de la Relatoría para la Libertad de Expresión del año 2018 señaló lo siguiente²:

‘Los Estados deben establecer requisitos estrictos de transparencia para la propiedad de los medios de comunicación, junto con normas y sistemas eficaces para evitar los monopolios y la concentración indebida o la propiedad cruzada de los medios. Se debe requerir la aprobación de órganos reguladores independientes antes que puedan realizarse fusiones o adquisiciones que planteen una amenaza a la libre competencia o a la diversidad. Estos requisitos podrían incluir límites a la concentración de los medios de comunicación o la propiedad cruzada de los mismos’.

Es decir, la Relatoría advierte el riesgo que implica la concentración para la libertad de expresión y la necesidad de regularla, mediante organismos independientes.

Tal como se evidenció en las dos encuestas anteriores, hay temas que suscitan apoyo general, como la independencia de los medios públicos y el pluralismo, entendido tanto como la diversidad de ofertas en el sistema, como al interior de un medio, en la línea editorial de cada fuente de información.

² Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/IA2018RELE-es.pdf>

METODOLOGÍA

La metodología se resume en la siguiente tabla.

TIPO DE ESTUDIO	Estudio cuantitativo, en línea, mediante cuestionario estructurado.
TÉCNICA	Cuestionario en línea, con 16 afirmaciones sobre regulación de comunicaciones, en escala Likert; 5 preguntas sobre el nivel de pluralismo de distintos medios de comunicación, en escala Likert; más 3 preguntas de clasificación (sexo, organización y nivel educativo alcanzado).
UNIVERSO	Panel propio de 834 profesionales ligados al sector de las comunicaciones, de América y Europa. No se usó un procedimiento de muestreo aleatorio. Las respuestas recibidas reflejan la opinión de quienes decidieron responder y no es posible hacer inferencias sobre un universo.
TASA DE RESPUESTA	Se recibieron 170 cuestionarios respondidos, lo que representa una tasa de respuesta de 20%.
FECHA DE TERRENO	La encuesta estuvo en línea entre el 22 de noviembre y el 9 de diciembre de 2019.

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

El panel de expertos del CNTV, a diciembre de 2019, está formado por 834 personas. Cada una de ellas está identificada con nombre, sexo, país, organización donde trabaja y correo electrónico.

Se trata en su mayoría de profesionales que se desempeñan en agencias regulatorias, en facultades de comunicación y/o ciencias sociales, en medios de comunicación, en estudios jurídicos o en organizaciones de la sociedad civil vinculadas al tema de la comunicación.

A cada persona del panel se le envió el cuestionario por correo electrónico, usando un link único que admite respuesta solamente de quien recibe el mail. Una semana después, se le envió a cada persona que no hubiese respondido, un recordatorio.

Al cierre del trabajo de terreno se obtuvieron 170 respuestas. Cabe señalar que un estudio de estas características no busca ser representativo de un universo y que los datos solamente indican la opinión de quienes respondieron.

A continuación, se muestran las características generales de quienes contestaron el cuestionario.

GRÁFICO N°1. SEXO.

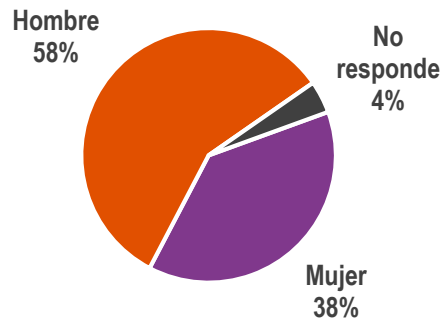


GRÁFICO N°2. MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO

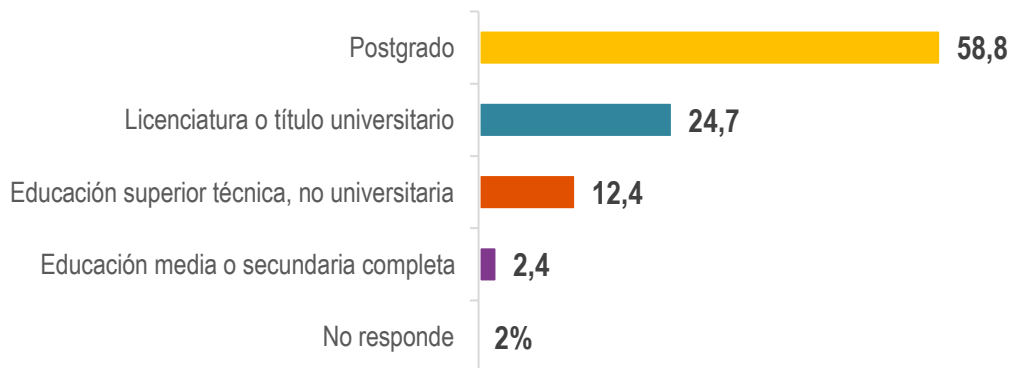


GRÁFICO N°3. TIPO DE ORGANIZACIÓN



ANÁLISIS DE CLUSTERS

En este estudio se presenta un análisis de clusters. Para ello se utilizaron los datos provenientes de todas las preguntas, de las encuestas 3 y 4 del panel³, dado que provienen de un trabajo de terreno simultáneo –mismo panel-. técnica de agrupación usada fue el algoritmo K-means. El algoritmo entrega una cantidad de grupos definida por el analista. En este caso, luego de probar diferentes combinaciones, se optó por tres grupos con suficiente similitud interna y diferenciación externa -esta última, verificada con tests ANOVA⁴-.

En anexo están las preguntas que dieron lugar al análisis multivariado.

³ La encuesta actual sobre Pluralismo y Sistema de Medios y la de la Pluralismo y Regulación de Internet.

⁴ ANOVA: Análisis de Varianza.

PANORAMA GENERAL: SENSIBILIDADES DEL PANEL

A grandes rasgos, y de acuerdo a los resultados de esta encuesta, los entrevistados se pueden dividir en 3 grupos, según sus opiniones frente a los temas planteados⁵.

GRUPO 1: AUTORREGULADORES

El primer grupo se caracteriza, principalmente, por su apoyo a la autorregulación de los medios de comunicación; son quienes muestran mayor grado de acuerdo con las afirmaciones referidas a ese tema.

Son personas que trabajan en medios de comunicación y/o en empresas, consultoras, estudios jurídicos o, también, profesionales independientes.

GRUPO 2: REGULADORES CLÁSICOS

El segundo grupo se distingue muy claramente del anterior. Señala que la autorregulación no es suficiente; tiene una postura crítica frente a la concentración de propiedad de los medios de comunicación y apoya la acción del Estado y/o de los reguladores para promover el pluralismo.

Son personas que, mayoritariamente, se desempeñan en organismos reguladores o en universidades y centros de estudio.

GRUPO 3: OPTIMISTAS DIGITALES

El tercer grupo es muy similar al grupo 2 en su postura favorable a un rol activo del Estado en la promoción del pluralismo, pero se distingue en su mayor optimismo frente a las posibilidades de Internet para crear un espacio público democrático y plural.

Las personas de este grupo están más distribuidas en sus lugares de trabajo, encontrándose en reguladores, en medios de comunicación, en empresas, consultoras o universidades.

⁵ El detalle de cómo responde cada grupo a las afirmaciones del cuestionario puede encontrarse en el anexo 1 de este informe.

1. RESULTADOS GENERALES

En este capítulo se presentan los resultados generales de la consulta a expertos, organizados en cuatro secciones: autorregulación, concentración y propiedad; pluralismo y rol del estado; pluralismo e internet; y finalmente, una evaluación del pluralismo, por medio.

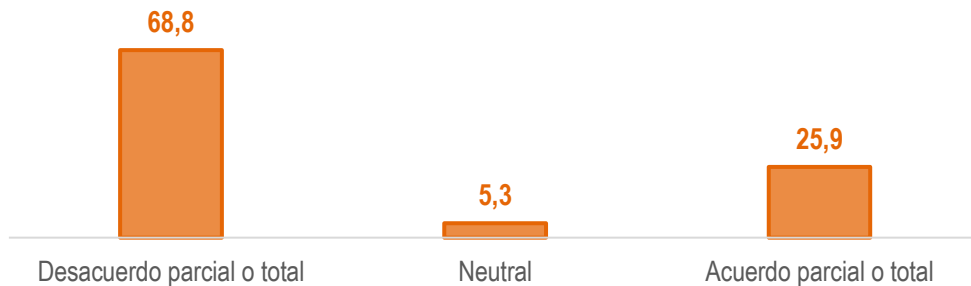
AUTORREGULACIÓN, CONCENTRACIÓN Y PLURALISMO

Esta sección contiene los resultados referidos a las características del sistema de medios, incluyendo la posible concentración de la propiedad, y sus efectos sobre el pluralismo.

Casi 70% de los expertos señala que las prácticas de autorregulación de la industria de los medios no serían suficientes para garantizar el pluralismo. Esta opinión, cabe señalar, no debería interpretarse como que dichas iniciativas no tengan importancia. Sólo se señala que haría falta más que eso.

LAS INICIATIVAS Y PRÁCTICAS DE AUTORREGULACIÓN DE LOS PROPIOS MEDIOS SON SUFICIENTES PARA GARANTIZAR PLURALISMO NOTICIOSO

Base: 170 casos

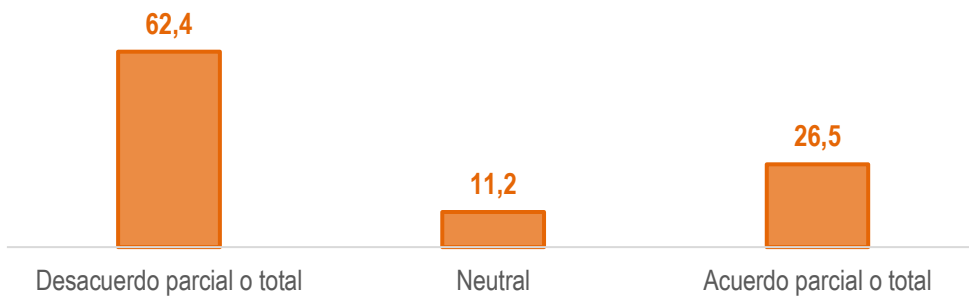


De manera similar a lo anterior, el siguiente gráfico muestra que los encuestados, en su mayoría, piensa que, ciertas características del sistema de medios de comunicación, como la concentración de la propiedad, inciden sobre el pluralismo y la diversidad que dicho sistema es capaz de ofrecer a las audiencias.

Un 62,4% se manifiesta en desacuerdo con la afirmación de que no importa la concentración de propiedad, si los medios se preocupan de cubrir adecuadamente los distintos puntos de vista.

SI LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE PREOCUPAN DE CUBRIR ADECUADAMENTE LA DIVERSIDAD DE PUNTOS DE VISTA, ENTONCES NO TIENE IMPORTANCIA QUÉ TAN CONCENTRADA PUEDA ESTAR SU PROPIEDAD

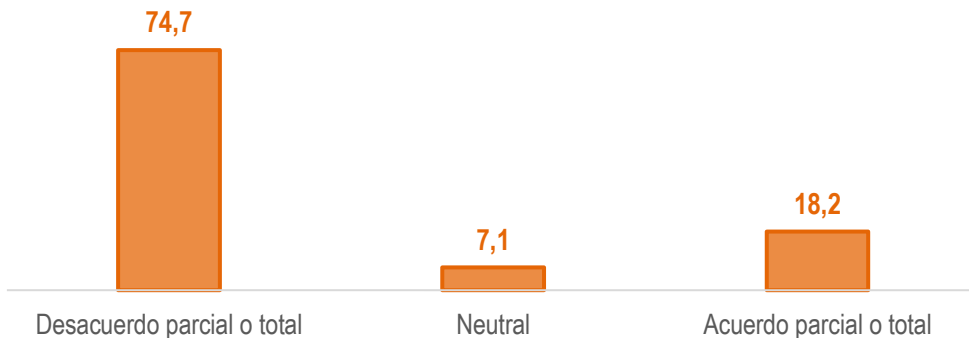
Base: 170 casos



Entre el 26,5% que respondió favorablemente a la afirmación, buena parte está compuesta por profesionales que se desempeña en medios de comunicación. Así, tienen una mirada más positiva respecto de la autorregulación y del valor de sus propias prácticas. El siguiente gráfico se refiere a ese tema:

EL EJERCICIO ÉTICO Y PROFESIONAL DEL PERIODISMO ES SUFICIENTE PARA ASEGURAR EL PLURALISMO, SIN IMPORTAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Base: 170 casos

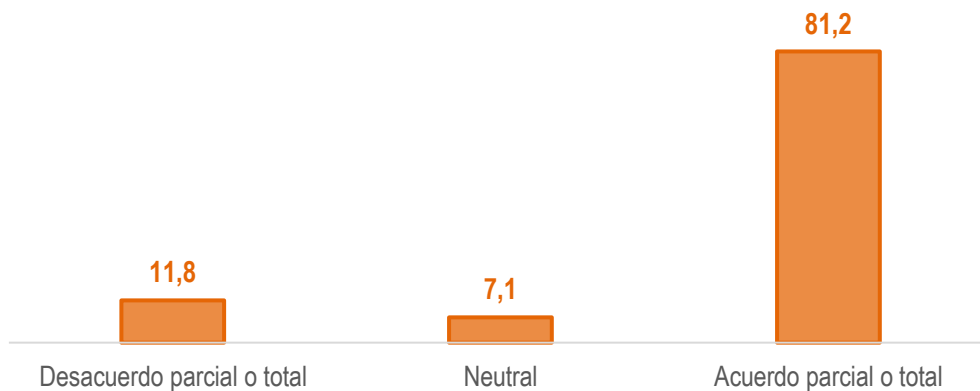


Casi 75% del panel considera que la fisonomía del sistema de los medios de comunicación es más importante para el pluralismo que el buen ejercicio profesional que puedan desarrollar los periodistas.

La siguiente afirmación se le planteó el panel como contraste de la anterior, para confirmar la postura frente a la concentración de propiedad:

CIERTAS CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COMO LA CONCENTRACIÓN DE PROPIEDAD, AFECTAN NEGATIVAMENTE AL PLURALISMO Y LOS PERIODISTAS NO PUEDEN HACER MUCHO AL RESPECTO

Base: 170 casos



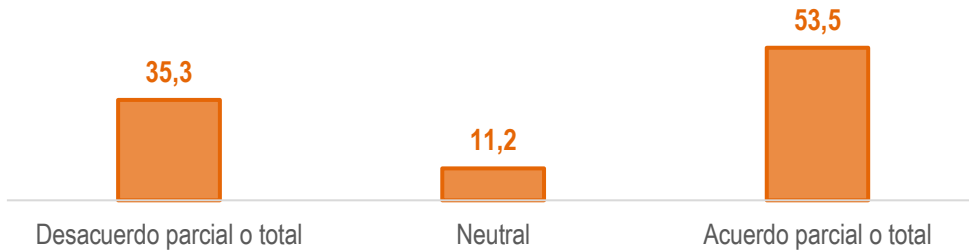
En este caso, un 81,2% se declara de acuerdo con que la concentración de la propiedad de los medios incide sobre el pluralismo y sobre las posibilidades de que los periodistas puedan ejercer su función profesional⁶.

Un tema relacionado con lo anterior, es la posibilidad de que los medios de comunicación sean efectivamente independientes de sus propietarios, sean éstos, ciudadanos privados o el Estado. En este caso, las opiniones del panel se dividen:

⁶ La correlación Pearson entre las dos afirmaciones es -0,27

ES IMPOSIBLE QUE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN PUEDA TENER UNA POSTURA EDITORIAL DISTINTA DE LA POSTURA DE SUS PROPIETARIOS

Base: 170 casos

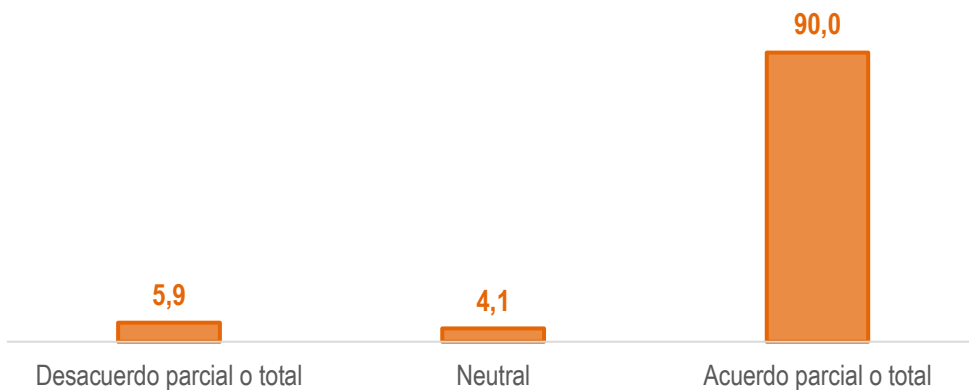


Si bien casi 54% del panel piensa que es imposible separar la postura del propietario de la postura editorial de un medio, el resto se manifestó en desacuerdo o neutral, afirmando así que la independencia editorial sí sería posible.

Con todo, los encuestados señalan de forma prácticamente unánime (90%), que los medios de comunicación deben transparentar su postura y sus medidas de resguardo del pluralismo:

LOS CANALES DE TELEVISIÓN DEBEN TRANSPARENTAR SUS LÍNEAS Y POSTURAS EDITORIALES, ASÍ COMO LAS MEDIDAS DE RESGUARDO DEL PLURALISMO QUE ADOPTEN

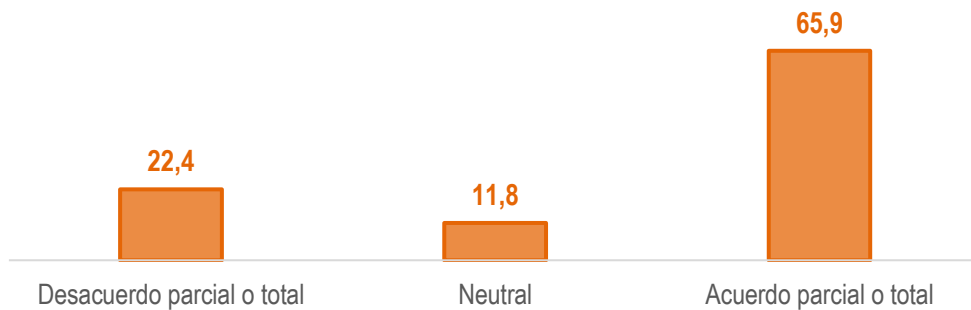
Base: 170 casos



Retomando el tema del ejercicio profesional del periodismo, una mayoría amplia sostiene que es un deber profesional informar lo más rápido posible:

ES UN DEBER PROFESIONAL DEL PERIODISMO INFORMAR LO MÁS RÁPIDO POSIBLE

Base: 170 casos



PLURALISMO Y DIVERSIDAD

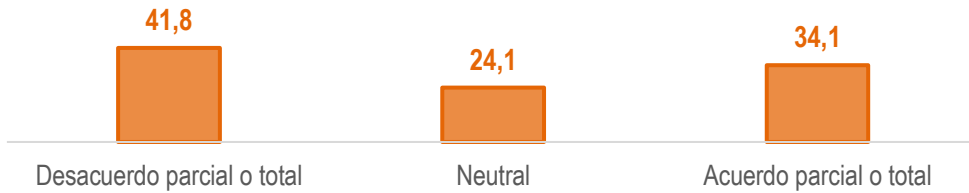
De manera convencional, se ha entendido como pluralismo la existencia de múltiples ideas, doctrinas o puntos de vista; por diversidad, en tanto, se suele entender la existencia de una variedad de identidades sociales o personales.

Si bien estos dos conceptos no son contradictorios, en la encuesta se decidió contrastarlos para forzar la reflexión y la toma de posición del panel.

Un 34% respondió que la representación de la diversidad es más importante que la del pluralismo. Un 42% se posicionó en contra, mientras que casi un cuarto se declaró neutral, lo que resalta la dificultad de elegir entre estas dos posiciones.

REPRESENTAR LA DIVERSIDAD SOCIAL (ÉTNICA, DE GÉNERO, DE CLASES SOCIALES, ETC.) ES MÁS IMPORTANTE QUE REPRESENTAR EL PLURALISMO DE IDEAS O DOCTRINAS

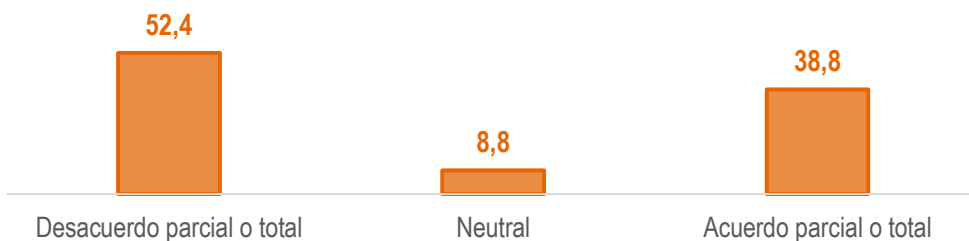
Base: 170 casos



Frente a un caso concreto en que la diversidad entra en disputa con pluralismo –un ejemplo de un panel ficticio, integrado únicamente por mujeres, pero que representan el arco completo de ideas políticas-, un 52,4% afirmó que no lo consideraría como una instancia plural. En tanto, casi 40% responde que sí sería pluralista.

UN PANEL INTEGRADO SÓLO POR MUJERES, PERO CUYAS IDEAS POLÍTICAS ABARCAN TODO EL ESPECTRO DE OPINIONES/ PUNTOS DE VISTA, ES UN PANEL PLURALISTA

Base: 170 casos



A continuación se presentan los resultados de esta encuesta, dividiendo el panel entre profesionales de organismos reguladores y el resto de la muestra.

2. RESULTADOS SEGÚN TIPO DE ORGANISMO

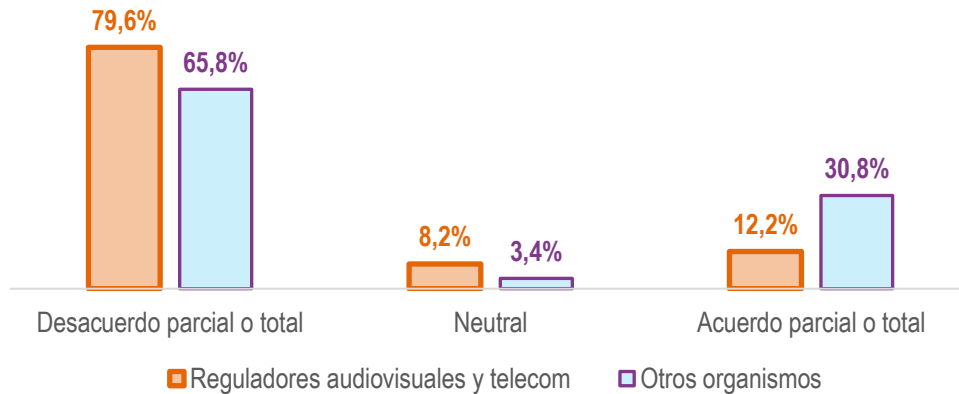
Los resultados ya presentados en el capítulo anterior, pueden mostrarse también desagregados por el tipo de organización en que se desempeñan los miembros del panel. En este capítulo se presenta ese análisis.

AUTORREGULACIÓN, CONCENTRACIÓN Y PLURALISMO

Como se podría esperar, los profesionales de las entidades reguladoras consideran en mayor medida que la autorregulación de los medios de comunicación no es suficiente para asegurar el pluralismo.

LAS INICIATIVAS Y PRÁCTICAS DE AUTORREGULACIÓN DE LOS PROPIOS MEDIOS SON SUFICIENTES PARA GARANTIZAR PLURALISMO NOTICIOSO

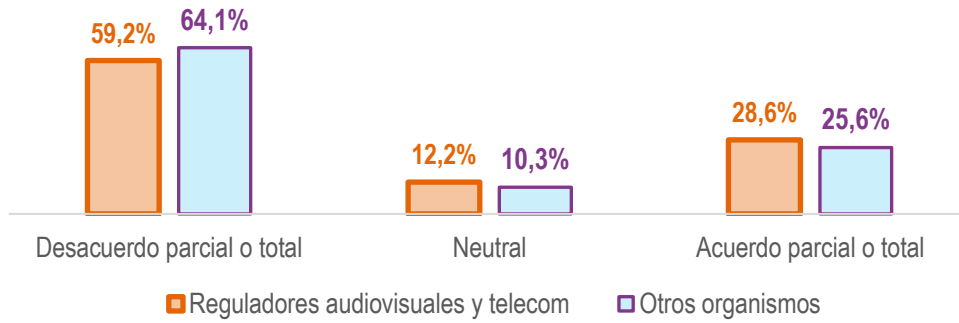
Base: 170 casos



De manera similar, la mayoría señala que el pluralismo no se asegura únicamente con buenas prácticas periodísticas o editoriales, sino que la fisonomía del sistema de medios tiene una importancia, si bien, la opinión de los no reguladores del panel es más matizada al respecto, otorgándole mayor peso a las buenas prácticas.

SI LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE PREOCUPAN DE CUBRIR ADECUADAMENTE LA DIVERSIDAD DE PUNTOS DE VISTA,
ENTONCES NO TIENE IMPORTANCIA QUÉ TAN CONCENTRADA PUEDA ESTAR SU PROPIEDAD

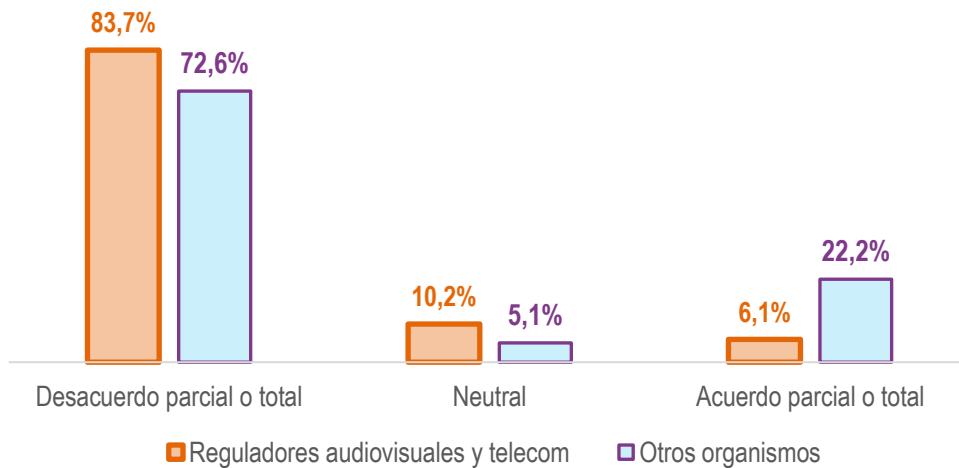
Base: 170 casos



En línea con lo anterior, el panel de manera casi unánime está en desacuerdo con que las prácticas profesionales de los periodistas son suficientes para asegurar pluralismo.

EL EJERCICIO ÉTICO Y PROFESIONAL DEL PERIODISMO ES SUFICIENTE PARA ASEGURAR EL PLURALISMO, SIN IMPORTAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

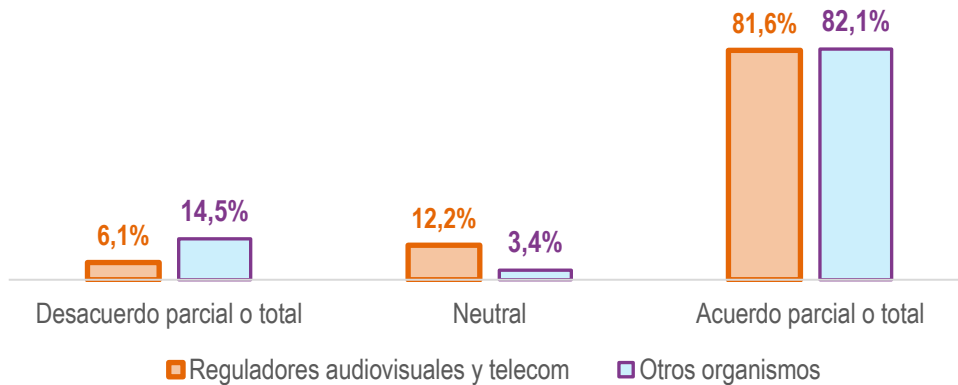
Base: 170 casos



De manera consecuente, la mayoría del panel señala que las características de la propiedad del sistema de medios sí tiene influencia sobre el pluralismo.

CIERTAS CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COMO LA CONCENTRACIÓN DE PROPIEDAD, AFECTAN NEGATIVAMENTE AL PLURALISMO Y LOS PERIODISTAS NO PUEDEN HACER MUCHO AL RESPECTO

Base: 170 casos

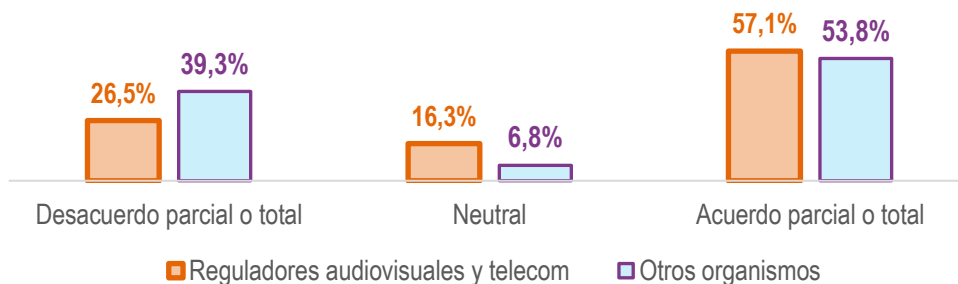


En cuanto al tema de la independencia de los medios de comunicación, las opiniones se dividen, especialmente entre los profesionales de organismos que no son reguladores, entre los cuales hay varios que se desempeñan en medios de comunicación.

En estos últimos organismos, 40% del panel dice no estar de acuerdo con que los medios no pueden tener independencia respecto de su propietario, como se observa en el gráfico de la página siguiente:

ES IMPOSIBLE QUE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN PUEDA TENER UNA POSTURA EDITORIAL DISTINTA DE LA POSTURA DE SUS PROPIETARIOS

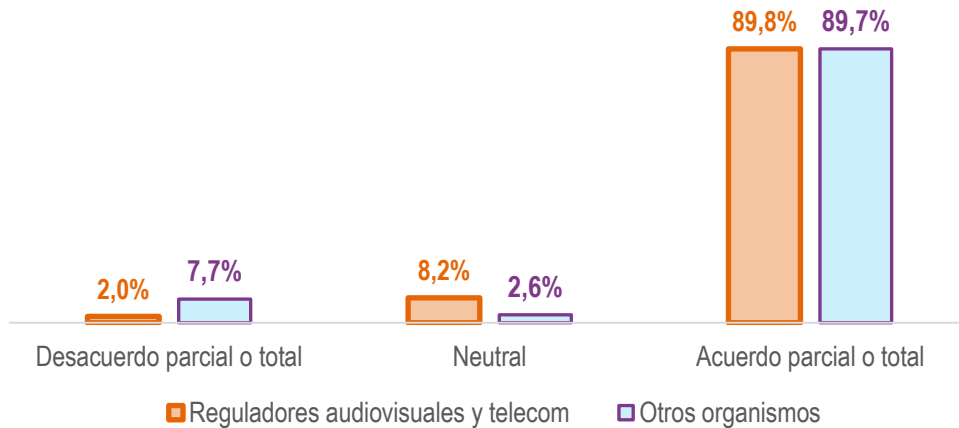
Base: 170 casos



Igualmente, se considera que la línea editorial de un medio de comunicación debe transparentarse al público y sobre esto hay amplio acuerdo.

LOS CANALES DE TELEVISIÓN DEBEN TRANSPARENTAR SUS LÍNEAS Y POSTURAS EDITORIALES, ASÍ COMO LAS MEDIDAS DE RESGUARDO DEL PLURALISMO QUE ADOPTEN

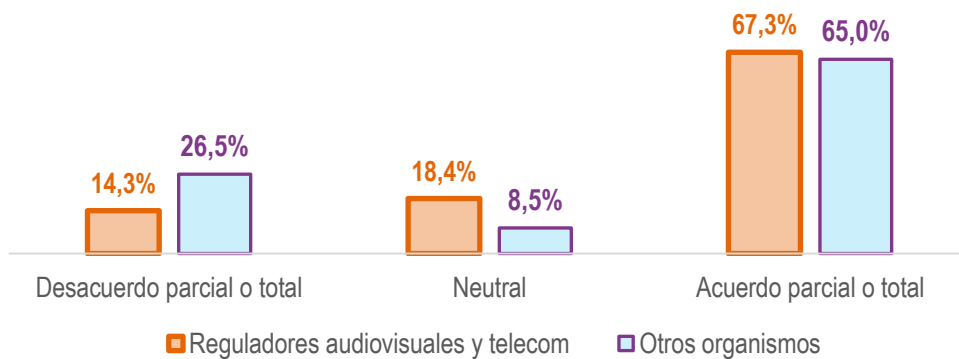
Base: 170 casos



Finalmente, hay también una mayoría que vincula la rapidez en la información con el buen ejercicio del periodismo, aunque, una proporción más alta entre quienes no forman parte de órganos reguladores, se manifiesta en desacuerdo.

ES UN DEBER PROFESIONAL DEL PERIODISMO INFORMAR LO MÁS RÁPIDO POSIBLE

Base: 170 casos

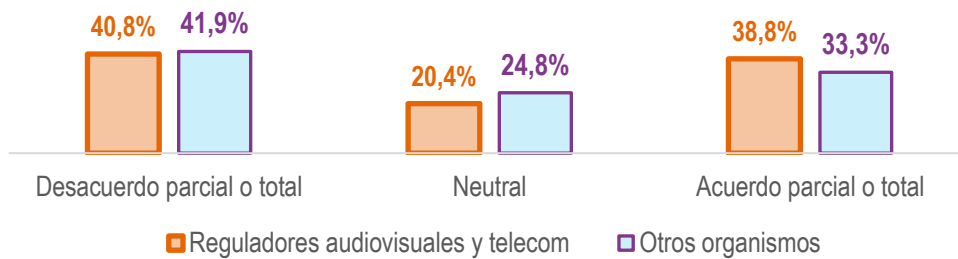


PLURALISMO Y DIVERSIDAD

Es interesante observar la distribución de las opiniones en estas preguntas, que como se señaló, son casi una manera de proponer al panel un experimento mental. Las opiniones se dispersan bastante. Hay levemente más cantidad de personas que están en desacuerdo con que diversidad social sea más importante que pluralismo, aunque con una alta cantidad de “neutrales”.

REPRESENTAR LA DIVERSIDAD SOCIAL (ÉTNICA, DE GÉNERO, DE CLASES SOCIALES, ETC.) ES MÁS IMPORTANTE QUE REPRESENTAR EL PLURALISMO DE IDEAS O DOCTRINAS

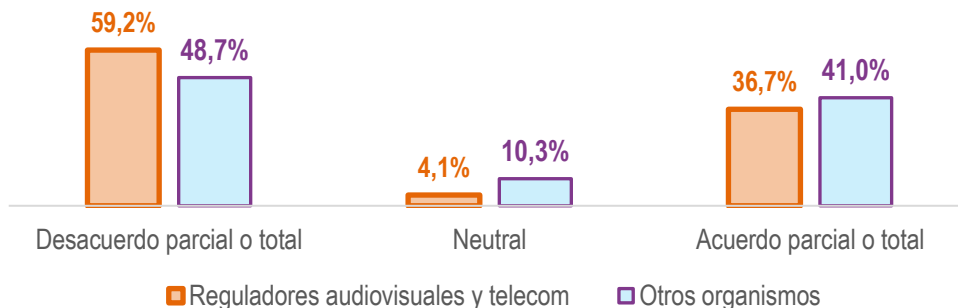
Base: 170 casos



También se entregan opiniones divididas sobre si hay pluralismo en una situación en la que existe diversidad de opiniones y puntos de vista, pero no así, representación de género.

UN PANEL INTEGRADO SÓLO POR MUJERES, PERO CUYAS IDEAS POLÍTICAS ABARCAN TODO EL ESPECTRO DE OPINIONES/ PUNTOS DE VISTA, ES UN PANEL PLURALISTA

Base: 170 casos



RESULTADOS PRINCIPALES Y DISCUSIÓN

Las encuestas anteriores al panel de expertos CNTV mostraron que existen grandes consensos en los temas preguntados, por ejemplo en la relación entre pluralismo y democracia y la valoración de la independencia de los medios de comunicación, entre otros.

La peculiaridad de esta encuesta, es que algunas temáticas dividen más las opiniones; esto, sin duda, es resultado de la manera en que se planteó el cuestionario, proponiendo preguntas que contrastan ideas y que incentivan la reflexión y la toma de posturas.

AUTORREGULACIÓN?

Entre los temas que generan acuerdo, se considera que la autorregulación de los medios de comunicación no es suficiente para asegurar el pluralismo, lo que no significa que no sea importante o que no tenga su lugar en la lógica de funcionamiento de los medios: en esto coincide prácticamente todo el panel, de todo tipo de organizaciones. De todos modos, hay un grupo que sí considera que la autorregulación sería suficiente. Se trata de un segmento que considera que los medios, con buenas prácticas, pueden garantizar pluralismo interno, restándole importancia al externo⁷.

Hay gran consenso también en la preocupación frente a la concentración de la propiedad, que es considerada mayoritariamente como un problema para el pluralismo de los medios.

Relacionado con lo anterior, se valora la importancia de que los canales de televisión transparenten sus líneas editoriales. Sin embargo, existe cierto escepticismo frente a la posibilidad real de que un medio de comunicación pueda ser realmente independiente de sus propietarios, preocupación que debería incluir también a los medios de comunicación del Estado, teniendo en cuenta que muchos encuestados del panel provienen de países en que no existe una tradición de medios públicos independientes.

PLURALISMO Y DIVERSIDAD SOCIAL

De interés resulta observar, cómo se dividen las opiniones frente a la propuesta de este cuestionario de enfrentar pluralismo (doctrinas) con diversidad (identidades socioculturales).

⁷ Se trata del Grupo 1 que surge del análisis de clusters.

Aunque no sean ideas opuestas y no hay un *trade-off* entre ellas –es posible promover o resguardar pluralismo y diversidad, al mismo tiempo–, es un ejercicio interesante forzar a los encuestados a una postura frente a ellas.

En los tiempos actuales en los que la diversidad social es cada vez más una exigencia en distintos ámbitos de la sociedad, incluyendo sin duda a los medios, este tema seguramente seguirá teniendo relevancia, tanto para los reguladores de comunicaciones, como para otros sectores de la sociedad. De hecho, ya se ha abordado tradicionalmente en política, por ejemplo, en la discusión sobre sistemas electorales y la conformación del Parlamento.

LA INFORMACIÓN

Es llamativo que haya una mayoría de algo más de 60% que piensa que es deber del periodismo informar rápidamente.

En general, se podría pensar que la rapidez afecta la calidad de la información. La masificación de redes sociales, en especial Twitter, que permite transmitir información de manera prácticamente inmediata y que ha convertido a cada persona que dispone de un *smartphone* en una fuente de información, da cuenta de los riesgos asociados a la rapidez en la circulación de información. El contexto actual acentúa la importancia del periodismo profesional, que verifica fuentes y comprueba la veracidad de sus afirmaciones, pero debe convivir con una aceleración en la circulación noticiosa, lo que representa un desafío no sólo para la calidad de esta oferta, sino también para el pluralismo.

PALABRAS FINALES

Las posturas de los expertos y profesionales consultados, llaman a una reflexión, sobre el rol de la regulación, que dialoga de forma directa con el equilibrio entre el sentido público y colectivo y los intereses comerciales de quienes ofrecen los servicios de comunicación.

Existe claridad respecto a que los cambios al ecosistema de la comunicación plantean desafíos a los marcos regulatorios existentes, que ya no son eficientes. Por lo tanto, los resultados de este estudio son un aporte al reto de pensar en políticas públicas actualizadas a los estándares de gestión pública, que llaman a la cooperación y participación de los grupos de interés, tanto públicos, como privados comerciales y de la sociedad civil, para regular en forma transparente y con rendición de cuentas, pero, al mismo tiempo impulsando el desarrollo.

ANEXO 1: ANÁLISIS DE CLUSTERS

La tabla siguiente muestra el promedio de cada grupo frente a las afirmaciones de las encuestas 3 y 4 a la misma muestra del panel (“Pluralismo y Sistema de Medios” y “Pluralismo y Regulación de Internet”). Cada pregunta admitía una respuesta entre 1 y 5, (1 es el menor grado de acuerdo y 5 el máximo).

GRADO DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES

	1	2	3
Las iniciativas y prácticas de autorregulación de los propios medios son suficientes para garantizar pluralismo noticioso	3,56	1,55	2,98
Es importante que el Estado adopte medidas que promuevan el pluralismo en redes sociales como Facebook o Twitter	2,75	3,75	3,43
El ejercicio ético y profesional del periodismo es suficiente para asegurar el pluralismo, sin importar las características del sistema de medios de comunicación	3,13	1,47	2,74
Ciertas características de un sistema de medios de comunicación, como la concentración de propiedad, afectan negativamente al pluralismo y los periodistas no pueden hacer mucho al respecto	2,06	4,62	4,15
Es tarea del regulador crear indicadores de pluralismo y medirlos periódicamente, para fijar criterios	2,56	4,55	4,22
Los canales de televisión deben transparentar sus líneas y posturas editoriales, así como las medidas de resguardo del pluralismo que adopten	2,56	4,72	4,63
Es un deber profesional del periodismo informar lo más rápido posible	2,88	3,51	4,02
Es imposible que un medio de comunicación pueda tener una postura editorial distinta de la postura de sus propietarios	1,81	3,75	2,74
Internet es un soporte inherentemente abierto, por lo que el pluralismo surge espontáneamente, sin ninguna necesidad de regulación externa	2,19	2,21	3,74
Internet es un espacio esencialmente democrático	2,63	2,62	3,85
Representar la diversidad social (étnica, de género, de clases sociales, etc.) es más importante que representar el pluralismo de ideas o doctrinas	2,19	2,74	3,11
Un panel integrado sólo por mujeres, pero cuyas ideas políticas abarcan todo el espectro de opiniones/ puntos de vista, es un panel pluralista	2,38	2,87	2,61
El Estado debe invertir en publicidad oficial sólo buscando maximizar su alcance, sin considerar otros criterios	2,50	2,03	2,22
El Estado debe fijar cuotas para su inversión publicitaria y destinar, al menos, el 50% de ésta a medios de comunicación locales, regionales y/o independientes	2,31	4,12	3,91
Debiese haber más control sobre medios de comunicación con propietarios extranjeros, incluyendo medios online, en el territorio nacional	2,50	3,62	3,26
Si los medios de comunicación se preocupan de cubrir adecuadamente la diversidad de puntos de vista, entonces no tiene importancia qué tan concentrada pueda estar su propiedad	3,56	1,80	2,98

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Oficina CNTV: Mar del Plata 2147 – Providencia – Santiago – Chile - Teléfono: (56-2) 25922700



cntv.cl



@CNTVChile



Consejo Nacional de Televisión de Chile