



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

INSTITUTO
de
ESTADÍSTICA
de la UNESCO

UIS/CI/M/2011M

Montréal, enero de 2011

Encuesta Piloto 2011 Acopio de Datos sobre Estadísticas de los Medios de Comunicación

MANUAL DE INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR LOS CUESTIONARIOS SOBRE ESTADÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE RADIO Y TELEDIFUSIÓN Y DE LA PRENSA ESCRITA

TABLA DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	COBERTURA DE LOS CUESTIONARIOS	5
3.	INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR LOS CUESTIONARIOS.....	5
4.	ILUSTRACIONES	6
4.1	CUESTIONARIO SOBRE RADIO Y TELEDIFUSIÓN – Instituciones y canales de radio y teledifusión.....	6
4.2	CUESTIONARIO SOBRE PERIÓDICOS – periódicos impresos y electrónicos.....	12
4.3	CUESTIONARIO SOBRE EL MARCO LEGAL Y REGULATORIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	15
5.	GLOSARIO Y DEFINICIONES	16
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN	22

Notas técnicas para completar los cuadros

1) Notas sobre la codificación de datos faltantes

El correcto uso de los códigos para identificar la información faltante es esencial para conservar la integridad de los datos. Las distintas razones que explican por qué no se dispone de datos para ciertos ítemes deben abordarse en informes y análisis estadísticos.

No deje ninguna celda de los cuadros vacía. Usted deberá asignar uno de los siguientes cuatro códigos a cada celda para la cual no se disponga de datos:

i) Categoría no aplicable = **a**

Si alguna categoría o celda de un cuadro no fuera aplicable al entorno mediático nacional, asigne el código "a" a todas las celdas que correspondan a esta categoría. Esto implica que los datos correspondientes a estas categorías ni siquiera tienen existencia hipotética.

ii) Cifra nula = **n**

Si el valor de un dato es nulo o insignificante usted deberá asignar el código "n" a la celda correspondiente. Si una categoría no es aplicable y, por consiguiente, el valor de los datos correspondientes a la celda es cero, no use el código "n" sino el código "a" - "categoría no aplicable". Nunca use el valor 0 (cero) para identificar una cifra nula.

iii) Datos incluidos en otra categoría = **x**

Si no es posible desagregar los datos de manera que calcen perfectamente en una celda, use el código "x" en la celda para la cual no se dispone de datos. **Sírvase usar la casilla para metadatos (o notas al pie de página) para especificar dónde se han incluido los datos solicitados.**

iv) Datos no disponibles = **m**

En ocasiones, no se dispondrá de datos para ciertas categorías de clasificación (si bien, supuestamente, deberían ser recopilados) razón por la cual no aparecen en ninguna de las celdas del cuadro. En estos casos, usted deberá asignar el código "m" a todas las celdas que corresponden a estas categorías de clasificación.

2) Nota sobre datos provisionales o estimados = *

Las cifras provisionales o estimadas deben indicarse mediante un asterisco (*).

1. INTRODUCCIÓN

De conformidad con la constitución y los principios establecidos en la Declaración de Windhoek (1991) y en las declaraciones regionales sobre promoción del desarrollo de los medios de comunicación, la UNESCO ha considerado la necesidad de identificar las características clave de este entorno mediático y determinar cómo afectan el libre flujo de ideas expresadas a través de palabras, imágenes y textos.

La Declaración del Milenio (2000) y las dos Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información (Suiza, 2003 y Túnez, 2005) han instituido marcos de política que regulan diversas áreas de los medios de comunicación, a saber: libre acceso al conocimiento y a la información a través de los medios masivos de comunicación; participación ciudadana con la comunidad de los medios; diversidad cultural y multilingüismo; y las dimensiones éticas de la sociedad de la información.

Los resultados de la Encuesta 2011 del UIS sobre estadísticas de los medios de comunicación contribuirán a informar y dar solidez a las políticas mundiales de esta industria. Esto ayudará también a identificar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad permitiendo que las partes interesadas en su promoción evalúen el estado actual de los medios de comunicación en determinados contextos regionales o nacionales; y a la vez aporten un valioso instrumento que oriente las iniciativas de asistencia al desarrollo de los medios de comunicación.

El presente *Manual de Instrucción* ha sido elaborado con el fin de ayudar a los proveedores de datos de los Estados Miembros a completar los siguientes cuestionarios que forman parte de la Encuesta 2011 de Estadísticas sobre los Medios de Comunicación. La Encuesta busca recopilar datos en áreas clave de esta industria (radio, televisión, periódicos y el marco legal que rige las operaciones de las organizaciones mediáticas):

- Cuestionario sobre estadísticas de radio y teledifusión
- Cuestionario sobre estadísticas de periódicos
- Cuestionario sobre el marco legal y regulatorio de los medios de comunicación

Si tuviera alguna dificultad para completar o enviar los cuestionarios, sírvase contactar al Sr. Georges Boadé a la siguiente dirección electrónica: g.boade@uis.unesco.org o por teléfono: (1 514) 343-7845

Los países que deseen completar sus cuestionarios en formularios impresos deben enviarlos a la siguiente dirección postal:

Instituto de Estadística de la UNESCO
C.P. 6128, Sucursal Centre-Ville
Montréal, Quebec H3C 3J7
CANADA

2. COBERTURA DE LOS CUESTIONARIOS

Los cuestionarios que forman parte de la Encuesta 2011 sobre Estadísticas de los Medios de Comunicación se han elaborado en base al *Marco de Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM)* de la UNESCO (2008) aprobado por el Consejo intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO.

Los países participantes no deben escatimar esfuerzos para cubrir la totalidad de las instituciones de prensa, radio y televisión, vale decir, las de naturaleza pública/estatal, las del sector privado y las comunitarias. Incluso en el caso de que algunas instituciones de radio y teledifusión a nivel nacional, provincial o local, estuviesen bajo la jurisdicción de organismos distintos a los ministerios de información, comunicación o cultura y del Consejo Audiovisual, o la oficina nacional de estadística, sírvase proporcionar datos consolidados de todos los medios de su país a objeto de lograr una mejor comparabilidad internacional.

Los recientes avances de esta industria, tales como Internet y las tecnologías de telefonía móvil, están cambiando las formas de acceder a las noticias y a las actividades de diversión y esparcimiento. Los medios regionales y locales de comunicación han mejorado el nivel de información destinado a públicos especializados a través de las organizaciones comunitarias. Los cuestionarios hacen un recuento de las instituciones de los medios de comunicación, los tipos de cobertura y los patrones de difusión. Adicionalmente, este manual de instrucción ofrece definiciones e ilustraciones para todas las variables.

3. INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR LOS CUESTIONARIOS

Se solicita a los informantes examinar cuidadosamente las siguientes instrucciones, definiciones e ilustraciones con el fin de responder con precisión a los cuestionarios sobre estadísticas de los medios de comunicación elaborados por el UIS. Este Manual cubre todas las definiciones de las variables utilizadas, así como explicaciones sobre el tipo de datos solicitados en cada cuadro. Al final del manual, encontrará una lista de fuentes de información comprendiendo libros y sitios Web para permitir realizar una verificación cruzada de los datos de su país.

En la medida de lo posible, y que los mismos datos e información sean requeridos en más de una pregunta, por favor asegúrese que los datos suministrados en cada cuadro sean consistentes entre sí. En caso de producirse inevitables discrepancias en el reporte de datos, sírvase proveer una detallada explicación al respecto en el espacio provisto para este propósito -casilla para metadatos al final de cada sección.

Por favor no deje ninguna celda del cuestionario vacía. El correcto uso de los códigos para identificar la información faltante es esencial para conservar la integridad de los datos. Las distintas razones que explican por qué no se dispone de datos para ciertos ítemes deben abordarse en informes y análisis estadísticos.

El UIS alienta a todos los países a realizar sus propias estimaciones de datos faltantes o incompletos. Para indicar que una celda contiene datos estimados o parcialmente estimados, anteponga un asterisco (*) a la cifra, por ej., *68794 (no deje espacios entre el símbolo y la cifra). Si algunos datos no estuvieran disponibles o estuvieran incompletos, sírvase adjuntar la explicación en una nota al pie de página, una carta remitora o en el espacio provisto con este propósito (casilla para metadatos o notas) al final de cada sección.

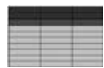
Sírvase incluir en la sección Metadatos, explicaciones específicas o aclaraciones de naturaleza general sobre este cuestionario. Recuerde citar cualquier material de referencia, manual, publicación, o sitio Web que usted haya consultado y que pueda contribuir a interpretar los datos de su país.

En el **Glosario** incluido al final de este Manual, sírvase consultar las definiciones y explicaciones que se ofrecen sobre los datos que deben ser reportados en estos cuestionarios.

Nótese que la Encuesta 2011 sobre los Medios de Comunicación tiene como propósito acopiar datos correspondientes al año **2009**. En el caso de no contar con datos para este año, reporte la información del año más reciente disponible indicando el año de referencia.

4. ILUSTRACIONES

4.1 CUESTIONARIO SOBRE RADIO Y TELEDIFUSIÓN – Sección 1: Instituciones y canales de radio y teledifusión



Cuadro 1.1 Instituciones de radio y teledifusión que operan en su país por régimen de propiedad

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el número de instituciones de radio y teledifusión legalmente autorizadas para operar en su país, por régimen de propiedad y tipo (radio o televisión). Las cifras reportadas deben abarcar todas las instituciones de radio y teledifusión operativas a nivel nacional, regional y local.

Nota. Si en su país no se requiere autorización legal para operar un medio de difusión, para los efectos de este cuestionario, incluya en su reporte a todas las instituciones de radio y teledifusión (nacionales o extranjeras) que son propietarios y que proveen canales cuyos contenidos son específicamente editados para audiencias objetivo locales. La noción de "contenidos editados" puede referirse también a programas traducidos (doblados o sub-titulados) en la lengua local con el propósito de alcanzar al público local.

Para la noción de "canal" (en algunos países se le puede referir como "red", "emisora" o "estación") sírvase referirse al *glosario*.

Por favor clasifique cada institución de radio y teledifusión en base al medio de comunicación, así se trate exclusivamente de servicios de radiodifusión (ej. proveen uno o más canales de radio), teledifusión solamente (ej. proveen uno o más canales de televisión) o ambos (ej. proveen uno o más canales de radio y televisión). El régimen de propiedad de cada una de estas instituciones de radio y teledifusión deberá clasificarse como público, privado o comunitario.

En la última fila de este cuadro, suministre el número de aquellas instituciones de radio y teledifusión, por tipo de medio, que también sean propietarias de al menos un título de periódico diario o no diario.



Sírvase consultar en el glosario la definición de: *canal e instituciones de radio y teledifusión que operan en su país*.



Cuadro 1.2: Perfil de los 4 canales predominantes de radio y teledifusión por características clave

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre los siguientes atributos descriptivos de los principales cuatro canales de radio y teledifusión de su país, por características clave.

Nota. Para clasificar los cuatro principales canales, por favor sírvase utilizar participación de audiencia como criterio principal de clasificación. En caso de no contar con datos sobre participación de audiencia, por favor clasifique los cuatro principales canales en base a penetración técnica. Si no se dispone de datos sobre participación de audiencia ni penetración técnica, a discreción propia, elija otro criterio de clasificación y asegúrese de proporcionar toda la información en la casilla para metadatos.

Por favor, no contabilice en esta encuesta los canales de radio y teledifusión que transmiten contenidos por medio de Internet SOLAMENTE. Excluya también canales de radio y teledifusión EXTRANJEROS que transmiten CONTENIDOS QUE NO SON ESPECIFICAMENTE EDITADOS PARA LA AUDIENCIA DE SU PAÍS.

Estimación de participación de audiencia: En el caso de no contar con datos sobre participación de audiencia (y ANTES de clasificar los canales por penetración técnica), sírvase verificar si hay disponibilidad de datos sobre el *rating* o alcance de canales de radio o teledifusión durante un período de tiempo determinado (promedio diario o semanal) e incluya toda la información en el cuadro para metadatos.

Penetración técnica: En algunos países, se otorga una licencia de cobertura geográfica precisa. Por favor nótese que los valores informados son expresados en **PORCENTAJES del NÚMERO TOTAL DE HOGARES** en su país y **NO como el número TOTAL de HOGARES ubicados dentro de la cobertura geográfica especificada en la licencia.**

Régimen de propiedad: El régimen de propiedad de un canal puede ser público, privado (con fines de lucro) o comunitario.

Tipo de acceso: La autorización que permite escuchar programas de radio o ver programas de televisión puede ser pagada o libre de costo. Sírvase especificar si los canales enumerados son pagados o gratuitos.

Plataforma técnica de transmisión: La plataforma utilizada por un canal de radio o televisión para transmitir puede ser terrestre (incluyendo microondas), por satélite, por cable (incluyendo fibra óptica y tecnologías DSL (por sus siglas en inglés) o una combinación de las tres. por favor, especifique el tipo de plataforma que utiliza el canal clasificado. Seleccione **Combinada** si el canal utiliza simultáneamente más de una plataforma para alcanzar radio-escuchas y televidentes y, **No especificada** sólo si desconoce su plataforma(s).

Tipo de señal de transmisión: La señal de transmisión de un canal de radio o de televisión puede ser analógica o digital o ambas, analógica y digital. Por favor especifique si la señal transmisión es analógica solamente, digital solamente, o ambas por cada uno de los canales clasificados de su país.

Parte del contenido diseñado para teléfonos celulares: Algunos canales de televisión adaptan parte o su completa programación para ser vista por el usuario a través de su teléfono móvil (celular). Especifique si alguno de los canales de televisión clasificados ofrece esta alternativa. Esta información no es requerida en el caso de un canal de radio (en el caso de radio, el celular se puede equipar con un receptor, hecho que no significa que el canal de radio esté específicamente orientado a los usuarios de este tipo de teléfono. Sírvase dejar vacías las celdas que correspondan).

Transmisión simultánea en línea (100% live streaming): Algunos canales de radio o televisión transmiten todo su contenido en forma simultánea utilizando como vía de transmisión su plataforma o plataformas principales y también en línea. "100% transmisión simultánea en línea" se refiere a la transmisión simultánea de servicios de radio y teledifusión en base a la parrilla de programación diaria. Responda "Sí" o "No" si el canal clasificado tiene esta característica. Nótese, que los canales que transmiten exclusivamente en línea han sido excluidos de esta encuesta y, por lo tanto, no deben ser clasificados.

Parte del contenido difundido en línea: Algunos canales de radio o televisión ponen parte de su contenidos programáticos a disposición del usuario en un sitio Web, de modo que las personas tengan la opción de escucharlos o verlos a una hora seleccionada (a solicitud). Si el canal clasificado proporciona este servicio a sus usuarios o clientes, por favor marque la casilla correspondiente.

Porcentaje del contenido difundido es de producción local: Sírvase consultar en el glosario la definición de producción de origen local.

Principal orientación del contenido programático: Sírvase consultar en el glosario la definición de **programa generalista** o **programa temático**. Seleccione la orientación (generalista o temática) que corresponda al canal clasificado.

Orientación programática del canal temático: Solamente complete la celda correspondiente si el canal clasificado es temático. De lo contrario, registre "a" (**categoría no aplicable**) en dicha celda. Sírvase consultar en el glosario la definición de niños, discapacitados o personas con necesidades especiales. Si su población objetivo no pertenece a uno de estos grupos, sírvase seleccionar otros.

Código de identificación de la institución mediática: Si no fuera factible proporcionar los nombres de las instituciones, sírvase identificarlas utilizando las letras A, B, C.....H como se indica a continuación:

Radio:

- Para identificar la institución mediática propietaria del canal de radio clasificado en el primer lugar, utilice la letra "A", para el clasificado en segundo lugar la letra "B" y para el tercero y cuarto "C" y "D", respectivamente si las instituciones propietarias son todas diferentes.

Televisión:

- para identificar la institución mediática propietaria del canal de televisión clasificado en el primer lugar, utilice la letra "E" si esta institución no es propietaria de uno de los cuatro principales canales de radio;
- en el caso que la institución mediática sea propietaria de uno de los de los cuatro principales canales de radio, utilice los mismos códigos de identificación utilizados en la pregunta correspondiente a radio (A, B, C, o D) para identificar estas instituciones;

- para identificar el resto de canales de televisión que son la propiedad de instituciones mediáticas que no poseen ninguno de los canales de radio clasificados, por favor utilice las letras "F", "G" y "H", respectivamente para las instituciones mediáticas que son propietarias de los canales de televisión clasificados en el segundo, tercer y cuarto lugar.

Nota: Si la misma institución es propietaria de más de uno de los canales de radio o televisión enumerados en su clasificación, use la misma letra como código de identificación. Por ejemplo, si en el país X la misma institución mediática es propietaria de los canales de radio clasificados en primer y cuarto lugar con una participación de audiencia correspondiente al 35% y 22%, respectivamente, y del canal de televisión clasificado en tercer lugar con una audiencia del orden del 18%, deberá completar con la letra "A" las respectivas celdas de las tres columnas: las columnas que representan los canales de radio clasificados en primer y cuarto lugar y la columna que representa el canal de televisión clasificado en tercer lugar. En este caso, las letras "D" y "G" no se han utilizado y han sido sustituidas por el código de identificación "A".

Origen del propietario: El propietario de la institución mediática (accionista mayoritario) puede ser un operador nacional o extranjero.

Participación de mercado: Por favor refiérase a la participación de mercado de la institución mediática y no a la participación de mercado del canal o canales de radio/televisión.

Participación total de audiencia de la institución mediática: Sírvase notar que esta información corresponde a la institución mediática y que en el caso de aquellas instituciones propietarias de varios canales, sírvase notar que deberá proveer la información correspondiente a la participación de audiencia de canales de radio y canales de televisión en forma separada antes de proporcionar la suma de ambos.

Número total de canales de radio/televisión: Sírvase suministrar el número total de canales de radio/televisión en su país, incluyendo el o los clasificados, de propiedad de la institución mediática a la cual el canal clasificado pertenece.

Número total de títulos de periódicos diarios: Sírvase suministrar **SOLAMENTE** el número de **TÍTULOS DE PERIÓDICOS DIARIOS** en su país, que es (o son) de propiedad de la institución mediática, a la cual el canal de radio o televisión clasificado pertenece.

Ejemplo: A continuación se traza el panorama de instituciones mediáticas de un país hipotético:

Una institución mediática en este país es propietaria de tres canales de radio a los cuales se les da el nombre de: canal 1, canal 2 y canal 3, también es propietaria de dos canales de televisión conocidos como TV1 y TV2 y un título de periódico el cual no circula diariamente. Los canales de radio 3 y 1 están clasificados en 2^{do} y 4^{to} lugar entre los cuatro canales principales del país, razón por la cual, esta institución mediática es codificada "B" (debido a que uno de sus canales de radio está clasificado en segundo lugar entre los cuatro de mayor importancia).

En este caso, en la celda apropiada que corresponde al segundo y cuarto lugar de canales de radio de mayor importancia escriba 3 el cual corresponde al número total de canales de radio, y 2 para indicar el número total de canales locales de televisión de propiedad de la institución mediática.

Otra institución mediática codificada "A" es propietaria de 2 canales de radio denominados A1 y A2, 3 canales de televisión llamados ATV1, ATV2, y ATV3, así como 1 título de periódico diario y 4 periódicos que no circulan diariamente. El canal de radio A1 está clasificado como el primer canal de radio y ATV2 está clasificado como el cuarto canal de televisión en el país. En la celda que corresponde al primer canal de radio, ingrese 2 para indicar el número total de canales de radio y en la celda que corresponde al canal de televisión clasificado en cuarto lugar ingrese el número 2 nuevamente. Para indicar el número total de canales de televisión, ingrese el número 3 dos veces: una vez bajo el canal de radio clasificado en primer lugar y en la celda correspondiente al canal de televisión clasificado en cuarto lugar. En lo que se refiere al número de títulos de periódicos considerados en este cuadro, el periódico de circulación diaria es el único que se contabiliza. Por favor ingrese el número 1 en la celda correspondiente al primer canal de radio clasificado y el canal de televisión clasificado en cuarto lugar.

El 3^{er} canal de radio es de propiedad de otra institución mediática codificada con la letra "C", la cual también tiene un título de periódico diario en un país extranjero pero no cuenta con canales de radio o televisión adicionales. El primero, segundo y tercer canal de televisión en el país son de propiedad de instituciones mediáticas diversas que son clasificadas como sigue: "E", "F" y "G" respectivamente y cada una de estas

instituciones mediáticas no es propietaria de canales de radio o de televisión adicionales, tampoco de ningún título de periódico de circulación diaria o no diaria.

En base a la información proporcionada arriba relacionada al panorama de las instituciones mediáticas en este país, el Cuadro 2 deberá completarse como sigue:

Características clave	Radio				Televisión			
	1 ^{er} canal	2 ^{do} canal	3 ^{er} canal	4 ^{to} canal	1 ^{er} canal	2 ^{do} canal	3 ^{er} canal	4 ^{to} canal
Código de identificación de la institución mediática propietaria del canal - (A,B,C,D,E,F,G,H)	A	B	C	B	E	F	G	A
Número total de canales de radio de su país operados por la institución mediática (incluyendo el/los 4 clasificados)	2	3	1	3	n	n	n	2
Número total de canales de televisión de su país operados por la institución mediática (incluyendo el/los 4 clasificados)	3	2	n	2	1	1	1	3
Número total de periódicos diarios de su país de propiedad de la institución mediática	1	n	n	n	n	n	n	1

Porcentaje de fuentes de ingreso: Sírvase proporcionar la porción del ingreso total (en %) que el canal clasificado recibe de las siguientes fuentes:

- ayudas y subsidios públicos: Esto implica que el gobierno transfiere fondos del arca pública directamente a una institución u organismo (con propósitos definidos o no). Estos pueden ser también de una manera indirecta, por ejemplo se pueden citar préstamos con términos favorables o garantías.
- derechos de licencia: Se refiere a una tarifa aplicable todo el público en algunos países la cual otorga el derecho a la recepción de ondas de radio o televisión. Esta es una forma de impuesto utilizada para el financiamiento de radio y teledifusión pública la cual permite a las instituciones de radio y teledifusión transmitir su programación sin, o con un suplemento adicional de fondos proveniente de comerciales de radio y televisión.
- actividades publicitarias: muchos canales de televisión venden bloques de tiempo en el aire a publicistas con el objetivo de subsidiar su programación. En el modelo centrado en la publicidad, los contenidos son generalmente disponibles libres de costo a cambio de comerciales integrados dentro del contenido (espacios publicitarios, patrocinadores, etc.).
- suscripciones: algunos canales de televisión son financiados parcialmente a través de suscripciones y por lo tanto, las señales son codificadas durante el tiempo de emisión para asegurarse que solamente aquellos suscriptores que pagan la cuota pueden tener acceso a los códigos de descodificación. Suscripciones pueden ser anuales, mensuales o semanales y, para los efectos de este cuestionario, por favor incluya suscripciones basadas en pago por uso ('pay per use en inglés).
- donaciones o subsidios privados: Algunos canales de radio y televisión son financiados vía donaciones provenientes de individuos o entidades privadas y no gubernamentales.

Nota. Por cada canal clasificado, la suma de los porcentajes de todas las fuentes debe ser igual a 100.



Sírvase consultar en el glosario la definición de: *participación de audiencia, rating, alcance, participación de mercado (acumulativa), penetración técnica, título de periódico diario, título de*

periódico no diario, señal analógica, señal digital, plataforma técnica de transmisión (terrestre, cable, satélite), transmisión simultánea (en línea), live streaming, podcasting, a solicitud, producción de origen local.



Cuadro 1.3 Canales de radio y teledifusión por penetración técnica y régimen de propiedad

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el número total de canales de radio y teledifusión por penetración técnica y su distribución entre los distintos regímenes de propiedad. El régimen de propiedad de los canales de radio o televisión debe ser consistente con el asignado a las instituciones mediáticas en el cuadro 1.1 (es decir, *público, privado o comunitario*).

Para los propósitos de este cuestionario, la penetración técnica se clasificará en tres categorías: superior al 75% de los hogares, entre el 25% y 75% e inferior al 25% de los hogares del país.

Nota. Nótese que aquí debe contabilizarse la totalidad de los canales locales o nacionales establecidos en su país, con la excepción de las que transmiten exclusivamente vía Internet.



Sírvase consultar en el glosario la definición de: canal y penetración técnica.



Cuadro 1.4: Señal de transmisión de los canales de radio y teledifusión

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el número de canales de radio y teledifusión por señal de transmisión. Las señales de transmisión pueden ser analógicas, digitales o ambas. El número total de canales de radio y teledifusión contabilizado debe ser consistente con el registrado en el Cuadro 1.3.



Sírvase consultar en el glosario la definición de: señal analógica y señal digital, además de la definición de canal.



Cuadro 1.5: Plataformas técnicas de transmisión de los canales de radio y teledifusión

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el tipo de plataforma utilizado por los canales (registrados en el Cuadro 1.3 para transmitir. Esto se refiere al medio empleado por los canales de radio y teledifusión para hacer disponibles sus señales a la población.

Cada canal debe contabilizarse en sólo una de las siguientes categorías de plataformas de transmisión:

Terrestre solamente: la transmisión sólo está disponible vía plataforma terrestre

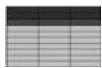
Por cable solamente: la transmisión sólo está disponible vía cable

Por satélite solamente: la transmisión sólo está disponible vía satélite

Combinada: cualquier combinación de las plataformas anteriores



Sírvase consultar en el glosario la definición de: comunidad, canal y plataforma técnica de transmisión.



Cuadro 1.6: Canales comunitarios de radio y televisión por tipo de institución mediática comunitaria

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el número de canales de radio y teledifusión ingresados en el Cuadro 1.3, por tipo de institución autorizada a difundir estos canales. Estos tipos podrían ser:

- Organizaciones comunitarias;
- Establecimientos educativos;
- Instituciones religiosas;
- Otros operadores (otra categoría que sea aplicable en su país).



*Sírvase consultar en el glosario la definición de: **comunidad, canal, organización comunitaria, establecimientos educativos e instituciones religiosas.***



Cuadro 1.7: Viabilidad de los canales de radio y televisión

El propósito de este cuadro es recopilar datos sobre el número de **canales** de radio y televisión recientemente establecidos (con licencia y en operación) o clausurados durante el año reportado. A modo de ejemplo, si los canales A y B se fusionan para dar origen al canal C, contabilice el canal C como recientemente establecido y los canales A y B como **"Clausurados por motivo de fusión"**. Por otra parte, si el canal A es simplemente absorbido por el canal B, contabilice el primero como **"Clausurado por motivo de fusión"** en tanto que el canal B no debe incluirse en este cuadro bajo las categorías "recientemente establecido", "clausurado" o "fusionado". Sírvase observar que los canales de radio y teledifusión recientemente establecidos y fusionados deben ser incluidos en el Cuadro 1.3, mientras que los canales clausurados ya no deberían figurar en las estadísticas de estaciones actualmente existentes, salvo en este Cuadro 1.7. El tipo de régimen de propiedad de canales de radio y teledifusión recientemente establecidos, clausurados o fusionados, es idéntico al utilizado en el Cuadro 1.3.



Cuadro 1.8: Fuentes

En la mayoría de países, instituciones públicas o gubernamentales recopilan datos en forma sistematizada sobre el desarrollo de la industria mediática. Estas entidades suministran informes sobre la expansión de redes de medios de difusión, valuaciones de mercado, estudios sobre lectores, ratings, etc. ¿Existe en su país un tipo de organismo tal como el descrito anteriormente que se ocupe con regularidad del monitoreo de esta industria?

Por favor suministre la periodicidad de acopio de datos indicando la frecuencia con la cual estos son acopiados (anual, cada dos años, etc.)

4.2 CUESTIONARIO SOBRE PERIÓDICOS - periódicos impresos y electrónicos

En esta sección se cubre periódicos publicados en su país (véase el *Recuadro 2*).

Recuadro 2. Definiciones e instrucciones para la recopilación de datos estadísticos sobre periódicos

Para los efectos de este cuestionario, se define periódico como una publicación periódica destinada al público general y diseñada principalmente como una fuente primaria de información escrita, sobre eventos de actualidad nacionales y/o internacionales, temas sociales y políticos, etc. También puede contener artículos, ilustraciones (viñetas/historietas) y publicidad.

Esta definición incluye:

a) **Periódicos diarios**, es decir, periódicos publicados al menos cuatro veces por semana y que informan principalmente acerca de eventos acontecidos desde la impresión del último ejemplar.

b) **Periódicos no diarios**, es decir, periódicos publicados al menos una vez por semana hasta un máximo de 3 veces por semana y publican principalmente eventos acontecidos desde la impresión del último ejemplar representando para sus lectores una fuente primaria de información general.

Las estadísticas sobre periódicos **no deben** incluir publicaciones cuyo principal objetivo sea la publicidad, es decir:

- Catálogos de productos, folletos informativos y otros tipos de publicidad comercial, industrial o turística; o,
- Publicaciones que destaquen las virtudes de productos o servicios prestados por el editor, aunque éstas tengan por objeto describir actividades o avances técnicos en algún sector de la industria o el comercio.

Las estadísticas sobre periódicos **no deben** incluir publicaciones periódicas que aborden estudios o información factual sobre temas especializados, por ejemplo, legislación, finanzas, comercio, medicina, moda, deportes, etc.

Las siguientes categorías deberán considerarse títulos de periódicos separados:

- Ediciones locales o provinciales que difieren marcadamente de la publicación principal, en términos de noticias, crónicas y contenido editorial;
- Suplementos comercializados en forma separada;
- Ediciones especiales, tales como el periódico del domingo;
- Ediciones matutinas y vespertinas, siempre que exhiban nombres distintos o constituyan entidades legales separadas; y
- Ediciones de la misma publicación redactadas en distintos idiomas, si son publicadas en el mismo país.

Las siguientes categorías **no deberán** considerarse como títulos de periódicos::

- Ediciones locales o provinciales del mismo periódico que no presenten diferencias sustanciales, en términos de noticias, crónicas y contenido editorial. Una diferencia que sólo involucre el título o incorpore noticias locales no justifica clasificarlo como un periódico separado; y
- Suplementos no comercializados en forma separada.

Los periódicos publicados EXCLUSIVAMENTE en línea (Internet) **no deberán** considerarse.



Cuadro 1.1: Periódicos diarios y no diarios

Este cuadro acopia información relacionada solamente con el número de periódicos diarios y no diarios sólo impresos o impresos y en línea, por formato de publicación, así como información sobre su circulación promedio por ejemplar (*para ejemplos de cálculos, véase el Recuadro 3*).

Nota: Un título de periódico puede ser sólo pagado, sólo gratuito o gratuito y pagado. Sírvase incluir solamente el volumen promedio de circulación de las versiones impresas, es decir, en el caso de periódicos que aparecen tanto en formato impreso como en línea, el único promedio de circulación que interesa conocer es el de los primeros.

Sírvase proporcionar:

- El número de títulos de periódicos diarios que corresponde a la categoría impresos solamente, y especifique cuántos entre estos son pagados solamente, gratuitos solamente o pagados y gratuitos, así como la Suma total de circulación promedio por ejemplar. Observe, también, que la Suma total de circulación promedio por ejemplar reportado para la categoría "impresos

- El número de títulos de periódicos diarios tanto impresos como en línea y especifique cuántos son pagados solamente, gratuitos solamente o pagados y gratuitos, así como la Suma total de circulación promedio por ejemplar. Observe también, que la suma total de circulación promedio por ejemplar reportado para la categoría “impresos y en línea” es la suma de las tres cifras reportadas en las subcategorías pagados, gratuitos, así como pagados y gratuitos.
- El número de títulos de periódicos no diarios que corresponde a la categoría “impresos solamente”. Especifique cuántos son pagados solamente, gratuitos solamente o pagados y gratuitos, así como la Suma total de circulación promedio por ejemplar.. Observe también, que la suma total de circulación promedio por ejemplar reportado para la categoría “impresos solamente” es la suma de las tres cifras reportadas en las subcategorías pagados, gratuitos, así como pagados y gratuitos.
- El número de títulos de periódicos no diarios que corresponde a la categoría “impresos y en línea”. Especifique cuántos son pagados solamente, gratuitos solamente o pagados y gratuitos así como Suma total de circulación promedio por ejemplar. Observe también, que la suma total de circulación promedio por ejemplar reportado para la categoría “impresos y en línea” es la suma de las tres cifras reportadas en las subcategorías pagados, gratuitos, así como pagados y gratuitos.

La suma total de circulación promedio por ejemplar es la suma de la circulación promedio de todos los periódicos reportados en una categoría determinada. Si requiere ayuda para calcular la circulación promedio total de periódicos diarios y no diarios, sírvase leer el **Recuadro 3**.

Recuadro 3. Circulación de periódicos diarios y no diarios

Diarios: La circulación promedio por ejemplar de periódicos diarios se debe determinar de la siguiente manera: si el periódico se publica 5 veces por semana y su circulación anual total es de 50 millones, la circulación promedio por ejemplar es: $50,000,000 \div 260$ (52 semanas \times 5 veces por semana) = 192.308.

Ejemplo: El país X cuenta con tres periódicos diarios: dos son sólo impresos (uno pagado y el otro gratuito, con una circulación de 150.000 y 125.000 ejemplares, respectivamente) y un tercero, tanto impreso como en línea (la circulación promedio de la versión impresa es de 25.000 ejemplares). En consecuencia, la suma total de circulación promedio por ejemplar de los periódicos diarios en este país es: $150.000 + 125.000 + 25.000 = 300.000$.

No diarios: La circulación promedio por ejemplar de periódicos no diarios se debe determinar de la siguiente manera: si el periódico se publica 2 veces por semana y su circulación anual total es de 2.600.000, la circulación promedio es: $2.600.000 \div 104$ (52 semanas \times 2 veces por semana) = 25.000.

Ejemplo: Además de los periódicos diarios, el país X cuenta con cinco periódicos no diarios: dos son gratuitos y aparecen en formatos impresos y en línea, en tanto que sus versiones impresas tienen una circulación promedio por ejemplar de 45.000 y 60.000 ejemplares, respectivamente. Las tres versiones sólo impresas son pagadas y tienen una circulación promedio de 75.000, 30.000 y 15.000. En consecuencia, la suma total de circulación promedio por ejemplar de estos periódicos no diarios es $45.000 + 60.000 + 75.000 + 30.000 + 15.000 = 225.000$.

Los datos reportados deben ser verificables y provenir de fuentes nacionales y regionales responsables del monitoreo sistemático de la circulación de periódicos en cada país.



Sírvase consultar en el glosario las definiciones de: *circulación promedio por ejemplar, periódicos diarios, periódicos no diarios y formato de publicación.*



Cuadro 1.2: Periódicos diarios y no diarios, por régimen de propiedad y por cobertura

Este cuadro recopila información sobre el número de títulos de periódicos diarios y no diarios por régimen de propiedad y cobertura geográfica. El régimen de propiedad de un título de periódico se clasifica de acuerdo a tres categorías: **público, privado y comunitario**. Si se desconoce el régimen de propiedad de un periódico, sírvase designarlo como **No especificado**.

El término cobertura geográfica se refiere a las principales zonas cubiertas por periódicos diarios y no diarios y se clasifica de la siguiente manera:

- Un **título de periódico nacional** tiene como público objetivo la población general del país y su circulación ha sido prevista para cubrir la totalidad del territorio nacional.
- Un **título de periódico sub-nacional** tiene como público objetivo la población de un determinado estado, región, provincia, distrito o territorio de un país y generalmente se publica en un centro administrativo. Si un periódico cubre la mayoría del país, deberá clasificarse como "nacional".
- Si no se dispone de información sobre la cobertura de un periódico, sírvase considerarlo como **No especificado**.

Una vez determinada la cobertura y el régimen de propiedad de cada periódico diario y no diario, ingrese los totales en los recuadros correspondientes.

No incluya en este cuadro los títulos de periódicos disponibles únicamente en línea. Sólo reporte los periódicos impresos o impresos y en línea.



*Sírvase consultar en el glosario las definiciones de: **formato de publicación, periódicos diarios, y periódicos no diarios.***



Cuadro 1.3: Periódicos comunitarios por principal fuente de financiamiento

En este cuadro, sírvase desglosar el número de títulos de periódicos comunitarios reportados en el Cuadro 1.2, por tipo de fuente principal de financiamiento.

Sírvase clasificar todos los periódicos comunitarios por principal fuente de financiamiento como Gubernamentales, No Gubernamentales o Ambos.

Si un periódico comunitario recibe la mayor parte de su financiamiento de fuentes no especificadas, inclúyalo en la categoría **No especificado**.

No incluya en este cuadro títulos de periódicos disponibles únicamente en línea.



*Sírvase consultar en el glosario la definición de **periódico comunitario**.*



Cuadro 1.4: Características clave de los principales 4 periódicos impresos diarios por más alta circulación promedio por ejemplar.

En este cuadro, por favor clasifique cada título de periódico por circulación promedio por ejemplar y sírvase proporcionar los siguientes detalles para cada uno de ellos:

Circulación promedio por ejemplar: Sírvase consultar esta definición en el glosario. Suministre información para las versiones impresas solamente.

Número de lectores: Sírvase consultar esta definición en el glosario.

Régimen de propiedad: Identifique cada periódico clasificado como público, privado o comunitario.

Principal modelo de distribución: Sírvase indicar si el título es pagado solamente, gratuito solamente o bien pagado y gratuito.

Formato de publicación: Especifique si el título clasificado está disponible en formato impreso solamente o impreso y en línea.

Institución mediática propietaria del periódico: Para cada periódico clasificado utilice la letra A para designar al primer propietario, la B para el segundo, la C para el tercero y la D para el cuarto. Si se diera el

caso de un mismo propietario para más de un título de periódico, désígnelo con la misma letra en las celdas correspondientes.

Origen del propietario: El propietario (accionista mayoritario) de una institución mediática puede ser nacional o extranjero.

Principal fuente de ingreso: Identifique la principal fuente de ingreso del título de periódico clasificado, es decir, la que proporciona el mayor porcentaje del ingreso total.



Sírvase consultar en el glosario las definiciones de: **formato de publicación y circulación promedio por ejemplar y número de lectores.**



Cuadro 1.5: Viabilidad de los periódicos impresos

Este cuadro acopia información sobre el número de nuevos periódicos en su país, por sector, establecidos durante el año reportado (registrados, si necesario, y en operación), además del número de periódicos, por sector, que fueron clausurados o se fusionaron ese mismo año. Sírvase informar cuántos de los periódicos recientemente establecidos (o clausurados) fueron resultado de fusiones.

Sírvase observar que si bien los periódicos recientemente establecidos y fusionados deberán ser incluidos en el Cuadro 1.2, éste no es el caso de los periódicos clausurados.

A modo de ejemplo, si los periódicos A y B se fusionan para dar origen al periódico C, contabilice el periódico C como recientemente establecido y los periódicos A y B como “**Clausurados por motivo de fusión**”.

Por otra parte, si el periódico A es simplemente absorbido por el periódico B, contabilice el primero como “**Clausurado por motivo de fusión**” en tanto que el periódico B no debe incluirse en este cuadro bajo las categorías “recientemente establecido”, “clausurado” o “fusionado”.

Al momento de definir el régimen de propiedad, utilice las categorías público, privado o bien comunitario.



Cuadro 1.6: Fuentes

En la mayoría de países, instituciones públicas o gubernamentales recopilan datos en forma sistematizada sobre el desarrollo de la industria de la prensa escrita. Estos organismos proporcionan informes sobre la expansión de la prensa, estudios sobre lectores, valuaciones en el mercado, circulación, etc. ¿Existe en su país un tipo de organismo tal como el descrito anteriormente que se ocupe con regularidad del monitoreo de esta industria?

Por favor suministre la periodicidad de acopio de datos indicando la frecuencia con la cual estos son acopiados (anual, bienal, etc.)

4.3 CUESTIONARIO SOBRE EL MARCO LEGAL Y REGULADORIO PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Sírvase consultar en el glosario las definiciones de términos clave empleados en este cuestionario.

P3. El objetivo de este cuadro es determinar la tipología de las instituciones responsables de otorgar licencias, autorizaciones de registro o cualquier otro derecho para operar un medio de comunicación (televisión o radio) en su país.

Para cada derecho que aplique al medio específico de su país, primero identifique la institución con el código apropiado (*A = Organismo o autoridad reguladora; B = Jefe ejecutivo (Presidente o Primer Ministro); C = Ministerio sectorial; D = Cuerpo o autoridad legislativa; E = Otra*) y luego suministre el nombre completo de la institución en la celda correspondiente.

- P4. Si su país cuenta con un organismo o autoridad reguladora que se ocupe de los medios de radio y teledifusión, el objetivo de esta pregunta consiste en identificar las responsabilidades de dicho organismo o autoridad entre las enumeradas. Marque solamente las que forman parte de su mandato. Marque "No, este mandato es competencia de otra entidad", si forma parte del mandato de otra entidad. Marque "No, este mandato no existe en nuestro país", si en su país no existe un organismo o autoridad reguladora, sírvase omitir esta pregunta y suministrar mas información en la casilla de metadatos.
- P5. Esta pregunta solicita información sobre la autoridad (o autoridades) ante quien el Servicio Público de Difusión es responsable, por áreas (línea editorial, nombramiento de integrantes, y finanzas). Por favor marque cada área ante quien el Servicio Público de Difusión es responsable.
- P6. Esta pregunta se refiere a las disposiciones legales de un país que precise el número de programas producidos a nivel local e internacional que se permite difundir a través de canales. Por ejemplo, los canales podrían verse limitados a difundir un 20% de programas internacionales y un 80% de programas de producción local. Por favor ingrese la letra "A" si no es aplicable.
- P7. Esta pregunta se refiere a la existencia de normativas establecidas en la legislación nacional que definan el concepto de "radio y teledifusión comunitaria" y correspondiente normas/leyes.
- P9. Esta pregunta indaga sobre la existencia de leyes que establezcan garantías legales que resguarden la confidencialidad de las fuentes periodísticas de información. En términos generales, éstas forman parte de las leyes de prensa formuladas con el fin de brindar protección legal a los periodistas que cubren temas delicados y garantizar el derecho a mantener secretas sus fuentes de información.
- P10. Sírvase indicar si en su país cualquier persona puede practicar periodismo, incluso sin ningún tipo de calificación o formación en esta profesión.
- P12. Se produce una situación de "propiedad cruzada de los medios de comunicación" cuando una Sociedad o persona natural ejerce un interés controlador en dos o más medios distintos que comparten el mismo mercado. Por ejemplo, una compañía propietaria de un canal de televisión y un periódico en la misma ciudad o país.
- P13. Se entiende por "acceso a la información" el derecho a tener acceso, previa solicitud, a documentos oficiales manejados por las autoridades públicas.
- P16. Si su país cuenta con un organismo o autoridad reguladora que se ocupe de la prensa escrita, el objetivo de esta pregunta consiste en identificar las responsabilidades de dicho organismo o autoridad entre las enumeradas. Marque solamente las que forman parte de su mandato. Marque "No, este mandato es competencia de otra entidad", si forma parte del mandato de otra entidad. Marque "No, este mandato no existe en nuestro país", si en su país no existe un organismo o autoridad reguladora, sírvase omitir esta pregunta y suministrar mas información en la casilla de metadatos.

5. GLOSARIO Y DEFINICIONES

A SOLICITUD (ON-DEMAND): Sistema de transmisión que permite al usuario seleccionar contenido de video o audio "a la carta". Las alternativas más comúnmente utilizadas son contenidos de video y audio-video a solicitud.

ALCANCE: Se refiere al número de televidentes/radio escuchas de un canal durante un periodo de tiempo determinado expresado como número absoluto (generalmente diario o semanal) convertido a promedio anual. Por favor exprese este valor como el promedio diario de alcance (de no ser disponible, indique el alcance semanal) durante el transcurso de un año.

AUTORIDAD REGULADORA: Órgano administrativo establecido por ley dotado de la facultad de ejercer funciones reguladoras, normativas fiscalizadoras.

AUTORIZACIÓN: Permiso oficial otorgado generalmente por escrito (carta o documento) que confirma que una institución mediática (de prensa, radio o teledifusión) está autorizada para operar en una localidad determinada del territorio nacional.

CANAL: Servicio de radio o televisión prestado por una institución mediática, consistente en una serie de contenidos programáticos estructurados en un horario definido e identificados por una marca comercial determinada. La transmisión se realiza “en vivo” mediante señales analógicas y/o digitales, generalmente mediante plataforma terrestre, cable, satélite y/o Internet.

CIRCULACION PROMEDIO DIARIA: El número promedio de ejemplares de periódicos diarios y no diarios comercializados o distribuidos diariamente libres de costo dentro del país, por ejemplar (para ejemplos de cálculo de promedio véase el Recuadro 3).

CIRCULACION PROMEDIO POR EJEMPLAR: El número promedio de ejemplares de periódicos diarios y no diarios comercializados o distribuidos libres de costo dentro del país.

CIRCULACION PROMEDIO TOTAL: La suma de la circulación promedio de todos los periódicos reportados en una categoría determinada. Por ejemplo, si en el año 2009 su país reporta tres periódicos no diarios de los cuales las cifras de circulación promedio por ejemplar corresponden a 25.000, 50.000 y 35.000 ejemplares, respectivamente, la circulación promedio total será de 110.000.

CÓDIGO DE CONDUCTA: Cualquier disposición que regule y restrinja el tipo de publicidad que se difunde a través de la radio o la televisión. En algunos países existen códigos y leyes que restringen la publicidad de ciertos productos (tales como alcohol o cigarrillos), el uso de la religión o la participación de niños (niñas).

COMUNIDAD: Un grupo de personas que comparten características o intereses comunes. Una comunidad puede consistir en un grupo de personas residentes de una zona geográfica determinada que comparten características demográficas similares, o un grupo social con intereses comunes independientemente de su ubicación geográfica en el país.

CONTENIDO DISEÑADO PARA TELÉFONOS CELULARES (MÓVILES): Se define como el contenido producido en forma de programa único o programación completa por un canal de televisión especialmente para ser visto por medio de teléfonos móviles o celulares.

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS: Instituciones cuyo único o principal propósito es la provisión de educación. Normalmente, son acreditadas o autorizadas por una autoridad pública. Si bien la mayoría de las instituciones de educación se encuentran bajo la jurisdicción de las autoridades de educación, o son operadas por ellas, otros organismos públicos responsables de las áreas de salud, capacitación, trabajo, justicia, defensa, servicios sociales, etc., también pueden estar involucradas. Asimismo, las instituciones de educación pueden ser operadas por organizaciones privadas tales como instituciones religiosas, grupo de interés especial o instituciones privadas de educación y formación con o sin fines de lucro.

FORMATO DE PUBLICACIÓN

- Los periódicos **sólo impresos** son publicaciones que se imprimen y distribuyen únicamente en papel.
- Los **periódicos impresos y en línea** son publicaciones impresas en papel aunque también son publicados en línea. Los periódicos en línea pueden ser versiones gratuitas o comercializadas de los periódicos impresos.
- Los **periódicos en línea** son publicaciones restringidas exclusivamente a Internet. Se actualizan a intervalos regulares según la periodicidad establecida o tan a menudo como sea necesario.

FUSIÓN: Operación que consiste en combinar dos compañías para formar una sola. Una fusión es muy similar a una adquisición o absorción, excepto que en el caso de la primera los accionistas de ambas empresas conservan un interés compartido en la nueva compañía. En contraste, en una **adquisición** una empresa compra la mayor parte de las acciones de la segunda empresa, estableciendo un desequilibrio en términos de propiedad accionaria de la nueva compañía.

INSTITUCIONES DE RADIO Y TELEDIFUSIÓN QUE OPERAN EN SU PAÍS: Para los efectos de este cuestionario, son entidades legalmente autorizadas (si requerido) para operar, en el ámbito de su responsabilidad editorial, por lo menos un canal de radio y/o televisión especialmente **editado** para la

población de un país determinado, transmitida bajo la modalidad lineal [incluyendo la modalidad a solicitud (near-on-demand)].

La definición de institución de los medios de radio y teledifusión debe excluir a las empresas productoras, los operadores de redes u otros prestadores de servicios mediáticos tales como distribuidores de servicios teledifusión por cable, desarrolladores de paquetes, agregadores de contenido, publicistas, agencias de noticias, etc., a no ser que operen sus propios canales de radio y teledifusión.

INSTITUCIONES MEDIÁTICAS COMUNITARIAS: Entidades locales de radio y teledifusión o editoriales sirviendo generalmente a los intereses de la comunidad.

INSTITUCIONES MEDIÁTICAS EXTRANJERAS: Para los efectos de este cuestionario, son aquellas entidades que, sin ninguna autorización legal específica, proveen servicios de radio y teledifusión a la población nacional de un país determinado y cuyos contenidos no son específicamente adaptados para audiencias nacionales.

INSTITUCIONES MEDIÁTICAS PRIVADAS: Entidades de medios de comunicación en su país, operadas y de propiedad de compañías o individuos registradas en el país y con fines de lucro.

INSTITUCIONES RELIGIOSAS: En ocasiones, iglesias, templos, mezquitas y otros lugares de culto que existen con la finalidad de apoyar y gestionar la práctica de un conjunto específico de creencias religiosas.

LICENCIA: Autorización que toda institución mediática debe solicitar en forma previa a iniciar cualquier actividad, y cuya solicitud pueda ser aprobada o rechazada. En el caso de radio o teledifusión, la licencia es asignada para utilizar recursos públicos tales como las frecuencias del espectro.

LIVE STREAMING: La transmisión en vivo de contenidos de video y/o de audio a través de Internet en tiempo real utilizando una corriente ininterrumpida (*streaming*) de datos, por ejemplo, cuando el usuario ve o escucha un archivo de multimedia sin necesidad de descargarlo previamente..

LIVE STREAMING EN INTERNET: La transmisión lineal (en vivo) sin interrupción de contenidos de video y/o de audio vía Internet.

MODO LINEAL: Se refiere a servicios de televisión analógica, live streaming y web-casting prestados por una institución mediática con el objetivo de ofrecer programas para ser vistos de forma simultánea y en base a la rejilla de programación ofrecida y contrariamente al modo no-lineal, el cual se refiere a la oferta de servicios a solicitud (*on-demand en ingles*) (servicios proporcionados en un momento determinado por el usuario y bajo su solicitud basado en un catalogo de programas propuestos por la institución mediática).

NIÑOS(NIÑAS): El Artículo 1 de la Convención sobre los derechos del Niño establece: ".....se entiende por niño todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad".

NÚMERO DE LECTORES: Término general para referirse al número promedio de personas que lee una publicación determinada en el transcurso de un día corriente. El término incluye tanto a la persona que adquiere la publicación como a las que la han leído.

Nota: Si bien la circulación se calcula en base al número de ejemplares vendidos y distribuidos gratuitamente, el número de lectores sólo se puede determinar a través de una encuesta. Por ende, las cifras correspondientes a la audiencia/lectores son mayores que las cifras de circulación dado que un solo ejemplar puede tener múltiples lectores.

ORGANISMO DE AUTOREGULACIÓN: Es una entidad compuesta por instituciones mediáticas con la finalidad de ejercitar cierto grado de supervisión y regulación en la industria de los medios de comunicación y profesiones.

ORGANIZACIONES COMUNITARIAS: Entidades que representan los intereses de una comunidad (para los efectos de este cuestionario, estas entidades no están asociadas con asuntos religiosos o educativos)

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONG): Entidades no estatales que brindan servicios sociales y trabajan sin fines de lucro.

PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA: El porcentaje promedio de personas que ven un determinado canal de televisión o escuchan un determinado canal de radio, contrariamente al número total de personas que ven cualquier canal de televisión o escuchan cualquier canal de radio, en un período de tiempo determinado (durante una hora, durante el día, durante la semana, durante el año).

PARTICIPACIÓN DE MERCADO: El porcentaje de ingreso total atribuible a una determinada institución mediática (radio, teledifusión, o prensa) con respecto al ingreso total obtenido de la suma de los ingresos de todas las instituciones mediáticas (radio, teledifusión, o prensa) del mercado en que participa.

PENETRACIÓN TÉCNICA: Término relacionado con el público potencial del canal, es decir, el número de hogares que en principio estarían en condiciones de recibir el canal [texto adaptado a partir de la base pública de datos MAVISE del Observatorio Audiovisual Europeo (EAO)] expresado como porcentaje del número total de hogares de un país o territorio determinado.

PERIÓDICOS COMUNITARIOS: Periódicos publicados por un organismo mediático comunitario.

PERIÓDICOS DIARIOS: Publicaciones que reportan principalmente noticias y eventos por lo menos cuatro veces por semana desde la edición anterior del periódico.

PERIÓDICOS EXTRANJEROS: Títulos de periódicos pertenecientes y publicados por una entidad pública, privada o comunitaria con sede fuera del país.

PERIÓDICOS GRATUITOS: Periódicos que suelen ser distribuidos a cualquier lector interesado sin cobro alguno.

PERIÓDICOS NO DIARIOS: Aquellos publicados menos cuatro veces por semana pero, por lo menos, una vez a la semana.

PERIÓDICOS PAGADOS: Cualquier periódico vendido a lectores interesados.

PERIÓDICOS PRIVADOS: Publicación perteneciente a una persona o compañía nacional privada o extranjera y publicada por ésta principalmente con fines de lucro.

PERIÓDICOS PÚBLICOS: Títulos pertenecientes y publicados por una entidad de propiedad pública o estatal o subvencionada por una entidad pública o estatal.

PERIODISTAS: Profesionales contratados por organizaciones de los medios de comunicación responsables de investigar, interpretar, editar, escribir y producir noticias, así como contenidos mediáticos para la radio, la televisión y otros medios. Este término incluye a locutores/anunciantes de radio y teledifusión aunque excluye ocupaciones tales como las de relacionador público, fotógrafos periodísticos y camarógrafos (adaptado de la *Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones 2008*).

PERSONA DISCAPACITADA es una persona con incapacidades. Según la Organización Mundial de la Salud, discapacidad es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones a la actividad y las restricciones a la participación. La deficiencia es toda pérdida o anomalía de una estructura o función fisiológica; la limitación a la actividad es un impedimento para realizar una tarea o acción; mientras que una restricción a la participación es una situación que limita o impide a la persona desempeñar un rol social.

PLATAFORMA TÉCNICA DE TRANSMISIÓN: Término referido a las plataformas y a los operadores que sustentan las estaciones de radio y teledifusión [texto adaptado a partir de la base pública de datos MAVISE del Observatorio Audiovisual Europeo (EAO)].

PODCASTING VÍA INTERNET: Programas de audio o video pregrabados disponibles a través de Internet

PODCASTS: Programas de audio o video pregrabados susceptibles de ser descargados de Internet y escuchados o vistos mediante el uso de dispositivos móviles que no están necesariamente conectados a Internet.

PRODUCCIÓN EXTRANJERA: Todo programa producido y financiado fuera del país informante cuyos contenidos no son específicamente editados (ej., doblados o sub-titulados), para la audiencia local del país informante.

PRODUCCIÓN DE ORIGEN LOCAL: Programas financiados y producidos en el país por compañías (difusores o productores) con sede en el país y específicamente dirigidos a la población local.

PROGRAMAS GENERALISTAS O CANALES: Son programas y canales que cubren temas no específicos, diferentes géneros, o no selectivos o especializados cuyo objetivo es atraer una mayor y diversa audiencia, generalmente caracterizado por un alto grado de sustitución ante los ojos del consumidor.

PROGRAMAS TEMÁTICOS O CANALES: (contrariamente a programas generalistas) Programación y canales centrados en torno a un género o tema específico y dirigidos a una audiencia objetivo la cual brinda a sus oyentes o televidentes contenidos que corresponden a gustos individuales.

PROPIEDAD CRUZADA: Situación que se da cuando una sola Sociedad (compañía) opera o es propietaria de más de un medio de comunicación (ej. canal de televisión, o licencias y de prensa).

RADIO O TELEDIFUSIÓN PAGADA: Se refiere a servicios de televisión (o radio) basados en suscripciones los cuales usan señales codificadas u otros métodos para controlar el acceso de usuarios, generalmente requieren una cuota por derecho a utilización.

RATING: Término relacionado con el porcentaje de individuos que miran o escuchan un canal de televisión o de radio determinado del número total de individuos en el país. Por favor exprese este valor como el rating promedio durante el transcurso del año.

RÉGIMEN DE PROPIEDAD: Sector al que pertenece el operador económico. Para efectos de esta encuesta, los siguientes tres sectores que caracterizan a las instituciones mediáticas han sido identificados:

Público: La institución es propiedad del gobierno o Estado.

Privado: La institución es propiedad de un grupo de personas o de una compañía privada.

Comunitario: La institución es propiedad de una organización comunitaria o no gubernamental (ONG).

REGISTRO: Procedimiento necesario para obtener la autorización de publicar o transmitir por radio o televisión. Esta autorización la otorga un órgano o autoridad reguladora competente tras la presentación de los documentos requeridos.

SEÑAL ANALÓGICA: Término referido a la tecnología tradicional de transmisión por medio de ondas electrónicas en el cual la codificación y la modulación de la señal no necesitan ser convertidas a código binario.

SEÑAL DIGITAL: Una señal electrónica transmitida como código binario que puede representar la presencia o ausencia de corriente, voltajes altos o bajos o pulsaciones cortas de una frecuencia determinada. Comparadas a las **señales analógicas**, las transmisiones basadas en la tecnología digital ofrecen textos, imágenes y sonidos de mejor calidad así como otras características mejoradas.

SERVICIOS PÚBLICO/ESTATALES DE RADIO Y TELEDIFUSIÓN: Servicios prestados por un organismo de derecho público y financiados directamente por el Estado o a través de pagos de licencia recaudados de los receptores, actividades de publicidad, o cualquier combinación de estas tres modalidades de financiamiento.

TELEDIFUSIÓN GRATUITA: Término referido a canales de televisión y servicios accedidos de forma gratuita, ej., no requieren pago por suscripción.

TRANSMISIÓN SIMULTÁNEA (SIMULCAST): Programas o eventos que se transmiten al mismo tiempo a través de más de una plataforma mediática.

TRANSMISIÓN SIMULTÁNEA (EN LÍNEA) (ONLINE SIMULCAST): Programas o eventos que se transmiten simultáneamente en línea y a través de cualquier otra plataforma mediática.

Un programa se puede definir como **transmisión simultánea en línea** si corresponde en un 100% a la modalidad *live streaming* y si la totalidad del contenido se transmite simultáneamente en línea y a través de cualquier otra plataforma mediática.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Informes anuales/bianuales, manuales y sitios Web de los ministerios de información, comunicación, radio y teledifusión, tecnologías de la comunicación, etc.
2. Informes elaborados por los departamentos nacionales de estadística de los gobiernos nacionales, provinciales o estatales de diversos países.
3. Informes elaborados por asociaciones, sociedades, instituciones, órganos normativos, etc., de radio y teledifusión.
4. *Circulation of Newspapers* <http://www.wan-press.org/article14362.html>
5. *World Press Trends Survey 2009 World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA)*: <http://www.bizcommunity.com/Article/196/15/40369.html>
6. <http://www.wan-press.org/article14362.html>
7. *World Media Handbook* : <http://www.ponline.org/docs/0039/064993.html>
8. *CIA World Factbook* <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
9. *Handbook on Mass Media in the United States: The Industry and Its Audiences*:
10. <http://www.questia.com/library/book/handbook-on-mass-media-in-the-united-states-the-industry-and-its-audiences-by-brown-h-carpenter-erwin-k-thomas.jsp>
11. *The World Factbook*, 2008 <http://www.bartleby.com/151/>
12. *Media Laws* <http://www.medialaw.com.sg/ethics/jcode.htm>
13. Código de ética de los países <http://www.medialaw.com.sg/ethics/jcode.htm>,
14. <http://www.cbc.ca/news/background/internet/podcasting.html> Fuentes de información adicional sobre 'podcasting' en radio y televisión
15. *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative*.
16. European audiovisual observatory <http://www.obs.coe.int/db/index.html.en>
17. Federal Communications Commission (FCC) <http://www.fcc.gov/>
18. Nordic Information Center for Media and Communication Research (NORDICOM) <http://www.nordicom.gu.se/eng.php?portal=&main=>