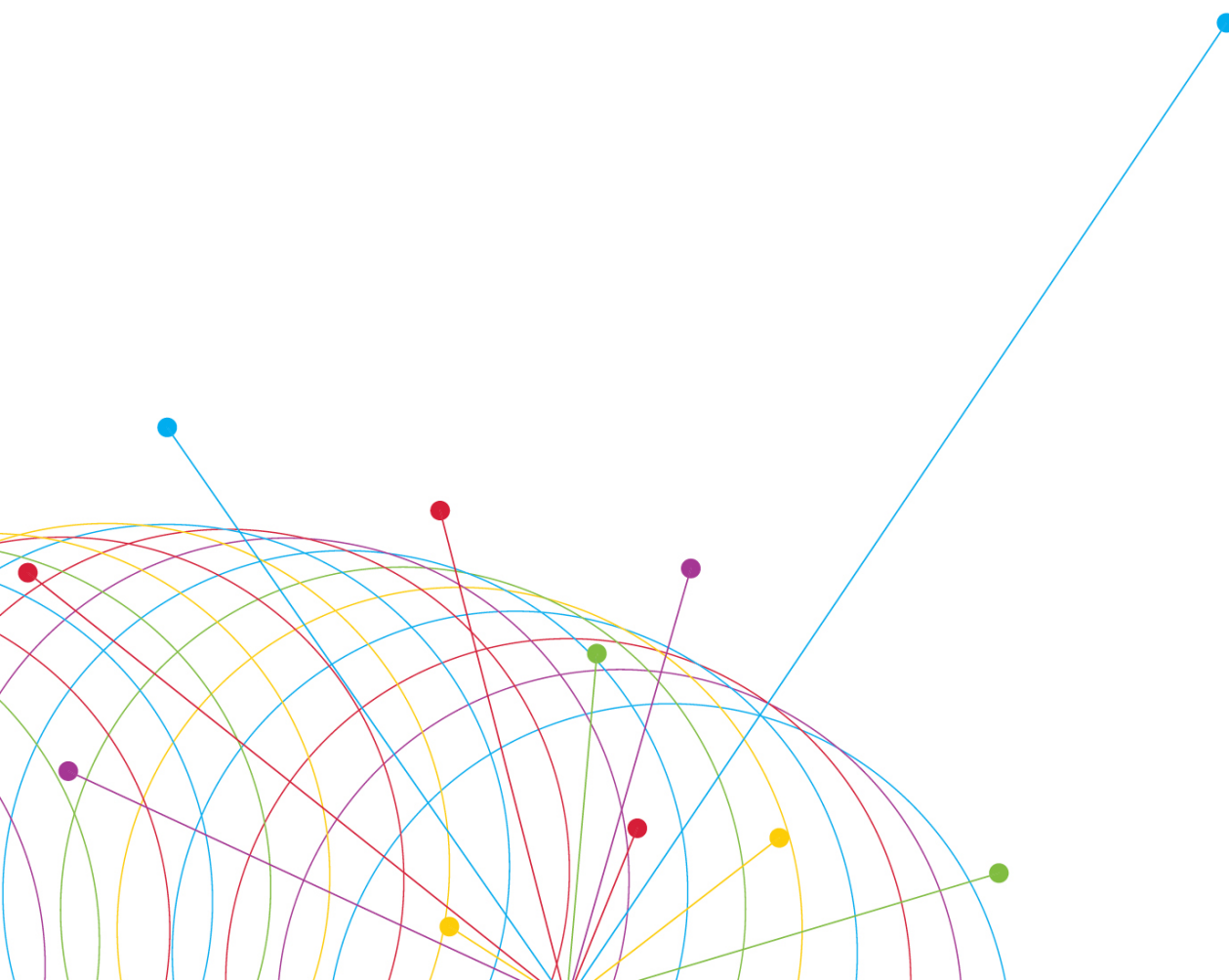


# MANUAL DE DISTORSIÓN DE RATINGS Y IMPARCIALIDAD DE RATINGS

GUIA DE NIELSEN PARA ESTACIONES DE RADIO SOBRE ACTIVIDADES ESPECIALES DE LAS ESTACIONES



## INTRODUCCIÓN

La industria de la radio depende de los resultados de las encuestas de oyentes para calcular el tamaño y la composición de las audiencias de radio. Las actividades de una estación que afectan la credibilidad de este sistema de medición de audiencias tienen el potencial de disminuir el valor percibido de la radio como medio de publicidad, así como su credibilidad como un proveedor honesto e indispensable de información y entretenimiento.

Para ayudar a mantener la integridad de las estimaciones de los radioescuchas, y por tanto, la credibilidad de la radio como un medio saludable y dinámico, Nielsen ha preparado la Guía sobre *Actividades Especiales de las Estaciones*, en cooperación con radiodifusores, anunciantes y otros grupos de la industria. Estas guías tienen por objetivo ayudar a los radiodifusores a evitar actividades que pudieran predisponer a los participantes de la encuesta o distorsionar los resultados de la misma.

Este manual describe las reglas de Nielsen sobre las actividades especiales de las Estaciones y proporciona ejemplos que pueden ser de utilidad para los radiodifusores, anunciantes y otros usuarios de las estimaciones de radioescuchas de Nielsen. Sin embargo, este manual no intenta proporcionar un código de conducta exhaustivo. La creatividad de los radiodifusores y de la siempre cambiante naturaleza de la industria de la radio no permite proporcionar en un manual, una lista que contenga todas las actividades que deben ser evitadas. Este manual proporciona orientación a quienes tratan de preservar el valor de los cálculos de radioescuchas como una herramienta para la toma de decisiones.

## PRÓLOGO

Cualquier actividad de la estación de radio que pueda sensibilizar o sesgar a los radioescuchas en relación con el proceso de la encuesta, o que pueda distorsionar los resultados de la encuesta, está sujeto a las guías de distorsión e imparcialidad de ratings de Nielsen. Estas incluyen actividades de la estación que tienen lugar en las redes sociales.

Por favor tenga en cuenta que los ejemplos de esta manual fueron incluidos con fines ilustrativos y no consideran todos los casos, por lo que no deben ser considerados como absolutos de las guías de Nielsen de actividades especiales de las estaciones o lo que determina Nielsen que puede hacer con respecto a un evento o conjunto de circunstancias en particular.

## PRE-REVISIONES

Nielsen recomienda una revisión previa y confidencial de las actividades promocionales de la estación como el medio más efectivo para evitar actividades que puedan provocar distorsión o imparcialidad de ratings.

## PREGUNTAS Y RESPUESTAS

### ¿QUÉ ES DISTORSIÓN DE RATINGS?

Cualquier actividad de una estación que Nielsen considere que pueda afectar la manera en la que los participantes de encuestas registran lo que escuchan, para que la audiencia registrada difiera de la audiencia real, es considerada como una distorsión de rating. La distorsión de ratings incluye actividades de estaciones a través de las cuales la estación puede conocer la identidad de los participantes de encuestas; acceder a, o ejercer influencia sobre los diarios o registros de encuestas actuales o futuras; o bien, inducir el uso de registros de encuesta para propósitos diferentes a los previstos por Nielsen.

Las actividades de distorsión de ratings pueden tomar la forma de una solicitud al participante de encuestas, actividades promocionales indebidas o cualquier otra actividad que induzca a los participantes de encuestas a dar informes exagerados o equivocados de lo que escuchan.

**La Solicitud al Participante de Encuestas** es un intento por parte de o en nombre de una estación que hace que los participantes de encuestas reporten un registro de audiencia diferente a la real. Puede tomar la forma de un llamado público o privado a los participantes de encuestas para que entreguen sus registros de encuesta o informen erróneamente de cualquier manera sobre sus verdaderas preferencias. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de potencial para la distorsión de ratings serían:

- Una oferta al público para “comprar” diarios de Nielsen.
- Pedir a los oyentes que entreguen sus diarios de encuesta como formas de inscripción a un concurso o que utilicen el diario de encuesta como “prueba” de la duración de audiencia.
- Pedir a los participantes de la encuesta que representen en forma errónea la composición de su hogar.
- Dar instrucciones a los oyentes para que registren una cantidad específica de horas de audiencia. (Por ejemplo: “si alguien pregunta, dile que escuchas esta estación tres horas al día”.)
- Dar instrucciones a los oyentes para que no anoten estaciones específicas en sus diarios de encuesta.
- Pedir a los oyentes que “apoyen” o “ayuden” a las estaciones a elevar los ratings reportando más horas de radio escucha que las reales.

**Las Actividades Promocionales Impropias** son aquellas actividades que, sin dirigirse directamente a los participantes de encuestas, inducen de todas maneras a los mismos a elaborar un informe exagerado, o equivocado de la audiencia real. Algunos ejemplos con este tipo de potencial de distorsión de rating pueden ser:

- Reglas del concurso que otorguen premios mayores (o una mayor oportunidad de ganar) basados en mayor tiempo de escucha reportado verbal o escrito.
- Discusiones que enfatizan la importancia de registrar largas horas de audiencia en los diarios de la encuesta. (Estas discusiones pueden incluir conversaciones en programas de entrevistas o columnas o artículos que no hayan sido solicitadas por el personal de estación de radio de cualquier medio publicitario, que debatan el proceso de encuesta de la radio.)
- Concursos o publicidad que puedan hacer que los participantes de encuesta confundan sus registros con inscripciones (posiblemente debido al parecido a un diario de encuesta o a ambigüedad en las instrucciones del concurso).
- Promociones que sugieren que se escuchó una programación específica, incluso si a los oyentes no se les ha pedido que informen lo que escucharon (por ejemplo, “WAAA –la estación que escuchó durante todo el día en el trabajo”).

### ¿SE CONSIDERA “LA PROMOCIÓN EXAGERADA” UNA FORMA DE DISTORSIÓN DE RATINGS?

La distorsión de ratings a veces se confunde con “la promoción exagerada”. La distorsión de ratings implica la realización de actividades de estación que puedan inducir a los participantes de encuestas a registrar horas de audiencia que difieran de las horas de audiencia reales. La promoción exagerada hace referencia a actividades de estación diseñadas para lograr una mayor audiencia real durante el período de encuesta. La distorsión de ratings se menciona en las pautas de las Actividades especiales de estación de Nielsen; la promoción exagerada, no.

### ¿QUÉ ES SESGO O IMPARCIALIDAD DE RATINGS?

Cualquier anuncio, declaración o actividad que induzca de manera distintiva a los oyentes de una estación en particular a participar en encuestas de Nielsen (en comparación con los oyentes de otras estaciones), o que pueda sensibilizar a los oyentes en el proceso de registro en los diarios, es considerado imparcialidad de rating.

Las actividades de imparcialidad de ratings pueden tomar la forma de anuncios de encuesta directos (descritos abajo), pero por lo general se logran a través de declaraciones o actividades menos directas dirigidas a quienes puedan ser participantes de encuestas. Todas esas actividades amenazan la objetividad del proceso de encuesta- no necesariamente porque se inducirá a los oyentes a dar un informe equivocado de lo que escuchan –sino porque los oyentes de una estación que esté

involucrada en una actividad de imparcialidad o sesgo de ratings pueden:

- *De manera diferenciada* verse inducidos a participar en la encuesta de Nielsen (lo que significa, que puede ser que los radioescuchas de la estación tengan mayor probabilidad de participar en la encuesta que los radioescuchas de otras estaciones).
- *De manera distintiva* verse sensibilizados a registrar lo que escuchan (en otras palabras, los radioescuchas pueden registrar que escuchan esa estación determinada de manera diferente a como que escuchan otras estaciones).

Consecuentemente, Nielsen se preocupa por cualquier actividad de alguna estación que induzca a los participantes de la encuesta a reportar lo que escuchan (a diferencia de actividades que inducen a posibles miembros de la audiencia a escuchar una estación).

**Los Anuncios de Encuesta** son mensajes enviados por una estación de radio en cualquier medio que alerta a los radioescuchas que se está realizando o que se va a realizar una encuesta, o enfatizan la importancia de participar en encuestas de ratings de radio -independientemente de si los anuncios incluyen las palabras “Nielsen” o “diario”. De hecho, frecuentemente dichos anuncios aconsejan a los participantes de la encuesta a ser “honestos” o “precisos” al reportar su escucha. Estas instrucciones no niegan el potencial de un anuncio a sesgar la encuesta. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de potencial de imparcialidad de rating son:

- “En las próximas semanas, se llevarán a cabo encuestas de audiencia en esta área. Si se le pide participar, le sugerimos reportar su escucha de radio lo más completa y precisa posible.”
- “Si usted mantiene un diario de ratings, escuche WAAA.”
- “Si usted recibe una encuesta de radio por correo, no lo tire, ¡llénelo!”
- “No hablaremos de esto al aire, pero como miembro del club de oyentes leales de WAAA, es importante que participe en todas las encuestas de radio que pueda.”

**Los Llamados Indirectos** a los participantes de las encuestas pueden no hacer referencia directa a las encuestas de ratings o a Nielsen, pero aun así, pueden afectar la manera en la que los participantes de la encuesta reportan lo que escuchan en la estación de radio que transmite el mensaje.

A veces tales mensajes impulsan a los oyentes a llevar un registro de su escucha o decirles a otros acerca de su escucha. Otros llamados indirectos usan lenguaje o gráficas que sugieren o describen el proceso de encuesta, o que enfatizan que el éxito de la estación depende de lo que reportan los oyentes. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de potencial de sesgo de rating podrían ser:

- “Si lleva un registro de lo que escucha, esto es WAAA, su estación número uno para rock clásico.”
- “Querido diario: Escuché todas las noticias en WAAA.”
- “Y recuerden, cuando alguien le pregunte cuál es su estación favorita, escriba WAAA.”
- Promociones o envíe piezas directamente o imprima anuncios que se parezcan al nombre de Nielsen, materiales o metodología.

**Otras Actividades de Imparcialidad o Sesgo de Rating:** Aunque muchas actividades de imparcialidad de ratings consisten en anuncios pre-planeados, estilizados o repetidos, la imparcialidad de ratings puede tomar también otras formas si, en opinión de Nielsen, la actividad sensibiliza al participante de ante las encuestas de Nielsen. En ocasiones, por ejemplo, las personas que llaman a los programas de radio de participación en vivo, hacen preguntas o expresan opiniones acerca de las encuestas de Nielsen, el mantener un diario, la metodología de la encuesta de radio o sobre temas similares. Al responder a estas preguntas de manera que alargue o amplíe los debates sobre estos temas, las estaciones pueden involucrarse en actividades de imparcialidad de ratings.

Con procedencia de la información de la encuesta anterior en forma de publicidad que promueve el éxito de una estación en encuestas anteriores, como se permitió por el acuerdo contractual de Nielsen, no constituye sesgo de rating. Sin embargo, note que las referencias al desempeño de una estación en encuestas anteriores en el contexto de apoyo, u otras referencias indirectas al proceso de encuestas, no están protegidas bajo estas guías y pueden ser citadas por Nielsen como actividades con potencial de imparcialidad.

La búsqueda de información anterior de encuestas en forma de publicidad que promueva el éxito de una estación en encuestas anteriores, como se permite en el acuerdo derivado del contrato con Nielsen, no constituye un sesgo o imparcialidad de ratings. Sin embargo, tenga en cuenta que las referencias al desempeño de una estación en encuestas anteriores en las llamadas de apoyo u otras sugerencias indirectas en el proceso de encuesta no están protegidas bajo esta pauta y de hecho, pueden ser consideradas por Nielsen como actividades con posibilidad de sesgo o imparcialidad de ratings.

## ¿QUÉ MEDIDAS TOMARÁ NIELSEN ANTE LA IMPARCIALIDAD O DISTORSIÓN DE RATINGS?

Nielsen se reserva el derecho de quitar de su lista de reportes, computadoras y demás servicios, las estimaciones de radioescuchas y mediciones de las estaciones de radio que se consideren han estado involucradas en actividades que pueden derivar en sesgo o distorsión de ratings, de acuerdo al criterio de Nielsen.

Las actividades de distorsión o imparcialidad de ratings pueden resultar en:

- Un aviso especial en los reportes de Nielsen

- Una bandera o notificación en las estimaciones de audiencia de la estación involucrada
- Enlistar a la estación por “debajo-de-la-línea”- posicionamiento de las estimaciones de audiencia de una estación fuera de secuencia alfabética en el reporte de mercado, debajo de una línea de distinción especial
- Ser retirados de las estimaciones

Las actividades pueden ser citadas como distorsión o sesgo de rating, independientemente de si son transmitidas al aire o comunicadas por cualquier otro medio.

### **¿CÓMO PIDO UNA REVISIÓN PREVIA DE LAS ACTIVIDADES PLANEADAS DE MI ESTACIÓN?**

La Comisión de Actividades Especiales de Estaciones ofrecen análisis confidenciales de materiales promocionales por teléfono, correo, fax o correo electrónico. Seguimos recomendando las revisiones previas de materiales promocionales de las estaciones, como el medio más eficaz para evitar actividades que puedan provocar imparcialidad de ratings.

Se le avisará a las estaciones sobre inquietudes de posible distorsión de ratings o imparcialidad de ratings que aparezca en el material que se nos presente. Sin embargo, debido a que el contexto de una declaración o gráfico puede alterar su capacidad para predisponer a los participantes en la encuesta o distorsionar los resultados de la misma, la manera en que tales actividades se pongan en práctica podría causar preocupaciones que necesiten una revisión adicional. Una actividad de estación que sea diferente de lo que se presentó en la revisión previa, podría ocasionar preocupaciones que justifiquen su notificación a los usuarios (a través de cualquiera de los métodos previamente descritos). Por lo tanto, se les aconseja a las estaciones que soliciten análisis previas adicionales si las actividades planeadas tienen probabilidades de cambiar.

### **¿CÓMO SOLICITO UNA INVESTIGACIÓN SOBRE UNA ACTIVIDAD DE OTRA ESTACIÓN?**

El Comité de Actividades Especiales de Estaciones de Nielsen revisará cualquier correspondencia y demás material que la acompañe, la cual documente las actividades de una estación. La correspondencia deberá estar en papel membretado del grupo o de la estación, y debe incluir el cargo del remitente o la afiliación a la compañía que lo envía, así como una descripción completa de la actividad, como a continuación se señala:

- Las siglas de identificación de la estación que realiza la actividad
- La(s) fecha(s) y frecuencia de la actividad, y (si están disponibles) la hora de inicio y conclusión de la actividad
- Tipo de actividad (anuncio, concurso, promoción, etc.)
- Medio utilizado (al aire, correo directo, periódico, internet, etc.)
- Muestra(s) de la actividad (prueba al aire, anuncio de periódico, dirección web, etc.)

Las estaciones que soliciten una investigación pueden discutir el problema por teléfono llamando al (410) 312-8396 antes de proceder con la correspondencia formal. Toda correspondencia y documentación (de las estaciones que soliciten una investigación) deben recibirse a más tardar el día siguiente al último día de la encuesta. Es política de Nielsen no revelar la identidad de las estaciones que solicitan investigaciones de actividades especiales de estaciones, salvo que lo requiera la ley.

**¿CÓMO RESPONDERÁ NIELSEN?**

El Comité revisará toda la correspondencia y documentación para determinar si se justifica una investigación formal. Si la actividad en cuestión parece tener posibilidad de distorsión o sesgo de ratings, se llevara a cabo una investigación formal para recopilar y verificar los detalles completos, antes de hacer una evaluación final. Una vez que la estación responda, el Comité evaluará toda la información disponible. Si no se recibe una respuesta, el Comité basará su decisión en la información disponible de otras fuentes. El Comité determinará si la actividad de la estación contiene distorsión o sesgo de ratings y si así lo hace, designará las acciones que se llevarán a cabo.



## INFORMACION ADICIONAL

Las actividades de estación recurrentes podrían tener mayor posibilidad de Distorsión de ratings e/o imparcialidad de ratings que las actividades aisladas. Como resultado, una actividad que sea repetida por una estación (o muchas actividades diferentes por parte de una estación), podrían merecer una notificación más importante que una actividad similar aislada.

Nielsen revisará la posibilidad de distorsión de ratings e/o imparcialidad de ratings de las actividades realizadas en cualquier momento (no sólo durante, o cuatro semanas antes de, una encuesta), si a juicio de Nielsen, la actividad tiene la posibilidad de debilitar la credibilidad de la encuesta. Las actividades que tienen lugar cerca del final de un período de encuesta—con la finalidad de permitir una revisión completa—podrían ser, a discreción de Nielsen, registradas en informes que cubran períodos de encuesta subsecuentes a aquél en el que ocurrió la actividad. Nielsen también podría registrar la actividad en más de un informe (por ejemplo, para más de una encuesta o en más de un mercado) si, a juicio de Nielsen, los usuarios de estos informes debiesen ser puestos sobre aviso de la actividad.

El interés y participación profesional de Nielsen en el área de actividades de estaciones no se limita a encuestas de los mercados de radio. Los usuarios de Radio County Coverage y otros reportes que podrían incluir una muestra no sindicada, podrían ser alertados sobre las actividades realizadas por estaciones en su área de audiencia.

El inicio de una investigación en cualquier momento se realiza sólo a discreción de Nielsen.

Las actividades registradas para una sola estación pueden también registrarse para otras estaciones en las que el segmento específico de programación también fue transmitido debido a transmisión simultánea, de afiliación, en cadena u otras relaciones importantes.

Las actividades registradas en los informes de Nielsen podrían o no haber afectado realmente los niveles de audiencia de los que se dio parte. Un efecto de este tipo sería prácticamente imposible de demostrar o negar y Nielsen no intenta hacerlo. Las actividades con posibilidad de distorsión de ratings e/o imparcialidad de ratings, aun así son intrínsecamente perjudiciales para la industria de la radio, publicidad y medición de audiencia. El hecho de que tales actividades tengan lugar, puede debilitar la confianza en los cálculos de audiencia y constituyen un motivo suficiente para notificar a los usuarios de reportes de Nielsen sobre su existencia.

Nielsen se reserva el derecho de utilizar cualquier medio disponible para llamar la atención a cualquier estación, que según la opinión de Nielsen, afecte la integridad de la encuesta, no obstante que la actividad no reúna ninguno de los criterios específicos señalados arriba. Nielsen se reserva además el derecho de tomar medidas adicionales, dependiendo del contenido, frecuencia o reincidencia de la actividad.



## INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nielsen da la bienvenida a preguntas y comentarios sobre la Guía de Distorsión de Ratings e Imparcialidad de Ratings.

Solicitudes sobre consultas de actividades de estación documentadas, solicitudes de revisiones previas confidenciales, o promociones de estación planeadas, o bien, preguntas y comentarios sobre nuestra Guía de Distorsión de Ratings e Imparcialidad de Ratings, pueden dirigirse a:

Dave Willinski  
Special Station Activities Committee  
Nielsen Inc.  
9705 Patuxent Woods Drive  
Columbia, MD 21046-1572  
Phone: (410) 312-8396  
Email: [dave.willinski@nielsen.com](mailto:dave.willinski@nielsen.com)