

Distorsión de Ratings y Parcialidad de Ratings

Manual de la política de
Arbitron sobre Actividades
especiales de estación de radio

Presentación

La industria de la radiodifusión 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 socavan la credibilidad de este sistema de medición de audiencia tienen el potencial para socavar tanto el valor percibido de la radio como un medio de publicidad, como la credibilidad de la radio como un proveedor honesto e indispensable de entretenimiento e información.

Para ayudar a mantener la integridad en los cálculos de oyentes y, por lo tanto, la credibilidad de la radio como un medio saludable y dinámico, Arbitron ha desarrollado pautas para Actividades especiales de estación en cooperación con radiodifusores, anunciantes y otros grupos de la industria. Estas pautas están destinadas a ayudar a los radiodifusores

a evitar actividades que puedan predisponer a los participantes en la encuesta o a distorsionar los resultados de la misma.

Este Manual describe las pautas de las Actividades especiales de estación de Arbitron y proporciona ejemplos que pueden ser de utilidad para radiodifusores, anunciantes y otros usuarios de los cálculos de oyentes de Arbitron. El Manual, sin embargo, no intenta proporcionar un código de conducta exhaustivo. La creatividad de los radiodifusores y la naturaleza siempre cambiante de la industria de la radio impide que cualquier manual proporcione una lista exhaustiva de actividades a evitar. El Manual más bien orienta a quienes buscan conservar el valor de cálculos de oyentes como un instrumento para la toma de decisiones.

Prefacio

Las pautas de Actividades especiales de estación de Arbitron están disponibles para *todas las estaciones de radio* a nivel nacional, sin costo alguno, a través de:

- Un póster a disposición de todas las estaciones de radio con licencia, el cual sintetiza las preocupaciones por la Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings.
- Manual disponible para todas las estaciones de radio con licencia: *Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings –Manual de la política de Arbitron sobre Actividades especiales de estación de radio* (se harán nuevas publicaciones según sea necesario).
- Boletines periódicos de actualización (según sea necesario).
- Reseñas previas: La comisión de actividades especiales de estación se puede contactar por teléfono, correo, fax o correo electrónico para pedir Reseñas previas de materiales promocionales o para discutir las pautas.

Fuentes adicionales de información disponibles para todos los clientes de Arbitron son la *Arbitron Radio Description of Methodology* (*Metodología de descripción de*

la radio de Arbitron) y “Rating Distortion Rating Bias Policies and Procedures (Políticas y procedimientos de Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings)” en la página 12 de cada Informe de mercado de radio. Esta última fuente reflejará cualquier actualización en las pautas para Actividades especiales de estación en efecto antes de la publicación del informe.

Por favor, tenga en cuenta que los ejemplos contenidos en este Manual no son exhaustivos, son sólo ilustrativos, y no deberían ser considerados como los límites absolutos del alcance de las pautas para Actividades especiales de estación o de la determinación que podría tomar Arbitron con respecto a cualquier actividad en particular o conjunto de circunstancias.

Seguimos recomendando las Reseñas previas de materiales promocionales de las estaciones como el único medio más eficaz para evitar actividades que puedan provocar Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings.

Los materiales promocionales de estación, preguntas o comentarios pueden ser dirigidos a:

Dave Willinski
Special Station Activities Committee
Arbitron Inc.
9705 Patuxent Woods Drive
Columbia, MD 21046-1572
Teléfono: (410) 312-8396
Fax: (410) 312-8626
Correo electrónico:
dave.willinski@arbitron.com

Para preguntas en español solamente por favor llame a:

Carlos A. Jarava
Bilingual Senior Research Analyst
Customer Analysis
Arbitron Inc.
Teléfono: (410) 312-8395
Correo electrónico:
carlos.jarava@arbitron.com

Preguntas y respuestas

¿Qué son las Actividades especiales de estación?

Cualquier actividad de una estación de radio que pueda sensibilizar o predisponer a los radioyentes en relación con el proceso de la encuesta, o que pueda distorsionar los resultados de la misma, está sujeta a las pautas para Actividades especiales de estación de Arbitron.

¿Por qué se desarrollaron estas pautas?

Las pautas para Actividades especiales de estación se desarrollaron, a principios de la década de 1960, como respuesta a preocupaciones del público y del Congreso sobre el hecho de que las encuestas en las que se basaban las industrias de radiodifusión y publicidad para la valoración del tiempo comercial y las propiedades de radiodifusión pudieran ser manipuladas. Aunque estos hechos tuvieron lugar hace décadas, actualmente estas inquietudes siguen siendo pertinentes a la industria de la radiodifusión.

El objetivo de Arbitron es proporcionar cálculos objetivos, confiables y verosímiles de los oyentes. En la medida en que las pautas de Arbitron ayuden a impedir actividades que

puedan provocar distorsión o parcialidad, Arbitron, sus clientes y la industria radiofónica en conjunto recibirán un mejor servicio.

Además, como condición para ser acreditada por el Media Rating Council (Consejo de Clasificación de Medios, MRC), y también bajo las conclusiones de la Federal Trade Commission (Comisión federal de comercio, FTC), Arbitron tiene que avisar a los usuarios de sus informes sobre tales actividades.

¿La industria apoya estas pautas?

Las compañías de radio y de publicidad están muy preocupadas por la integridad que se aprecia en los cálculos de oyentes y por el efecto que podría causar esa percepción en los medios radiofónicos. Las siguientes afirmaciones son una muestra del apoyo de esta industria a las pautas de Arbitron:

“La Comisión de investigación de medios de la American Association of Advertising Agencies (Asociación americana de agencias publicitarias, AAAA) se opone a cualquier intento por parte de cualquier medio de alterar los resultados de cualquier encuesta de medición

de audiencia. Nos preocupan esas actividades en la radio.”

“La Comisión ha informado a Arbitron Inc. sobre nuestra postura permanente de que las estaciones de radio involucradas en anuncios publicitarios repetidos y planeados de antemano, o en prácticas que pongan sobre aviso, informen o pidan colaboración con los servicios de medición de audiencia, pueden provocar resultados parciales. El alentar el registro de diarios o el dar parte sobre actividad de oyentes, puede sensibilizar al público y por consiguiente contribuir a la distorsión o a la inflación de los ratings.”

“La Comisión de investigación de medios de AAAA toma con mucha seriedad las infracciones a las reglas contra las prácticas de ‘distorsión’, según lo describen seriamente los servicios de ratings.”

“La Comisión GOALS de la Radio Advertising Bureau (Oficina de publicidad en la radio, RAB)

condena cualquier práctica empleada por las estaciones de radio diseñada para intencionalmente parcializar o causar alteraciones de los cálculos de audiencia reportados por las compañías de ratings.

Preguntas y respuestas

(continuación)

La Comisión se opone a cualquier actividad que pueda comprometer la validez de una encuesta de audiencia. Las estaciones que se sientan tentadas a involucrarse en estas prácticas deben tener en cuenta que no sólo dañan la credibilidad y la validez de la investigación de audiencia, afectando así la capacidad de los anunciantes de hacer negocios provechosos e inteligentes, lo que va en detrimento de todas las estaciones de radio, sino que también las compañías de ratings han adoptado políticas estrictas en contra de estas actividades.”

“Arbitron Radio Advisory Council (Consejo asesor de radio de Arbitron, ARAC) está muy preocupado por las prácticas continuas de actividades de estaciones dedicadas a distorsionar la información de ratings. Tenemos la impresión de que esto compromete la credibilidad de los cálculos de audiencia y recomendamos firmemente que Arbitron tome serias medidas contra cualquier persona que infrinja las normas establecidas. Asimismo, se debe dar un tratamiento especial al juzgar a las estaciones que constantemente infringen esta política tras haber recibido previa advertencia.”

“El Media Rating Council (MRC) se ha unido a la **National Association of Broadcasters (Asociación nacional de radiodifusores, NAB)** en la condena de las actividades en las que se han involucrado algunas estaciones de radiodifusión que distorsionan [o parcializan] intencionalmente las encuestas legítimas de audiencia que se llevan a cabo en sus mercados. En estas actividades se incluye el exhortar al público a colaborar con las encuestas de medición de audiencia. Los anuncios de estaciones u otras prácticas de estaciones dirigidas específicamente a los participantes en la encuesta disminuyen seriamente la veracidad y validez de la investigación de audiencia. Las estaciones que se involucran en estas prácticas afectan de manera relativa los resultados de la investigación, los que a su vez influyen en la credibilidad y la validez de la investigación de audiencia en un mercado de medios cada vez más competitivo.”

¿Cómo ayudarán a mi estación estas pautas?

La vitalidad continua de la industria radiofónica como medio publicitario

depende de la capacidad de los programadores, anunciantes e inversionistas de evaluar el tamaño y las características de la radio audiencia. Las actividades que debilitan la confianza en la capacidad del sistema de ratings para proporcionar esta información también pueden debilitar el beneficio generado por la publicidad y las inversiones en radio.

De una manera más directa, estas pautas pueden ayudar a los programadores y gerentes de estaciones de radio a evitar actividades que debiliten la credibilidad de los cálculos de audiencia *para sus propias estaciones*. Si los usuarios de informes pueden confiar en que recibirán notificación de las Actividades especiales de estación que tienen lugar en su mercado, tendrán un plazo dentro del cual podrán evaluar mejor los cálculos de cada estación.

¿Arbitron “castigará” a las estaciones que “infrinjan” estas pautas?

Las pautas de Arbitron no están destinadas a castigar a las estaciones que se involucren en actividades que puedan provocar distorsión o

Preguntas y respuestas

(continuación)

parcialidad, sino más bien a proporcionar a los usuarios de informes información relacionada con estas actividades. La Comisión de actividades especiales de estación tiene la responsabilidad de informar a los usuarios de informes sobre la forma de actividad de estación más adecuada (que va desde una descripción de actividad en el informe a un aviso de eliminación de la lista del informe).

¿Qué es la Distorsión de ratings?

Cualquier actividad de estación que Arbitron considere que pueda afectar la manera en que los participantes de encuestas registran lo que escuchan para que la audiencia registrada difiera de la audiencia real, se considera una Distorsión de ratings. La Distorsión de ratings incluye actividades de estación a través de las cuales la estación puede: conocer la identidad de los participantes de encuestas; acceder a, o ejercer influencia sobre los registros de encuesta actuales o futuros; o inducir al uso de registros de encuesta con objetivos que no sean los concebidos por Arbitron.

Las actividades de Distorsión de ratings pueden tomar la forma de una Incitación al participante de encuestas, Actividades promocionales indebidas u otra actividad que induzca a los participantes de encuestas a dar informes exagerados, pobres o equivocados de lo que escuchan.

La Incitación al participante de encuestas es un intento por parte de o en nombre de una estación que incita a los participantes de encuestas a hacer un registro de audiencia diferente de la audiencia 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 radiales. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de potencial para la Distorsión de ratings serían:

- Una oferta para “comprar” diarios de encuesta de Arbitron del público.
- Pedir a los oyentes que envíen sus diarios de encuesta como planillas de inscripción al concurso o que utilicen el diario de encuesta como “prueba” de la duración de audiencia.

- Pedir a los participantes en la encuesta que den una falsa imagen de los miembros de su hogar.
- Dar instrucciones a los oyentes para que registren una cantidad específica de horas de audiencia. (Por ejemplo, “si alguien te pregunta, diles 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 dando parte de más horas de audiencia.

Actividades de promoción impropias son aquellas actividades que, sin tener que hacer necesariamente un llamado directo a los participantes de encuestas, inducen de todas maneras a los mismos a elaborar un informe exagerado, pobre o equivocado de la audiencia real. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de potencial para la Distorsión de ratings serían:

- Crear reglas de concursos que otorguen premios mayores (o una mayor

Preguntas y respuestas

(continuación)

oportunidad de ganar) a con base mayores cantidades de horas de audiencia reclamadas o anotadas.

- Debates que recalcan la importancia de registrar largas horas de audiencia en los diarios de encuesta. (Estos debates 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 por planillas de inscripción (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 hoy 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 Arbitron; la promoción exagerada, no.

¿Qué medidas puede tomar Arbitron ante la Distorsión de ratings?

Arbitron puede eliminar de sus informes, cintas de computadora y otros servicios las letras de identificación y cálculos de audiencia de cualquier estación que Arbitron determine que se haya involucrado en actividades que puedan provocar Distorsión de ratings.

Las actividades de Distorsión de ratings que Arbitron considere que no merecen la eliminación pueden registrarse colocando un aviso en los informes de Arbitron, en las portadas de los informes, colocando un indicador en los datos de la computadora y colocando las letras de identificación y cálculos de audiencia fuera de su secuencia alfabética, debajo de una línea distintiva en la parte inferior de cada página pertinente en el informe del mercado (denominado lista “*debajo-de-la-línea*”).

Las actividades pueden mencionarse como Distorsión de ratings, sin tener en cuenta si son transmitidas al aire o se dan a conocer a través de los medios. (Vea la página 10 para más factores importantes relacionados con las actividades de Distorsión de ratings.)

Preguntas y respuestas

(continuación)

¿Qué es Parcialidad de ratings?

Cualquier anuncio, afirmación o actividad que induzca de manera distintiva a los oyentes de una estación particular a participar en la encuesta de Arbitron (en comparación con los oyentes de otras estaciones), o que sensibilice a los oyentes ante el proceso de registrar lo que se escucha en registros de encuestas, se considera Parcialidad de ratings.

Las actividades de Parcialidad de ratings pueden tomar la forma de Anuncios de encuesta directos (descritos abajo), pero por lo general se logran a través de afirmaciones menos directas o de actividades dirigidas a quienes puedan ser participantes de encuestas. Todas esas actividades ponen en peligro la objetividad del proceso de la 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 Parcialidad de ratings pueden:

- *De manera diferenciada verse* inducidos a participar en la encuesta de Arbitron (lo que significa, que puede que los oyentes de la estación tengan mayor probabilidad

de participar en la encuesta que los oyentes de otras estaciones).

- *De manera distintiva verse* sensibilizados a registrar lo que escuchan (en otras palabras, los oyentes pueden registrar que escuchan esa estación determinada de manera diferente a como que escuchan otras estaciones).

Consecuentemente, Arbitron se preocupa por cualquier actividad de estación que induzca a los participantes de encuestas a registrar 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 a través de cualquier medio de publicidad que avisa al oyente que se está realizando o que se va a realizar una encuesta o que recalcan la importancia de participar en las encuestas de ratings de radio —sin tener en cuenta si el anuncio incluye las palabras “Arbitron” o “diario”. De hecho, con frecuencia estos anuncios instan a los participantes en la encuesta a ser “honestos” o “precisos” al dar parte de lo que escuchan. Estas instrucciones no niegan una posibilidad del anuncio para parcializar la encuesta. Algunos ejemplos de

actividades con este tipo de posibilidad de provocar Parcialidad de ratings serían:

- “Dentro de unas pocas semanas, se llevarán a cabo encuestas de audiencia en esta área. Si le piden que participe en estas encuestas, le pedimos que registre todo lo que escucha en la radio de la manera más completa y precisa posible.”
- “Si mantiene un diario de ratings, escuche WAAA.”
- “Si recibe una encuesta de radio por correo, no lo tire —¡llénelo!”
- “No hablaremos de esto en el aire pero como miembro del Club de oyentes leales de WAAA, es importante que participe en cualquier encuesta de radio siempre que pueda.”

Puede que los llamados indirectos

a los participantes de encuestas no hagan referencia específica a encuestas de ratings o a Arbitron, pero aun así pueden afectar distintivamente la manera en que los participantes de encuestas dan parte de lo que escuchan en la estación que transmite el mensaje.

Preguntas y respuestas

(continuación)

A veces, estos mensajes piden a los oyentes a llevar la cuenta de lo que escuchan o a hablar a otros sobre lo que escuchan. Otros llamados indirectos utilizan lenguaje o gráficos que sugieren o describen el proceso de encuesta, o que recalcan que el éxito de la estación depende de que los oyentes den parte de lo que escuchan. Algunos ejemplos de actividades con este tipo de posibilidad de provocar Parcialidad de ratings serían:

- “Si lleva la cuenta de lo que escucha, ésta es WAAA, su estación número uno de rock clásico.”
- “Si alguien te pregunta cuál es la estación que más escuchas, diles que es WAAA, Hot Country.”
- “Querido diario: escuché All News WAAA.”
- “Tienes que decirle a todo el que te pregunte que escuchas esta estación, o nunca llegaremos al primer lugar.”
- “Y recuerda, cuando alguien te pregunte por tu estación favorita, escribe WAAA.”
- Correspondencia directa o publicidad impresa que se asemeje a un diario de encuesta de Arbitron.
- Promociones de concursos donde los premios recuerdan el nombre, materiales o metodología de Arbitron.

Otras actividades de Parcialidad de ratings:

Aunque muchas actividades de Parcialidad de ratings consisten en anuncios previstos, estilizados o repetidos, la Parcialidad de ratings puede tomar otras formas si, en la opinión de Arbitron, la actividad sensibiliza al participante de encuestas ante las encuestas de Arbitron. En ocasiones, por ejemplo, las personas que llaman a programas radiofónicos de participación en vivo hacen preguntas o expresan opiniones acerca de las encuestas de Arbitron, 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 Parcialidad de ratings.

La búsqueda de información anterior de encuestas en forma de publicidad que fomente el éxito de una estación en encuestas anteriores, como se permite en el acuerdo derivado del contrato con Arbitron, no constituye una Parcialidad de ratings. Tenga en cuenta, sin embargo, que las alusiones al rendimiento de una estación en encuestas anteriores en las llamadas de

apoyo u otras alusiones indirectas en el proceso de encuesta no están protegidas bajo esta pauta y de hecho, pueden ser consideradas por Arbitron como actividades con posibilidad de Parcialidad de ratings.

¿Qué medidas puede tomar Arbitron ante la Parcialidad de ratings?

Las actividades de Parcialidad de ratings pueden registrarse colocando las letras de identificación y cálculos de audiencia fuera de su secuencia alfabética “debajo-de-la-línea” en la parte inferior de cada página pertinente en el informe del mercado —además de la colocación de un aviso dentro del informe, en la portada del informe y un indicador en los datos de la computadora.

Las actividades que Arbitron considera como Parcialidad de ratings no garantizan que la lista “debajo-de-la línea” pueda registrarse colocando una nota dentro del informe, en la portada del mismo y/o colocando señales en los datos de la computadora. En caso que sucedan actividades de Parcialidad de ratings repetidas o especialmente serias, según lo determine Arbitron, las letras de identificación y los cálculos de audiencia

Preguntas y respuestas

(continuación)

de una estación podrían ser eliminados de las listas de informes relacionados y otros servicios. (Vea la página 10 para más factores importantes relacionados con las actividades de Parcialidad de ratings.)

¿Qué son los Comentarios extemporáneos?

Arbitron puede citar como Comentarios extemporáneos cualquier referencia (en el aire o en otro medio) que mencione o aluda a una encuesta, diarios de encuesta o ratings radiofónicos de Arbitron en una manera que pueda sensibilizar a los participantes de encuestas ante el proceso de la encuesta o que puedan afectar la manera en que los participantes de encuestas reportan lo que escuchan.

Las circunstancias bajo las cuales se hace referencia, generalmente afectarán la decisión de Arbitron sobre si se citan esas referencias como Comentarios extemporáneos. Por ejemplo, en los casos en los que un programa que recibe llamadas del público conduce a una discusión del proceso de encuestas (de una manera que pueda

sensibilizar al público) serán generalmente citadas como Comentarios extemporáneos. Como su nombre lo implica, los Comentarios extemporáneos generalmente son afirmaciones espontáneas hechas sólo una vez que podrían haber tenido la intención de ser humorísticas. *Sin embargo, en casos justificados, Arbitron podría citar una de estas referencias como Parcialidad de ratings y/o actividad de Distorsión de ratings, aún si la referencia pareciera una afirmación espontánea hecha sólo una vez o humorística.*

Algunos ejemplos de Comentarios extemporáneos:

- (Dicho en respuesta a los comentarios de un oyente que llama a un programa con llamadas en vivo:) “Los participantes de encuestas escriben lo que escuchan y esto continuará durante 12 semanas”.
- (Dicho en respuesta a los comentarios de un oyente que llama a un programa con llamadas en vivo:) “Le regalaremos una gorra de béisbol si escribe que nos escucha” [Risas].

- (Comentarios en vivo:) “A continuación, El Zoológico Matutino, con dos personas que quieren que usted recuerde que hoy es el primer día del período de ratings de primavera.”

¿Qué medidas puede tomar Arbitron en respuesta a las referencias citadas como Comentarios extemporáneos?

Los Comentarios extemporáneos pueden registrarse a través de la colocación de una nota en los informes de Arbitron, la colocación de una nota en las portadas de los informes, la colocación de una señal de advertencia en los datos de la computadora y la colocación de las letras de identificación y cálculos de audiencia fuera de su secuencia alfabética “debajo-de-la-línea” en la parte inferior de cada página pertinente en el informe de mercado. En el caso de actividades repetidas o especialmente serias de Parcialidad de ratings, según lo determina Arbitron, las letras de identificación y los cálculos de audiencia de una estación podrían ser eliminados de los informes correspondientes y otros servicios.

Preguntas y respuestas

(continuación)

¿Cómo puedo solicitar una Reseña previa de las actividades planeadas por mi estación?

La Comisión de actividades especiales de estación ofrece Reseñas previas confidenciales de materiales promocionales por teléfono, correo, fax o correo electrónico. Seguimos recomendando las Reseñas previas de materiales promocionales de las estaciones como el único medio más eficaz para evitar actividades que puedan provocar Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings.

Las transcripciones, gráficos o grabaciones en casete pueden enviarse a:

Dave Willinski
Special Station Activities Committee
Arbitron Inc.
9705 Patuxent Woods Drive
Columbia, MD 21046-1572
Teléfono: (410) 312-8396
Fax: (410) 312-8626
Correo electrónico:
dave.willinski@arbitron.com

Para preguntas en español solamente por favor llame a:

Carlos A. Jarava
Bilingual Senior Research Analyst
Customer Analysis
Arbitron Inc.
Teléfono: (410) 312-8395
Correo electrónico:
carlos.jarava@arbitron.com

Se avisará a las estaciones sobre inquietudes a propósito de una posible Distorsión de ratings o Parcialidad 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 para una Reseña previa podría ocasionar preocupaciones que justifiquen su notificación a los usuarios de informes (a

través de cualquiera de los métodos previamente descritos). Por lo tanto, se insta a las estaciones que soliciten Reseñas previas adicionales si las actividades planeadas tienen probabilidades de cambiar.

¿Cómo solicito una investigación sobre una actividad de otra estación en mi mercado?

La Comisión de actividades especiales de estación revisará correspondencia y material adjunto que documente la actividad de una estación. La correspondencia deberá estar en papel con membrete de la estación o grupo, deberá incluir el cargo del remitente o la afiliación de la compañía, y una descripción completa de la actividad, como se indica a continuación:

- Las letras 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.)

Preguntas y respuestas

(continuación)

- El medio utilizado (en el aire, correo directo, periódico, Internet, etc.)
- Muestra(s) de la actividad (comprobación en el aire, anuncio en el periódico, dirección de sitio 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 Arbitron no revelar la identidad de las estaciones que solicitan investigaciones de Actividades especiales de estación, salvo que lo requiera la ley.

¿Cómo responderá Arbitron?

La Comisión revisará toda la correspondencia y documentación para determinar si está justificado hacer una investigación formal. Si la actividad en cuestión parece tener posibilidad de Distorsión de ratings y/o Parcialidad de ratings, se realizará una investigación formal

para reunir y verificar detalles completos antes de hacer una evaluación final. Según la naturaleza de la actividad, la Comisión podría solicitar que la estación cese la actividad en cuestión, por lo menos hasta que se revisen los hechos.

Una vez que la estación responda, la Comisión evalúa toda la información disponible. Si no se llega a una respuesta, la Comisión basará su decisión en la información disponible de otras fuentes. La Comisión determinará si la actividad de la estación posee potencial de Distorsión de ratings y/o Parcialidad de ratings y, de ser así, señalará la(s) medida(s) a tomar. Por lo general se notifica a ambas partes de la decisión de la Comisión antes de la publicación del informe.

Información general

- Las actividades de estación recurrentes podrían tener mayor posibilidad de Distorsión de ratings y/o Parcialidad de ratings que las actividades aisladas. Como resultado, una actividad que una estación repita (o muchas actividades diferentes

por parte de una estación) podrían merecer una notificación más importante que una actividad similar aislada.

- Arbitron revisará la posibilidad de Distorsión de ratings y/o Parcialidad de ratings de las actividades realizadas en *cualquier* momento (no sólo durante, o cuatro semanas antes de, una encuesta) si, a juicio de Arbitron, 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 Arbitron, registradas en informes que cubran períodos de encuesta subsecuentes a aquél en el que ocurrió la actividad. Arbitron 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 Arbitron, los usuarios de estos informes debiesen ser puestos sobre aviso de la actividad.
- El interés y participación profesional de Arbitron en el área de Actividades

especiales de estación no se limita a encuestas de los mercados radiofónicos de afiliados. Los usuarios de *Cobertura radiofónica de condado* y otros informes que podrían incluir una muestra de no afiliadas no tendrían que ser puestos sobre aviso de actividades realizadas por estaciones en su área de audiencia. Las actividades de estación que tienen lugar fuera de los mercados de afiliadas y períodos de encuesta también están sujetas a los procesos de revisión y registro de actividades resumidas en este Manual. Las actividades de las estaciones que no cumplan con las Normas mínimas de informes de Arbitron para un Informe de mercado de afiliadas podrían por lo tanto ser anotadas en cualquier informe a pedido u otro servicio de Arbitron. Tenga en cuenta que en todos los casos, las solicitudes de investigación deben recibirse a más tardar el día siguiente al último día del período de encuesta trimestral correspondiente.

- El inicio de una investigación en cualquier momento se hace sólo a discreción de Arbitron.

- 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 Arbitron 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 Arbitron no intenta hacerlo. Las actividades con posibilidad de Distorsión de ratings y/o Parcialidad de ratings aun así son intrínsecamente perjudiciales para las industrias de radiodifusión, 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 informes sobre las mismas.

Arbitron se reserva el derecho de utilizar cualquier medio disponible para dirigir su atención a cualquier actividad de estación radial que, según la opinión de Arbitron, tenga la posibilidad de debilitar la credibilidad de la encuesta, aunque las actividades no reúnan ninguno de los criterios específicos señalados arriba. Arbitron se reserva además, el derecho de tomar otra medida pertinente, dependiendo del contenido, frecuencia o reiteración de la actividad.

Estas pautas constituyen un esfuerzo por mantener la credibilidad de los cálculos de audiencia y la integridad del proceso de la encuesta. Consideramos que el espíritu de profesionalismo y la conducta ética de los radiodifusores llevarán al cumplimiento de estas pautas.

New York

142 West 57th Street
New York, New York 10019-3300
(212) 887-1300

Chicago

222 South Riverside Plaza, Suite 1050
Chicago, Illinois 60606-6101
(312) 542-1900

Atlanta

9000 Central Parkway, Suite 300
Atlanta, Georgia 30328-1639
(770) 668-5400

Los Angeles

10877 Wilshire Blvd., Suite 1600
Los Angeles, California 90024-4341
(310) 824-6600

Dallas

13355 Noel Road, Suite 1120
Dallas, Texas 75240-6646
(972) 385-5388

Washington/Baltimore

9705 Patuxent Woods Drive
Columbia, Maryland 21046-1572
(410) 312-8000

© 2001 Arbitron Inc.

01-MRS-011 6/01