

Indicadores compuestos como metodología innovadora en Comunicación. Aplicación para la evaluación de los medios públicos europeos

Composite indicators as an innovative methodology for Communication Sciences: implementation for the assessment of European public service media

Olga Blasco-Blasco; Marta Rodríguez-Castro; Miguel Túñez-López

Note: This article can be read in English on:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/jul/blasco-rodriiguez-tunez.pdf>

Cómo citar este artículo:

Blasco-Blasco, Olga; Rodríguez-Castro, Marta; Túñez-López, Miguel (2020). "Composite indicators as an innovative methodology for Communication Sciences: implementation for the assessment of European public service media". *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290437.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.37>

Artículo recibido el 10-01-2020
Aceptación definitiva: 15-03-2020



Olga Blasco-Blasco

<https://orcid.org/0000-0001-8576-8526>

Universitat de València
Facultad de Economía
Departamento de Economía Aplicada
Avda. dels Tarongers, s/n.
46021 Valencia, España
olga.blasco@uv.es



Marta Rodríguez-Castro ✉

<https://orcid.org/0000-0002-1399-9154>

Universidade de Santiago de Compostela
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Avenida de Castelao, s/n. Campus Norte
15782 Santiago de Compostela, España
m.rodriiguez.castro@usc.es



Miguel Túñez-López

<https://orcid.org/0000-0002-5036-9143>

Universidade de Santiago de Compostela
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Avenida de Castelao, s/n. Campus Norte
15782 Santiago de Compostela, España
miguel.tunez@usc.es

Resumen

El modelo de producción científica actualmente dominante en el área de Comunicación presenta un exceso de estandarización de las investigaciones, principalmente empíricas, que se llevan a cabo de un modo abrumador mayoritariamente con técnicas cuantitativas basadas en análisis estadísticos simples que, en muchos casos, limitan la exposición de resultados a una lectura de los datos disponibles. Se plantea una propuesta innovadora en el área que se diseña a modo de nueva forma de diseminación y exposición científica. El objetivo es la construcción de tres indicadores compuestos que al ser aplicados a los medios de comunicación públicos europeos permitirán medir la percepción de su valor social, su independencia y eficiencia de gestión. Se plantea, además, como un estudio que permita una visión comparativa de estos tres aspectos en todos los países de la Unión Europea, excepto Malta y Luxemburgo. La metodología innova porque explica detalladamente el proceso y justifica la validez de las fuentes documentales empleadas para facilitar su réplica o cuestionamiento. Refuerza la discusión de los resultados obtenidos con la evaluación de robustez de los indicadores creados, antes de decidir cada vez cuál es el indicador más adecuado comparando los resultados con una técnica de análisis de decisión multicriterio, el método *Topsis* (*Technique for order preference by similarity to ideal solution*),

propuesto por Hwang y Yoon (1981). Los resultados acreditan que los indicadores sintéticos constituyen una herramienta metodológica innovadora, original y validable que puede contribuir al avance de la investigación en Comunicación.

Palabras clave

Medios de comunicación públicos; Investigación; Comunicación; Métodos de investigación; Indicadores compuestos; Valor social; Independencia; Gestión; Innovación; Eficiencia; Televisión.

Abstract

The currently dominant scientific production model in the field of Communication exhibits an excess of standardization towards mainly empirical work that is overwhelming carried out using quantitative techniques based on simple statistical analyses, in many cases limiting the presentation of results to a reading of the available data. This article presents an innovative proposal in this area, designed as a new form of dissemination and scientific presentation, with the objective of constructing three composite indicators that, when applied to European public service media, will enable the assessment of the perception of their social value, independence, and management efficiency. Another aim of the study is to provide a comparative vision of these three aspects in all the countries of the European Union except Malta and Luxembourg. This methodology is innovative because it explains the process in detail and justifies the validity of the documentary sources that were used to facilitate its replication or questioning, and reinforces the discussion of the results obtained by evaluating the robustness of the indicators created, before determining which was the most appropriate and comparing the results with a multicriteria decision analysis technique, the Topsis method (technique for order preference by similarity to ideal solution), proposed by Hwang and Yoon (1981). The results show that the synthetic indicators constitute an innovative, original, and validatable methodological tool that can contribute to the advancement of research in Communication.

Keywords

Public service media; Research; Research methods; Communication; Composite indicators; Social value; Independence; Management; Innovation; Efficiency; TV; Television.

Financiación

Este artículo forma parte de las actividades del proyecto de investigación (RTI2018-096065-B-I00) del *Programa Estatal de España de I+D+I* orientado a los *Retos de la Sociedad* del *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (MCIU)*, *Agencia Estatal de Investigación (AEI)* y del *Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder)* sobre “Nuevos valores, gobernanza, financiación y servicios audiovisuales públicos para la sociedad de Internet: contrastes europeos y españoles”.

1. Introducción

1. 1. Indicadores compuestos en Comunicación

La investigación en el área de Comunicación en España ha experimentado una “mejora indiciaria de la calidad metodológica” en los últimos años a la par que se ha fortalecido

“la tendencia a la publicación de investigaciones empíricas” (Martínez-Nicolás; Saperas-Lapiedra, 2016, p. 1381).

Los resultados cuantitativos, sin embargo, acostumbran a referenciarse a través de análisis estadísticos simples, principalmente. Las aportaciones de Caffarel-Serra, Ortega-Mohedano y Gaitán-Moya (2017); Gaitán *et al.* (2018); Arcila-Calderón, Piñuel-Raigada y Calderín-Cruz (2013); Fernández-Quijada y Masip (2013); López-Rabadán y Vicente-Mariño (2011); Repiso, Delgado-López-Cózar y Torres-Salinas (2011); Blázquez-Ochando (2015) y, entre otros, Túñez-López, Martínez-Solana y Valarezo-González (2014) son significativas para una radiografía del área de Comunicación en la que se detecta un modelo de producción científica dominante caracterizado por un exceso de estandarización de las investigaciones en el campo de la Comunicación (Goyanes, 2017).

No se han detectado estudios que profundicen en el análisis sobre herramientas y enfoques estadísticos utilizados, aunque las investigaciones referenciadas permiten inferir que es infrecuente acudir al diseño y elaboración de indicadores compuestos como método de estudio. La complejidad en su elaboración y la necesidad de referencias sólidas precedentes parecen ser elementos disuasorios al planificar un abordaje investigativo en Comunicación, a pesar de que los indicadores compuestos:

- i) se ajustan a la problemática concreta que se propone investigar en cada caso;
- ii) permiten nuevas perspectivas de significado oculto que emerge al relacionar variables;
- iii) normalizan resultados y facilitan estadios comparativos frente a la lectura fragmentada de las estadísticas simples;
- iv) promueven la singularidad de los resultados;
- v) de validarse, contribuyen a robustecer el área porque aportan nuevas herramientas; y
- vi) pueden trabajarse como *key performance indicator* de gestión, tanto en Comunicación como en otras disciplinas.

A modo de nueva forma de diseminación y exposición científica en el área, esta investigación se orienta a la construcción de tres indicadores compuestos que permitan abordar aspectos concretos en una subárea de la comunicación, los medios de comunicación públicos, con interés general y proyección social y, además, a validar su pertinencia y la validez de sus resultados. Así, en este artículo se presentan tres indicadores (un indicador de valor social, un indicador de independencia y uno de eficiencia), cuyos resultados permiten la ordenación y comparación de todos los países de la Unión Europea, excepto Malta y Luxemburgo¹.

Estos indicadores se han conformado a partir de la combinación e interrelación de variables procedentes de fuentes secundarias, entre las que se incluyen datos de audiencia de las distintas radiotelevisiónes públicas analizadas, datos relativos a sus presupuestos (tanto públicos como comerciales), los resultados del *Media Pluralism Monitor* y del *Eurobarómetro Especial 452* para medir el nivel de independencia de los medios públicos en cada país, el *Índice de Democracia* elaborado por *The Economist* y el *Índice de Percepción de la Corrupción* de *Transparency International*.

Se toma como referencia el indicador de eficiencia de la financiación mixta (*Indefimix*) del servicio audiovisual público europeo, definido en **Blasco-Blasco, Campos-Freire y Juanatey-Boga** (2017) utilizando las variables Ingresos Públicos dividido por el Producto Interior Bruto de cada país; Otros Ingresos y la Audiencia. Este indicador evaluaba la eficiencia de la financiación comercial, considerando la asignación de los fondos públicos de todos los países de la Unión Europea excepto Luxemburgo y Malta¹. En segundo lugar, se incorporó la percepción que tienen los ciudadanos acerca de la independencia de las radiotelevisiónes públicas y se observó que países como Francia y España descienden un tercil, mientras que Lituania pasa a estar entre los mejor gestionados (gráfico 1).

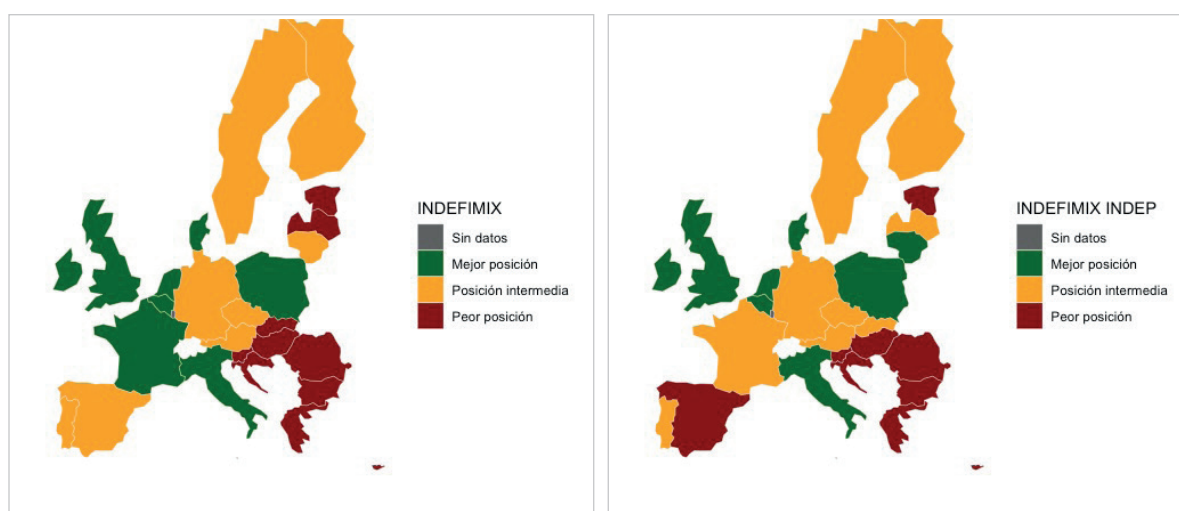


Gráfico 1. Indicadores de financiación mixta (*Indefimix*). 1a) Sin independencia. 1b) Con independencia

1.2. El reto metodológico de la investigación sobre medios de comunicación públicos

El análisis y la evaluación del Sistema Audiovisual Público (SAP) ha sido y es un asunto constante tanto para organismos nacionales, como las autoridades reguladoras del sector de la comunicación articuladas en cada Estado (*Ofcom*, 2019), o incluso las propias radiotelevisiónes públicas; como para entidades supranacionales, como la *Unesco* (**Mendel**, 2011) o el *Consejo de Europa* (2009), entre otras. La naturaleza diversa y heterogénea que presentan los sistemas de comunicación públicos, incluso en Europa, ha convertido el diseño de investigaciones comparativas en un desafío en continua transformación.

Este contexto complejo y cambiante supone un reto no sólo para el SAP, sino también para los investigadores y organismos que trabajan con los medios de comunicación públicos como objeto de estudio. Las publicaciones incluidas en esta subárea de la investigación sobre comunicación se han construido mayormente a partir de la aplicación de métodos cuantitativos y enfoques descriptivos, algo especialmente notable en la investigación producida en España. **Casado-Del-Río y Fernández-Quijada** (2015, p. 74), por ejemplo, detectaron una “deficiencia metodológica” en las investigaciones sobre políticas de comunicación publicadas por académicos españoles entre 2002 y 2011, destacando el análisis de documentos como método principal. Estudios más recientes constatan que esta deficiencia, aunque todavía presente, está siendo corregida a medida que los académicos españoles amplían sus recursos metodológicos hacia técnicas como el análisis de contenido, que dotan sus producciones científicas de mayor carácter empírico (**Goyanes; Rodríguez-Gómez; Rosique-Cedillo**, 2018).

A nivel internacional, el reto de desarrollar investigaciones comparativas entre sistemas audiovisuales públicos también constriñe el conocimiento sobre las radiotelevisiónes

La investigación en Comunicación se suele limitar a la lectura de estadísticas básicas. Los indicadores compuestos pueden impulsar trabajos más complejos que hagan avanzar el conocimiento en este campo

siones públicas y la proposición de nuevas estrategias y soluciones aplicables al contexto mediático actual ya descrito. La complejidad que caracteriza a esta área hace que todavía no haya un método estandarizado para su análisis (Raats; Pauwels, 2011).

Sin embargo, en los últimos años se han llevado a cabo estudios que aspiran a evaluar el desempeño de los medios de comunicación públicos de forma comparativa aplicando medidas estadísticas (Norris, 2009), técnicas cuantitativas (Brüggemann *et al.*, 2014) y técnicas cualitativas a partir de la lógica *fuzzy* (Downey; Stanyer, 2010; 2013) y Büchel *et al.* (2016), aunque todos ellos dotados de una complejidad metodológica. En España, por ejemplo, destaca el *Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (Irscom)*, desarrollado por Chaparro, Olmedo y Gabilondo (2016), que permite evaluar el funcionamiento de los medios de comunicación a partir de criterios vinculados al interés público, tales como la participación ciudadana o los niveles de transparencia.

En el ámbito internacional, una de las investigaciones relevantes y más reciente es la publicada por Saurwein, Eberwein y Karmasin (2019), en la que se indaga en la relación que se puede establecer entre la financiación de 17 medios de comunicación públicos europeos y sus audiencias, contemplando tanto los datos de *share*, de naturaleza eminentemente cuantitativa, como la confianza de los ciudadanos en la independencia de los medios públicos con respecto a presiones externas y su uso como fuente informativa. A partir de la interrelación de los datos obtenidos de distintas fuentes secundarias, los autores proponen un sistema analítico que, según ellos, puede contribuir a

“aportar objetividad a los debates actuales sobre cuestiones políticas y de gestión tales como el canon” (Saurwein; Eberwein; Karmasin, 2019, p. 2).

Este tipo de estudios más complejos puede suponer un gran paso para la investigación en comunicación. En este artículo, argumentamos que la construcción y aplicación de indicadores sintéticos puede ser una metodología innovadora y útil para diseñar investigaciones originales, ajustadas a los objetivos marcados y con resultados normalizados que permitan una comparativa entre sistemas mejor formada e informada.

1.3. Problemáticas actuales del sistema audiovisual público como objeto de estudio

El sector de los medios de comunicación está afectado por un proceso de transformación continua que en los últimos años ha estado marcado por la irrupción de las plataformas digitales, que han traído consigo la disrupción de los modelos de negocio de los medios de comunicación tradicionales (Campos-Freire; De-Aguilera-Moyano; Rodríguez-Castro, 2018; Miguel-De-Bustos; Izquierdo-Castillo, 2019) y la consecuente modificación de los hábitos de consumo (Nelson; Lei, 2018).

Dentro de esta coyuntura, los medios de comunicación públicos europeos luchan por desarrollar estrategias que les permitan mantener la legitimidad de su misión de servicio público (Trappel, 2016), establecer y arraigar su actividad en el ecosistema digital y definir su relación con las plataformas digitales (Rotermund, 2018). Sin embargo, esta tarea no está resultando sencilla, debido a una serie de factores extrínsecos que ejercen presión sobre las radiotelevisiónes públicas europeas, entre las que podemos destacar los cambios en los modelos de financiación, las presiones políticas y la migración de las audiencias.

Los cambios en las formas de consumo mediático han impactado enormemente en la legitimidad de la que constituía la vía de financiación más extendida entre los medios públicos europeos hasta hace unos años, el canon, que se asentaba en el pago de una tarifa vinculada a la posesión de un televisor en el hogar (Berg; Lund, 2012; Lowe; Berg, 2013). En un sistema en el que el consumo de los contenidos de las radiotelevisiónes públicas ya no requiere de disponer de un televisor y es cada vez más individual, era necesario actualizar las vías de ingresos públicos de dichos medios para que sus modelos de financiación no quedasen obsoletos y se correspondiesen con la realidad del consumo de la ciudadanía (Ala-Fossi, 2012).

Así, a lo largo de la pasada década fueron numerosos los casos de países que modificaron los modelos de financiación de sus radiotelevisiónes públicas, una decisión compleja y arriesgada que, en muchas ocasiones, suele venir acompañada de un descenso en los presupuestos de los medios públicos (Warner, 2019). En Dinamarca, por ejemplo, el anuncio de la sustitución del canon por un impuesto de servicio público fue acompañado de una serie de recortes sobre la *DR*, reduciendo tanto su presupuesto como sus servicios (Public Media Alliance, 2019). Con este cambio, el país escandinavo se sitúa en línea con la tendencia iniciada por Islandia en 2009 y repetida después en Finlandia (2013), Suecia (2019) y Noruega (2020). Más allá de la región nórdica, Alemania también ha modificado el sistema de financiación de la *ARD* y la *ZDF*, asentado desde 2013 en un impuesto por hogar desvinculado de la posesión de televisor (Ramsey; Herzog, 2018) y las demandas de Irlanda por ajustar la financiación de la *RTÉ* a las nuevas formas de consumo para evitar así la reducción de su presupuesto derivada del descenso de televisores en el país, así como de las elevadas tasas de evasión (Ramsey, 2018).

“ La necesidad de evaluar los medios de comunicación públicos es un tema constante, pero que todavía no dispone de herramientas adecuadas y de consenso ”

Este contexto de reformas que viene afectando a la financiación de los medios de comunicación públicos ha estado marcado por otra tendencia europea, el aumento de las presiones ejercidas desde el entorno político, especialmente las procedentes de los partidos de ultraderecha. En Suiza tuvo lugar el hecho más visiblemente representativo del cues-

tionamiento de la financiación de los medios públicos, en este caso la *SRR-SRG*, al realizarse un referéndum sobre la supresión del canon. La campaña “No Billag” (No al Canon), iniciada por un grupo de jóvenes vinculados al *Partido Liberal Radical (FDP)* y a la *Unión Democrática de Centro (SVP/UDC)*, reticentes a pagar por un servicio que ya no utilizaban (**Mombelli**, 2018), finalmente concluyó con un fuerte apoyo popular a la financiación los medios públicos suizos. En Alemania, los ataques del partido de extrema derecha *Alternative für Deutschland* contra el sistema de financiación pública de la *ARD* y la *ZDF* también han sido constantes, lo que se suma al 44% de los alemanes que consideran que el canon es demasiado elevado (**Inhoffen**, 2018). En España, *Radiotelevisión Española* y los medios públicos autonómicos también fueron objeto de críticas por parte del partido ultraderechista *Vox*, que abogó por cerrarlos, primero, y privatizarlos, después (**González**, 2019). La radiotelevisión pública más paradigmática, la *BBC*, tampoco ha estado exenta de problemas. Su estructura de gobernanza atraviesa una crisis que ha llevado a la dimisión de su director general, Tony Hall, ante la creciente hostilidad expresada por el gobierno de Boris Johnson hacia la corporación pública (**Harrison; Wood**, 2020).

Por otra parte, el débil estado de salud del que goza la independencia de la financiación y de la gobernanza con respecto a los poderes políticos en algunos países ha sido puesto de manifiesto por los resultados del *Media Pluralism Monitor (Center for Media Pluralism and Media Freedom)*, 2017). Según el último informe disponible, de 2017, países como Hungría, Polonia, Bulgaria, Croacia, Finlandia o Italia no protegen lo suficiente las estructuras de gobernanza y financiación de sus medios públicos, que están en alto riesgo de ser susceptibles a presiones políticas, una situación alarmante dentro del contexto de la Unión Europea.

El servicio audiovisual público europeo se enfrenta a cambios en sus modelos de financiación, a crecientes presiones políticas y a descensos en audiencia

Los indicadores de eficiencia encajan en las demandas del Sistema Audiovisual Público (SAP) que necesita encontrar estrategias que le permitan recuperar o consolidar su legitimidad ante la ciudadanía. Para ello, deben hacer frente al importante descenso de audiencias que han experimentado durante los últimos años, ya que los datos de audiencia son todavía uno de los indicadores fundamentales a la hora de valorar la confianza que la ciudadanía deposita en los medios de comunicación públicos (**Rodríguez-Vázquez; Direito-Rebollal**, 2018). Este descenso es especialmente crítico si se focaliza en las audiencias jóvenes, que, en un entorno de competencia creciente, acuden cada vez menos a la oferta de las radiotelevisiónes públicas (**Low; Maijanen**, 2019; **Schulz; Levy; Nielsen**, 2019).

2. Indicadores compuestos: ¿cómo se elaboran y para qué sirven?

Algunos países utilizan indicadores de calidad para medir el impacto y satisfacción del servicio de las radiotelevisiónes. Con el desarrollo del big data, el sector del audiovisual público busca nuevas estrategias para poder evaluar aspectos como el impacto social (**Campos-Freire; Soengas-Pérez; Rodríguez-Castro**, 2018). Una manera de hacerlo es mediante la elaboración de indicadores compuestos, ya que pueden resumir realidades complejas más fáciles de interpretar que una batería de indicadores individuales, sin perder información; son una herramienta útil para el análisis de políticas, la comunicación y el debate público y, son un instrumento de gestión que ayuda a los responsables de la toma de decisiones (**Saisana; Tarantola**, 2002; *OECD*, 2008), que permite identificar tendencias comunes al agregar varios indicadores simples, llamar la atención sobre determinados temas particulares y, además comparar el desempeño y la evolución de varios países (**Saltelli**, 2007). Sin embargo, hay que ser cautelosos con la elaboración de los indicadores porque pueden transmitir mensajes o interpretaciones erróneas si están mal contruidos, dar lugar a políticas inapropiadas si las dimensiones de desempeño, en ocasiones difíciles de medir, son ignoradas y hacer que los responsables de la toma de decisiones saquen conclusiones simplistas o equivocadas (**Saisana; Tarantola**, 2002; **Nardo et al.**, 2005; *OECD*, 2008). De hecho, los indicadores compuestos se deben considerar el primer paso para iniciar el debate y estimular a los grupos de interés a los que les afecta dicho indicador (*OECD*, 2008).

Para construir un buen indicador compuesto, que mida conceptos multidimensionales que no se pueden captar con un indicador simple, se deben realizar supuestos, etapas y procedimientos que permitan comprobar su validez y estar fundamentando en un marco conceptual que refleje de forma fiel lo que se quiere medir. Como el procedimiento es similar a los modelos matemáticos, se necesitan juicios subjetivos que nos ayuden a decidir qué indicadores individuales o variables incluir, las ponderaciones y los métodos de normalización y agregación que sean aceptados por los expertos. Siguiendo el método desarrollado por la *OECD* en el *Handbook on constructing composite indicators (OECD, 2008)*, en ese trabajo estudiamos aspectos como:

- Selección de variables o indicadores parciales.

Es importante para obtener un buen indicador estudiar detenidamente qué variables incluir, analizar la relevancia y las relaciones entre ellas. Para ello, se debe tener en cuenta el marco teórico, las sugerencias de los expertos y de los *stakeholders*.

- Normalización.

Las unidades y el rango en las que están medidos los indicadores deben ser comparables. Si las variables están expresadas en unidades no homogéneas, se aconseja normalizar los datos originales, para que todas las variables tomen valores dentro del rango [0, 1] y sean comparables.

- Elección de las ponderaciones.

Se estudia la importancia de cada variable en el indicador teniendo en cuenta el marco teórico, y en función de estudios previos o juicio experto se puede determinar el peso de cada una.

- Método de agregación.

Los indicadores se deben agregar teniendo en cuenta el marco teórico. En este punto es importante tener en cuenta si el objetivo es maximizar o minimizar el valor de cada indicador parcial. Se considera que el país que ha realizado una mejor combinación de recursos es el que ha obtenido un valor más alto.

3. Metodología para el diseño de indicadores para las televisiones públicas europeas

3.1. Selección de los datos y variables

En la elaboración del indicador de eficiencia, teniendo en cuenta distintos escenarios, se consideran las variables e indicadores parciales referidos al año 2016 que se detallan a continuación:

Daily share del SAP europeo (*DSH*). La audiencia de las televisiones públicas de cada país (*Eurodata*, 2016; *EAO*, 2016) está medida en porcentaje y su valoración es de [0, 100], de tal manera que cuanto mayor es el valor mayor será la audiencia de la televisión.

El *Media Pluralism Monitor (MPM)* (*Center for Media Pluralism and Media Freedom*, 2017) es un indicador de percepción de la gobernanza del SAP, que mide el riesgo sobre la independencia de la gobernanza y la financiación del SAP y se evalúa en base a un conjunto de veinte indicadores que cubren cuatro áreas:

- Protección básica,
- Pluralidad de mercado,
- Independencia política, e
- Inclusión social.

Los indicadores cubren cuestiones legales, económicas y sociopolíticas, relacionadas con aspectos políticos, culturales, geográficos, estructurales y de contenido. El indicador está valorado entre [0, 100]. Cuanto mayor es el porcentaje, más amenazada se encuentra esta variable y cuanto más próximo esté a cero, menor será el riesgo.

La *Independencia (IND)* estará medida por el indicador de percepción de pluralismo del SAP a partir del *Eurobarómetro Especial 452 (Comisión Europea*, 2016). La información se obtiene de la encuesta realizada a 27.000 ciudadanos de la UE. Los datos reflejan el porcentaje de personas que respondieron afirmativamente a la pregunta: ¿Está el sistema audiovisual público libre de presiones políticas? Así, la independencia toma valores comprendidos entre [0, 100], de forma que cuánto más alto sea el valor del indicador, mayor será la independencia.

El *Índice de Democracia (DI)* es un indicador de calidad, diseñado por la unidad de inteligencia de *The economist* que agrega 60 indicadores simples que miden los niveles de democracia (*The economist*, 2017). Estos 60 indicadores se agrupan en cinco categorías: procesos electorales y pluralismo; libertades civiles; funcionamiento del gobierno; participación política y cultura política. Este índice se basa en la valoración de expertos, recogida a través de un cuestionario con sistemas de puntuación dicotómicos (sí=1, no=0) o de tres puntos (en el que se añade la puntuación 0,5). La metodología se complementa con datos de participación electoral y de encuestas de opinión pública. Los resultados del *DI*, presentados en una escala entre 0 y 10, permiten clasificar los países analizados en cuatro categorías: democracias plenas (entre 8 y 10 puntos); democracias imperfectas (entre 6 y 7,9 puntos); regímenes híbridos (entre 4 y 5,9) y regímenes autoritarios (menos de 4 puntos).

“ A partir de datos sobre audiencias, presupuestos, independencia, niveles democráticos y percepción de la corrupción, se plantean tres escenarios de posibles indicadores ”

Este índice se basa en la valoración de expertos, recogida a través de un cuestionario con sistemas de puntuación dicotómicos (sí=1, no=0) o de tres puntos (en el que se añade la puntuación 0,5). La metodología se complementa con datos de participación electoral y de encuestas de opinión pública. Los resultados del *DI*, presentados en una escala entre 0 y 10, permiten clasificar los países analizados en cuatro categorías: democracias plenas (entre 8 y 10 puntos); democracias imperfectas (entre 6 y 7,9 puntos); regímenes híbridos (entre 4 y 5,9) y regímenes autoritarios (menos de 4 puntos).

Indicador de percepción de la corrupción (CPI), que elabora *Transparency International* (2017) para medir la percepción de la corrupción en el sector público, y que se desarrolla a partir de la agregación de datos obtenidos de fuentes externas, procedentes de una institución fiable, deben contar con una metodología sólida, aportar datos relacionados con la corrupción en el sector público y permitir una comparativa nacional y temporal. Los datos empleados para la construcción del indicador se estandarizan en una escala entre 0 y 100, donde 0 es el nivel más elevado de corrupción percibida y 100, el más bajo.

Indicador de presupuestos globales de financiación del SAP europeo 2016. En este trabajo se va a utilizar el porcentaje del presupuesto per cápita de las televisiones públicas, es decir, el cociente entre el presupuesto per cápita y la renta o PIB per cápita. De esta forma, se tiene en cuenta la participación del presupuesto en el total del PIB. El presupuesto per cápita destinado a la TV, se ha obtenido a partir del *Yearbook* del *Observatorio Audiovisual Europeo (EAO*, 2016) y de la base de datos *Mavise*.

<http://mavise.obs.coe.int>

Al estar medido en porcentaje, toma valores entre [0, 100], de manera que cuanto menor sea el valor, menor será el porcentaje del producto interior bruto que financie las TV públicas.

3.2. Normalización de los datos

En la descripción de las variables se ha observado que toman valores diferentes, por ello, procederemos a normalizar y acotar los valores entre 0 y 1. El método de normalización que se utiliza es el Min-Max, dado que no existen ni valores negativos ni valores extremos que puedan distorsionar los resultados del indicador. La normalización se obtiene restando a cada valor de la variable para cada país el mínimo dividido por el rango de los valores de cada (\bar{x}_{ij}) o el cociente entre el máximo menos el valor de la variable dividido por el rango de la variable para cada país (\bar{y}_{ij}), según el criterio sea de maximización o minimización.

$$(1) \quad \begin{aligned} \bar{x}_{ij} &= \frac{x_{ij} - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}, i = 1, \dots, n, j = 1, \dots, m \\ \bar{y}_{ij} &= \frac{y_{max} - y_{ij}}{y_{max} - y_{min}}, i = 1, \dots, n, j = 1, \dots, m \end{aligned}$$

3.3. Ponderaciones

Puede ocurrir que algunas variables o indicadores parciales, según juicio experto, tengan una importancia relativa superior a otras al realizar el análisis. Además, se debe tener en cuenta la correlación entre las variables o indicadores simples y cómo compensar esta en la elaboración del indicador. Por ello, asignaremos un peso w_j para cada variable, de forma que:

$$(2) \quad W = [w_1, w_2, \dots, w_m]; \quad 0 \leq w_j \leq 1; \quad \sum_{j=1}^m w_j = 1$$

3.4. Agregación

El indicador propuesto se define como la suma de las r variables que queremos maximizar (es mejor cuanto mayor es el valor), multiplicada por la ponderación más la suma de las $(m-r)$ variables que queremos minimizar (es mejor cuanto menor es el valor), multiplicadas por la ponderación correspondiente.

$$(3) \quad I_{ij} = \sum_{j=1}^r w_j \bar{x}_{ij} + \sum_{j=r+1}^m w_j \bar{y}_{ij}$$

El indicador resultante tomará valores comprendidos entre 0 y 1. Cuanto mayor sea el valor del indicador, mejor será la combinación de las variables.

3.5. Agrupación de los países

Obtenidas las puntuaciones del indicador, ordenamos de mayor a menor cada país y agrupamos en tres categorías según la puntuación de los terciles:

- los que obtienen una mayor puntuación, que se consideran los mejor gestionados,
- los que ocupan una posición intermedia, que se supone que realizan una gestión normal, y
- los peor posicionados, que se interpreta como una peor gestión de la financiación del audiovisual público (Blasco-Blasco *et al.*, 2017).

4. Resultados de la aplicación del indicador bajo distintos escenarios

En la construcción de los indicadores nos planteamos qué variables considerar, cómo agregarlas, qué pesos asignarle a cada una y estudiar los posibles escenarios conceptuales para analizar de forma conjunta aspectos como la audiencia, independencia, gobernanza, financiación de los medios públicos y los ingresos comerciales.

La primera cuestión a considerar es estudiar cómo inciden los presupuestos de las TV públicas, y la segunda es valorar si debemos incluir los índices de democracia y de percepción de la corrupción, dado que estos hacen referencia a la situación del país y además son variables que presentan un alto grado de correlación.

En este apartado elaboramos tres indicadores compuestos que nos ayuden a ordenar y clasificar los países.

4.1. Indicador de valor social

Para obtener la valoración social de las TV públicas en los países de la UE, analizamos la *Audiencia (DSH)*, *Media Pluralism Monitor (MPM)*, *Independencia (IND)*, Índice de democracia (*DI*) e Índice de percepción de la corrupción (*CPI*), teniendo en cuenta que se maximizan todas excepto *MPM* y *CPI*.

A pesar de la correlación entre *DI* y *CPI*, creemos que es importante considerar los aspectos analizados en ellas. Para evitar que estas variables estén sobredimensionadas y que condicionen el resultado del indicador, los expertos asignaron una ponderación menor a cada una de ellas. Las ponderaciones propuestas según juicio experto son 0,3 / 0,17 / 0,2167 / 0,1334 / 0,18.

La agrupación obtenida por terciles nos muestra que los países en los que los ciudadanos perciben una mayor valoración social de las TV públicas son Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Países Bajos, Reino Unido y Suecia. Los países con una valoración intermedia son Croacia, Eslovaquia, Estonia, Francia, Italia, Lituania, Portugal y República Checa. Los países en los que los ciudadanos tienen una peor consideración del valor social de la TV pública son Bulgaria, Chipre, España, Eslovenia, Grecia, Hungría, Letonia, Polonia y Rumanía (gráfico 2).

4.2. Indicador de Independencia del SAP

Para la elaboración del indicador de Independencia del Sistema Audiovisual Público se utilizan las variables *Audiencia (DSH)*, *Media Pluralism Monitor (MPM)*, *Independencia (IND)* y se incorpora el presupuesto de la TV públicas. Consideramos que el presupuesto público tiene una relación inversa con la audiencia de las televisiones públicas. Por ello vamos a construir una nueva variable, la *Audiencia Corregida (DSHCOR)*, obtenida como el cociente entre la audiencia (*DSH*) y α_i , siendo α_i el tanto por uno o porcentaje (si se multiplica por 100 el valor) del presupuesto público de las TV públicas per cápita (*PBUBpc*) y el total del presupuesto de la financiación de las TV públicas (*TBUGpc*), es decir, la financiación total generada por fondos públicos.

$$DSHCOR = \frac{1}{\alpha_i} DSH; \text{ donde } \alpha_i = \frac{PBUBpc}{TBUGpc}$$

En el cálculo del indicador se sustituye la variable *DSH* por la nueva variable *DSHCOR*, se normalizan los datos con la expresión (1), se utilizan las ponderaciones 0,3 / 0,35 / 0,35, y se calcula el indicador a partir de la expresión (3). Considerando la agrupación por terciles del indicador de independencia del SAP, la agrupación de los países es la siguiente (gráfico 3):

- Grupo con las mejores valoraciones. Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia.
- Grupo con valoraciones intermedias. Bulgaria, Croacia, Estonia, Francia, Irlanda, Lituania, Polonia y República Checa.
- Grupo con peores valoraciones. Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, España, Grecia, Hungría, Italia, Letonia y Rumanía.

4.3. Indicador de Eficiencia

Para la elaboración del indicador de eficiencia se considera la *Audiencia Corregida* con los presupuestos públicos (*DSHCOR*), el *MPM*, la *IND* y para considerar la percepción que tienen los ciudadanos sobre la situación política de su país y cómo influye en la financiación y en la percepción que tienen los ciudadanos sobre las TV públicas, se incorporan el *DI* y el *CPI*.

Para la elaboración del indicador, calculado utilizando la expresión (3), se ha normalizado usando la expresión (1) y los pesos son las valoraciones de los expertos utilizados en el indicador de valor social (0,3 / 0,17 / 0,2167 / 0,1334 / 0,18).

La clasificación de los países en tres grupos ofrece los resultados siguientes (gráfico 4):

- Los países con mejor puntuación son Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Países Bajos, Reino Unido y Suecia.
- Los países que ocupan una posición intermedia son Eslovaquia, Estonia, Francia, Italia, Lituania, Polonia, Portugal y República Checa.
- Los países con peor puntuación son Bulgaria, Chipre, Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Hungría, Letonia y Rumanía.

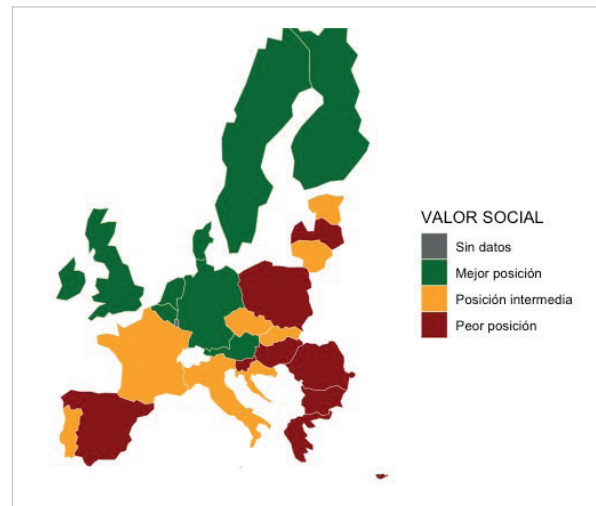


Gráfico 2. Indicador de Valor Social

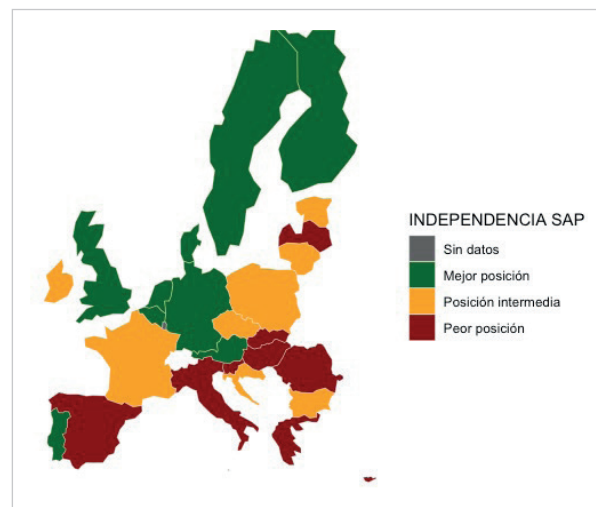


Gráfico 3. Indicador de independencia del SAP

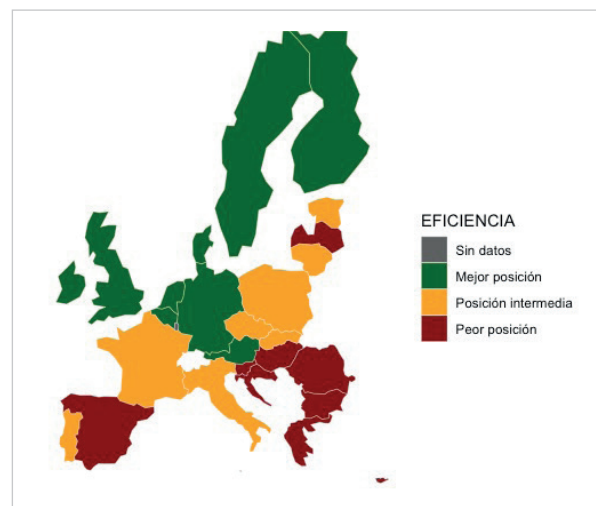


Gráfico 4. Indicador de Eficiencia

5. Evaluación de la robustez del indicador

En el apartado anterior, se han estudiado distintos escenarios, antes de decidir cuál era el indicador más adecuado en esta ocasión. A continuación, para determinar la robustez del indicador, proponemos comparar los resultados con una técnica de análisis de decisión multicriterio, el método *Topsis* (*Technique for order preference by similarity to ideal solution*), propuesto por **Hwang y Yoon** (1981). El objetivo de este método es ordenar las alternativas, en nuestro caso los países, de forma que se encuentren lo más cerca posible de un ideal positivo y que estén lo más alejados posible de un ideal negativo. En el desarrollo del método *Topsis*, que consta de siete pasos (**García-Cascales; Lamata**, 2012; **Lamata; Liern; Pérez-Gladish**, 2016), se tienen en cuenta aspectos como la normalización y la ponderación de las variables incluidas en el modelo, y como resultado del cálculo de las distancias al ideal positivo y negativo, se obtiene la proximidad relativa a la solución ideal que se utiliza para ordenar las alternativas.

Los resultados de los indicadores recuerdan, aunque con matices, a la clasificación de sistemas mediáticos de Hallin y Mancini

Aplicamos el método *Topsis* a las variables consideradas en cada indicador, la misma normalización y los mismos pesos que los utilizados en la construcción del indicador, agrupamos los resultados por terciles, y al compararlos con los resultados de los indicadores propuestos en este trabajo, se obtiene la misma agrupación de los países.

Aunque la evaluación de la robustez no es suficiente garantía para una composición razonable del indicador (**OCDE**, 2008), haber planteado un marco teórico sólido y analizado varios escenarios, ayuda a dar solidez y coherencia al indicador construido en este trabajo.

6. Discusión y conclusiones

Al comparar la ordenación de los países obtenida con cada indicador, se observa, que en términos generales las agrupaciones realizadas son muy parecidas. En el grupo mejor valorado, los indicadores de valor social y de eficiencia muestran la misma agrupación, y al comparar estos con el indicador de independencia del SAP, tan solo Portugal pasa a considerarse como un país con una posición excelente en detrimento de Irlanda. Cinco países cambian del grupo intermedio al peor posicionado según el indicador que se considere: Croacia, Bulgaria, Polonia, Italia y Eslovaquia. En el grupo intermedio del indicador de valor social y del de independencia se encuentra Croacia, sin embargo, en el indicador de eficiencia pasa a estar en el grupo de los peor posicionados. Bulgaria está en el grupo de los peor posicionados al calcular el indicador de valor social y el de eficiencia y, sin embargo, al calcular el indicador de independencia del SAP, aparece en el segundo grupo. Polonia, aparece en el grupo peor posicionado en el indicador de valor social, y pasa al grupo intermedio al trabajar con los indicadores que tienen en cuenta el presupuesto público (indicador de independencia e indicador de eficiencia). Italia y Eslovaquia, por el contrario, están en el grupo de los países peor posicionados en el indicador de independencia del SAP y ascienden al grupo intermedio en el indicador de valor social y en el indicador de eficiencia.

Los resultados de los tres indicadores, y del indicador de eficiencia en particular, recuerdan, aunque con matices, a la categorización de sistemas mediáticos realizada por **Hallin y Mancini** (2004). Los países incluidos en el sistema democrático corporativo (países nórdicos, Alemania, Bélgica, Países Bajos...) así como los del sistema liberal (Reino Unido e Irlanda) se incluyen dentro del grupo mejor posicionado en los tres indicadores aplicados en este artículo. Por el contrario, los países del sur de Europa, vinculados al modelo pluralista polarizado, obtienen los peores resultados. Los países del centro y del Este, que no fueron recogidos en el estudio original de Hallin y Mancini, pero que fueron estudiados en función de los mismos parámetros por otros académicos (**Rantanen**, 2013), también se sitúan en posiciones intermedias o bajas.

Estos paralelismos son especialmente significativos dada la descripción que recoge el trabajo de **Hallin y Mancini** (2004) sobre los medios de comunicación públicos. Mientras que en el modelo pluralista polarizado y en el de Europa Central y del Este la influencia política sobre las radiotelevisiónes públicas es notable, en el modelo democrático corporativo y, sobre todo, en el liberal, se ha buscado marcar una distancia entre los dos ámbitos para mejorar el funcionamiento democrático de los medios públicos.

En nuestra propuesta, los indicadores presentados nos permiten observar que los países mejor clasificados son los que gestionan de manera adecuada el presupuesto de las televisiones públicas y en los que los ciudadanos perciben un nivel bajo de corrupción y una independencia de la gestión de las televisiones. Sin embargo, los peor posicionados son en su mayoría países de Europa del Este, Grecia y España, donde la percepción de los ciudadanos sobre la independencia de las televisiones y la situación del país en cuanto a corrupción y nivel de democracia de las instituciones es muy baja.

Estos resultados pueden constituir una puerta abierta a futuras investigaciones en las que se profundice en los motivos que llevan a que determinados países estén mejor posicionados que otros y, partiendo de una perspectiva de *lesson learning*, desarrollar estrategias dirigidas a mejorar la eficiencia de los medios de comunicación públicos.

Los indicadores sintéticos constituyen una herramienta metodológica innovadora, original y validable que puede contribuir al avance de la investigación en Comunicación

El proceso de elaboración de los tres indicadores presentados en este artículo, así como sus resultados, son un ejemplo de las ventajas que el diseño y la aplicación de indicadores sintéticos puede aportar al ámbito científico de la comunicación. La puesta en relación de distintas variables a través de este tipo de indicadores permite a los investigadores (así como a agentes políticos o grupos de presión) obtener resultados más ricos y complejos que aquellos que se recaban a partir de la lectura de estadísticas simples, avanzando así el conocimiento sobre el objeto de estudio analizado.

Los países peor posicionados son en su mayoría los de Europa del Este, Grecia y España, donde la percepción de los ciudadanos sobre la independencia de las televisiones y la situación del país en cuanto a corrupción y nivel de democracia de las instituciones es muy baja

La combinación de las variables seleccionadas para la configuración de los indicadores sugeridos en este artículo los distingue de otros ya existentes, al conectar cuestiones, como el índice de democracia o el de percepción de la corrupción, que hasta el momento no habían sido estudiadas en relación con el funcionamiento de los medios de comunicación públicos. De esta forma, se abre una nueva vía a la investigación interdisciplinar sobre u otros objetos de estudio, al permitir el diseño de indicadores sintéticos la ampliación de las variables relacionadas, siempre partiendo del juicio experto.

Por último, es necesario apuntar a una limitación que restringe la aplicación de los tres indicadores presentados en este artículo: la dependencia de fuentes secundarias. Para construir los indicadores de valor social, independencia y eficiencia, se han agregado datos procedentes de fuentes secundarias, algo necesario teniendo en cuenta que los datos relativos a cada variable deben haber sido obtenidos de forma coordinada y a partir de criterios comunes en cada país para que puedan ser homologables y no distorsionen los resultados del indicador. Así, por ejemplo, el uso de los datos del *Eurobarómetro Especial 452* en el año 2016, determina que el resto de los datos obtenidos de otras fuentes pertenezcan también a 2016, incluso cuando en algunos casos ya han sido publicados datos más recientes. Además, el recurrir a bases de datos como *Eurodata* para obtener el porcentaje de audiencia limita la obtención de la información real, puesto que no contempla la audiencia de las plataformas de pago con el desarrollo de internet y los nuevos usos de consumo de televisión a través de dispositivos móviles. Por ello, tenemos que ser cautelosos con las interpretaciones derivadas de estas fuentes de datos.

Aún a pesar de esta limitación, que puede sobrepasarse con la búsqueda de otras fuentes disponibles o, cuando el alcance de la investigación lo permita, asumiendo de forma directa la recolección de los datos, los indicadores sintéticos constituyen una herramienta metodológica innovadora, original y validable que puede contribuir al avance de la investigación en Comunicación.

7. Referencias

- Ala-Fossi, Marko** (2012). "Social obsolescence of the TV fee and the financial crisis of Finnish public service media". *Journal of media business studies*, v. 9, n. 1, pp. 33-54.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2012.11073535>
- Arcila-Calderón, Carlos; Piñuel-Raigada, José-Luis; Calderín-Cruz, Mabel** (2013). "La e-investigación de la comunicación: actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos". *Comunicar*, v. 20, n. 40, pp. 111-118.
<https://doi.org/10.3916/C40-2013-03-01>
- Berg, Christian E.; Lund, Anker-Brink** (2012). "Financing public service broadcasting: A comparative perspective". *Journal of media business studies*, v. 9, n. 1, pp. 7-22.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2012.11073533>
- Blasco-Blasco, Olga; Campos-Freire, Francisco; Juanatey-Boga, Óscar** (2017). "Una propuesta de indicador para medir la eficiencia de la financiación mixta de las radiotelevisiones públicas europeas". *Recta*, v. 18, n. 1, pp. 17-36.
<https://doi.org/10.24309/recta.2017.18.1.02>
- Blázquez-Ochando, Manuel** (2015). "Tesis doctorales en las universidades españolas durante el período 1977-2014". *mblazquez.es. Investigación en documentación*, 23 noviembre.
<https://mblazquez.es/tesis-doctorales-en-las-universidades-espanolas-durante-el-periodo-1977-2014>
- Brüggemann, Michael; Engesser, Sven; Büchel, Florin; Humprecht, Edda; Castro-Herrero, Laia** (2014). „Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems". *Journal of communication*, v. 64, n. 6, pp. 1037-1065.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12127>
- Büchel, Florin; Humprecht, Edda; Castro-Herrero, Laia; Engesser, Sven; Brüggemann, Michael** (2016). "Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems". *The international journal of press/politics*, v. 21, n. 2, pp. 209-232.
<https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Caffarel-Serra, Carmen; Ortega-Mohedano, Félix; Gaitán-Moya, Juan-Antonio** (2017). "Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014". *El profesional de la información*, v. 26, n. 2, pp. 218-227.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>

- Campos-Freire, Francisco; De-Aguilera-Moyano, Miguel; Rodríguez-Castro, Marta** (2018). "Impacto de las plataformas globales en la competencia mediática y los resultados de las empresas de comunicación europeas". *Comunicación y sociedad*, v. 31, n. 3, pp. 223-240.
<http://hdl.handle.net/10171/55792>
- Campos-Freire, Francisco; Soengas-Pérez, Xosé; Rodríguez-Castro, Marta** (2018). "Indicadores de evaluación de los servicios informativos de la radiotelevisión pública". *El profesional de la información*, v. 27, n. 2, pp. 267-277.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.05>
- Casado-Del-Río, Miguel-Ángel; Fernández-Quijada, David** (2015). "References in communication policy research: a bibliographical characterization of articles published by Spanish authors". *Communication & society*, v. 28, n. 2.
<https://doi.org/10.15581/003.28.2.73-85>
- Center for Media Pluralism and Media Freedom** (2017). *Monitoring media pluralism in Europe: Application of the media pluralism monitor 2016 in the European Union, Montenegro and Turkey. 2017 Policy report*. Florencia: European University Institute. ISBN: 978 92 9084 459 4
https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46786/CMPF-MPM_PolicyReport2017.pdf
- Chaparro, Manuel; Olmedo, Silvia; Gabilondo, Victoria** (2016). "El Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM): medir para transformar". *Cuadernos de información y comunicación*, v. 21, pp. 47-62.
<https://doi.org/10.5209/CIYC.52944>
- Comisión Europea** (2016). *Special Eurobarometer 452 – October 2016. Media pluralism and democracy*. Bruselas: Unión Europea. ISBN: 978 92 79 63201 3
https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-47/sp452-summary_en_19666.pdf
- Consejo de Europa** (2009). *How member states ensure the legal, financial, technical and other appropriate conditions required to enable public service media to discharge their remit*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680483b19>
- Downey, John; Stanyer, James** (2010). "Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking may help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication". *European journal of communication*, v. 25, n. 4, pp. 331-347.
<https://doi.org/10.1177/0267323110384256>
- Downey, John; Stanyer, James** (2013). "Exposing politicians' peccadilloes in comparative context: Explaining the frequency of political sex scandals in eight democracies using fuzzy set qualitative comparative analysis". *Political communication*, v. 30, n. 3, pp. 495-509.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737434>
- EAO** (2016). *Yearbook. Television, VOD, cinema and video in 40 European States: markets and players, services and usage*.
<http://yearbook.obs.coe.int>
- Eurodata** (2016). *One TV year in the world*. Eurodata TV Worldwide.
<https://www.glance-mediаметrie.com/en/one-television-year-world-0>
- Fernández-Quijada, David; Masip, Pere** (2013). "Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad". *Comunicar*, v. 21, n. 41, pp. 15-24.
<https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Gaitán-Moya, Juan-Antonio; Caffarel-Serra, Carmen; Lozano-Ascencio, Carlos; Piñuel-Raigada, José-Luis** (2018). "Condiciones y rendimientos de la Investigación en Comunicación: la visión de los académicos". *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, v. 23, pp. 106-123.
<https://doi.org/10.5209/CIYC.60910>
- García-Cascales, María-Socorro; Lamata, María-Teresa** (2012). "On rank reversal and Topsis method". *Mathematical and computer modelling*, v. 56, n. 5-6, pp. 123-132.
<https://doi.org/10.1016/j.mcm.2011.12.022>
- González, Miguel** (2019). "Vox ya no pide cerrar las televisiones autonómicas sino privatizarlas". *El país*, 21 mayo.
https://elpais.com/politica/2019/05/20/actualidad/1558374996_861017.html
- Goyanes, Manuel** (2017). *Desafío a la investigación estándar en comunicación. Críticas y alternativas*. Barcelona: UOC. ISBN: 978 84 9116 675 7
- Goyanes, Manuel; Rodríguez-Gómez, Eduardo-Francisco; Rosique-Cedillo, Gloria** (2018). "Investigación en comunicación en revistas científicas en España (2005-2015): de disquisiciones teóricas a investigación basada en evidencias". *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1281-1291.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.11>

- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo** (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521543088
- Harrison, Ellie; Wood, Vincent** (2020). "Tony Hall: BBC faces 'torrid' time after director general's departure, senior figures warn". *Independent*, 20 January.
<https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/tony-hall-bbc-director-general-quit-resign-replacement-a9291706.html>
- Hwang, Ching-Lai; Yoon, Kwangsun** (1981). *Multiple attribute decision making. Methods and applications. A state-of-the-art survey*. New York: Springer-Verlag. ISBN: 978 3 642 48318 9
- Inhoffen, Lisa** (2018). "Mehrheit wünscht sich Abstimmung über Rundfunkbeitrag". *YouGov*, 6 März.
<https://yougov.de/news/2018/03/06/mehrheit-wunscht-sich-abstimmung-uber-rundfunkbeit>
- Lamata, María-Teresa; Liern, Vicente; Pérez-Gladish, Blanca** (2016). "Doing good by doing well: A MCDM framework for evaluating corporate social responsibility attractiveness". *Annals of operations research*, v. 267, pp. 249-266.
<https://doi.org/10.1007/s10479-016-2271-8>
- López-Rabadán, Pablo; Vicente-Mariño, Miguel** (2011). "Métodos y técnicas de investigación dominantes en las revistas científicas españolas sobre comunicación" (2000- 2009). En: Piñuel-Raigada, José-Luis; Lozano-Ascencio, Carlos; García-Jiménez, Antonio (eds.). *Investigar la comunicación en España. Actas del 1^{er} Simposio nacional de grupos consolidados de investigación en comunicación y 1er Congreso nacional de metodología de la investigación en comunicación*. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Fuenlabrada: Universidad Rey Juan Carlos, pp. 665-679. ISBN: 978 84 69427132
- Lowe, Gregory-Ferrell; Berg, Christian E.** (2013). "The funding of public service media: A matter of value and values". *International journal on media management*, v. 15, n. 2, pp. 77-97.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2012.748663>
- Lowe, Gregory-Ferrell; Maijanen, Päivi** (2019). "Making sense of the public service mission in media: youth audiences, competition, and strategic management". *Journal of media business studies*, v. 16, n. 1, pp. 1-18.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1553279>
- Martínez-Nicolás, Manuel; Saperas-Lapiedra, Enric** (2016). "Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)". *Revista latina de comunicación social*, v. 71, pp. 1.365-1.384.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1150es>
- Mendel, Toby** (2011). *Public service broadcasting: a comparative legal survey*. Paris: Unesco. ISBN: 978 92 3 104204 1
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192459>
- Miguel-De-Bustos, Juan-Carlos; Izquierdo-Castillo, Jessica** (2019). "¿Quién controlará la comunicación? El impacto de los Gafam sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital". *Revista latina de comunicación social*, v. 74, pp. 803-821.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1358>
- Mombelli, Armando** (2018). "'No Billag': qué es y qué repercusiones tendría la iniciativa". *SwissInfo*, 30 enero.
https://www.swissinfo.ch/spa/olítica/iniciativa-popular_-no-billag---qu%C3%A9-es-y-qu%C3%A9-repercusiones-tendr%C3%ADa-la-iniciativa/43860578
- Nardo, Michela; Saisana, Michaela; Saltelli, Andrea; Tarantola, Stefano** (2005). *Tools for composite indicators building*. European Commission, report EUR 21682 EN (Joint Research Centre, Ispra, Italy).
- Nelson, Jacob L.; Lei, Ryan F.** (2018). "The effect of digital platforms on news audience behavior". *Digital journalism*, v. 6, n. 5, pp. 619-633.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1394202>
- Norris, Pippa** (2009). "Comparative political communications: Common frameworks or Babelian confusion?". *Government and opposition*, v. 44, n. 3, pp. 321-340.
<https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x>
- OECD/JRC** (2008). *Handbook on constructing composite indicators. Methodology and user guide*. Paris: OECD Publisher. ISBN: 978 92 64 04345 9
<https://www.oecd.org/sdd/42495745.pdf>
- Ofcom** (2019). *Ofcom's annual report on the BBC*.
https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/173735/second-bbc-annual-report.pdf
- Public Media Alliance** (2019). *Changing times for public media funding*, 9 August.
<https://www.publicmediaalliance.org/changing-times-for-public-media-funding>

- Raats, Tim; Pauwels, Caroline** (2011). "In search of the Holy Grail? Comparative analysis in public broadcasting research". In: Donders, Karen; Moe, Hallvard. *Exporting the public value test. The regulation of public broadcasters' new media services across Europe*. Göteborg: Nordicom, pp. 17-28. ISBN: 978 91 86523 26 8
https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/exporting_the_public_value.pdf?file=1
- Ramsey, Phil** (2018). "Ireland: In search of reform for public service media funding". In: Herzog, Christian; Hilker, Heiko; Novy, Leonard; Torun, Orkan. *Transparency and funding of public service media: Deutsche Debatte im internationalen Kontext*. Wiesbaden: Springer VS, pp. 77-90. ISBN: 978 3 658 17997 7
- Ramsey, Phil; Herzog, Christian** (2018). "The end of the television licence fee? Applying the German household levy model to the United Kingdom". *European journal of communication*, v. 33, n. 4, pp. 430-444.
<https://doi.org/10.1177/0267323118775300>
- Rantanen, Terhi** (2013). "A critique of the systems approaches in comparative media research: A Central and Eastern European perspective". *Global media and communication*, v. 9, n. 3, pp. 257-277.
<https://doi.org/10.1177/1742766513504175>
- Repiso, Rafael; Delgado-López-Cózar, Emilio; Torres-Salinas, Daniel** (2011). "Análisis bibliométrico y de redes sociales en tesis doctorales españolas sobre televisión (1976/2007)". *Comunicar*, v. 19, n. 37, pp. 151-159.
<https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-07>
- Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel; Direito-Rebollal, Sabela** (2018). "Hacia el *Total View* y la medición integrada: la televisión pública y su conexión con la audiencia". En: López-Golán, Mónica; Campos-Freire, Francisco; López-López, Paulo C.; Rivas-Echeverría, Francklin. *La comunicación en la nueva sociedad digital*. Mérida, Venezuela: PUCE-UTPL, pp. 245-258. ISBN: 978 980 11 1932 6
- Rotermund, Hermann** (2018). "Digital media culture and public service media in the platform era". In: Lowe, Gregory-Ferrell; Van-den-Bulck, Hilde; Donders, Karen. *Public service media in the networked society*. Göteborg: Nordicom, pp. 75-89. ISBN: 978 91 87957 73 4
<https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/public-service-media-networked-society>
- Saisana, Michaela; Tarantola, Stefano** (2002). *State-of-the-art report on current methodologies and practices for composite indicator development*. EUR 20408 EN, European Commission-JRC: Italy.
- Saltelli, Andrea** (2007). "Composite indicators between analysis and advocacy". *Social indicators research*, v. 81, pp. 65-77.
<https://doi.org/10.1007/s11205-006-0024-9>
- Saurwein, Florian; Eberwein, Tobias; Karmasin, Matthias** (2019). "Public service media in Europe: Exploring the relationship between funding and audience performance". *Javnost*, v. 26, n. 3, pp. 291-308.
<https://doi.org/10.1080/13183222.2019.1602812>
- Schulz, Anne; Levy, David; Nielsen, Rasmus-Kleis** (2019). *Old, educated, and politically diverse: The audience of public service news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. ISBN: 978 1 907384 64 6
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-09/The_audience_of_public_service_news_FINAL.pdf
- The economist** (2017). *Democracy index 2016. Revenge of the "deplorables"*. London, New York & Hong Kong: The Economist Intelligence Unit.
<http://felipesahagun.es/wp-content/uploads/2017/01/Democracy-Index-2016.pdf>
https://www.transparency.org.nz/docs/2017/Democracy_Index_2016.pdf
- Transparency International** (2017). *Corruption perceptions index 2016*.
https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016
- Trappel, Josef** (2016). "Taking the public service remit forward across the digital boundary". *International journal of digital television*, v. 7, n. 3, pp. 273-295.
https://doi.org/10.1386/jdtv.7.3.273_1
- Túñez-López, Miguel; Martínez-Solana, Yolanda; Valarezo-González, Karina** (2014). "Análisis de productividad, impacto e índice h de la investigación en Comunicación a través de los perfiles personales en Google Académico". *Revista latina de comunicación social*, v. 69, pp. 684-709.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1030>
- Warner, Mervyn** (2019). *Funding public media. An insight into contemporary funding models*. Public Media Alliance.
<https://www.publicmediaalliance.org/wp-content/uploads/2017/08/Funding-Public-Media-.pdf>