

Editorial

Indicadores mediáticos, ciudadanía y gobernanza. Oportunidades para las políticas públicas y ecologizar el sistema de medios.

<https://doi.org/10.56418/txt.18.1.2024.0>

Silvia Olmedo Salar

 <https://orcid.org/0000-0001-7193-3009>

[silviaolmedo@uma.es]

Universidad de Málaga (España)

Carmen del Rocío Monedero Morales

 <https://orcid.org/0000-0002-3222-029X>

[roi@uma.es]

Universidad de Málaga (España)

Manuel Chaparro Escudero

 <https://orcid.org/0000-0002-5630-4009>

[mch@uma.es]

Universidad de Málaga (España)

Esta obra se publica bajo la siguiente licencia Creative Commons:
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Los indicadores mediáticos son medidas o métricas utilizadas para evaluar y analizar desde diferentes perspectivas los medios de información y son esenciales para comprender el impacto y el compromiso de los medios con la sociedad, la cultura y la opinión pública. El creciente interés por medir desde perspectivas democráticas y de interés por el Bien Común, ha venido de la mano de las recomendaciones de la UNESCO y sus “Indicadores de desarrollo mediáticos” (2008), “Indicadores de calidad de las emisoras públicas:” (2012), así como del “Manual metodológico Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo” (2014). Medir los aspectos éticos de la labor de los medios, la concentración de la propiedad, la pluralidad del sistema y la eficacia de políticas públicas ha sido también una preocupación en la Unión Europea, así, la Comisión y el Parlamento Europeo promovieron en 2008 la creación del “Media Pluralism Monitor”, para medir la salud del sistema de medios en los diferentes países de la Unión.

El interés por el buen funcionamiento del sistema de medios y especialmente el audiovisual ha trascendido de la matriz economicista y los resultados cuantitativos de audiencias a centrarse en la transparencia de la gestión empresarial, la idoneidad y calidad de los contenidos, la información veraz

frente a las estrategias desinformadoras, la participación ciudadana o el cumplimiento normativo entre los aspectos más destacados.

Los indicadores mediáticos ayudan a fomentar la transparencia y la responsabilidad en los medios de comunicación al medir y publicar datos sobre la calidad y la independencia de los contenidos, se puede responsabilizar a los medios por sus prácticas y decisiones editoriales.

Por otro lado, la diversidad y la pluralidad son fundamentales para una democracia sana y libre de toxicidades informativas desorientadoras de la opinión pública, por ello los indicadores contribuyen a evaluar la variedad de voces y perspectivas representadas en los medios. Es crucial asegurar que la comunicación social no esté dominada por intereses particulares que puedan usar la información con fines espurios.

Los indicadores pueden ayudar a valorar el impacto social y cultural de los medios, y cómo los contenidos influyen en la opinión pública y la eficacia de las políticas públicas. Esto es crucial para entender el papel de los medios en la construcción de ciudadanía y de una sociedad con valores.

En los últimos años, este interés por la identificación de buenas prácticas y fórmulas para socializar valores y fortalecer la calidad democrática en los medios ha movilizado a investigadoras e investigadores, instituciones públicas y organismos nacionales e internacionales. En este sentido y desde una perspectiva integral, este monográfico aborda el intenso proceso de desarrollo y consolidación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación en el artículo aportado por Lara Espinar-Medina, Laura Barrera-Jerez y Sara López-Gómez con el título *Diez Años del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación*, herramienta creada por el Laboratorio de Comunicación y Cultura Comandalucía de la Universidad de Málaga. A través de un análisis pormenorizado, las autoras evidencian el potencial de la herramienta para detectar las fallas de los medios audiovisuales y promover una mejora integral de su funcionamiento y gestión para ser rentables socialmente. La investigación recoge el proceso de adaptación e implementación del IRSCOM en emisoras de radio pública local, emisoras comunitarias, cadenas de radio generalista estatal y cadenas de televisión generalista estatal, tanto públicas como privadas, en España, Colombia, Andalucía, Castilla-La Mancha y Murcia. Su capacidad de incidencia se refleja en la propia legislación audiovisual andaluza y española.

En un proceso de evaluación mediática es muy importante medir el contenido informativo transmitido para tener una sociedad pensante y crítica. Los retos a los que se enfrenta el diseño y aplicación de indicadores afectan al conjunto de Sectores del sistema de medios: medios públicos, privado comercial y privado sin ánimo de lucro, sin perder de vista los nuevos escenarios abiertos con las plataformas digitales y redes sociales virtuales. Y en este camino, no podemos olvidar la propia profesión periodística en el contexto de proximidad, que tan necesariamente ejerce un papel crucial para vertebrar los territorios. Esta propuesta encuentra un foco relevante en el trabajo de Mar García-Gordillo y Francisco Javier Caro González, cuyo trabajo *Correlación del Indicador de Compromiso Social (ICS) y del Indicador de Calidad Periodística (ICP) en la prensa local digital de Andalucía*, se centra en evaluar el impacto social de los medios de proximidad escritos y la calidad informativa en Andalucía. Su propuesta se basa en una metodología cualitativa para tratar de paliar las deficiencias y la calidad informativa existentes teniendo en cuenta que el periodismo de proximidad ha jugado históricamente un papel fundamental en la articulación de las comunidades locales y regionales. Es la información más próxima al lector y de mayor utilidad y además debe orientarse a ofrecer un servicio público.

La importancia de medir y el compromiso de mejora no tiene fronteras. Desde la otra orilla del Atlántico, se recorre el análisis de la organización Bogotá Social a través de la investigación de Luis

Carlos Rodríguez Páez y Yulieth Aldana Orozco *Política de Comunicación Comunitaria en Bogotá: herramienta para el fortalecimiento de la ciudadanía y los procesos de participación. El caso de la organización Bogotá Social*. Esta propuesta parte con el objetivo de poner en valor las políticas públicas de comunicación comunitaria que inciden en el ejercicio ciudadano participativo del medio, alentando procesos significativos de construcción social.

Los indicadores mediáticos desempeñan un papel fundamental en la evaluación y el análisis del sector de los medios y a la rendición de cuentas a la ciudadanía, ayudando a detectar las debilidades y las fortalezas, principio fundamental que sostiene el trabajo *Los indicadores mediáticos como herramientas de rendición de cuentas: estado actual y tendencias* de Lidia Peralta García y Lucía Ballesteros-Aguayo. Sustentada en una solvente revisión bibliográfica, las autoras desvelan la existencia de cierta dispersión en cuanto a los indicadores mediáticos que conviven a su vez con una tendencia a la especialización de estos instrumentos de medición. Asimismo, detectan nuevos nichos temáticos que podrían beneficiarse de la aplicación de indicadores, como el sector emergente de la Transición Ecosocial, propuesta que despierta especial interés para transformar el actual sistema depredador con el planeta y viene siendo trabajado por el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga en su proyecto del Plan Nacional de I+D+i IMRESCOM.

Debemos tener en cuenta que la legislación Audiovisual europea a través de sus Directivas, así como el reciente Reglamento Europeo de Libertad de los Medios de Comunicación de aplicación en 2025 (con rango de Ley y obligado cumplimiento), inciden en solucionar problemas de transparencia y la concentración mediática. La misma Ley General Audiovisual española aprobada en 2022, recoge la necesidad de crear indicadores con estos fines.

Este monográfico es una hoja de ruta de las posibilidades que brindan los indicadores mediáticos para que los medios de información y comunicación sean útiles en la construcción de ciudadanía y son, por tanto, herramientas necesarias para promover una mayor democratización, sociedades más inclusivas, diversas y críticas.