



Índice de Sostenibilidad de Medios (MSI)

Metodología del MSI

2016

METODOLOGÍA DEL MSI

El MSI comienza con cinco “objetivos” amplios para medir la fortaleza y sostenibilidad de sistemas de medios, que abarcan el nivel de protección de la libertad de expresión, periodismo profesional, pluralidad de fuentes de noticias, administración del negocio e instituciones de apoyo. Luego, varios “indicadores” definen las condiciones específicas para lograr cada objetivo. Estos cinco objetivos y los indicadores correspondientes representan una escala en la cual se puede medir el sistema de medios de un país, tomando como base principios ampliamente aceptados de lo que constituyen medios efectivos e independientes. Este método permite hacer una evaluación amplia de un sector de medios, entendiendo los diversos factores que determinan si será abierto, profesional y económicamente sostenible.

El corazón del MSI en cada país es el grupo de expertos que rellenan el cuestionario del MSI, brindando calificaciones y comentarios por escrito, y participan en una discusión de mesa de debates sobre el estado de los medios. Un moderador local facilitará este proceso y la discusión. El papel de IREX es respaldar el proceso y supervisar el control de calidad. IREX puede llevar a cabo otro estudio limitado dentro del ambiente de los medios y presentar un conjunto adicional de calificaciones, que tendrá el mismo peso que el de los demás integrantes de la mesa de debate (es decir, si hay 12 integrantes, las calificaciones de IREX se tratarán como el 13° miembro). La transparencia del proceso y el uso de expertos y moderadores locales contribuyen al éxito del MSI como una herramienta de investigación. El resultado final es un análisis de la situación de los medios de cada país con matices y detalles que solamente los practicantes y expertos de medios locales pueden proporcionar.

El MSI ha sido diseñado con flexibilidad para incluir opiniones cualitativas, pero también incorpora un sistema estándar de calificación que permite el análisis periódico de sistemas de medios en diferentes países y a lo largo de muchos años.

Además, el MSI ha sido diseñado específicamente para que sea aplicable a cualquier país del mundo. Tiene la flexibilidad para analizar una variedad de sistemas y sus características específicas. Por ejemplo mediciones de profesionalismo y sostenibilidad aplican a medios de la comunidad, medios privados o medios públicos así como aplican a medios en línea, radio y televisión y a la prensa impresa. El MSI no manifiesta una inclinación a medios públicos o privados, sino que mide la diversidad de fuentes de medios y tipos de propiedad y administración.

El proceso del MSI busca evaluar la condición *actual* (dentro del último año) de los medios en su país, no transgresiones en el pasado distante o el futuro potencial. Al medir los mismos objetivos e indicadores todos los años, el MSI hace posible comparar el progreso (o regresión) del sector de los medios de comunicación a lo largo del tiempo. Por lo tanto sirve como herramienta efectiva para la defensa de los medios e informa acerca de los esfuerzos para desarrollarlos.

Objetivo 1: Normas Legales y Sociales Protegen y Promueven la Libertad de Expresión y el Acceso a la Información Pública

NORMAS LEGALES Y SOCIALES PROTEGEN Y PROMUEVEN LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y EL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

- Hay protección legal y social de la libertad de expresión y se la hace cumplir
- La concesión de licencias, o el registro, de los medios protege los intereses públicos y es justa, competitiva y apolítica
- La entrada al mercado y la estructura impositiva para los medios de comunicación son justas y comparables con las de otros sectores
- Los delitos contra profesionales de los medios de comunicación, reporteros ciudadanos y medios de comunicación se procesan con rigor, pero la incidencia de este tipo de delito es rara
- La ley protege la independencia editorial de los medios estatales o públicos
- La difamación es un problema de derecho civil, se espera el más alto nivel de conducta de los funcionarios públicos, la parte ofendida debe probar falsedad y dolo
- La información pública está fácilmente disponible, el derecho de acceso a la información se hace cumplir por igual a todos los medios de comunicación, periodistas y ciudadanos
- No se limita por ley el acceso de los medios de comunicación a noticias y fuentes de noticias locales e internacionales, y su uso
- La entrada en la profesión del periodismo es libre y el gobierno no impone licencias, restricciones ni derechos especiales a los periodistas

OBJETIVO 2: EL PERIODISMO CUMPLE NORMAS PROFESIONALES DE CALIDAD**EL PERIODISMO CUMPLE NORMAS PROFESIONALES DE CALIDAD**

- El reportaje es justo, objetivo y de buenas fuentes
- Los periodistas siguen normas éticas reconocidas y aceptadas
- Los periodistas y editores no practican la autocensura
- Los periodistas cubren eventos y temas clave
- Los sueldos de periodistas y otros profesionales de los medios de comunicación son lo suficientemente altos como para desalentar la corrupción y retener personal calificado en la profesión
- La programación de entretenimiento no eclipsa la programación de noticias e información
- Las instalaciones y los equipos para la recolección, producción y distribución de noticias son modernos y eficientes
- Existen reportajes y programación de nicho de calidad (investigativos, economía/negocios, locales, políticos)

Objetivo 3: Múltiples fuentes de noticias ofrecen a los ciudadanos noticias confiables y objetivas

MÚLTIPLES FUENTES DE NOTICIAS OFRECEN A LOS CIUDADANOS NOTICIAS CONFIABLES Y OBJETIVAS

- Existe una pluralidad de fuentes de noticias públicas y privadas (por ejemplo, impresas, de difusión, en línea y móvil) y ofrecen múltiples puntos de vista
- El acceso de los ciudadanos a medios de comunicación nacionales o internacionales no está restringido por ley, por razones económicas ni por otros medios
- Los medios de comunicación estatales o públicos reflejan las opiniones del espectro político, son no partidistas y sirven al interés público
- Las agencias de noticias independientes reúnen y distribuyen noticias a los medios de comunicación
- Los medios de comunicación privados producen sus propias noticias
- La transparencia de la propiedad de los medios de comunicación permite a los consumidores juzgar la objetividad de las noticias; la propiedad de los medios no se concentra en unos pocos conglomerados
- Un amplio espectro de intereses sociales se reflejan y representa en los medios de comunicación, incluidas fuentes de información de minorías lingüísticas
- Los medios de comunicación proporcionan una cobertura de noticias e información sobre temas locales, nacionales e internacionales

OBJETIVO 4: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON EMPRESAS BIEN ADMINISTRADAS, LO QUE LES DA INDEPENDENCIA EDITORIAL**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON EMPRESAS BIEN ADMINISTRADAS, LO QUE LES DA INDEPENDENCIA EDITORIAL**

- Los medios de comunicación operan como empresas eficientes y auto sostenibles
- Los medios de comunicación reciben ingresos de varias fuentes
- Las agencias de publicidad y las industrias relacionadas apoyan un mercado publicitario
- Los ingresos por publicidad, como porcentaje del total de ingresos, está en consonancia con las normas aceptadas
- Los subsidios y la publicidad del gobierno se distribuyen en forma justa, regida por la ley, y no subvierten la independencia editorial ni distorsionan el mercado
- Se usan estudios de mercado para trazar planes estratégicos, mejorar los ingresos por publicidad, y adaptar el producto a las necesidades e intereses de la audiencia
- Los ratings de radio y teledifusión, cifras de circulación y estadísticas de internet se producen en forma confiable e independiente

OBJETIVO 5: INSTITUCIONES DE APOYO ACTÚAN A FAVOR DE LOS INTERESES PROFESIONALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTES**INSTITUCIONES DE APOYO ACTÚAN A FAVOR DE LOS INTERESES PROFESIONALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTES**

- Asociaciones empresariales representan los intereses de los propietarios y administradores de los medios de comunicación y ofrecen servicios a los miembros
- Asociaciones profesionales trabajan para proteger los derechos de los periodistas y promover el periodismo de calidad
- ONG apoyan la libertad de expresión y medios de comunicación independientes
- Existen cursos de grado de calidad en periodismo/comunicación, que proporcionan experiencia práctica sustancial
- Institutos y cursos de capacitación de corta duración y en servicio permiten a los periodistas actualizar conocimientos o adquirir nuevas competencias
- Las fuentes de equipos de los medios de comunicación, de papel prensa y las instalaciones de impresión son apolíticas, no monopolizadas y no restringidas
- Los canales de distribución de los medios de comunicación (por ejemplo, quioscos, transmisores, cable, internet, móvil) son apolíticos, no monopolizados y no restringidos
- La infraestructura de tecnología de la información y las comunicaciones satisface las necesidades de los medios de comunicación y los ciudadanos

INDICADOR DE PUNTUACIÓN

0 = No, el país no cumple con el indicador; el gobierno o fuerzas sociales pueden oponerse activamente a su implementación.

1 = El país cumple mínimamente aspectos del indicador; las fuerzas pueden no oponerse activamente a su implementación, pero el ambiente de negocios puede no apoyarla y el gobierno o la profesión pueden no apoyar completa y activamente el cambio.

2 = El país ha comenzado a cumplir muchos aspectos del indicador, pero el progreso puede ser demasiado reciente para juzgar o todavía depende del gobierno o las fuerzas políticas actuales.

3 = El país cumple la mayoría de los aspectos del indicador y la implementación del indicador ha ocurrido durante varios años y/o cambios en el gobierno, indicando una probable sostenibilidad.

4 = Sí, el país cumple los aspectos del indicador; ha permanecido intacto durante múltiples cambios de gobierno, fluctuaciones económicas, cambios de la opinión pública y/o diferentes convenciones sociales.

Las calificaciones deben presentarse en números enteros o medio puntos (0; 0,5; 1,0; 1,5; 2,0; 2,5; 3,0; 3,5 o 4,0).