

Realidades comunicativas

Tipología de los
observatorios de medios en
Latinoamérica

SUSANA HERRERA DAMAS

Recibido: 27/10/05
Aprobado: 10/11/05

153 - 174

Resumen

En el presente texto la autora hace un estudio comparativo de los principales tipos de observatorios de medios que existen en América Latina. Para ello parte de una revisión teórica sobre el particular así como de los testimonios aportados por los editores de nueve observatorios latinoamericanos que operan actualmente, y con quienes mantuvo comunicación. La clasificación que aquí se presenta atiende a criterios como: 1) la temática que investigan los observatorios, 2) su origen y composición social, 3) la cobertura de los medios que analizan, o 4) el tipo de medios que observan.

Palabras clave: observatorio de medios, periodismo, regulación de los medios.

The author presents a comparative study of the main types of media observatories existing in Latin America. To do this, she starts from a theoretical revision on the subject as well as of the testimonies contributed by the editors of nine currently operating Latin American observatories whom she interviewed. The classification presented herein is based on criteria such as i) the range themes that observatories investigate; ii) their origin and social composition, iii) the coverage of the media that they analyze or iv) the kind of media that they observe.

Key words: media observatory, journalism, media regulation.

SUSANA HERRERA DAMAS

Susana Herrera Damas es doctora en comunicación audiovisual por la Universidad de Navarra (España). En la actualidad trabaja en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú) y su investigación se orienta al análisis de las relaciones entre los medios y la sociedad. En este momento estudia los observatorios de medios en América Latina.

Correo electrónico: sherrera@udep.edu.pe

Introducción

Surgidos en fechas recientes, los observatorios de medios son instancias de supervisión mediática que vigilan y controlan la actividad de los medios. Aunque ésta es su función primera, el paso del tiempo y la versatilidad que admiten estos mecanismos ha ampliado su repertorio de funciones hasta abarcar cometidos característicos de otras instancias. El objetivo del presente texto es describir los principales tipos de observatorios de medios que existen en América Latina. Para ello se ha partido de una revisión teórica exhaustiva sobre el particular,¹ así como de los testimonios aportados por los editores de nueve observatorios latinoamericanos que operan actualmente y con quienes se mantuvo comunicación.² Antes de exponer los resultados de la investigación, parece necesario hacer una referencia –siquiera breve– al contexto en el que aparecen y a la singularidad de estas iniciativas.

Contexto en el que aparecen

Los observatorios constituyen un exponente más que se podría situar dentro del fenómeno mayor del *media criticism*, o revisión crítica de la actividad de los medios. Este fenómeno comienza a surgir y desarrollarse en diferentes partes del mundo ante la convicción de que el poder que tienen hoy los medios en nuestras sociedades democráticas no se corresponde con un ejercicio siempre responsable de su misión. La prensa, como cualquier otro actor, también comete errores. La diferencia es que mientras ella se dedica a criticar los errores de otros, nadie cuestiona los suyos propios:

Todos somos reacios a reconocer nuestros errores y esto parece aún más cierto si cabe en el caso de los medios.

Puesto que viven de la credibilidad que les concede el público, ha sido su política habitual hacer lo posible por esconder sus errores. Pero el resultado final de esta política es contraproducente. El público acaba teniendo una imagen poco positiva de los medios y sus profesionales, viéndolos como uno de los colectivos más arro-

- 1 Entre las más destacadas la de Rey (2003), Broullón, Hernández, López y Pereira (2005), Beltrán (2005), Medios para la Paz (2005) o Téllez (2003).
- 2 Se trató de entrevistas en profundidad con los editores o máximos responsables de los observatorios. Desarrolladas por vía telefónica, las entrevistas partieron de un cuestionario semiestructurado. La fase de las entrevistas tuvo lugar entre mayo y septiembre de 2005. Los nueve observatorios analizados fueron: Observatorio da Imprensa (Brasil), Observatório Brasileiro de Mídia (Brasil), Monitor de Mídia (Brasil), Observatorio de ANDI (Brasil), Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana (Colombia), Observatorio Global de Medios (Venezuela), Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (Perú), Observatorio de Medios (Perú) y Observatorio de Medios Fucatel (Chile).

gantes e incapaces de reconocer sus faltas. Es necesario un cambio de actitud. Puesto que los medios realizan una labor de escrutinio de las demás instituciones, no se entiende muy bien –y el público se da cuenta de ello– que se excluyan a sí mismos de ese ejercicio tan sano de la crítica (Aznar, 1999: 176).

Por decirlo en palabras del Instituto Gutenberg:³

La prensa fiscaliza al gobierno. La prensa fiscaliza a los jueces. La prensa fiscaliza a los artistas. La prensa fiscaliza a los empresarios. La prensa fiscaliza a los políticos. La prensa fiscaliza a los jugadores de fútbol. La prensa fiscaliza a los policías de tráfico. La prensa fiscaliza a los sacerdotes y obispos. La prensa fiscaliza a los

poderes públicos. La prensa fiscaliza al cine y al teatro. La prensa fiscaliza a los profesores. Lo único que la prensa no fiscaliza es la propia prensa ¿quién fiscaliza a la prensa?⁴

Ésta es la razón de ser que justifica el inicio del fenómeno del *media criticism* del que, como venimos diciendo, los observatorios de medios constituyen un ejemplo más.⁵ En este sentido, los observatorios comparten con otras iniciativas la convicción de que los medios y sus profesionales se encuentran en una situación realmente crítica que demanda la presencia de nuevos actores que reivindiquen otra forma de entender la práctica periodística (Herrera, 2005).

3 El Instituto Gutenberg fue creado por periodistas en 1994 homenajeando al genial inventor alemán que ideó los tipos móviles de la imprenta, con la misión de ser un crítico independiente de los medios. Promovido por el periodista Sérgio Buarque de Gusmão, el Instituto se declara apolítico y no lucrativo y, antes de cualquier juicio de valor, defiende la libertad de prensa como un valor de la sociedad así como la libertad de expresión, de religión, de organización y de los derechos individuales que dan sentido y vigor a una nación civilizada. Con el objetivo de indagar la actividad de los medios, el Instituto ha sido durante años un importante referente latinoamericano en su empeño de estimular el debate sobre la ética en los medios. Además, ha realizado numerosas investigaciones comparativas sobre los medios, y su base de datos contiene abundante información sobre temas diversos como el abuso en el empleo de fuentes anónimas, una relación de códigos de conducta, una relación de leyes de prensa, de consejos de prensa, un enlace con críticas a los medios a nivel mundial o una relación de veedurías y de instituciones donde reclamar, entre otros. Pionero en experiencias de este tipo en el continente, el Instituto comparte la mayor parte de los rasgos de un observatorio, especialmente los que se refieren al reconocimiento de la importancia de la comunicación para la democracia, a la insatisfacción con la actual situación de los medios, a la reivindicación de otra forma de entender

la práctica periodística, a la demanda de un público más crítico y activo respecto a la actividad de los medios, a la divulgación de su actividad y a la predilección por las nuevas tecnologías. Sin embargo, lamentablemente el Instituto se encuentra desactivado y de hecho la última fecha de actualización de su página web es el 18 de junio de 2004. Para un conocimiento más detallado de las actividades del Instituto, puede visitarse su página en la dirección:

<http://www.igutenberg.org>

4 <http://www.igutenberg.org/apresent.html>, fecha de consulta: 12 de septiembre de 2005.

5 Otros son la aparición de las asociaciones de consumidores y usuarios de medios de comunicación, el surgimiento dentro de los medios de la figura del *ombudsman* o defensor de la audiencia, la aparición de observatorios críticos respecto al tratamiento que los medios hacen de diferentes temas o el inicio de páginas en la internet que divulgan la actividad de autores críticos contra los medios. Este último es el caso, por ejemplo, de la obra de Noam Chomsky y de Ben Bagdikian, en la dirección electrónica: <http://www.papertiger.org>. (Cfr. Israel, 1996: 177-182).

La singularidad de los observatorios latinoamericanos

Desde su aparición en Latinoamérica, a mediados de los años noventa, los observatorios han ido ganando –lenta pero progresivamente– una mayor presencia en el panorama mediático del continente. Hoy, se trata de realidades ciertamente versátiles que, no obstante, todavía ensayan “su propia figura” y cuyos trazos no están todavía totalmente perfilados. Aún así, cabe decir que entre los rasgos que caracterizan a todos los observatorios latinoamericanos por el hecho de serlo se encuentran (Herrera, 2005):

1. El reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia.
2. La insatisfacción con la actual situación en la que se encuentran los medios.
3. La reivindicación de otra forma de entender la práctica periodística.
4. La reivindicación de otro público consumidor de medios.
5. El ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo.
6. Su intencionalidad revisionista y reformista.
7. Su carácter propositivo y una finalidad más prescriptiva que descriptiva.
8. La diversidad y creatividad en sus actuaciones.
9. La convicción de la importancia de divulgar su actividad.
10. La predilección por el empleo de las nuevas tecnologías y –de una manera preferente– por la internet.

Por el contrario, los observatorios latinoamericanos se diferencian entre sí en función de variables como su origen, composición, orientación ideológica, sus estructuras y modos de funcionamiento, los aspectos de los medios que analizan, el instrumental metodológico que emplean y la sistematización de su actividad (Herrera, 2005).

Tipología de los observatorios en América Latina

A la hora de proponer cualquier clasificación, el primer paso consiste en establecer una serie de criterios que nos permitan distinguir entre los observatorios. En este caso, los criterios de clasificación parten del conjunto de variaciones que se registran en los observatorios

latinoamericanos. No obstante, con el fin de simplificar la propuesta y de hacerla más operativa, se ha atendido sólo a los criterios que se consideran más significativos. De esta forma, los criterios que permiten diferenciar a los observatorios latinoamericanos son:

1. La temática que investigan.
2. Su origen y composición social.
3. La cobertura de los medios que analizan.
4. El tipo de medios que observan.

Antes de desarrollar la tipología, el siguiente cuadro resume la propuesta:

Criterio	Tipos de observatorios
En función de la temática que investigan	<ul style="list-style-type: none"> - Observatorios generales - Observatorios especializados
En función de su composición social	<ul style="list-style-type: none"> - Vinculados a gente de la profesión: <ol style="list-style-type: none"> a) vinculados a facultades de comunicación b) vinculados a profesionales en activo c) mixtos - Vinculados a gente de fuera de la profesión - Mixtos
En función de la cobertura de medios que analizan	<ul style="list-style-type: none"> - Observatorios que analizan medios locales - Observatorios que analizan medios regionales - Observatorios que analizan medios nacionales - Observatorios que analizan medios internacionales - Observatorios con cobertura geográfica múltiple
En función del tipo de medios que observan	<ul style="list-style-type: none"> - Observatorios que analizan prensa - Observatorios que analizan radio - Observatorios que analizan televisión - Observatorios que analizan revistas y/o suplementos - Observatorios que analizan la internet - Observatorios con cobertura de tipos de medios múltiple

Veamos a continuación cada uno de los tipos:

En función de la temática que investigan

En primer lugar, en función de la temática que investigan, cabe hacer una primera distinción entre los observatorios generales –dedicados al monitoreo de una gran cantidad de temas, siempre que éstos estén relacionados con las profesiones de comunicación– y los observatorios especializados que se centran en el rastreo de uno o varios temas acotados así desde el comienzo. En este último caso, las posibles focalizaciones temáticas de los observatorios son muy variadas y, a nivel mundial, incluyen –por ejemplo– la investigación en temas de derechos de la infancia y de la juventud, mujeres, tercera edad, el papel de los medios en la representación de conflictos, elecciones, convivencia entre el poder político y los intereses de las corporaciones mediáticas, crimen y violencia, derechos humanos, salud, intimidad, ética y deontología de los medios, comunicación local, figuración de la alteridad, formas de trabajo de los periodistas y condiciones de producción de los mensajes, cibersociedad y nuevas tecnologías de la información, políticas de comunicación, propiedad de los medios y aspectos empresariales de los medios de comunicación, etc.

Los resultados de nuestra investigación mostraron que, en el caso latinoamericano, se advierte un cierto dominio de los observatorios generales, dedicados al rastreo de cuatro o cinco temas que, además, no suelen estar perfectamente definidos desde el comienzo sino que se van perfilando conforme el observatorio va adquiriendo una mayor trayectoria. Éste es el caso, por ejemplo, del Observatorio da Imprensa que nace en Brasil en abril de 1996 y se define como una entidad civil, no gubernamental, no corporativa y no partidaria, que pretende acompañar, junto con otras organizaciones de la sociedad civil, el desempeño de los medios brasileños. Funciona como un foro permanente donde los usuarios de los medios, organizados en asociaciones desvinculadas del ejercicio periodístico, pueden manifestarse y participar activamente en un proceso en el que, hasta ahora, desempeñaban el papel de agentes pasivos.

El Observatorio da Imprensa fue creado en São Paulo por el Laboratorio de Estudios Avanzados en Periodismo (Labjor), de la Universidad Estatal de Campinas (Unicamp) y en su versión *on line* –iniciada en abril de 1996– es un proyecto del Instituto para el Desarrollo del Periodismo (Projor). Su presidente es Alberto Dines, primer impulsor del *media watch* en Brasil. Progresivamente, el Observatorio da Im-

prensa ha ido contando con nuevos soportes para divulgar su actividad.⁶

Hay que decir que, entre los temas que monitorean los observatorios generales, el estudio de la ética y la deontología periodísticas ocupa un lugar preferente. Así, por su mismo origen, la mayor parte de los observatorios latinoamericanos otorga una atención prioritaria a estas cuestiones. En palabras de Broullón, Hernández, López y Pereira, la evaluación de criterios éticos de los medios es una constante que se puede encontrar en todos los observatorios: “el desarrollo correcto del trabajo periodístico sigue centrando una buena parte de los análisis y controversias salidas de los observatorios de medios” (Broullón, Hernández, López y Pereira, 2005: 44).

Por lo demás, son más bien escasos los ejemplos de observatorios especializados. Uno de los más significativos es el de la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI) en Brasil, que monitorea los medios como una de sus estrategias de sensibilización y movilización a fin de tratar de que la cobertura de temas relacionados con niños y adolescentes tenga una mayor calidad. La ONG a la que pertenece (ANDI) nace en

1992, en Brasilia y se define como una organización de la sociedad civil. En su origen se encuentra la percepción de un grupo de periodistas brasileños sobre la necesidad de hacer algo para elevar la calidad de la información pública disponible sobre estos temas. Consideraban los pioneros de esta ONG que el estado actual dibujado por la prensa no trazaba la dimensión del problema ni los desafíos que debían ser enfrentados por la sociedad para resolverlo. Los criterios periodísticos de la época daban prioridad a los temas relativos a la violencia, y los niños de la calle apenas aparecían en las páginas de sucesos como una amenaza a la clase media, a pesar de que en 1990 se había aprobado el Estatuto del Niño y del Adolescente. Las acciones de ANDI se estructuran en tres ejes: 1) la movilización, 2) el análisis y 3) la cualificación de las coberturas para que el tratamiento de estos temas tenga cada vez una mayor calidad.

Entre los observatorios especializados cabría situar también la iniciativa del Observatorio Periodístico de Derechos Humanos, en El Salvador, si no fuera porque actualmente éste no se encuentra operando. En este caso, se trató de una iniciativa realizada por Probidad y la Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (Fespad), y financiada por la asociación española Ayuda en Acción. El objetivo central era “generar un

6 Para un conocimiento más detallado de las actividades y el funcionamiento de Observatorio da Imprensa, puede visitarse su página en la dirección:
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>

espacio de reflexión, análisis y autocritica para los periodistas de El Salvador en temáticas relacionadas con los derechos humanos, el periodismo de investigación y la corrupción. Esto se hacía a través de encuentros mensuales en los que se seleccionaba una temática específica y se buscaba generar algún tipo de discusión sobre la misma”.⁷ Entre sus intenciones estaba la de vincular cada vez más a estudiantes de comunicación en temas de derechos humanos y desarrollar en ellos el sentido crítico que se fomenta en las universidades. El proyecto contó con un promedio de 5.000 dólares anuales, pero la falta de recursos obligó a interrumpir la actividad en mayo de 2005.

Fuera de las experiencias de ANDI y del Observatorio Periodístico de Derechos Humanos, hay iniciativas similares –centradas también en el monitoreo de un único tema preferente– pero que, en sentido estricto, no constituyen auténticos observatorios. Así sucede, por ejemplo, en el caso de Transparencia Brasil, que fue fundada en abril de 2000 por un grupo de personas y de organizaciones gubernamentales comprometidas en la lucha contra la corrupción. Está asociada a Transparencia Internacional, la única organización mundial que se dedica exclusivamente a combatir la corrupción. Los resultados se pueden ver en el proyecto Deu no Jornal (Dicho en el diario), que es un banco de datos sobre

noticias relativas a la corrupción que han sido publicadas en la prensa brasileña. Desde el 26 de enero de 2004 recoge el contenido de las versiones en la internet de más de 60 medios impresos (diarios de todos los estados y cuatro revistas semanales). Todas las noticias recogidas están –de alguna manera– relacionadas con la cobertura de temas de corrupción y su combate. Una vez introducidos y codificados, los textos son sometidos a análisis comparativos mediante rigurosos procedimientos estadísticos.⁸

Pese a su interesante labor en lo que a monitoreo de medios se refiere –en este caso con una temática específica–, es importante destacar que Transparencia Brasil no tiene la intención de reformar algún aspecto de la profesión periodística sino que utiliza más bien los datos como punto de partida para realizar acciones de movilización, información, conferencias, debates y encuentros, asesoría técnica y concienciación.

Algo parecido ocurre en el caso de O DOXA, también en Brasil, que se podría citar así mismo como un ejemplo de observatorio especializado si no fuera porque, en sentido estricto,

7 Así lo expresó uno de los integrantes de la experiencia, José Manuel Castillo, en correo electrónico intercambiado con la autora el 2 de junio de 2005.

8 A fin de conocer con más detalle el contenido y funcionamiento del proyecto Deu No Jornal, puede visitarse su página en la dirección:
<http://www.deunojornal.org.br/estatisticas/estat.html>

no constituye un actor de este tipo sino que se trata más bien de una experiencia próxima. O DOXA se define como un laboratorio de investigación en comunicación política y opinión pública. Fue creado en 1996 en el Instituto Universitario de Pesquisas Río de Janeiro/Universidad Cândido Mendes para investigar los procesos electorales y de formación de la opinión política. Coordinado por el doctor en ciencia política, Marcus Figueiredo, de la Universidad de São Paulo, el Laboratorio se ha convertido en un refe-

rente para la investigación en comunicación política en Brasil, y produce tesis de doctorado, publicaciones y análisis dentro de los varios subtemas que admite el asunto – propaganda electoral, periodismo político, recepción y actitud política, comportamiento electoral y otros⁹-. Sin embargo, al igual que en el caso de Transparencia Brasil, tampoco aquí se observa una intencionalidad reformista de las coberturas que los medios realizan en temas de política, por lo que queda excluida su consideración de observatorio.

*En función de su composición social*¹⁰

Atendiendo al criterio de su composición social, podemos distinguir entre los observatorios integrados por gente de la profesión, por gente de fuera de la profesión y, en tercer lugar, los observatorios mixtos que están compuestos por profesionales de la comunicación pero también por público general.

Además, dentro del primer grupo –el de los observatorios integrados por gente de la profesión– cabe diferenciar

a su vez entre los observatorios vinculados, por un lado, a facultades de comunicación social y, por otro, los observatorios en los que participan fundamentalmente profesionales en activo.

Entre aquéllos vinculados a facultades de comunicación se destaca el Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, en Colombia, que nace en noviembre de 1999 con el propósito de ser “un laboratorio de experimentación para analizar medios masivos de comunicación y sus efectos directos en la sociedad. Es un espacio para reclamar calidad informativa, contenidos útiles a la comunidad y compromiso social”. Su primera actuación fue la de promover el llamado “Acuerdo por la

9 Para una consulta más detallada de sus estudios puede verse la página del Laboratorio en la dirección electrónica: <http://doxa.iuperj.br/>

10 Rey distingue entre observatorios según origen, es decir: 1) vinculados a fcoms, 2) vinculados a periodistas y profesionales de la comunicación, y 3) vinculados a organizaciones sociales privadas y entidades públicas (Rey, 2003).

discreción”, firmado el 4 de noviembre de 1999 por los directores de los 35 medios principales del país. En él se recogían distintos principios que consideraban se debían tener en cuenta en las informaciones generadas en torno a la guerra que se libra en Colombia. Sin embargo, poco tiempo después, los integrantes del Observatorio tomaron conciencia de que, en realidad, sus actividades podían ir más allá de la simple revisión de hasta qué punto los directores de los medios cumplían los principios del citado Acuerdo, y se decidieron a completar sus acciones con una labor pedagógica con periodistas y ciudadanos para incrementar la calidad en los contenidos articulados por los medios.¹¹ Sus actividades están siempre presididas por la idea de que “los medios, en su función informativa, constituyen un servicio público, con garantías y privilegios específicos garantizados por el orden constitucional, que presuponen imperiosas contrapartidas en materia de deberes y responsabilidades de los comunicadores” (Velásquez, 2005).

Podrían encuadrarse también en este apartado otras propuestas vinculadas a facultades de comunicación pero que, en este momento (octubre de 2005) se encuentran en fase o de rediseño o de construcción. Veamos, por ejemplo, las iniciativas del Observatorio de Medios de la Pontificia Universidad Javeriana y del Obser-

vatorio Pedagógico de Medios de la Universidad Pedagógica Nacional, ambos en Colombia.

El Observatorio de Medios de la Pontificia Universidad Javeriana es un proyecto institucional de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia que, desde 1999, trata de analizar las agendas informativas, las culturas mediáticas y la construcción de ciudadanías desde y en los medios de comunicación. Entre sus características, el Observatorio describe las formas como los medios construyen los acontecimientos y las maneras en que representan la realidad; trabaja sobre las estrategias informativas, narrativas y estéticas de los medios, y estudia procesos de recepción y construcción de ciudadanías mediáticas. Entre 1998 y 2003, el Observatorio produjo varias investigaciones mediante las técnicas de encuesta, análisis de contenido, análisis de discurso, análisis de audiencias y grupos de discusión.¹² Sin embargo, a pesar de esta producción, en palabras de Jorge Iván Bonilla, uno de sus

11 Para un mayor conocimiento de las actividades y el funcionamiento del Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, puede visitarse su página en: <http://sabanet.unisabana.edu.co/observatorio/default.html>

12 Éstas son: 1) medios de comunicación y campañas presidenciales en Colombia, 1997-1998 (1998); 2) docudrama: visibilidades y ciudadanías (1998); 3) análisis de la información de los medios de comunicación y las conversaciones de paz entre el gobierno y las guerrillas de

promotores, los resultados de estas investigaciones fueron divulgados “pero sin una estrategia de difusión y un soporte institucional-tecnológico que permita darle más dinamismo, prontitud e interlocución social a lo que se espera que sea un observatorio”.¹³ Por eso, en estos momentos, la Facultad de Comunicación y Lenguaje se encuentra en plena reformulación de lo que pretenden sea el Observatorio, tratando sobre todo de buscar el soporte institucional y tecnológico que pueda dar continuidad a sus actividades.

También en Colombia, en octubre de 2003 nació el Observatorio Pedagógico de Medios de la Universidad Pedagógica Nacional. Se trataba de un proyecto vinculado inicialmente a la Facultad de Educación. En sus

orígenes, el Observatorio se define como una organización académica de investigadores dedicada a seguir y analizar los medios y las prácticas comunicativas-educativas. En ese sentido, el tema prioritario era el seguimiento de la información que los medios ofrecen sobre el tema educativo. Junto a este seguimiento, el Observatorio pretendía también analizar prácticas educativas comunicativas entre los diferentes actores que se mueven en el espacio escolar, y observar los usos pedagógicos que la escuela hace de los medios.¹⁴ Sin embargo, la presentación del Observatorio no ha estado acompañada de una relación de estudios, propuestas, comunicados e investigaciones, lo que hace pensar que se encuentran en pleno proceso de reinención.

Aparte de estos observatorios –vinculados todos ellos a facultades de comunicación–, cabe hablar también de aquéllos vinculados a periodistas y profesionales de la comunicación en activo. Éste es el caso del Observatorio Político, Social y Cultural de Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) que ha participado en acciones tan diversas como la defensa de las radios comunitarias ante los decomisos de medios de baja potencia, un análisis respecto a la criminalización de la adolescencia y la juventud en los medios, y una defensa del Estatuto del Periodista Profesional. Por su parte, el Foro de Periodismo

las FARC y el ELN (1999); 4) la televisión que gusta a los niños (2000); 5) políticas públicas de televisión entre 1990 y 2001 (2002); 6) revisión crítica sobre la investigación de medios, violencia y terrorismo en América Latina (2002); 7) análisis del Canal Señal Colombia: concepto, identidad y oferta programática (2002); 8) el patrimonio inmaterial en las secciones de cultura de la prensa y la televisión en Colombia (en colaboración con la Universidad de los Andes) (2002); 9) los medios de comunicación y las campañas presidenciales en Colombia, 2001-2002 (2002); 10) la representación del concepto de nación en las secciones de nación de la prensa colombiana (2002), y 11) seguimiento a la información de nueve diarios y revistas nacionales sobre el conflicto armado en Colombia (2003).

13 En correo electrónico intercambiado con la autora el 18 de mayo de 2005.

14 Para conocer con más detalle el fundamento de este Observatorio puede visitarse la siguiente dirección electrónica: http://www.pedagogica.edu.co/storage/ps/articulos/pedysab18_14arti.pdf, fecha de consulta: 13 de septiembre de 2005.

Argentino (FOPEA) se situaría en este mismo apartado de observatorio vinculado a profesionales de la información aunque con dos singularidades: primera, que se encuentra en un lugar mixto porque en el citado Foro participan profesionales pero también docentes, y segunda que, en sentido estricto, no se trata de un observatorio propiamente dicho sino de una experiencia próxima. Veamos por qué.

El Foro de Periodismo Argentino surge en 2003 a partir de la iniciativa de un grupo de profesionales y profesores de periodismo que deciden impulsar la creación de un espacio de reflexión, de diálogo y de promoción de la calidad de la profesión periodística, moviliados por el 20º aniversario de la recuperación de la democracia, y ante la convicción de que la calidad del periodismo es decisiva para la calidad de la misma (Télez, 2003). Al igual que los observatorios, el Foro surge también de la insatisfacción respecto a la actual situación en la que se encuentran los medios –en este caso argentinos–. Además, FOPEA comparte otros rasgos con los observatorios, como el tipo de acciones,¹⁵ la preocupación por divulgar su actividad y la predilección por el uso de las nuevas tecnologías. Sin embargo, la mayor parte de sus actividades consiste en realizar talleres, conferencias, seminarios y ciclos dirigidos a capacitar a los periodistas y a sensibilizarlos sobre la necesidad de incrementar la calidad

del contenido de los medios. No se contempla por tanto la tarea de observar los medios de manera constante, regular y sistemática, lo que los aleja de su condición de auténtico observatorio.

En un terreno similar se sitúa la experiencia del proyecto Antonio Nariño que, pese a su proximidad, tampoco constituye un observatorio en sentido estricto. El proyecto Antonio Nariño para la Promoción y Defensa de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información se desarrolla desde el año 2001 en Colombia con la idea de implementar una estrategia que contribuya a consolidar una cultura de respeto y protección al oficio periodístico en el país, que garantice la generación y el acceso a la información como bien público. Se trata de una iniciativa que lidera la Fundación para un Nuevo Periodismo

15 Una de las más conocidas fue la elaboración, junto con otras instituciones de la sociedad civil, de un documento titulado “Una radiodifusión pública para la democracia. Principios básicos sobre el funcionamiento de la radio y la televisión públicas”. El documento retoma el debate sobre la importancia de que existan medios públicos independientes, no gubernamentales y de calidad que consoliden el sistema democrático, lo cual requiere, entre otros: 1) contar con la mayor pluralidad de perspectivas posibles, 2) posibilitar una participación ciudadana activa y responsable en la gestión de los asuntos públicos y 3) reivindicar la libertad de expresión no sólo como derecho individual sino también como precondition de la democracia. Para un mayor conocimiento de los detalles de este documento puede verse, por ejemplo, la siguiente dirección electrónica: http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/ccceinformatica/Jornadas_SNMP/Derechos_civiles.html, fecha de consulta: 13 de septiembre de 2005.

Iberoamericano (FNPI),¹⁶ y en la que participan entidades nacionales e internacionales como Fundación Social, Andiarios, NED, Fundación para la Libertad de Prensa, Fundación Friedrich Ebert y Medios para la Paz, que suman sus esfuerzos en defensa de los ataques contra la información como bien social. Se trata de un proyecto de investigación- acción-interlocución en el que se busca generar espacios de investigación e interlocución con periodistas colombianos con respecto a los estándares de calidad periodística necesarios y mínimos para cubrir el conflicto armado.¹⁷

Para el desarrollo de sus actividades, el proyecto cuenta con los resultados de un monitoreo de medios que realiza desde el año 2003 un equipo de investigación en el que se encuentran, entre otros, los colombianos Jorge Bonilla y Germán Rey. La idea es rastrear las informaciones de los medios colombianos sobre el conflicto armado. En 2004 procedieron al monitoreo de prensa y en 2005 se encuentran realizando el monitoreo de televisión.¹⁸ No obstante, a pesar del

interés de estos datos para un diagnóstico profundo sobre el tema, lo cierto es que se trata de una actividad concreta desarrollada para un proyecto específico y no sostenida con regularidad en el tiempo, lo que aleja también a esta experiencia de la esencia de un auténtico observatorio. Además, los integrantes de este equipo de investigación han rechazado la denominación de observatorio.¹⁹

Dejando a un lado los observatorios desarrollados por gente de la profesión –bien sean académicos o profesionales–, el segundo gran grupo de observatorios que se puede distinguir en Latinoamérica, atendiendo a su composición social, es el de aquellos en los que participa de manera mayoritaria gente de fuera de la profesión o, dicho de otro modo, representantes de la sociedad civil, sean éstos entidades públicas o privadas.

Además de lo que se observa en otros tipos de observatorios, los incluidos en este grupo demandan que es urgente dar paso a un usuario que sea más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que, en ocasiones, cometen los medios, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas actuaciones de los medios, y que se movilice más para exigir a los periodistas que cumplan honradamente sus tareas (Herrera,

17 Así lo explicó uno de los integrantes del equipo de investigación, Jorge Iván Bonilla, en correo electrónico intercambiado con la autora el 18 de mayo de 2005.

18 Así lo informó uno de los investigadores principales del monitoreo, Jorge Iván Bonilla, en correo electrónico intercambiado con la autora el 22 de septiembre de 2005.

19 Jaime Abello, en correo electrónico intercambiado con la autora.

2005). De esta forma, ante la falta de una cultura de crítica efectiva a los medios (Christofoletti, 2004), y sin la presencia de los elementos que se requieren para hablar con rigor de una auténtica educación en los mismos,²⁰ estos observatorios entienden que entre sus funciones prioritarias se encuentra la de capacitar a la población en el consumo crítico de medios y en la necesidad de exigir un periodismo de calidad.

En el caso latinoamericano, uno de los ejemplos más claros de este tipo de observatorios –integrados por gente desvinculada de las profesiones de comunicación– es el de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, en Perú. Esta iniciativa nació en el año 1999 como un movimiento de indignación frente a la certeza de que, en los medios, el público es sinónimo de volumen de audiencia sin importar el aporte significativo en su formación e información. Además, la Veeduría

encuentra también su razón de ser en la certeza de que las autorregulaciones no han producido cambios ni mejores relaciones entre los medios y las audiencias. Desde una perspectiva más concreta, uno de los detonantes que motivó la creación de la Veeduría fue la percepción de que muchos propietarios de medios peruanos habían vendido sus libertades de expresión al gobierno corrupto y autoritario de Fujimori y Montesinos. Conscientes del “vínculo sustancial” que se establece entre democracia y comunicación, los integrantes de la Veeduría denuncian que muchas veces los medios entienden la libertad de expresión sólo como libertad de empresa.

En la actualidad, la Veeduría se define como un colectivo de la sociedad civil liderado por la Asociación de Comunicadores Sociales-Calandria, e integrado por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), el Foro Educativo, el Instituto de Defensa Legal (IDL), la Asociación Civil Transparencia, el Instituto de Derecho y Comunicación (Deyco), la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social (Conamcos) y la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (Apfacom). Además, se adhieren a la Veeduría la Asociación Mundial de Comunicadores Cristianos (WACC), la Defensoría del Pueblo y Unicef-Perú (Acevedo, 2005: 30).

20 Estos elementos incluyen: 1) establecimiento de pautas curriculares (nacionales o regionales) por parte de las autoridades competentes; 2) programas de entrenamiento para profesores a nivel universitario; 3) apoyo para los profesores –estadías, cursos de verano de actualización, organizaciones nacionales a través de las cuales los profesores puedan crecer y desarrollarse en su especialización escogida– y a través de los que se desarrolle la propia especialización, y 4) recursos educacionales para profesores –libros de texto, hojas de actividades, videos y otro material audiovisual, carteles, folletos adicionales necesarios para la docencia– desarrollados en colaboración con todo lo apuntado anteriormente.

Hasta aquí hemos descrito los observatorios vinculados directamente a profesionales de la información y los integrados por representantes de la sociedad civil, más bien alejados de las profesiones de comunicación. Para completar el panorama es preciso describir también la existencia de un tercer grupo de observatorios que se sitúa en un lugar intermedio entre los descritos. Nos referimos a los observatorios que cuentan con una composición mixta en la que se integran representantes del mundo de la comunicación –bien sean académicos o profesio-

sionales–, y representantes de la sociedad civil. En concreto, ésta es la composición que se encuentra presente en los observatorios surgidos a raíz de la celebración del Foro Social Mundial en Porto Alegre (Brasil) en enero de 2002 y, más en concreto, de la iniciativa de Ignacio Ramonet. En este grupo se encuentran el Observatorio Brasileiro de Midia y el Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela. Ambos pertenecen al Media Watch Global y en los dos participan comunicadores, representantes del mundo académico estudiosos del fenómeno de la comunicación y consumidores de información.

La idea de crear el Observatorio Brasileiro de Midia nace a comienzos de febrero de 2002 durante la celebración en Porto Alegre, Brasil, del Segundo Foro Social Mundial.²¹ No obstante, si bien es en ese momento cuando el observatorio es presentado en público, es realmente en agosto de 2004 cuando comienza su funcionamiento regular. El Observatorio Brasileiro de Midia se define como un proyecto de iniciativa del núcleo de periodismo comparado de la Universidad de São Paulo (USP), junto con la ONG brasileña Instituto Observatório Social y Media Watch Global, un observatorio internacional con sede en Francia, que incentiva la formación de organizaciones nacionales para seguir el desempeño de las empresas de comunicación de todo el mundo.²²

21 En este Foro, Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, lanza el Observatorio Global Mundial. En su discurso Ramonet comenta que la idea de crear un observatorio no es tratar de crear un tribunal fiscalizador de la prensa ni tampoco pretende sancionar jurídicamente a los medios. Se trata más bien, dice Ramonet, de producir informes serios y documentados –como hace Amnesty International– a cargo de un equipo de profesionales de la comunicación capaces de examinar los diversos ámbitos de la producción informativa, la relación de periodistas y consumidores con las empresas de información, la influencia de los factores económicos, publicitarios, retóricos, políticos, etc., en la construcción de la información. Así, para Ramonet, Media Watch Global constituye un contrapeso indispensable frente al exceso de poder de los medios, cuando en materia de información prevalece una sola lógica –la del mercado–, y una sola ideología –la neoliberal–, que permite al mercado extender su influencia a dominios de la vida colectiva, preservados hasta ahora. Cfr. Hernández Soto, T., “Los observatorios de medios de comunicación en América Latina”, comunicación presentada en la Sociedad Española de Periodística y cedida amablemente por su autora a través del correo electrónico el 21 de septiembre de 2005.

22 Media Watch Global comienza a gestarse en enero de 2002 cuando un grupo de periodistas y estudiosos de la comunicación social, vinculados a diversos medios y organizaciones profesionales de Francia y Brasil, y a la agencia de noticias International Press Service propusieron durante el Segundo Foro Social Mundial de Porto Alegre “la formación de una instancia internacional, con sus respectivos capítulos nacionales, cuyo objetivo sería realizar el seguimiento y la evaluación de la información periodística a nivel mundial”.

Desde comienzos de septiembre de 2004, su única iniciativa ha sido el análisis de las elecciones municipales de São Paulo en 2004.²³

Este observatorio tiene un homólogo en Venezuela. Tal como consta en su página web, el Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela, nace en mayo de 2002²⁴ y se define como una asociación civil sin fines de lucro, de carácter social, democrático y participativo, cuyo propósito fundamental es ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información que proporcionan los medios venezolanos. Además, el Observatorio vela por la vigencia de los derechos a la libre expresión y a información consagrados constitucionalmente, y que gozan de reconocimiento universal. La composición del Observatorio Global de Medios es mixta y en ella

intervienen tres tipos de miembros: 1) comunicadores sociales, 2) representantes del mundo académico estudiosos del fenómeno de la comunicación y 3) consumidores de información, lectores y telespectadores ya que el Observatorio tiene el lema de que “todos somos consumidores de medios, todos somos unos pequeños observatorios en potencia”.

Al igual que en el caso anterior, también este observatorio está afiliado al Media Watch Global, cuya creación fue acordada en el Segundo Foro Social Mundial, en Porto Alegre, Brasil. Aunque comparte los objetivos generales con este observatorio, define sus metas y procedimientos teniendo en cuenta la realidad venezolana. Desde su web, se puede tener acceso a documentos, investigaciones y comunicados a la opinión pública.

En función de la cobertura de los medios que analizan

Junto a los criterios de temática y composición social, la cobertura de los medios que analizan constituye otro criterio que permite clasificar a los observatorios de medios en América Latina. En este caso, los observatorios se diferencian entre sí según registren la actividad de medios locales, regionales, nacionales o internacionales.

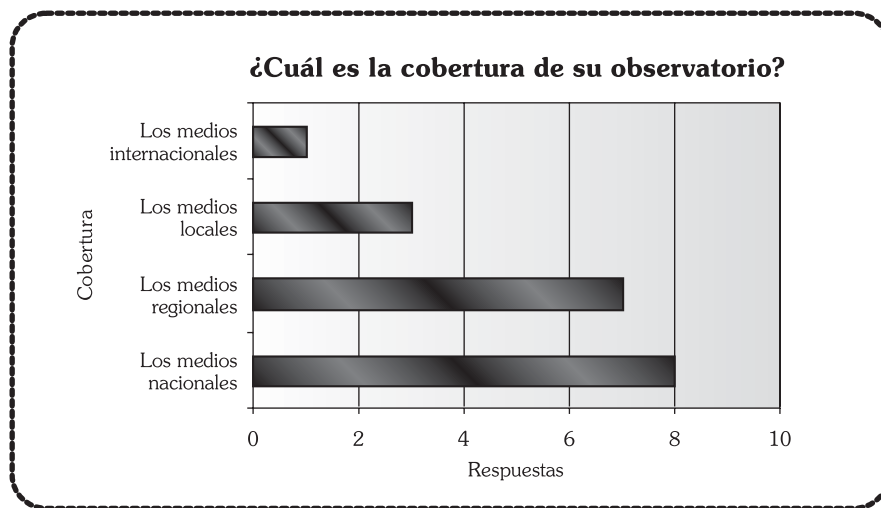
Los resultados de nuestra investigación revelaron un claro predominio

²³ En esta primera actividad el Observatorio analizó el contenido editorial de cinco diarios: *Agora São Paulo*, *Diário de S. Paulo*, *Jornal da Tarde*, *Estado de S. Paulo* y *Folha de S. Paulo*.

²⁴ En el nacimiento del Observatorio Global de Medios el detonante fue la sucesión de acontecimientos que tuvieron lugar en Venezuela en abril de 2002 cuando, a juicio de los integrantes del Observatorio, los derechos a la libertad de expresión y a la información se vieron severamente comprometidos.

de los observatorios que registran medios nacionales.²⁵ Así lo declararon ocho de los nueve observatorios interrogados. Siete de los nueve completan además su actividad con el monitoreo de los medios regionales. Por su mayoría numérica, y por

los problemas que existen para su abarcabilidad, las opciones de observar a los medios locales y, sobre todo, a los internacionales, fueron declaradas con una menor frecuencia.²⁶ Así puede verse en el siguiente gráfico:



En este punto conviene detenerse, por su especificidad, en la experiencia brasileña de Monitor de Mídia, que es el único observatorio latinoamericano que investiga exclusivamente a los medios regionales. La iniciativa se puso en marcha a finales de agosto de 2001 cuando un grupo de investigación integrado por profesores y alumnos de la Universidad do Vale do

Itajaí (Univali), en Brasil, decidió comenzar este Monitor de Mídia al que definieron como un instrumento de crítica a los medios. En concreto, este grupo acompaña sistemáticamente la calidad de la información de la prensa de la región brasileña de Santa Catarina, rastreando para ello las páginas de los tres mayores diarios de la zona: *Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia* y el *Diário Catarinense*. Entre sus preocupaciones están las de que las informaciones se atengan a los criterios de claridad, la corrección y precisión, el equilibrio, la novedad, la actualidad y singularidad, la contex-

25 En este caso, a la pregunta ¿cuál es la cobertura de su observatorio? los encuestados pudieron señalar más de una opción entre las siguientes alternativas de respuesta: a) los medios locales, b) los medios regionales, c) los medios nacionales, d) los medios internacionales, e) otra ¿cuál?

26 El único observatorio que declaró examinar también medios internacionales fue el Observatorio da Imprensa, en Brasil.

tualización de la información, y la orientación de una noticia hacia los intereses locales y/o regionales. Así mismo, Monitor de Midia denuncia algunas prácticas como las omisiones y distorsiones deliberadas o inadvertidas, la invasión de la privacidad, el abuso de poder de la prensa, los prejuicios, las tácticas para privilegiar

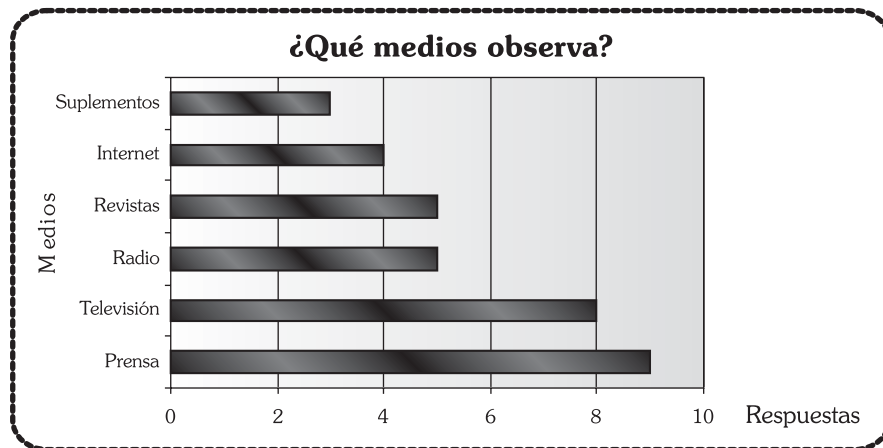
a algunas fuentes de información, el énfasis en un único aspecto de la información, las evidencias de mala fe en el periodismo, el egocentrismo y el sensacionalismo. En cuanto a su temática, sus tres líneas de investigación son: 1) ética y crítica de los medios, 2) comunicación y ciencia y 3) medios y educación.

En función del tipo de medios que observen

Finalmente, según el tipo de medios que analicen, los observatorios se pueden clasificar en diferentes grupos en el caso de que registren todos los medios, sólo prensa, sólo radio, sólo televisión, sólo internet, sólo revistas o sólo suplementos.

En el caso latinoamericano se advierte un claro predominio de los observatorios con una atención multimediática

y, de manera especial, por aquellos que registran la prensa y la televisión, en ese orden.²⁷ De los nueve observatorios encuestados todos ellos declararon monitorear la actividad de los diarios, y ocho dijeron completar sus análisis con el monitoreo de contenidos televisivos. Le siguen el registro de la radio, de las revistas, de la internet y, en último lugar, de los suplementos. Así puede verse en el siguiente gráfico:



²⁷ En este caso, los encuestados pudieron señalar más de una opción a la pregunta: ¿qué medios examina su observatorio? Las alternativas de

respuesta fueron: a) prensa, b) radio, c) televisión, d) internet, e) revistas, f) suplementos, g) todos, h) otros, ¿cuáles?

A modo de cierre

Como se ha visto, el surgimiento y la consolidación de todas estas experiencias en el continente ha dado lugar al establecimiento de una tipología que se espera se continúe desarrollando conforme estas iniciativas de regulación de la práctica periodística vayan teniendo una mayor presencia mediática y social. ■

Bibliografía

- AZNAR, H. 1999. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel comunicación.
- ACEVEDO, J. 2005. *Derechos a una comunicación para todos*. Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.
- BELTRÁN, Luis Ramiro. 2005. "Observatorio de medios: ¿el quinto poder?" *La Prensa*, 17 de junio de 2005. Disponible en: <http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>, fecha de consulta: 15 de septiembre de 2005.
- BROULLÓN, Gaspar, HERNÁNDEZ, Tatiana, LÓPEZ, Xosé y PEREIRA, José. 2005. "Los observatorios de comunicación". *Chasqui*, No. 90, pp. 38-45.
- HERRERA, Susana. 2005. "Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina". En *Sala de Prensa*, No. 84, octubre de 2005. Disponible en: www.saladeprensa.org/art638.htm
- ISRAEL, Estrella. 1996. "Receptores críticos en las autopistas de la información. Itinerario mediático a través de las voces de la sociedad". *Comunicación y estudios universitarios*, No. 6, pp. 177-182.
- MEDIOS PARA LA PAZ. 2005. "¿Por qué un observatorio?" Disponible en: <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2216>, fecha de consulta: 15 de septiembre de 2005.
- REY, Germán. 2003. "Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina". Disponible en: www.veeduria.org.pe/articulos/rey.htm, fecha de consulta: 14 de septiembre de 2005.
- TÉLLEZ, María Patricia. 2003. "Los observatorios de medios de comunicación: lugares de construcción de ciudadanía". Comunicación presentada en el XXI Encuentro Académico de Afacom y III Encuentro Regional Andino

de Felafacs: *El quinto poder: ¿le apuestan los medios a los públicos?*, Bogotá, del 1 al 3 de septiembre de 2003.

VELÁSQUEZ, César Mauricio. 2005. "El Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana". Comunicación presentada en el I Simposio de Comunicación para el Siglo XXI. Universidad Santiago de Cali. Cali, 14 de octubre de 2005.