



Bienvenidos a Razón y Palabra.

Primera Revista Electrónica especializada en Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

Junio -Julio
2006

Número actual

[Números](#)

[Editorial](#)

[Sitios de](#)

[Novedades](#)

[Ediciones](#)



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Los Observatorios de Medios en Latinoamérica: Elementos Comunes y Rasgos Diferenciales



Por [Susana Herrera](#)

Número 51

No es fácil caracterizar a una realidad que se encuentra en pleno movimiento. Ésta es una de las primeras convicciones a las que es posible llegar a la hora de estudiar el fenómeno de los observatorios de medios latinoamericanos. Y no es fácil porque, en efecto, siguiendo a Rey (2003), se trata de experiencias que apenas surgen y que "ensayan su propia figura". Además, el carácter novedoso de estas iniciativas junto a la dificultad de abstraerse de la individualidad de cada una de ellas (Broullón, Hernández, López y Pereira, 2005, p. 44) complican la tarea de intentar trazar unos rasgos que sirvan para todo el conjunto. Nos encontramos así ante una realidad que, de alguna manera, está de moda y es objeto de atención pero de la que técnicamente se sabe más bien poco.

Con el propósito de aclarar algunas cuestiones sobre estas instancias de supervisión mediática, la siguiente propuesta pretende dos cosas. Por un lado, recordar los rasgos que comparten todos los observatorios latinoamericanos por el hecho de serlo. Por otro, dejar constancia también de aquellas cualidades que los separan. Para ello, se ha partido de una revisión exhaustiva de la mayor parte de contribuciones teóricas hechas hasta la fecha¹ y de las que este texto -inacabado- se considera deudor. Asimismo, conviene apuntar que este trabajo es parte de una investigación más amplia destinada a evaluar la figura de los observatorios de medios en Latinoamérica. Por ello, en algunos casos las afirmaciones se completan con los testimonios aportados por los promotores de los principales observatorios con quienes se mantuvo entrevistas². En todo caso, antes de exponer los resultados del trabajo, pareció necesario situar el tema. Éste es precisamente el cometido de las siguientes páginas: describir los elementos en común y las variaciones que se detectan hoy entre los observatorios que existen a lo largo y ancho de América Latina.

Lo que comparten...

Puesto que la consideración de los aspectos que tienen en común todos los observatorios de medios latinoamericanos ya fue abordada con detalle en un trabajo anterior (Herrera, 2005a) se procede aquí sólo a recordar cuáles son esos diez rasgos que comparten estos actores mediáticos. Son estos:

1) Reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia

El primer elemento común que comparten todos los observatorios latinoamericanos se refiere al reconocimiento de la importante labor que tiene el diálogo y la comunicación en la consolidación de las democracias modernas³. Siguiendo a Wolton (1999, p. 145), no hay democracia posible sin comunicación y, por otro lado, la comunicación es inseparable del modelo de democracia de masas. Dicho de otra forma: los valores más sólidos de la democracia son valores intrínsecamente relacionados con la comunicación (Rey, 2002, p. 42).

2) Insatisfacción con la actual situación de los medios
Sin embargo, a pesar de la trascendencia que los observatorios otorgan a la comunicación en general y a los medios en particular, existe también una percepción generalizada de que los medios no están haciendo las cosas como deberían y que sus profesionales se encuentran en una situación realmente crítica. Siguiendo a Rey (2003), los observatorios encuentran su razón de ser en el serio cuestionamiento al que se enfrentan hoy los medios en muchos países. En el origen de todos estos ataques, es frecuente aludir a la excesiva dependencia económica e ideológica de las mismas instituciones mediáticas. Esta doble sumisión dificulta la introducción de nuevas prácticas al tiempo que consagra otras. Lógicamente, en un terreno como éste el espacio para la crítica es ínfimo y prácticamente inexistente lo que perpetúa la insatisfacción con la que se percibe la actividad de los medios.

3) Reivindicación de *otra forma* de entender la práctica periodística

Con los antecedentes arriba descritos, la razón de ser de los observatorios se encuentra en la reivindicación de que es posible *otra forma* de entender la comunicación, los medios y la práctica periodística. En su lugar, debe aparecer una nueva forma -más pluralista, rigurosa, precisa, equilibrada y justa- de entender cuál es la función de los medios.

4) Reivindicación de *otro público consumidor* de medios

Sin embargo, en la demanda de *otra forma* de entender la comunicación, los medios y la práctica periodística, los observatorios requieren también de la comparecencia de los consumidores que, no en vano, son el otro polo del proceso comunicativo⁴. Por decirlo con otras palabras: los observatorios plantean que se requiere de un usuario que sea más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que en ocasiones comenten los medios, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas de sus actuaciones y que se movilice más para exigir que los periodistas cumplan honradamente sus tareas.

5) Ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo

Otro de los rasgos que comparten todos los observatorios es el ejercicio relativamente constante, regular y sistemático del monitoreo y seguimiento de la actividad de los medios. Es decir, no se trata de algo simplemente episódico, anecdótico, pasajero o circunstancial que se realiza a modo de una radiografía estática o de un clipping para otra actividad mayor sino que la práctica de monitorear a los medios forma parte del desempeño y quehacer profesional mismo de los observatorios. Así, y a pesar de las muchas dificultades que suelen encontrar en su andadura, los observatorios nacen -en principio- con una vocación de sostenibilidad en el tiempo y no como un análisis concreto y específico sin continuidad en el futuro.

6) Intencionalidad revisionista y reformista

Los observatorios no entienden que la observación sea un fin en sí mismo sino que son conscientes de que se trata de un medio. Es decir, no observan sólo por observar, sino que observan para algo; en general, -como apuntábamos antes- para denunciar y tratar de reformar algún aspecto de la profesión con el que no se termina de estar conforme. Dicho de manera más sencilla: todos los observatorios pretenden reformar algo (Rey, 2003). Esta intencionalidad reformista es en realidad un elemento muy importante y constituye un factor propio, específico y diferencial de los observatorios de medios en Latinoamérica.

7) Carácter propositivo y finalidad más prescriptiva que descriptiva

Junto a su intencionalidad reformista, los observatorios latinoamericanos comparten también un carácter propositivo que les lleva a tratar de formular otras prácticas, estilos y contenidos posibles de manera que la crítica no sólo sea destructiva sino también edificante y constructiva. De esta forma, los

observatorios latinoamericanos comparten la convicción de que, como apunta Rosa María Alfaro, de la Veeduría Ciudadana, en Perú, "llegados a este punto, la protesta sin propuesta no sirve de nada"⁵.

8) Diversidad y creatividad en sus actuaciones

Por lo dicho hasta ahora, resulta fácil entender que todos los observatorios latinoamericanos compartan además un fuerte compromiso con la acción. Nuevamente la observación se revela no como un fin en sí mismo sino como un medio, un primer paso que justifique el paso a la acción. En algunos casos, ese compromiso con la acción surge como resultado del hastío y del cansancio con que se observa la situación en la que se encuentran los medios. Un hastío que les lleva a "sentir" que -de alguna manera- ha llegado el momento de pasar a la acción.

9) Convicción de la importancia de divulgar su actividad

En el apartado de actuaciones, ocupan además un lugar preferente las relacionadas con la divulgación de su actividad. Los observatorios necesitan publicitar el resultado de sus actuaciones a un público mayor buscando ejercer una pedagogía crítica en lo relativo al consumo de medios. La divulgación de sus actuaciones se convierte así en una de las primeras labores que, en ocasiones, llega a posibilitar las demás. No obstante, tampoco en este caso se trata de divulgar por divulgar sino que esta actividad persigue también esa misma intencionalidad reformista de la que se habló anteriormente.

10) Predilección por el empleo de las nuevas tecnologías

Todos los observatorios latinoamericanos muestran además una clara preferencia por la utilización de las nuevas tecnologías y -de una manera muy especial- por Internet. Las razones que explican esta predilección deben buscarse en su bajo coste, su gran flexibilidad, accesibilidad, rapidez, facilidad para su manejo y en su alto grado de penetración en la sociedad. De esta forma, Internet se revela como el soporte tecnológico con el que nacen los observatorios y que les permite desarrollar sus actividades y divulgar su actuación con un alcance inimaginable de otra forma y de una manera mucho más económica. En concreto, el empleo de *webs*, *weblogs* así como el envío de *newsletters* o boletines electrónicos son los instrumentos más utilizados.

...y las variaciones

Hasta aquí, estos son los rasgos que comparten todos los observatorios latinoamericanos por el hecho de serlo. El resto son variaciones. En realidad, la figura del observatorio admite en el continente una gran variedad de formas y de figuras y se revela como un mecanismo ciertamente versátil cuya configuración queda muchas veces a expensas de la creatividad de sus promotores (Herrera, 2005b). Además, es preciso recordar que nos seguimos encontrando ante una figura reciente, que todavía ensaya sus trazos y cuyos perfiles y contornos todavía no están delimitados con precisión. Dicho de otra forma: estamos ante una realidad que todavía se encuentra "en fase de construcción"⁶.

En todo caso, los principales criterios que permiten diferenciar la actividad de los observatorios en Latinoamérica son:

1) Diversidad en su origen

Aunque todos los observatorios surgen como resultado de la percepción de que los medios se encuentran en una situación crítica que demanda nuevos actores que no pacten con sus excesos, lo cierto es que -en la práctica- la iniciativa de constituir un observatorio puede surgir de tres ámbitos diferenciados (Rey, 2003).

En primer lugar, nos encontramos con los observatorios vinculados a universidades y facultades de comunicación social que, desde una perspectiva predominantemente académica, vienen a recordar cuál debe ser la función de los medios en las actuales sociedades y subrayan también la necesidad de que la

actividad de los periodistas esté presidida por una serie de parámetros éticos y estándares de calidad.

En segundo lugar, se encuentran los observatorios promovidos por los mismos periodistas y profesionales de los medios. En este caso, suele tratarse de personas con una amplia trayectoria en la profesión que, en ocasiones, cansados de las contradicciones de la práctica profesional optan por vigilar la actividad de los medios y sugerir nuevas formas y estilos periodísticos destinados a corregir algunas prácticas. El ejemplo más claro de este segundo modelo sería el del Observatorio da Imprensa, en Brasil.

Finalmente, un tercer grupo está constituido por los observatorios que surgen de la iniciativa de la misma sociedad, ante la convicción de que no pueden permanecer inertes frente a los abusos, injusticias y excesos que cometen algunos periodistas. En su composición, pueden participar periodistas profesionales retirados del ejercicio que conocen los entresijos de la profesión y que aportan elementos de juicio importantes en los análisis. Aun así, el volumen mayor de sus miembros, voluntarios o no, suele pertenecer a la sociedad civil y está alejado de las profesiones de comunicación. La Veeduría Ciudadana, en Perú, sería el caso más paradigmático.

2) Variedad en su composición

Al igual que su origen, varía también la composición social de los observatorios. También en este caso nos podemos encontrar ante tres tipos de situaciones. En primer lugar, están los observatorios integrados sólo por periodistas, bien sean académicos o profesionales. Siguiendo a Téllez (2003), uno de los aspectos más interesantes de estos mecanismos es la oportunidad que ofrecen para establecer puntos de encuentro entre los teóricos y los profesionales del mundo de la comunicación, tratando así de superar la gran distancia que a veces les separa. En algunas ocasiones, estos profesionales pueden atender demandas del público bien sea por teléfono o mediante la página *web*. Estos reclamos suelen llamar su atención sobre algún aspecto de la práctica profesional o sobre algún detalle de una cobertura que para ellos podría haber pasado desapercibido. No obstante, el seguimiento del caso así como la actividad de monitoreo de los medios queda exclusivamente a cargo de gente de la profesión que analiza el contenido de los medios desde criterios profesionales de lo que consideran que debe ser el buen periodismo. Una buena parte de los observatorios latinoamericanos se ubica en este grupo. Algunos ejemplos: el Observatorio de la Universidad de La Sabana, en Colombia, el Observatorio da Imprensa, en Brasil o el Monitor de Mídia, también en Brasil.

En el extremo opuesto, se encuentran los observatorios integrados casi de manera exclusiva por la sociedad civil y, en general, por gente alejada de las profesiones de comunicación. Como se dijo anteriormente, estos observatorios están compuestos por personas que reconocen la importancia que tiene hoy la comunicación y el lugar central que ocupan los medios pero, pese a todo, se muestran insatisfechos con la actual práctica periodística y reivindican otra forma de comunicación. Las Veedurías suelen responder a este segundo modelo.

Finalmente, existe un tercer grupo intermedio que incluye a aquellos observatorios cuya composición es mixta y está integrada por representantes del mundo de la comunicación, - académicos y profesionales-, consumidores de medios y, en general, integrantes de la sociedad civil. Ésta es, por ejemplo, la estructura que está presente en el Observatorio Brasileiro de Mídia y en el Observatorio Global de Medios de Venezuela que surgen como parte del Media Watch Global tras la iniciativa de Ignacio Ramonet en el Foro Social Mundial de Porto Alegre:

La idea del observatorio, tal como tratamos de implementarla, está enfocada a partir de la necesidad de crear un movimiento de educación popular sobre

los medios. Por ello, los observatorios toman en cuenta las tres patas de la sociedad civil organizada: los periodistas y sindicatos, los investigadores y las asociaciones de usuarios de los medios (Mattelart, 2004).

Por lo demás, hay que decir que, a pesar de que muchos de los promotores de los observatorios latinoamericanos se muestran partidarios de que estos dispongan de una composición mixta - integrada por periodistas y sociedad civil-, en la práctica, la mayor parte de los observatorios se integran dentro del primer grupo.

3) Disparidad en su orientación ideológica⁷

Siguiendo a Rey, el concepto del "ver" que subyace bajo las experiencias de los observatorios está estrechamente ligado al concepto de "lugar". Dicho de otro modo: se ve lo que existe desde un lugar:

El encuadre de una noticia o la consulta de una determinada fuente son propuestas de 'lugar', ubicaciones del conocer. Este 'lugar' propuesto desde los medios sabemos que no es único ni definitivo. Lo que se tiene es más bien una interacción de 'lugares', de perspectivas. A la ubicación de una particular información corresponde un lugar de la comprensión, que pertenece a los actores (Rey, 2003).

Pues bien: igual que los observatorios reconocen que los medios se ubican en una determinada posición a la hora de relatar el acontecer social, ellos también parten de determinados "lugares" a la hora de vigilar y monitorear la actividad de los medios. Este compromiso o ubicación ideológica puede distribuirse a lo largo de un *continuum* que va desde "más conservador" hasta "más liberal" pero que existe en todos los casos.

En este sentido, los observatorios son mecanismos análogos a otras experiencias incluidas también en el fenómeno del *media criticism* como son las asociaciones de consumidores y usuarios de medios. En Estados Unidos, por ejemplo, es clásico referirse a Fairness and Accuracy In Reporting (FAIR) y Accuracy In Media (AIM) como los dos ejemplos más claros de crítica a los medios desde perspectivas contrarias (liberal y conservadora, respectivamente).

Así, por un lado, FAIR es una de las organizaciones norteamericanas más antiguas en la vigilancia a los medios. Desde su fundación, en 1986, sus objeciones se han referido principalmente a la falta de diversidad en la cobertura de las noticias. Tal como consta en su carta de presentación, FAIR considera que los medios independientes, valientes y críticos son imprescindibles en una democracia saludable pero en la actualidad -denuncian- lo que se advierte es que las fusiones de los grandes medios los han convertido en grandes corporaciones y oligopolios, demasiado próximos a los grandes centros de poder político y económico (Aznar, 1999)⁸.

En el extremo opuesto, AIM se define como una organización no lucrativa de vigilancia de la actividad de los medios que, basada en las raíces de la sociedad civil, trata de llamar la atención sobre cuestiones importantes que -se considera- han recibido una cobertura desviada. En su justificación, critican que, de acuerdo a los resultados de una investigación de la American Society of Newspapers Editors, publicada en 1999, el 78% de los norteamericanos considera que existen sesgos en los medios. No sólo eso, dicen, sino que además estos sesgos resultan ser abrumadoramente liberales, según queda reflejado en una encuesta llevada a cabo en el año 2003 por un equipo de investigadores de Princeton. Adicionalmente -añaden- de acuerdo a los resultados de una encuesta del Centro de Investigaciones Pew en el año 2004, cerca de un tercio de los periodistas nacionales (34%) y el 23% de los periodistas locales se

consideran liberales". Frente a esto, apenas un 7% de los periodistas se considera conservador⁹.

Salvando las distancias, los observatorios latinoamericanos difieren también en la ubicación ideológica desde la que hacen sus planteamientos. Esta ubicación ideológica puede quedar expresada de manera más o menos explícita pero siempre preside -en algún grado- la actividad de monitoreo que se lleva a cabo desde los observatorios. Por lo demás, hay que decir que la mayor parte de los observatorios latinoamericanos se sitúa en posiciones más cercanas a la postura liberal que a la conservadora¹⁰.

4) Heterogeneidad en sus estructuras de funcionamiento
Otro de los elementos que permite diferenciar a los observatorios latinoamericanos se refiere a sus diversas estructuras de funcionamiento. En este sentido y, siguiendo a Rey, las posibilidades van desde estructuras más flexibles e informales hasta experiencias mucho más complejas, desde aquellas que son autónomas en su operación hasta aquellas integradas en proyectos socio políticos más amplios (Rey, 2003). Asimismo, se incluyen aquí las variaciones relativas a la formalidad de su existencia. Las posibilidades van desde los observatorios más informales y flexibles hasta aquellos otros que tienen formalizada su razón de ser en documentos varios como estatutos, actas constitutivas, actas fundacionales, etc.

Un ejemplo del primer tipo, de observatorios con estructuras flexibles e informales, lo encontramos en la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, que se inclina por la ausencia de estatutos como un modo de tener más flexibilidad para el desempeño de sus labores¹¹.

En el lado contrario, encontramos la experiencia de Observatorio Global de Medios de Venezuela, un observatorio mucho más formalizado que dispone incluso de Actas Fundacionales destinadas a definir y consolidar el proyecto y a presentarlo públicamente. En su artículo 2 se puede leer, por ejemplo:

Artículo 2.- Objetos: Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela, tiene como objeto fundamental ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información proporcionada por los medios de comunicación social venezolanos en cuanto a su pluralidad, confiabilidad y oportunidad; así mismo velará por la vigencia de los derechos a la libre expresión y de información consagrados constitucionalmente y que gozan de reconocimiento universal. Para el cumplimiento de su objeto, el Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela, podrá crear las normas jurídicas pertinentes que estime necesarias¹².

Por su parte, el Observatorio de ANDI en Brasil es una experiencia bien diferente. En realidad, ANDI es la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia que monitorea los medios como una de sus estrategias de sensibilización y movilización. Los resultados de sus análisis tratan de contribuir a que el tratamiento de temas relacionados con la infancia y la adolescencia tenga una mayor calidad. Aunque inicialmente sus actuaciones se limitaron a la capital del país, Brasilia, poco a poco ANDI ha ido extendiendo su actividad a otras regiones. Fue esta motivación la que justificó el nacimiento de la Red ANDI Brasil, en marzo de 2000, con la idea de asociar a diferentes organizaciones de comunicación en la promoción de los derechos de los niños brasileños. Hoy, esta Red está integrada por 11 asociaciones. Posteriormente, fue el mismo afán de extender su actuación a otros países de la región el que llevó a los promotores de ANDI a crear la Red ANDI América Latina, en septiembre de 2003. Análogamente, la idea es que las entidades de los 10 países que hoy integran esta Red empleen la metodología creada inicialmente por ANDI para seguir los medios

e incrementar la calidad con que se informa de los temas en los que, de alguna manera, están comprometidos los derechos de niños y adolescentes.

Éstos -el de Monitor de Mídia, el del Observatorio Global de Medios de Venezuela y el del Observatorio de ANDI, en Brasil- son sólo tres ejemplos que ilustran la variedad y versatilidad de estructuras de funcionamiento que admiten los observatorios de medios en América Latina.

5) Variedad en cuanto a los aspectos que analizan

Junto al origen, la composición, la orientación ideológica o las estructuras de funcionamiento, el tipo de contenidos mediáticos en los que se centran constituye otra de las variables que permite distinguir a los observatorios latinoamericanos. Siguiendo a Rey, las “focalizaciones temáticas” o “ejes específicos de su acción” son -en efecto- otro de los rasgos que permite diferenciar entre observatorios:

Mientras que unos insisten en los derechos de la infancia y de los jóvenes, otros subrayan el papel de los medios en la representación de los conflictos internos; mientras unos se ocupan preliminarmente de la relación entre información y elecciones, otros se preocupan por los derechos humanos, la intimidad o la figuración de la alteridad. Hay observatorios que buscan incidir en la generación de leyes mucho más modernas y democráticas en materia de medios e información, como el de México, mientras que algunos como el de Venezuela intentan observar permanentemente la información proporcionada por los medios de comunicación en un período particularmente turbulento de la historia política, social y comunicativa del país (Rey, 2003).

Así, algunos de los asuntos que más reclaman la atención de los observatorios son los tratamientos de temas relacionados con los derechos de la infancia y de los jóvenes, las mujeres, el papel de los medios en la representación de conflictos internos, la relación entre información y elecciones, los derechos humanos, la intimidad, la figuración de la alteridad, la tercera edad, etc.

Además, según Rey, pueden variar no sólo los temas que se analizan sino también los enfoques que se da a estos asuntos:

Entre las metodologías están los análisis de las topologías de la información (la naturaleza de los lugares en que se ubica la información), el rastreo del juego de las representaciones (las construcciones de la información y las mediaciones entre realidad e información), el estudio de las narrativas que adopta la información (por ejemplo, a través de los géneros en que se ‘cuentan’ las noticias, así como las estructuras de los relatos periodísticos) y sobre todo en las relaciones que se generan entre los ciudadano(a) s y los medios de comunicación (todo el conjunto de mediaciones que, por ejemplo, explican las demandas de la información en los medios) (Rey, 2003).

Esta doble especialización temática -en contenido y enfoque- podría ser un elemento en común entre los observatorios latinoamericanos y los europeos ya que la especialización temática es también una de las tendencias actuales que se puede registrar en algunos observatorios, en su versión europea. Según Broullón, Hernández, López y Pereira (2005, p. 44), esta especialización abarca sobre todo las áreas de:

- 1) audiovisual
- 2) nuevos medios
- 3) comunicación local
- 4) grupos sociales en situación de desigualdad o desatención

legislativa (ej: la mujer)
5) emigración y minorías étnicas
6) población infantil

En todo caso, y a pesar de que cada uno de los observatorios centra su atención de manera preferente en el monitoreo de uno o varios temas, sí se puede decir que, por su mismo origen, todos ellos están preocupados de alguna manera por la evaluación de temas relativos a la ética periodística. En palabras de Broullón, Hernández, López y Pereira, la evaluación de criterios éticos es una constante que se puede advertir 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, p. 44). Fuera de esta inquietud compartida, el criterio temático permite -como venimos diciendo- diferenciar entre la actividad que llevan a cabo los observatorios en América Latina.

6) Variación del instrumental metodológico

Asimismo, los observatorios latinoamericanos varían en función del tipo de instrumentos metodológicos que empleen para analizar el contenido de los medios. En este punto, debe recordarse que el término metodología designa el modo en que se enfocan los problemas y se buscan las respuestas. La elección de una metodología u otra dependerá de los supuestos, los intereses y los propósitos.

En las ciencias sociales han prevalecido dos perspectivas teóricas principales (Taylor y Bogdan, 1986). La primera, el positivismo, busca las causas de los fenómenos sociales con independencia de los estados subjetivos de los individuos. La segunda perspectiva es la fenomenológica que intenta entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor. Estas dos perspectivas han dado lugar a dos tipos de metodologías diferentes. El positivista adoptará el modelo de investigación de las ciencias naturales -cuestionarios, inventarios, etc.- para obtener datos susceptibles de análisis estadístico. El fenomenólogo usará métodos cualitativos -observación participante, entrevista en profundidad, etc.- para obtener datos descriptivos.

De esta forma, las metodologías cuantitativa y cualitativa difieren en aspectos sustanciales como la percepción de la realidad, las visiones de los individuos particulares, el papel del investigador, el diseño del estudio, la acotación del espacio, los instrumentos de medición y la formulación de teorías (Wimmer y Dominick, 1996, pp. 145-146). En términos generales, la metodología cuantitativa pone un mayor énfasis en la medición objetiva, en la causalidad, en la generalización de los resultados y en la recogida estructurada de información mientras que la metodología cualitativa se centra en la descripción, comprensión e interpretación, permite una mayor flexibilidad en la recogida de información y resulta más apropiada para estudiar las perspectivas de los actores.

Los resultados de nuestra investigación mostraron que un alto porcentaje de los observatorios latinoamericanos conceden una gran importancia al empleo de instrumentos metodológicos rigurosos no sólo como una cualidad indispensable que debería tener cualquier observatorio sino también como una garantía que aleja los análisis de la subjetividad personal de sus autores¹³. Sin embargo, a pesar de esta percepción, lo que se advierte es una alta diversidad entre observatorios en función de las técnicas que empleen. La mayor parte utiliza la técnica del monitoreo simple -a partir del rastreo de una variable en un conjunto de medios sin una excesiva sistematicidad, profundidad y rigor- y otros, los menos, completan los resultados de sus análisis con otras técnicas más sofisticadas y refinadas como el análisis de contenido, el análisis de discurso o el análisis de narrativas.

Entre estas técnicas merece una especial atención el análisis de contenido por el enorme potencial que ofrece para el estudio de los mensajes periodísticos. Definido como un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendente a obtener indicadores por procedimientos sistemáticos y objetivos (Bardin, 1986, p. 32)¹⁴, el análisis de contenido se caracteriza por ser sistemático, objetivo y cuantitativo y por permitir realizar inferencias de conocimientos relativos a las condiciones de producción y recepción de estos mensajes. Según Bardin (1986, p. 22), esta técnica aumenta la propensión al descubrimiento, al enriquecer la validación exploratoria y administra sistemáticamente un código que permite verificar las afirmaciones provisionales. Su aplicación comporta tres fases: preanálisis, aprovechamiento del material y tratamiento de los resultados¹⁵.

No obstante, el número de observatorios en América Latina que hace uso de la técnica de análisis de contenido es todavía reducido y, como se dijo anteriormente, la mayor parte de ellos limita sus análisis a lo que aporta el monitoreo simple. En este punto, se advierte por tanto una cierta contradicción entre lo que se declara teórica o conceptualmente -la importancia de disponer de instrumentos afinados para observar- y el hecho de que, en la práctica, los análisis quedan muchas veces reducidos al empleo de una sola técnica que, por otra parte, resulta ser la menos rigurosa.

Por lo demás, conviene apuntar que, desde una perspectiva ideal, sería óptimo que los observatorios latinoamericanos no sólo incrementaran el número de técnicas para analizar el contenido de los medios sino que además procedieran a triangular sus resultados. Recordemos aquí que la triangulación se refiere a un procedimiento de investigación caracterizado por el empleo de diferentes técnicas metodológicas destinadas a relacionar los resultados obtenidos a partir del estudio de las diferentes perspectivas abordadas. Según Taylor y Bogdan (1986, p. 92), el empleo de este proceso interactivo resulta de vital importancia, también para proteger al estudio de las tendencias y posibles sesgos del investigador.

7) Diversidad en los modos de funcionamiento

Ésta es la variable en la que se registra una mayor variación y, de hecho, no existen dos observatorios latinoamericanos que trabajen de la misma manera. Así, la diversidad en los modos de funcionamiento resulta ser el aspecto que muestra con un mayor alcance la gran diversidad y versatilidad que admiten los observatorios de medios en América Latina.

¿Y en qué aspectos concretos difiere el funcionamiento de los observatorios latinoamericanos? En muchos. Por ejemplo, en el número de personas que integran el observatorio, en su estructura jerárquica, en el presupuesto anual con el que cuentan o en los modos de financiación. Todas éstas son algunas cuestiones que desafían la creatividad de los promotores de los observatorios a la hora de proceder a su diseño. Así, por ejemplo, en cuanto a las formas de financiación, hay observatorios que se mantienen con donaciones particulares, otros con cuotas de socios, un tercer grupo con las cuotas de las suscripciones mientras que otros pueden estar financiados con ayudas y subvenciones públicas. Además de éstas, la venta de los estudios, revistas e informes, los presupuestos públicos, los presupuestos de la institución a la que pertenece -en el caso sobre todo de los observatorios promovidos por facultades de comunicación- o el apoyo de ONGs nacionales o internacionales constituyen en la práctica otras posibles soluciones. Tampoco faltan los observatorios que cuentan con una financiación mixta y que disponen del apoyo de dos o más de las fuentes señaladas.

Además, varían también las funciones que llevan a cabo. Entre los cometidos más frecuentes se encuentran:

- 1) revisar el contenido y la oferta de los medios
- 2) elaborar estudios, informes y análisis comparativos
- 3) recoger las quejas, críticas y comentarios de los consumidores de medios
- 4) publicar o difundir el contenido de su actuación
- 5) capacitar a la audiencia en el consumo crítico de medios o
- 6) capacitar a los periodistas en la elaboración de un periodismo de calidad

En otras ocasiones, los observatorios pueden variar según la cobertura que tengan -si observan medios locales, regionales, nacionales y/o internacionales-, el hecho de que trabajen también a petición del público, sus relaciones con otros observatorios -del país o de otros países- e instituciones, su pertenencia a alguna red, su atención a las demandas de la audiencia, el mantenimiento de encuentros con la audiencia y/o la ciudadanía en general o -como se dijo anteriormente- el empleo de un instrumento u otro para divulgar su actividad. Para ello, los soportes más frecuentes son:

- 1) la participación -fija u ocasional- de gente del observatorio en diferentes programas de radio y televisión
- 2) los encuentros con el público de los medios y la ciudadanía en general
- 3) los comunicados a la opinión pública
- 4) la organización de foros y eventos
- 5) la página web del observatorio
- 6) el weblog o bitácora del observatorio
- 7) los informes que realizan
- 8) las ruedas de prensa a los medios
- 9) los libros que publica el observatorio
- 10) los *newsletters* o boletines electrónicos o
- 11) los artículos de opinión que se publican en los medios

8) Disparidad en la sistematización de su actividad
Finalmente, otro elemento diferencial que permite distinguir entre los observatorios latinoamericanos se refiere al grado de sistematización de su actividad, una práctica habitual que sirve para dejar constancia de su trayectoria y como un modo de consolidar sus propuestas en su empeño de reivindicar otra forma de entender la profesión. No obstante, varían, eso sí, la intensidad, la frecuencia y los medios que los observatorios emplean a la hora de sistematizar. La intensidad se refiere en primer lugar al grado de detalle con el que se da cuenta de las actividades realizadas. En algunos casos, ésta es más bien moderada y sólo se hace una ligera referencia a los asuntos abordados, a algunos aspectos metodológicos generales y a las conclusiones que resultaron más relevantes. En el extremo contrario, se da el caso de observatorios que sistematizan los resultados de sus análisis e investigaciones con un alto grado de minuciosidad y detalle.

La frecuencia con la que se sistematiza también varía en los diferentes observatorios en un rango que va desde una alta frecuencia -aproximadamente cada semana o cada quince días- hasta otras frecuencias más bajas, por ejemplo, al cabo de un mes o de un trimestre. Finalmente, los documentos que los observatorios utilizan para sistematizar su actividad difieren también en cada caso y pueden incluir informes, anuarios, memorias, archivo en la red o publicaciones propias. En este punto, Internet -por sus bajos costos, su gran flexibilidad y su alta penetración social- se revela una vez más como la tecnología más indicada no sólo para divulgar sino también para sistematizar las actuaciones que llevan a cabo los observatorios.

Tal y como se puede advertir, los resultados de la investigación revelan la existencia de una gran diversidad de variantes y de numerosas manifestaciones para una misma figura. A pesar de los diversos elementos que comparten, el día a día de la actividad de los observatorios latinoamericanos deja así un amplio margen para la creatividad, versatilidad e imaginación de sus impulsores.

Notas:

- ¹ Entre las más destacadas la de Rey, 2003; Mattelart, 2005; Broullón, Hernández, López y Pereira, 2005; Beltrán, 2005; Medios para la Paz, 2005 o Téllez, 2003.
- ² En concreto, 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 semi-estructurado. La fase de las entrevistas tuvo lugar entre mayo y septiembre de 2005.
- ³ La asociación colombiana Medios para la Paz sostiene en este punto que "los observatorios se fundamentan sobre los pilares de la libertad de expresión, la libertad de información, el derecho a la ciudadanía y en el ejercicio de ésta como derecho fundamental en la democracia participativa" (Medios para la Paz, 2005).
- ⁴ Así, según Rey, otro de los rasgos que comparten los observatorios es exigencia "para que los ciudadanos puedan ser cada vez más autónomos, la urgencia de participar en la construcción de agendas públicas así como en la democratización de las comunicaciones" (Rey, 2003).
- ⁵ Alfaro, en entrevista telefónica con la autora.
- ⁶ Parafraseando a Rey, se podría decir que, igual que la figura del defensor del lector, oyente o telespectador, también el diseño de los observatorios se encuentra "en construcción". Rey, 2003.
- ⁷ O lo que Rey denomina ubicación política.
- ⁸ Para un mayor conocimiento de la actividad, composición y funcionamiento de FAIR puede verse su página web en la dirección electrónica: <<http://www.fair.org>>
- ⁹ Para un mayor conocimiento de la actividad, composición y funcionamiento de AIM puede verse su página web en la dirección electrónica: <<http://www.aim.org/>>
- ¹⁰ Los editores de los 9 observatorios con quienes se ha mantenido entrevistas para esta investigación se ubican preferentemente en posiciones liberales. Así, en la pregunta "¿En qué posición ideológica ubicaría a su observatorio?" los encuestados debieron posicionarse en una escala de 1 a 6 en la que 1 representaba conservador y 6 liberal. Los resultados obtenidos permitieron mostrar que 2 encuestados se ubican en la posición "totalmente liberal", 3 en la "bastante liberal", 3 en la "más bien liberal" y sólo 1 en la "más bien conservadora".
- ¹¹ Así lo reveló su directora, Rosa María Alfaro, en entrevista personal mantenida con la autora.
- ¹² Puede encontrarse un extracto del Acta Constitutiva Estatutaria en la web del observatorio, en la dirección electrónica: <http://www.observatoriomedios.org.ve/como_se_formo.asp>, fecha de consulta: 23 de septiembre de 2005.
- ¹³ En concreto, 7 de los 9 encuestados destacaron el empleo de instrumentos rigurosos para observar como una cualidad indispensable a la hora de diseñar un observatorio de medios.
- ¹⁴ Los elementos sustanciales de esta definición quedan también recogidos en la definición aportada por otros autores. Así, por ejemplo, para Krippendorff, el análisis de contenido "es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto". Krippendorff, 1990, p. 28. Por su parte, Piñuel y Gaitán definen el análisis de contenido como "un conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicados a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos), o a interacciones comunicativas que, previamente registradas, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas que se han producido, o sobre las condiciones que pueden darse para su empleo posterior". Piñuel y Gaitán, 1995, p. 529.
- ¹⁵ Para un mayor conocimiento de las fases, funciones y actividades en la aplicación de esta técnica puede verse, por ejemplo, Bardin, 1986, pp. 71-110; Krippendorff, 1990; Piñuel y Gaitán, 1995 o Wimmer y Dominick, 1996.

Referencias:

- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, España: Ariel comunicación.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid, España: Akal.
- Beltrán, L.R. (2005). Observatorio de medios: ¿el quinto poder? *La Prensa*, 17 de junio de 2005. Recuperado el 15 de septiembre de 2005, de <<http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>>
- Broullón, G., Hernández, T., López, X. & Pereira, J. (2005). *Los observatorios de comunicación*. Chasqui, 90, 38-45.
- Herrera, S. (2005a). Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina. *Sala de Prensa*, 84. Recuperado el 12 de noviembre de 2005, de <<http://www.saladeprensa.org>>
- Herrera, S. (2005b) Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica. *Palabra Clave*, 8, 2, 153-174.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Teoría y práctica. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Mattelart, A. (2004). No basta con crear comités de expertos. Entrevista concedida a Navas, J., y publicada en *Hoja del lunes* en enero de 2004. Recuperado el 4 de octubre de 2005 de <<http://www.hojadellunes.com>>
- Medios para la Paz (2005), ¿Por qué un observatorio?. Medios para la paz. Recuperado el 15 de septiembre de 2005, de <<http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2216>>
- Piñuel, J.L. y Gaitán, J.A. (1995). *Metodología general*. Madrid, España: Síntesis.
- Rey, G. (2002). Comunicación y democracia. En *Memorias del Taller Nacional de Comunicación convocado por Planeta Paz*. Comité intersectorial de Comunicaciones (CIC). Bogotá: Unimedios.
- Rey, G. (2003). Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina. *Veeduría ciudadana*. Recuperado el 14 de septiembre de 2005, de <<http://www.veeduria.org.pe/articulos/reym.htm>>
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona, España: Paidós.
- Téllez, M.P. (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.

Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación*. Barcelona, España: Bosch.

Wolton, D. (1999), *Sobre la comunicación*. Madrid, España: Acento editorial.

Dra. Susana Herrera Damas

Profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, Perú