

Los observatorios de medios como espacios de investigación, formación, comunicación, participación e incidencia pública¹

Por Juan S. Larrosa-Fuentes y Sofía Paláu Cardona

Al revisar la historia de la humanidad del siglo XX, el surgimiento y el desarrollo de los medios masivos de comunicación (prensa, cine, radio, televisión, medios digitales en línea), se reveló como un elemento fundamental de las constantes transformaciones de las sociedades occidentales. No es objetivo de este trabajo profundizar sobre los pormenores y características de estas transformaciones, pero sí es relevante señalar que, dada la importancia que adquirieron los medios de comunicación, se han desarrollado múltiples proyectos dedicados a pensar y discutir la vida, características y efectos de estas instituciones paradigmáticas de la Modernidad.

Los observatorios de medios son espacios que se han integrado al coro de iniciativas que discuten el tema de los medios de comunicación desde distintas dimensiones y niveles. A continuación se exponen algunos de los principales rasgos de estas organizaciones que desde la academia, el periodismo y la sociedad civil organizada (Herrera, 2006b; Larrosa-Fuentes, 2008), analizan el desempeño de los medios de comunicación.

1. Raíces de un espacio de participación ciudadana²

Los observatorios de medios son organizaciones que surgieron en los primeros años del siglo XXI, pero que tienen influencias de ideas, conceptos y tradiciones mucho más antiguas. La indagación de esta genealogía la realizamos a partir de las características y la historia de los mismos observatorios de medios, ya que al momento de escribir estas líneas, había muy poca literatura al respecto. Desde nuestro trabajo y experiencia hemos encontrado múltiples raíces de los observatorios de medios, como el concepto o figura del ombudsman, el nacimiento del sistema universal de protección de los Derechos Humanos, la activación de una sociedad civil internacional a través de organizaciones ciudadanas o movimientos sociales y la investigación crítica de los medios de comunicación en distintas universidades del mundo, de donde se desprenden corrientes como el *media criticism* o la educación para la recepción, también conocida como formación de audiencias críticas o *media literacy* (Larrosa-Fuentes, 2012: 173).

¹ Para citar este trabajo: Paláu Cardona, M. S., & Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). Los observatorios de medios como espacios de investigación, formación, comunicación, participación e incidencia pública. In *Manual para la observación de medios* (1st ed., pp. 15–22). Guadalajara: ITESO.

Comprar el libro completo: <http://www.publicaciones.iteso.mx/libro.php?id=245>

² Esta sección está basada en el texto “Estado del Arte sobre los Observatorios de Medios en el mundo, su historia y sus características específicas” (Fernández, V., Larrosa-Fuentes, Mejía, R., 2007).

El ombudsman es una figura importante en la genealogía de los observatorios de medios (Castellanos, 2010; Téllez, 2007). La palabra “ombudsman” significa representante, mediador, comisionado, protector, defensor o mandatario del pueblo, y en muchos países es designado por el Parlamento o el Congreso, para supervisar la actuación de los distintos niveles de gobierno y corregir los actos de mala administración pública y que, por tanto, afectan los derechos de los ciudadanos. La figura procede de la Constitución Sueca que la estableció en 1809 para dar respuesta inmediata a los ciudadanos ante abusos de difícil solución por vía burocrática o judicial (Salomón, 1992: 28). Después, muchos países voltearon a ver la figura con simpatía y decidieron adoptarla en un afán por dotar de mayor protección a sus ciudadanos. En el ámbito latinoamericano, en 1985 se implantó por primera vez en Guatemala, con la denominación de "Procuraduría de los Derechos Humanos" y años después se constitucionalizó en México, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Colombia, Argentina y Perú, entre otros.

A finales del siglo XX la figura del ombudsman fue asumida por distintos medios de comunicación (periódicos, estaciones de radio o canales de televisión) y la denominaron como el defensor de los lectores o de las audiencias. Esta nueva versión del ombudsman ha adquirido diversas formas, pues cada medio de comunicación lo instituyó según su ideología, recursos y circunstancias; sin embargo, en esencia se trata de una persona que funge como mediadora entre un medio de comunicación y sus audiencias. A través de esta figura los ciudadanos han podido establecer una vía de comunicación que les permite realizar sugerencias para mejorar el trabajo del medio, quejarse y denunciar sobre malas prácticas periodísticas o exponer casos de violaciones éticas de estas empresas de comunicación (Núñez, 2012: 195). Este ombudsman, en teoría, debe ser completamente autónomo e independiente del medio de comunicación y no debe de tener ningún tipo de censura o restricción sobre los temas que puede abordar.

La figura del defensor del lector o de las audiencias no ha estado exenta de críticas: se ha señalado que en muchos casos presenta dificultades para ejercer una verdadera mediación entre públicos y medios, pues están impedidos para hablar de ciertos temas de orden político o económico, porque entorpecen la línea editorial o empresarial del medio en cuestión (Ramonet, 2006). Sin embargo, a pesar de estas críticas, el surgimiento y desarrollo del ombudsman ha sido un paso clave para que las audiencias sean tomadas en cuenta activamente, en los procesos de comunicación pública de las sociedades contemporáneas. Además, en su significado más profundo y original, el ombudsman es una herramienta que permite el equilibrio de poder en sociedades administradas por un Estado, que a través de sus actos cotidianos tiene influencia y efecto en todas las personas. Al reconocerse necesario un ombudsman que medie entre ciudadanos y medios, también se reconoce el poder de estas instituciones en la vida pública, así como los desequilibrios de poder que generan en una democracia.

El segundo rastro importante de la genealogía de los observatorios de medios se encuentra en el nacimiento del sistema internacional de protección a los derechos humanos, que ocurrió en el contexto de la Guerra Fría (Castellanos, 2010). Después de las dos guerras mundiales que transformaron el orden geopolítico internacional y de la formación de la

Organización de las Naciones Unidas (ONU), comenzó un proceso de legislación internacional que incluyó a lo que hoy se conoce como derecho a la información, que a grandes rasgos obedece a libertades fundamentales como las de pensamiento, expresión y opinión, hasta otro tipo de conquistas más complejas como el derecho de acceso a toda la información generada por instituciones públicas, el derecho a la propia imagen, entre otras.

De los diversos debates que se dieron en la ONU, en 1980 se publicó, en el seno de la UNESCO, el informe *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información de nuestro tiempo* (McBride, 1993), que si bien al día de hoy podría parecer envejecido, aún no ha perdido relevancia en algunas de las ideas que ahí se plasmaron, como la tendencia a la concentración de las industrias culturales, la sobreexplotación comercial de los medios de comunicación o los problemas que encarna el manejo de una línea editorial frente a la libertad de expresión de los periodistas (Erazo, 2006: 7; Larrosa-Fuentes, 2012: 175). Esta dimensión del origen de los observatorios de medios es clave, pues significa el reconocimiento de la información y la comunicación como parte esencial de los derechos humanos.

El tercer eslabón para rastrear la historia de los observatorios de medios está en la investigación científica que se realiza en distintas universidades del mundo desde principios del siglo XX. El desarrollo de los medios de comunicación masiva hizo que los científicos sociales los tomaran como un objeto de estudio, lo que detonó la creación de las primeras escuelas académicas sobre el estudio de la comunicación. En especial, algunas de las perspectivas críticas como el estructuralismo, los estudios culturales o la economía política de la comunicación, han sido las bases para realizar análisis sistemáticos sobre el quehacer de los medios de comunicación (Mattelart A. y M., 1997) y que después fueron retomados por los observatorios.

A partir del trabajo de análisis crítico, en Estados Unidos se desprendió el fenómeno de *media criticism* o revisión crítica de la actividad de los medios, que comenzó a desarrollarse en los años ochenta ante la convicción de que el poder que tienen los medios no va siempre acompañado de una cuota equivalente de responsabilidad. El *media criticism* se considera a sí mismo indispensable para mantener la democracia y basa sus principios en una serie de críticas contra los medios entre las cuales están la manipulación, simplificación, exageración, omisión y limitación de información (Herrera, 2006). Esta corriente de análisis académico buscó socializar su trabajo no solo ante universitarios, sino también ante el gran público; esta última característica es fundamental para entender a los observatorios de medios que, como se explicará en los siguientes apartados, siempre han buscado una incidencia pública de gran alcance.

2. Un llamado internacional: la experiencia latinoamericana

El antecedente más cercano de los observatorios de medios en América Latina está en la segunda edición del Foro Mundial Social, que se llevó a cabo en Porto Alegre, Brasil, en 2002 (Albornoz y Herschmann, 2008; Broullón, Hernández, López y Pereira, 2005; Castellanos, 2010; Téllez, 2003). En aquella ocasión, los asistentes al foro enfatizaron en la necesidad de trabajar por una verdadera democratización de la comunicación; fue entonces

que se empezó a hablar de la creación de un “quinto poder” que fiscalizara al “cuarto poder”, una propuesta realizada por Ignacio Ramonet (2004) junto con otros periodistas. El argumento de Ramonet es ambiguo, pues pretende igualar a los sistemas de comunicación, que por lo general son empresas privadas, con los poderes públicos de las democracias constitucionales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), conceptos completamente diferentes. No obstante, lo interesante de esta argumentación, es que coloca a los observatorios y a los ciudadanos, dentro de la discusión sobre comunicación, política y sociedad. Esta primera versión de lo que son los observatorios de medios poco a poco fue tomando una forma más compleja que se alejó de esta primera definición impulsada por Ramonet. De esta primera experiencia vale la pena rescatar la carta de declaración de principios del Observatorio Mundial de Medios (*Media Watch Global*), en la que se puede leer lo siguiente:

Nosotros, participantes del II Foro Social Mundial de Porto Alegre y signatarios de este documento, convocamos a los ciudadanos y entidades de la sociedad civil de todo el mundo a asociarse a una red internacional capaz de dar poder a los ciudadanos para fiscalizar a los medios de comunicación y luchar por un periodismo ético a nivel local, nacional e internacional. La información completa y responsable es esencial para el funcionamiento de la democracia. En una era de reestructuración global de los medios de comunicación, a escala sin precedentes, con la propiedad de los medios concentrada en pocas manos, la práctica de un periodismo ético se torna un elemento primordial. La red de organizaciones que pretendemos crear será de naturaleza global, pero podrá variar de país en país, estando basada en organizaciones no gubernamentales de ciudadanos, académicos o en asociaciones de periodistas. Las entidades afiliadas examinarán las noticias, señalando distorsiones a la ética y a la verdad, pero serán contrarias a la censura y no usarán métodos que puedan llevar a la restricción de la libertad de información. Estas entidades se solidarizarán con los periodistas que trabajen en organizaciones hostiles a un periodismo independiente, y que muchas veces enfrentan presiones para distorsionar o censurar las noticias con una actitud contraria a toda ética, en beneficio de los dueños de las empresas periodísticas y publicitarias. Se dará especial atención a la cobertura de las minorías raciales, étnicas y nacionales, y a los grupos que sufran o hayan sufrido discriminación, para garantizarles en los medios de comunicación un espacio adecuado igual al de aquellos que históricamente siempre han tenido voz. Junto a examinar el contenido de las noticias, estas organizaciones también analizarán las causas estructurales de una cobertura inadecuada, distorsionada o censurada, sea por la concentración del poder económico o por otras causas."

3. Puntos de encuentro de los observatorios de medios

Desde el lanzamiento de la iniciativa en el Foro Mundial Social, en diversos países de América Latina se ha instalado una serie de observatorios de medios de distintas características y objetivos. Aunque existen observatorios de medios, en todo el mundo, dada la cercanía geográfica y cultural, acotaremos nuestro recuento a lo que ocurre en América Latina. En general, podemos señalar que los observatorios de medios son organizaciones constituidas por ciudadanos y profesionales (estudiantes, periodistas, miembros de la sociedad civil), que buscan emplear una herramienta cívica y social con el fin de discutir el trabajo de los medios de comunicación.

Las bases en las que se crean los observatorios tienen que ver con el derecho a la información, libertad de expresión y la democracia. Aunque plurales, es posible encontrar algunos rasgos característicos de estas organizaciones. El primero de ellos es que todas se dedican a observar, discutir o revisar el trabajo de los medios de comunicación desde una perspectiva crítica y progresista. Esta perspectiva entiende, como ya se ha mencionado previamente, que el orden de cosas, en este caso los sistemas mediáticos, siempre pueden ser mejores en función de los valores que enarbolan las sociedades democráticas.

Por otra parte, las experiencias de los observatorios de medios tienen más divergencias que semejanzas, pues su creación responde a las necesidades de su entorno, a las características políticas e ideológicas de sus promotores y a los recursos económicos y humanos con los que cuentan (Albornoz y Herschmann, 2008; Larrosa-Fuentes, 2012: 176). De tal suerte, en un país de alta concentración de la propiedad en la estructura de un sistema de comunicación, un observatorio puede estar enfocado a estudiar y a denunciar estas circunstancias; en una región en la que los medios de comunicación propalan discursos sexistas, etnocentristas o racistas, el observatorio de medios puede erigirse como una organización especialista en el análisis de contenido y de discursos que evidencie las falencias de la vida pública de esta comunidad; o bien puede darse el caso de ciudades en las que pulula la violencia, en donde los observatorios de medios busquen la profesionalización del trabajo de los periodistas en torno a la cobertura del tema de la seguridad pública y los derechos humanos.

Con lo anterior enunciamos el siguiente rasgo característico de los observatorios: la diversidad de miradas para la observación. En la vida pública de una comunidad democrática no es deseable que ciertos actores o instituciones impongan un proyecto o visión sobre cómo construir la organización social. Por tanto, los observatorios viven emplazados en distintos espacios y esto genera una diversidad de miradas. La opinión o señalamientos de un observatorio buscan incorporarse a un diálogo público, no a dictar la última palabra sobre cómo se debe constituir un sistema de comunicación o cómo debe proceder tal o cual periódico, o qué tipo de programación debe generar una televisora:

Los observatorios son, entonces, experiencias que reconocen su visión parcial, pero sobre todo que se abren a confrontarse con otras miradas, interactúan con otras observaciones que a su vez, provienen de diferentes “lugares” dentro de la sociedad. Despojados de miradas cerradas, los observatorios existen por el juego de las perspectivas. No se trata de una relativización de la mirada sino de la exigencia de complementariedad. Los observatorios eluden las visiones perfectas y asumen los límites de la propia observación (Rey, 2003).

Estos espacios de participación ciudadana, a través de distintas miradas y puntos de vista, son una vía para discutir públicamente y desde diversos sectores, el sistema de comunicación de una comunidad (Larrosa-Fuentes, 2012: 177)

Otro rasgo importante es que los observatorios de medios han buscado tener una importante presencia pública (Larrosa-Fuentes, 2008). Las investigaciones y observaciones que hacen estas organizaciones buscan una alta divulgación y “la premisa es que si los hallazgos de

las observaciones no se propalan como vía de socialización y concienciación, la actividad pierde sentido” (Larrosa-Fuentes, 2012: 177). De nada sirve circular el trabajo de los observatorios entre cofradías de unos cuantos enterados, por el contrario, se espera que el trabajo sea público a través de:

La participación de los integrantes del observatorio en diferentes programas de radio y televisión; de encuentros con el público de los medios y la ciudadanía en general; de comunicados a la opinión pública o ruedas de prensa para los medios de comunicación; de la organización de foros y eventos; de páginas en Internet o blogs de los observatorios; de informes sobre sus reportes de investigación; de medios de comunicación del observatorio como revistas o programas de radio o televisión; de la publicación de libros o artículos de opinión; de newsletters o boletines electrónicos; y, en general, cualquier otro soporte que se les ocurra ya que -recordemos- los observatorios son realidades recientes, en construcción, que todavía ensayan sus perfiles y contornos y, en todo caso, muy sujetas a la creatividad e ingenio de sus promotores (Herrera, 2006a).

Además de dar a conocer sus resultados por distintas vías, algunos observatorios han dado un paso más allá y buscan un diálogo intencional y abierto con distintos sectores sociales y con los dueños y trabajadores de los medios de comunicación (Larrosa-Fuentes, 2012; Rey, 2003). Esta comunicación entre observatorios y sociedad, entre observatorios y medios, tiene la encomienda de crear espacios de participación ciudadana en los que se puedan discutir, colectivamente el quehacer, la vida y los problemas que circundan a los medios de comunicación.

Finalmente, los observatorios de medios buscan la construcción de ciudadanos críticos, que sean capaces de reflexionar sobre su consumo de productos comunicativos y que pueda exigir al Estado derechos fundamentales como la libertad de expresión e información o el derecho a la ciudadanía.

Los distintos blancos de los observatorios de medios

¿Qué es lo que analizan los observatorios de medios? ¿Hacia qué elementos apuntan su mirada? ¿Cuáles son los temas que les incumben e interesan? Como hasta ahora lo hemos consignado, no hay una sola respuesta. Cada observatorio de medios es único y por tanto, sus observaciones resultan muy particulares. Diversos autores han propuesto taxonomías para clasificar el trabajo de estas entidades (Broullón, Hernández, López y Pereira, 2005; Erazo, 2006; Herrera, 2005a, 2005b). Los observatorios pueden ser revisionistas (encargados de analizar el estado de cosas de los medios), reformistas (aquellos consagrados a reformar los andamiajes jurídicos que regulan a estas industrias), informativos (dedicados a propalar información relativa a sus temas de interés), académicos (enfocados a impulsar la investigación científica sobre la comunicación), educativos (con la mira puesta en la formación de audiencias críticas) o de opinión (espacios de discusión sobre los medios de comunicación).

Ahora bien, los objetivos de los observatorios varían según la región del mundo en donde estén instalados. En la comunidad europea, por ejemplo, la tendencia de estas

organizaciones está encaminada a la revisión de políticas públicas de comunicación, como puede ser el presupuesto que los Estados destinan a medios públicos, la equidad de género en las transmisiones de radio y televisión o el fomento económico a las industrias culturales locales. En Estados Unidos los observatorios tienen un giro político e instalan su crítica en el campo de la práctica periodística; en este caso avocan sus esfuerzos a fiscalizar la calidad informativa de la radio o la televisión en temas como las incursiones bélicas de este país o procesos electorales de orden nacional. En cambio, en América Latina las veedurías están vinculadas con demandas de corte social: en Colombia existen proyectos que reflexionan sobre la violencia transmitida a través de la radio y la televisión, tal es el caso de “Medios para la Paz”; en la región andina opera el “Observatorio Afroperuano”, que busca denunciar las prácticas cotidianas de discriminación racial en los medios de comunicación; o en Argentina el Observatorio UTPBA, que es manejado por trabajadores que exigen el cumplimiento de su derecho a la información.

Espacios ciudadanos de discusión sobre lo público de la comunicación

La historia de los observatorios de medios está en construcción y como hemos querido establecer, no hay una forma única de hacer observatorios de medios, en tanto que existen múltiples maneras de ver y construir el mundo. Pensar en lo contrario sería un despropósito, pues estaríamos ante la implementación de organizaciones que busquen regular la comunicación, que tengan como misión el establecimiento de un sistema único y homogéneo de comunicación o que anhelan imponer un camino unívoco sobre estos temas.

Lo novedoso de los observatorios de medios es su constitución como espacios de participación ciudadana (Rey, 2003). La conciencia crítica acerca de la influencia que los medios de comunicación tienen sobre las sociedades y respecto de sus procesos democráticos no es nueva. Artistas, investigadores, intelectuales y periodistas, ya lo han advertido antes: los medios de comunicación han devenido en recursos políticos, económicos, culturales y tecnológicos que generan grandes desequilibrios de poder en el marco de sociedades que viven bajo un régimen democrático liberal y capitalista. Lo que aportan los observatorios de medios es una organización pública que tiene por objetivo erigirse como un espacio de participación ciudadana para discutir el trabajo de los medios de comunicación, exigir el cumplimiento y vigencia del derecho a la información y a la comunicación y a establecer mecanismos que equilibren las relaciones de poder en los distintos sistemas de comunicación de las sociedades contemporáneas.

Por ello, hemos notado que los observatorios de medios siempre tienen las características de aquellas personas y sociedades que los conducen. Éstos están necesariamente ligados al pasado histórico, a la conformación política del país, a los intereses ciudadanos y más que nada, a los temas que tratan los medios de comunicación de un entorno en particular. Por lo anterior, los observatorios de medios no son franquicias que se puedan adoptar acríticamente aquí o allá, tampoco existe un manual o una guía final o exclusiva para echar andar un observatorio.