

UNA GUÍA DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA



Susana Herrera
Rogério Christofolletti
sherrera@udep.edu.pe
<http://www.univali.br/monitor>

Recibido el 01 de octubre de 2006
Aprobado el 10 de octubre de 2006

RESUMEN

Surgidos en fechas recientes, los observatorios son instancias de supervisión mediática que vigilan, controlan y monitorean la actividad de los medios. En este sentido, constituyen un exponente más dentro del fenómeno del *media criticism*, o revisión crítica de la actividad de los medios. Este fenómeno comienza a surgir en diferentes partes del mundo ante la convicción de que el poder que tienen hoy los medios no se corresponde con un ejercicio siempre responsable de su misión. Latinoamérica no ha sido ajena a esta realidad y desde 1996, fecha en la que surge el primer observatorio latino, éstos no han dejado de extenderse a lo largo y ancho de todo el continente. El objetivo del presente artículo es describir la trayectoria de los principales observatorios que continúan hoy operativos. Junto a ellos, se ha incluido también un repertorio de experiencias afines que, sin embargo, en sentido estricto, no son observatorios. El propósito final de esta guía -una de las posibles- es contribuir a clarificar un escenario que, se prevé, se intensifique en los próximos años.

PALABRAS CLAVE

Observatorio de medios. Crítica de medios. Vigilancia. Control. Monitoreo.

ABSTRACT

The observatories, which have recently come to surface, are instances of mediate supervision that watch over, control and monitor the media activities. In this sense, they constitute an exponent that is deeper within the phenomenon of *Media criticism*, or a critical review of the media activity. This phenomenon starts to surface in different parts of the world because of the conviction that the power the media has nowadays does not correspond to an ever-responsible exercise of its mission. Latin America has not been devoid of this reality and since 1996, when the first Latin American observatory came to surface, many more of the latter have spread all over the continent. This article aims at describing the background of the main observatories that remain operative nowadays. Along with them, the article also includes a repertoire of similar experiences which, strictly speaking nonetheless, are not observatories. The final purpose of this guide -one of the possible- is to clarify a scenario that, as foreseen, may intensify over the coming years.

KEY WORDS

Media observatory, media critic, monitoring, control, monitoreo.

Introducción

Con pocos años de existencia y consolidación, Internet se reserva una serie de misterios que los investigadores insisten en revelar. Uno de esos misterios tiene forma de paradoja: aunque parezca una vitrina opaca, gracias a ella podemos hoy tener una mayor visibilidad de algunos fenómenos que ocurren a nuestro alrededor. La WEB se presenta como un inmenso cauce de caminos que dificultan una visión panorámica, abierta, completa. No obstante, basta mirar con detalle para vislumbrar la dimensión y profundidad de algunas realidades. Es este inmenso panel en movimiento -una especie de Aleph- el que permite, por ejemplo, trazar una guía de los observatorios de medios que existen en América Latina. Es por medio de Internet que esas experiencias se comunican, se muestran y existen efectivamente.

Surgidos en fechas recientes, los observatorios son instancias de supervisión mediática que vigilan la actividad de los medios. Desde su aparición en Brasil, a comienzos de los noventa, los observatorios se han ido extendiendo -lenta pero progresivamente- a lo largo y ancho de todo Latinoamérica. El objetivo de este texto es presentar un panorama relativamente actualizado de los principales observatorios que existen hoy en América Latina y mostrar, asimismo, otras experiencias afines que, en sentido estricto y por las razones que luego apuntaremos, no son realmente observatorios, a pesar de que en ocasiones puedan realizar funciones similares. Para despejar las dudas, lo primero que haremos será describir los rasgos que caracterizan a los observatorios latinoamericanos.

La singularidad de los observatorios latinoamericanos

Los observatorios de medios justifican su aparición en el continente como respuesta a una necesidad de control sobre unos medios que *a veces* cometen errores. En este sentido, constituyen un paso más en la búsqueda de soluciones para la grave crisis que aqueja hoy a los medios en muchos países.

Un paso que -por lo demás- es necesario si se tiene en cuenta el relativo fracaso de las fórmulas anteriores. Para contribuir a paliar la situación, los observatorios se orientan a dos roles elementales: fiscalizar a los medios y alfabetizar a la audiencia para que exija un periodismo de calidad.

Además de estas misiones, la mayoría de observatorios latinos comparten hoy una serie de rasgos. Los más significativos son (Herrera, 2005a):

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; y
10. La predilección por el empleo de las nuevas tecnologías y -de una manera preferente- por Internet.

No obstante, bajo la denominación de observatorio se encuentra también una gran diversidad de realidades. Así, los observatorios latinos 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 diferente instrumental metodológico que emplean y la sistematización de su actividad (Herrera, 2005b).

Una guía de los observatorios de medios latinoamericanos

Una vez centrado el objeto de estudio, en las siguientes páginas presentaremos una guía de los principales observatorios que existen hoy en América Latina. Para ello, describiremos primero los que están en funcionamiento y mostraremos después algunas experiencias afines que, sin embargo, en sentido estricto -en el sentido que acabamos de presentar- no son realmente observatorios. Metodológicamente, hemos completado la información que aparece en las *webs* de estos actores con otros datos obtenidos mediante consultas vía correo electrónico y mediante entrevistas en profundidad con algunos de los promotores de estas iniciativas. Para presentar las diferentes iniciativas, hemos adoptado un criterio cronológico según el orden de su aparición.

Los que están en funcionamiento

Observatório da imprensa (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>)

El primer observatorio latinoamericano que hoy continúa activo es el Observatório da Imprensa que nació en Brasil en abril de 1996. Se define como una entidad civil, no gubernamental, no corporativa y no partidaria que pretende acompañar el desempeño de los medios brasileños. Funciona como un foro permanente donde los usuarios de los medios pueden participar activamente en un proceso en el que, hasta ahora, eran agentes pasivos. En su justificación, denuncian que los medios brasileños son producidos de forma mayoritaria por empresas privadas por lo que sus decisiones atienden sólo a los deseos de sus

accionistas y representantes. Creado en Sao Paulo por el Laboratorio de Estudios Avanzados en Periodismo (LABJOR), de la Universidad Estatal de Campinas (UNICAMP), inicia su versión *on line* en abril de 1996 como un proyecto de PROJOR -Instituto para el Desarrollo del Periodismo-. Su presidente es Alberto Dines, primer impulsor del *media watch* en Brasil. Progresivamente, el observatorio ha ido contando con nuevos soportes para divulgar su actividad. En concreto, en julio de 1997 comenzó la versión impresa -interrompida después en marzo de 2000-, en mayo de 1998 inició un programa de televisión que todavía se transmite por la Red Pública y, finalmente, en mayo de 2005, adquirió voz propia mediante sus emisiones en diversas radios educativas.

Agencia de noticias por los derechos de la infancia (<http://www.andi.org.br>)

En 1996, inició también su andadura el Observatorio de la Agencia de Noticias por los

Derechos de la Infancia (ANDI) que monitorea los medios como una de sus estrategias de sensibilización para procurar que la cobertura de temas relacionados con niños y adolescentes tenga una mayor calidad. La ONG a la que pertenece -ANDI- había nacido cinco años antes, en 1991, 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 que había trabajado cubriendo este tipo de temas y se dieron cuenta de que era necesaria una nueva óptica, inspirada en los derechos legales de los niños y en las políticas públicas. Los criterios periodísticos de la época priorizaban los temas relativos a la violencia, y los niños de la calle apenas aparecían en las páginas de sucesos, como una

Los observatorios se orientan a dos roles elementales: fiscalizar a los medios y alfabetizar a la audiencia para que exija un periodismo de calidad.

amenaza a la clase media. Las acciones de ANDI se estructuran en torno a tres ejes: i) la movilización, ii) el análisis y iii) la cualificación de las coberturas para que el tratamiento de estos temas tenga cada vez una mayor calidad. Con el paso del tiempo, ANDI ha ido extendiendo su actividad a otras regiones del país, y en marzo de 2000, nació la Red ANDI Brasil. Posteriormente, en septiembre de 2003 se creó la Red ANDI América Latina, con la participación de entidades de nueve países.

Veeduría ciudadana de la comunicación social (<http://www.veeduria.org.pe/quienes.htm>)

Nació en Perú en 1999 como un movimiento de indignación frente a la certeza de que la autorregulación no había producido cambios ni había mejorado las relaciones entre los medios y las audiencias. En concreto, uno de los detonantes que motivó su creación fue la percepción de que muchos propietarios de medios habían vendido sus libertades de expresión al gobierno corrupto y autoritario de Fujimori y Montesinos. 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), 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-Perú². En su historia, una de las actuaciones más relevantes ha sido la elaboración de un proyecto de Ley de Radio y Televisión. Se trata del primer proyecto en todo América Latina sugerido a partir de la iniciativa ciudadana en materia de comunicaciones. El proyecto contó con el respaldo de más de 85.000 ciudadanos y fue discutido posteriormente en el Congreso.

Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana (<http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/observatorio/default.htm>)

Nació en noviembre de 1999 con el propósito de ser un laboratorio de experimentación para analizar los medios colombianos y un «espacio para reclamar calidad informativa, contenidos útiles a la comunidad y compromiso social». Su primera actuación fue promover el llamado «Acuerdo por la Discreción» que fue 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 alrededor de 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 lejos que la simple revisión de hasta qué punto los directores de los medios cumplían los principios del citado Acuerdo. Fue entonces cuando se decidieron a completar sus actividades con labores de capacitación a periodistas y ciudadanos para tratar así de incrementar la calidad de los medios. En su *web* se pueden encontrar enlaces a comunicados, investigaciones, entrevistas, estudios, artículos y enlaces.

Monitor de Mídia (<http://www.univali.br/monitor>)

A finales de agosto de 2001, un grupo de investigación integrado por profesores y alumnos de la Universidad do Vale do Itajaí (Univali), en Brasil, decidió poner en marcha Monitor de Mídia al que definieron como un instrumento de crítica a los medios. Hasta 2005, se trataba del único observatorio de cobertura regional que acompaña sistemáticamente la calidad de la información de la prensa de la región de Santa Catarina, rastreando para ello las páginas de los tres mayores diarios de la zona: *Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia* y el *Diario Catarinense*. En su presentación, se definen como un dispositivo para ejercer el

sentido crítico de la lectura de los medios procurando su mejora y perfeccionamiento. En sus investigaciones sus tres líneas de análisis son: i) ética y crítica de los medios, ii) comunicación y ciencia y iii) medios y educación. Recientemente, el *site* ganó un aliado: el Monitor na Mídia, un programa semanal de televisión que es vehiculado por la emisora educativa de Univali.

Observatorio Brasileiro de Mídia (<http://www.observatoriodemidia.org.br>)

La idea de crear este observatorio surgió a comienzos de febrero de 2002 durante la celebración en Porto Alegre, Brasil, del Segundo Foro Social Mundial³. No obstante, no fue sino hasta agosto de 2004 cuando empezó su funcionamiento regular. Hoy se define como un proyecto de iniciativa del núcleo de Periodismo comparado de la Universidad de Sao Paulo (USP) junto con la ONG brasileña Instituto Observatório Social y Media Watch Global, con sede en Francia⁴. Desde septiembre de 2004, su única iniciativa ha sido analizar las elecciones municipales de Sao Paulo, celebradas ese mismo año⁵. Como diferencial metodológico, utiliza el morfómetro, un dispositivo creado por el profesor José Coelho Sobrinho que clasifica la posición de un tema en la página de los diarios. En su *web*, el Observatorio Brasileiro de Mídia publica reportajes, los resultados de sus investigaciones y cartas de lectores en las que estos emiten su opinión sobre la actuación de los medios.

Observatorio Global de Medios, **capítulo Venezuela** (<http://www.observatoriodemedios.org.ve>)

El Observatorio Brasileiro de Mídia tiene un homólogo en Venezuela. Se trata del Observatorio Global de Medios, capítulo Venezuela, que nació en mayo de 2002⁶ y que se define como una asociación civil sin fines de lucro, de carácter social, democrático y participativo cuyo propósito fundamental es observar la información de los medios venezolanos. Su composición es mixta y en ella intervienen tres tipos de miembros:

i) comunicadores sociales, ii) representantes del mundo académico y iii) consumidores de información, ya que el observatorio tiene el lema de que «todos somos consumidores de medios, todos somos unos pequeños observatorios en potencia». También este observatorio está afiliado al Media Watch Global. 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.

Observatorio de Medios Perú (<http://lima-peru.blogspot.com>)

Dio sus primeros pasos a finales de 2002 durante los últimos años de universidad de sus promotores. Fue en este momento cuando, alarmados por lo que estaba sucediendo en algunos medios del país, un grupo de alumnos de la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú comenzaron a organizar una serie de reuniones informales para comentar algunas actitudes y comportamientos de los medios. Posteriormente, con la consolidación de Internet como un nuevo medio de comunicación, sus promotores vieron en la flexibilidad que ofrece la Red -y sobre todo en el *webblog*- un cauce apropiado para dar cauce a su iniciativa. En concreto, la primera entrada se produjo en la semana del 23 al 29 de marzo de 2003 y, desde entonces este *blog* ha recogido -casi de manera ininterrumpida- artículos de opinión sobre cuestiones relacionadas con la actuación de los medios peruanos así como noticias relacionadas con el particular.

Observatorio de Medios de FUCATEL (<http://www.observatoriofucatel.cl>)

El Observatorio de Medios de la Fundación para la Capacitación e Investigación en Televisión y Técnicas Audiovisuales (FUCATEL) funciona en Chile desde el año 2003 y se define como un centro de estudios independiente cuyo principal objetivo es reflexionar sobre las transformaciones sociales

y el impacto público de los medios de comunicación en las modernas sociedades democráticas. Su propósito principal es promover espacios de encuentro para generar un debate público sobre el rol de los medios en la sociedad. Su *web* tiene por objeto ampliar las fronteras de este debate y permitir la convivencia de puntos de vista diferentes sobre los temas que la comunicación y los medios representan hoy para la convivencia social. En fechas recientes, el Observatorio ha firmado un acuerdo con la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile para llevar a cabo proyectos de investigación que permitan monitorear el estatus de los medios chilenos durante el año 2005⁷. Desde su *web*, se puede acceder a una relación de actividades, seminarios y encuentros, estudios e investigaciones, artículos, novedades bibliográficas y links de interés.

Observatorio Nacional de Medios de la Fundación UNIR

En Bolivia, el proyecto para poner en marcha el Observatorio Nacional de Medios se inscribe como una de las actividades del área estratégica de «Información», de la Fundación UNIR. Esta fundación fue creada el 16 de diciembre de 2004 con el objetivo de generar espacios de información, negociación, deliberación y diálogo entre los bolivianos, a partir de procesos donde se aliente la participación, la interculturalidad y la equidad⁸. La idea del observatorio es contribuir a elevar la calidad del desempeño periodístico en el país y fomentar entre sus periodistas una mayor conciencia crítica en pro de la ética y de la mejora de la calidad de la información. Su composición es mixta e incluye a miembros -catedráticos y alumnos- de las universidades

afiliadas a la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS) así como a representantes de las organizaciones empresariales, sindicales y académicas del periodismo. Su actividad principal consiste en seguir crítica y propositivamente el trabajo profesional de los medios informativos, conocer las condiciones de producción y la oferta de los contenidos mediáticos y estudiar las percepciones ciudadanas al respecto. El observatorio -iniciado finalmente el 12 de abril de 2006- es financiado con fondos de la cooperación europea⁹.

Análise de Mídia

(<http://www.usc.br/analisedemidia>)

Surgido en diciembre de 2005, es un proyecto académico que reúne a profesores y alumnos para seguir a los medios de la región de Bauru, en el interior de São Paulo. Al igual que Monitor de Mídia, también tiene cobertura regional y es un observatorio instalado en una universidad. Su objetivo es «generar análisis instructivos sobre los aspectos positivos y negativos de la cobertura periodística, siempre con rigor científico, ética, equilibrio y una finalidad educativa». Entre sus objetivos está identificar y valorar las mejores prácticas periodísticas que existen en su localidad. De este modo se presenta como un instrumento para la reflexión de los profesionales del periodismo y orienta al público sobre la recepción de las noticias. Como criterios de análisis, el *site* toma como parámetros los códigos de ética profesionales y la deontología periodística. Además de diagnosticar los medios locales, el proyecto dispone en su *web* de artículos científicos y materiales pedagógicos para formar a lectores que sean más críticos con los medios.

Contribuyen a elevar la calidad periodística en el país y a fomentar una mayor conciencia crítica en pro de la ética y de la calidad de la información.

De Olho na Mídia

(<http://>

www.deolhonamidia.org.br)

Representante de Honest Reporting en Brasil, es una entidad sin fines de lucro que se dedica a monitorear a los medios para identificar contenidos y prácticas anti-judías y anti-sionistas, actuando contra la «ignorancia sobre el judaísmo y sobre el Estado de Israel». Pretenden servir de fuente de referencia para los medios nacionales cuando se trata de informar sobre los conflictos en Oriente Medio y sobre la comunidad judía en general. Para ello, De Olho na Mídia no sólo monitorea a los medios, sino que también prepara respuestas didácticas que defiendan la imparcialidad a la hora de cubrir las noticias relacionadas con el Estado de Israel y con el pueblo judío. Mantenido por un grupo de voluntarios, el proyecto elabora manifiestos públicos y respuestas a los medios de comunicación. Su actuación es marcadamente política y no-partidaria y por eso publica artículos de intelectuales, escritores y periodistas sobre los temas de interés. Asimismo compara los contenidos vehiculados por los medios con otras fuentes de información para desenmascarar las coberturas que consideran parciales y prejuiciosas. Honest Reporting surgió en 2000¹⁰ para contestar a las informaciones internacionales que insistían en colocar a Israel en el lado malo de la historia en medio de la ola de violencia que contagió a Oriente Medio. Actualmente, tiene sucursales en seis países: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Italia, Rusia y Brasil.

Agencia Unama

(<http://www.agencia.unama.br>)

Al igual que en el caso de ANDI, ésta es una experiencia orientada al seguimiento de los

Los observatorios comparten algunos de los rasgos típicos que los caracterizan pero también pueden carecer de algunos de ellos.

medios para observar cómo son retratados los niños y adolescentes. Sin embargo, hay dos diferencias básicas entre ambas asociaciones. Agência Unama de Comunicação para los Derechos de los niños y los adolescentes es una iniciativa académica, de la Universidad de la Amazonía (Unama), mantenida y desarrollada por profesores y alumnos. Además, se trata de una iniciativa de alcance regional que abarca sólo el Estado de Pará, en el norte de Brasil. El proyecto surgió en agosto de 2004 y cuenta con la financiación de la Fundación Instituto para el

Desarrollo de la Amazonía (Fidesa) y Unicef, la Fundación de Naciones Unidas para la Infancia. Entre sus actividades, monitorean a los medios locales y publican anualmente el informe «Infancia y adolescencia en la pauta de los medios», documento que sirve de base para las reuniones con los profesionales del sector. La Agencia Unama envía a las organizaciones no gubernamentales y a las empresas y gobiernos un resumen diario de las principales noticias de la prensa paraense relacionadas con niños y adolescentes. Al igual que en el caso de ANDI, este proyecto produce también reportajes y envía sugerencias de mejora a los medios, subrayando la importancia del asunto en la cobertura diaria.

Experiencias afines

Junto a los observatorios descritos -que operan hoy de manera regular y constante- se encuentra también toda una serie de experiencias próximas que no se han incluido en el anterior apartado por tres razones:

- a) O bien porque los observatorios comparten algunos de los rasgos típicos que los caracterizan pero carecen de alguno de ellos, que consideramos importante.

- b) O bien porque sí tienen todos los rasgos de un observatorio y, a pesar de que fueron activos en su momento, hoy no están operativos.
- c) O bien porque en este momento se encuentran diseñando sus formas de trabajo o en plena reformulación.

Instituto Gutenberg

(<http://www.igutenberg.org>)

Creado por periodistas en 1994 con la misión de ser un crítico independiente de los medios, se declara apartidista y no lucrativo y, antes de cualquier juicio de valor, defiende la libertad de prensa, de expresión, de religión, de organización y de los derechos individuales que dan sentido y vigor a una nación civilizada. Durante años ha sido un referente importante 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 como el abuso de las fuentes anónimas, códigos de conducta, leyes de prensa, consejos de prensa, un enlace con críticas a los medios en el ámbito mundial o una relación de veedurías y de instituciones donde reclamar, entre otros¹¹. 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 con los medios, a la divulgación de su actividad y a la predilección por las nuevas tecnologías. Sin embargo, lamentablemente el Instituto Gutenberg se encuentra hoy desactivado.

O DOXA

(<http://doxa.iuperj.br>)

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 estudiar los procesos electorales y de formación de la opinión política. Coordinado por el doctor en Ciencia Política, Marcus Figueiredo, de la Universidad de Sao Paulo, el Laboratorio se ha convertido en un referente para la comunicación política en Brasil, y produce tesis de doctorado, publicaciones y análisis dentro de estos temas. Hoy, el laboratorio dispone de una gran cantidad de material audiovisual relacionado con propaganda, periodismo político y colecciones de programas electorales desde 1988, telediaros, *clippings* de las apariciones de los candidatos, espacios publicitarios políticos, debates, entrevistas y documentales. Pese a su interesante labor, O DOXA no tiene entre sus fines una intencionalidad reformista por lo que el laboratorio queda excluido de su posible consideración como observatorio.

S.O.S. Imprensa

(<http://www.unb.br/fac/sos>)

Se trata de un proyecto de asesoramiento público que tiene como objetivo principal orientar gratuitamente al ciudadano en casos de injuria, difamación, calumnia o situaciones que, en general, merezcan alguna forma de reparación como la rectificación, retractación, respuesta o reparación. Vinculado desde 1996 a la Universidad de Brasilia (UnB), el proyecto actúa a favor de la libertad de expresión entendida como responsabilidad. No proporciona servicios de un abogado pero atiende siempre, sin prejuzgar, a cualquier persona que se haya sentido agraviada o víctima de los medios y le orienta en sus derechos y en los procedimientos que en cada caso sean necesarios. Para ello, reciben las quejas y demandas a través de una línea telefónica y también del correo electrónico. El proyecto S.O.S Imprensa comparte con los observatorios la insatisfacción respecto a la actuación de los medios y reivindica un público más crítico, activo y participativo que no se conforme cuando siente que ha sido agraviado. Sin embargo, y a pesar de que realiza un servicio de *clippings* y seguimiento de estos temas, este monitoreo no es

excesivamente sistemático sino que, como decimos, su actividad principal consiste en asesorar al ciudadano común en el caso de que se haya sentido víctima de la prensa. Esto lo aleja de su consideración como observatorio.

Observatorio de la Pontificia Universidad Javeriana

Se trata de un proyecto 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, describe las formas cómo los medios construyen los acontecimientos y 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 encuestas, análisis de contenido, de discurso, análisis de audiencias y grupos de discusión. Sin embargo, a pesar de esta producción, en palabras de Jorge Iván Bonilla, uno de sus promotores, los resultados fueron difundidos «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»¹². 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. Por esta razón, este observatorio no se ha incluido en la relación de los que están actualmente activados¹³.

Transparência Brasil (<http://www.deunojornal.org.br>)

Fundada en abril de 2000 por un grupo de personas y de organizaciones, está asociada a Transparencia Internacional, la única organización mundial que se dedica exclusivamente a combatir

la corrupción. Realiza un monitoreo constante de la cobertura que los medios hacen de asuntos relacionados con la corrupción y su combate. En concreto, el proyecto Deu no Jornal -Dicho en el diario- es un banco de datos sobre noticias relativas a la corrupción que han sido publicadas en la prensa brasileña. Desde enero de 2004, recoge diariamente el contenido de las versiones de Internet de más de 60 vehículos impresos (diarios de todos los Estados y cuatro revistas semanales). Una vez introducidos y codificados, los textos son sometidos a análisis comparativos mediante rigurosos procedimientos estadísticos¹⁴. Pese a su interesante labor, Transparencia Brasil utiliza el monitoreo de medios sólo como punto de partida y, en cualquier caso, no tiene una intención de reformar la cobertura de este tipo de temas. Su existencia se orienta más bien a realizar acciones de movilización, información, conferencias, debates y encuentros, asesoría técnica y concienciación para las que el monitoreo de medios es un elemento más. Por esta razón, por no incluir ese componente reformista de la profesión, consideramos que no se trata de un observatorio en el sentido estricto del término.

Canal da Imprensa (<http://www.canaldaimprensa.com.br>)

Esta revista electrónica fue concebida a mediados de 2001 por un grupo de alumnos de la Facultad de Comunicación del Centro Universitario Adventista de Sao Paulo (UNASP) en Sao Paulo, Brasil. Tras un año de experimentación, fue finalmente el 21 de agosto de 2002 cuando se lanzó en Internet el primer número de la revista. Su línea editorial analiza y critica el papel de los medios brasileños e internacionales. De naturaleza temática, la revista es un espacio reservado a los alumnos de segundo y tercer año de Periodismo y, en ocasiones, cuenta con la colaboración de profesores y profesionales de la prensa. La revista se encuentra bajo la orientación del profesor Allan Novaes y, según consta en su *web*, asume el compromiso de luchar por los derechos de expresión y conciencia, declarados en la

Constitución brasileña de 1988. Esta experiencia comparte, en efecto, con los observatorios, el reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los actores mediáticos para consolidar la democracia, la insatisfacción con la actual situación de los medios, la necesidad de publicitar su actuación y la predilección por las nuevas tecnologías. Sin embargo, carece de una actividad constante, rigurosa y sistemática de rastreo de la actividad de los medios lo que le aleja de su condición de observatorio. A pesar de la utilidad de este tipo de experiencias para la formación crítica de los futuros profesionales de la información, Canal da Imprensa no es, como decimos, un observatorio propiamente dicho.

Proyecto Antonio Nariño (<http://fnpi.org/pan/default.asp>)

El proyecto Antonio Nariño para la Promoción y Defensa de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información se desarrolló en Colombia desde 2001 con la idea de implementar una estrategia que contribuyese a consolidar una cultura de respeto y protección al oficio periodístico en el país. Se trató de una iniciativa liderada por la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI¹⁵) y en la que participaron entidades nacionales e internacionales como Fundación Social, Andiarios, NED, Fundación para la Libertad de Prensa, Fundación Friedrich Ebert y Medios para la Paz. En concreto, el proyecto tuvo tres grandes líneas de acción: i) protección de actividades, ii) apoyo profesional a la cobertura del conflicto armado y iii) comunicación y formación de opinión pública. En términos generales, se trató de un proyecto de investigación -acción- interlocución en el que se buscó generar espacios de investigación con periodistas colombianos respecto a los estándares de calidad periodística necesarios y mínimos para cubrir el conflicto armado¹⁶. Para desarrollar sus actividades, el Proyecto contó con los resultados de un monitoreo de medios que realizó desde 2003 un equipo de investigación integrado, entre otros, por los colombianos Jorge Bonilla y Germán Rey.

La idea era rastrear las informaciones de los medios colombianos sobre el conflicto armado. En 2004 procedieron al monitoreo de prensa y en 2005 realizaron el de televisión¹⁷. En este caso lo que ocurre es que se trató 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, han sido los propios integrantes de este equipo de investigación los que han rechazado la auto denominación de observatorio.

Víctimas de la prensa (<http://www.victimasdelaprensa.com>)

Promovido fundamentalmente por personas ajenas a las profesiones de comunicación, el portal ecuatoriano Víctimas de la Prensa nació a finales de marzo de 2003 con la firme convicción de que «la mayoría de los medios de comunicación no cumple con los preceptos éticos para los que se supone que fueron creados». El portal denuncia la falta de acceso de los «ciudadanos comunes» a los medios para denunciar los atropellos de los que son víctimas por lo que su vocación es publicitar los casos en los que los ciudadanos se han sentido agraviados por la prensa. Pese a su intensa actividad entre marzo de 2003 y abril de 2005, hoy se encuentra desactivado¹⁸. Además, su crítica excesiva y sus «enmiendas a la totalidad» -que no suelen tener el sustento de estudios constantes, sistemáticos y rigurosos- deslegitiman al sitio como un auténtico observatorio de medios.

Observatorio de Medios de la Universidad Pedagógica Nacional (<http://www.pedagogica.edu.co/storage/ps/articulos/pedysab18-14arti.pdf>)

En octubre de 2003 nació en Colombia el Observatorio de Medios de la Universidad Pedagógica Nacional. Se trataba de un proyecto vinculado inicialmente a la Facultad de Educación. En sus orígenes, 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 ello, 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. Sin embargo, la presentación del Observatorio no ha sido después acompañada de una relación de estudios, propuestas, comunicados e investigaciones y, además, pese a los intentos de entablar comunicación con sus integrantes, no ha habido respuesta lo que hace pensar que se encuentran en pleno proceso de reinención.

Foro de Periodismo Argentino (<http://www.fopea.org>)

Surgió en 2003 a partir de la iniciativa de un grupo de profesionales y profesores de periodismo que decidieron celebrar el vigésimo aniversario de la recuperación de la democracia con la creación de un espacio para promover la calidad de la profesión periodística ya que -consideraban- ésta era decisiva para la calidad de la democracia. El igual que los observatorios, el Foro surge por tanto también de la insatisfacción respecto a la situación actual en la que se encuentran los medios -en este caso argentinos-. En concreto, los periodistas del Foro lamentan la falta de consenso sobre postulados éticos y de calidad, la precarización laboral en la que se encuentran muchos periodistas, la falta de herramientas legales que faciliten el acceso a la información o la crisis en la relación del periodismo con su audiencia. Asimismo, denuncian algunas prácticas como el abuso del *off the record*, el mal uso del lenguaje, la editorialización extrema sin sustento informativo, la intromisión en la vida privada de las personas, la búsqueda de información por métodos ilegales o la exclusión de temas de relevancia pública. Junto a ellos, FOPEA comparte también otros rasgos con los observatorios como la preocupación por divulgar su actividad y la predilección por las nuevas tecnologías. Sin

embargo, la mayor parte de sus actuaciones consiste en realizar talleres, conferencias, seminarios y ciclos para capacitar a los periodistas y no contemplan la tarea de observar como un ejercicio constante, regular y sistemático. Esto les aleja de la esencia de un auténtico observatorio de medios.

Centro de Análisis de la Información

En Colombia, el Centro de Análisis de la Información (CADI) realiza un monitoreo diario sobre el estado de los Derechos Humanos, el Derecho Internacional Humanitario y la Libertad de Prensa, a través de los medios de cada una de las regiones colombianas y, a su vez, profundiza en casos específicos, gracias al trabajo que realizan los coordinadores de zona en cada uno de los departamentos. A su vez, este sistema cuenta con la información que proporcionan las fuentes gubernamentales y no gubernamentales con la idea de actualizar el panorama humanitario colombiano¹⁹. El CADI forma parte de la Asociación Democrática para la Defensa de los Derechos Humanos (ASDEH) que se define como una organización colombiana con proyección internacional, democrática y sin ánimo de lucro que defiende, promueve y difunde los derechos humanos, impulsa la aplicación del derecho internacional humanitario y defiende la libertad de prensa. En este caso lo que ocurre es que, por un lado, no está clara su vigencia en el futuro y, por otro, al igual que ocurre en el caso de Transparencia Brasil a pesar de su labor de rastreo, en realidad la ASDEH utiliza estos datos sólo como punto de partida y sin intención reformista.

Observatorio Periodístico de Derechos Humanos

En El Salvador, el Observatorio Periodístico de Derechos Humanos fue una iniciativa realizada por PROBIDAD y FESPAD (Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho) y financiada por la asociación española Ayuda en Acción. El objetivo central era «generar un espacio de reflexión, análisis y autocrítica para los periodistas de El Salvador en temáticas relacionadas a los Derechos

Humanos, el periodismo de investigación y la corrupción».²⁰

Esto se hacía mediante encuentros mensuales en los que se seleccionaba una temática específica y se buscaba generar algún tipo de discusión sobre la misma. Entre sus intenciones, 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. Los temas que se abordaban en los encuentros eran los que destacaban más en las coberturas hechas por los medios. Los promotores de la iniciativa pedían a dos o tres expertos que participaran como expositores en la discusión. El proyecto contó con una financiación de 5000 dólares anuales pero la falta de recursos obligó a interrumpir la actividad en mayo de 2005.

Ética na TV

(<http://www.eticanatv.org.br>)

En 2003, un grupo de organizaciones no gubernamentales se juntó con la Comisión de Derechos Humanos de la Cámara Federal para lanzar una campaña en contra de la baja calidad de la programación en la televisión brasileña. Bajo el lema «Quien financia la basura está en contra de la ciudadanía», la campaña recibió denuncias del público de programas que atentan contra los derechos humanos, bien sea porque explotan la miseria, promueven la discriminación, violentan u oprimen. El sensacionalismo, la apología del crimen y de la violencia, el asistencialismo y otras prácticas de programas televisivos son expresiones de lo que se convino en llamar «basura». La Comisión de Acompañamiento de la Programación de Radio y Televisión contabiliza las denuncias enviadas por mail o por teléfono (con líneas gratuitas para el público) y sistematiza un ranking

**El
sensacionalismo,
la apología del
crimen y de la
violencia, son
expresiones de
lo que se
convino en
llamar
«basura».**

de los programas más denunciados; esto es, de los peores programas de la temporada a juicio del público. Los rankings son divulgados en la *web* de la campaña y en otros órganos de comunicación. La estrategia es advertir a los anunciantes de esos programas y estimularlos a no seguir financiando a los denunciados. Inicialmente, la campaña sufrió cierta resistencia por parte de las emisoras, pero el apoyo de algunos diarios impresos influyentes -como *Folha de Sao Paulo*- fortaleció al colectivo. Hasta 2006, la mayor victoria de la campaña ha sido la dimisión del presentador João Kleber, da Rede TV! que frecuentemente

aparecía entre los más denunciados. Su programa «Tardes Quentes» («Tardes calientes») fue retirado de la emisora gracias a un acuerdo entre el Ministerio Público Federal y Rede TV!. En su lugar, durante 30 días, entre diciembre de 2005 y enero de 2006 fueron vehiculadas emisiones de un programa de carácter democrático, colaborativo y educativo, «Derechos de respuesta», producido por un colectivo de ONG y la Procuraduría Regional de los Derechos del Ciudadano²¹. Aunque todavía es poco conocida y comprendida por la mayor parte de la población, la victoria de las asociaciones organizadas de telespectadores representa un hito en la televisión de la señal abierta en la medida en que hace concreta una forma visible de control público de los medios.

Observatorio de Medios y Audiencias

(<http://www.claeh.edu.uy/Obs/Index2.htm>)

Uruguay dispone de una experiencia bastante interesante de acompañamiento de las tendencias y de las audiencias de sus medios electrónicos, fundamentalmente emisoras de radio y televisión. Este observatorio, a ejemplo

de otras iniciativas, tiene origen reciente -en 2004- y es un esfuerzo académico, ya que está vinculado al Instituto Universitario ClaeH, el Centro Latinoamericano de Economía Humana de Montevideo. Entre los objetivos del proyecto se encuentra el desarrollo de un espacio que integre conocimientos académicos y profesionales sobre el mercado mediático de aquel país. Para ello, edita mensualmente el Suplemento «Medias y modas» y alimenta un banco de datos con informaciones sobre audiencias, públicos, destinos publicitarios y otras informaciones relevantes para el mantenimiento y desarrollo de medios de comunicación. El Observatorio de Medios y Audiencias de Uruguay cuenta con un equipo interdisciplinar que reúne a sociólogos, comunicólogos y tecnólogos.

Mídia e Política

(<http://www.midiaepolitica.unb.br>)

Esta publicación periódica es una iniciativa reciente del Núcleo de Estudios sobre Medios y Política (Nemp), de la Universidad de Brasilia (UnB). Se trata de una revista electrónica destinada a analizar las relaciones entre los medios y la política brasileña, haciendo énfasis en la cobertura y en los procedimientos de los profesionales del sector. El *site* surgió en 2005 y se actualiza cada diez días, contando para ello con un grupo de colaboradores de distintas universidades brasileñas. A juicio de sus organizadores, el objetivo es «contribuir a formar una conciencia crítica sobre la calidad de la cobertura de los temas políticos, estimular la reflexión profesional e influir en una representación más democrática de los medios en los distintos conflictos, junto a actores sociales de la escena política brasileña». La publicación comprende las relaciones entre

los medios y la política no como una simple cobertura del juego político-partidario, sino que incluye también el análisis de diversas prácticas sociales relacionadas con el ejercicio del poder como las políticas públicas, los movimientos sociales, el tercer sector y otras prácticas de la ciudadanía.

Rede Nacional dos Observatórios de Imprensa

En noviembre de 2005, diversos grupos de investigación en periodismo de Brasil decidieron fundar una red que permitiese el intercambio de experiencias entre observatorios de medios en universidades, que posibilitase el desarrollo de investigaciones científicas interinstitucionales y que facilitase también el fortalecimiento de la crítica de los medios como práctica e instrumento pedagógico para la enseñanza del periodismo. Fue creada formalmente, entonces, la Renoi que reúne a algunos de los observatorios y experiencias ya citados anteriormente como Análise de Mídia, Observatório da Imprensa, Monitor da Mídia, Mídia e Política, Canal de Imprensa y Agência Unama.

Actualmente, la red fortalece sus lazos con el objetivo de proponer investigaciones científicas nacionales y buscar intercambios en otros países. En realidad, Renoi es el resultado de una idea de casi diez años de estudios y expectativas. Cuando surgió Observatório da Imprensa, en 1996, ya varias escuelas de comunicación trataron de concretar esta idea para llevar a cabo proyectos semejantes de *media criticism* y de *media watching*. Sin embargo, por diversas razones, no fue sino hasta fechas recientes cuando se pudo allanar el camino, en un momento de plena consolidación del Observatorio y coincidiendo también con la

El Observatorio de Medios y Audiencias de Uruguay cuenta con un equipo interdisciplinar que reúne a sociólogos, comunicólogos y tecnólogos.

mayor madurez de la investigación sobre periodismo en Brasil y la unión de esfuerzos que hasta entonces se encontraban dispersos por todo el país.

Vinculada a Observatório da Imprensa, Renoí reúne hoy a 31 profesores investigadores y a más de 220 alumnos, becarios o no. La red se encuentra en nueve Estados de todas las regiones del país y en doce instituciones superiores de enseñanza, cuatro de ellas públicas y ocho privadas además de Projoir, el laboratorio encargado de Observatório da Imprensa. La mayoría de las veces, los proyectos cuentan con *sites* en la red donde difunden sus investigaciones y emprenden el trabajo de acompañamiento de los medios. En sólo seis meses, la red se ha hecho muy activa desde el punto de vista operativo y bastante sólida en cuanto a los lazos que la constituyen. Sus miembros se comunican a diario a través de una lista de correos electrónicos, intercambiando experiencias e informaciones. Además, articulan mesas de debates en eventos académicos nacionales para estrechar los contactos y divulgar los resultados de la red.

Junto a los descritos, hay autores²² que incluyen, además, otros observatorios como los siguientes:

1. Observatorio de la Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia
2. Observatorio de la Universidad Nacional de Córdoba en Argentina
3. Proyecto de Observatorio de Medios de Comunicación en Ecuador
4. Observatorio promovido por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco (México)
5. Observatorio de la ITESM de México
6. DOSES de Guatemala
7. Observatorio Ciudadano para el Libre Acceso a la Información, coordinado por Acción Ciudadana en Guatemala
8. Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural, de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA)

9. Em Off, una web sobre los medios de Ceará, un Estado situado en el nordeste de Brasil
10. Telejornalismo Em Close, una columna semanal en la web del periodista y profesor Paulo José Cunha sobre televisión brasileña
11. Medios para La Paz, un colectivo de periodistas colombianos

Sin embargo, una búsqueda más exhaustiva en Internet permite advertir que en la mayor parte de los casos estos observatorios se encuentran en pleno proceso de diseño y todavía existen dudas sobre su vigencia en el futuro.

Conclusión

Los observatorios latinoamericanos presentan hoy una gran diversidad de variantes y numerosas manifestaciones para una misma figura. No obstante, es importante tener en cuenta que no todos los agentes que reciben la consideración de observatorios lo son. Con todo, en los próximos años se prevé un aumento de esta diversificación conforme estos actores se multipliquen y ocupen un lugar cada vez más destacado en el escenario mediático del continente.

Por lo demás, es importante percibir que los datos que ofrecemos revelan la necesidad y urgencia que existe en el subcontinente de fiscalizar a los medios. Mencionamos 39 observatorios y experiencias en doce países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Uruguay y Venezuela. Existen observatorios activos y consolidados por lo menos en seis países, destacando el lugar que ocupan sobre todo Brasil y -en menor medida- Perú. No obstante, Colombia y Argentina tienen también un lugar destacado con experiencias en curso o en fase de consolidación. La reciente articulación para el nacimiento de un observatorio en Bolivia y los ya robustos y fortalecidos casos de Venezuela y Chile demuestran de qué forma esas iniciativas se pueden organizar e interferir positivamente en las realidades mediáticas de sus países.

BIBLIOGRAFÍA

- ACEVEDO, J. (2005). *Derecho a una comunicación para todos*. Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.
- ALFARO, R.M. (ed.) (2005). *Hacia nuevas rutas éticas en nuestros medios. Memoria de la campaña ciudadana sobre la Ley de Radio y Televisión*. Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.
- AROCA, R. (2005). «Observatorio de medios de comunicación masiva: elementos teórico-metodológicos para su sustentación», ponencia presentada en el XXVI *Encuentro Peruano de Facultades de Comunicación Social* (Apfacom), realizado en Arequipa del 28 al 30 de septiembre de 2005.
- BELTRÁN, L.R. (2005). «*Observatorio de medios: ¿el quinto poder?*», En: *La Prensa*, 17 de junio de 2005. Disponible en: <http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>
- BROULLÓN, G., Hernández, T., López, X. y Pereira, J. (2005). «*Los observatorios de comunicación*», En: *Chasqui*, 90, 38-45.
- CHRISTOFOLETTI, R. (2004). «*Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil*», en *Sala de Prensa*, núm. 63. En: <http://www.saladeprensa.org/art522.htm>
- _____ (2005). «*Nos intestinos da mídia: a prática dos observatorios nainternet*», comunicación presentada en IV *Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana de Comunicação*, Celacom, 2005, Sao Paulo.
- HERRERA, S. (2005a). «*Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina*». En: *Sala de Prensa*, núm. 84, En: <http://www.saladeprensa.org/art638.htm>
- _____ (2005b). «*Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica*». En: *Palabra Clave*, vol. 8, núm. 2, ed. 13, pp. 153-174.
- _____ (2005c). «*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*». En: *Revista Question*, Argentina, en la dirección electrónica: <http://www.perio.unlp.edu.ar/question/nivel2/ensayo.htm> Y, también En: *Información Pública*, Chile, vol. IV, núm. 1, junio de 2006, pp. (prensa).
- HERRERA, S. y CHRISTOFOLETTI, R. (2006). «*Mídia e democracia: um perfil dos observatórios de meios na América Latina*». En: VIII *Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación: Comunicación y Gobernabilidad en América Latina*, Rio Grande Do Sul, Brasil, del 19 al 21 de Julio de 2006.
- REY, G. (2003b). «*Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina*», En: www.veeduria.org.pe/articulos/rey.htm
- 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.

PÁGINAS WEB

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>
<http://www.andi.org.br>
<http://www.veeduría.org.pe>
<http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/observatorio/default.htm>
<http://www.univali.br/monitor>
<http://www.observatoriodemídia.org.br/obm/>
<http://www.observatoriodemedios.org.ve/>
<http://lima-peru.blogspot.com/>
<http://www.observatoriofucatel.cl>
<http://www.igutenberg.org/apresent.html>
<http://www.igutenberg.org>
<http://doxa.iuperj.br/>
<http://www.unb.br/fac/sos/site/index.php>
<http://www.deunojornal.org.br/estatisticas/estat.html>
<http://www.canaldaimprensa.com.br/>
<http://www.fnpi.org/>
<http://www.victimasdela prensa.com>
<http://www.pedagogica.edu.co/storage/ps/articulos/pedysab18-14arti.pdf>
<http://www.fopea.org/>
<http://www.observatorio.org.ar/>

NOTAS

¹ En concreto, con los responsables de Observatório da Imprensa, Agência Nacional dos Direitos da Infância (ANDI), Monitor de Mídia e Observatório Brasileiro de Mídia, todos en Brasil; Veeduría Ciudadana de Comunicación Social y Observatorio de Medios, ambos en Perú; Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, en Colombia; Observatorio Fucatel, en Chile y Observatorio Global de Medios, en Venezuela.

² Cfr. Acevedo, J., *Derechos a una comunicación para todos*, Veeduría ciudadana, Lima, 2005, p. 30.

³ En este Foro, Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, lanzó el Observatorio Global Mundial.

⁴ En concreto, el 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 evaluación de la información periodística a nivel mundial».

⁵ En concreto, 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*.

⁶ 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 sus integrantes, los derechos a la libertad de expresión y a la información se vieron «severamente comprometidos».

⁷ Para un conocimiento más detallado de los resultados de la investigación «Percepciones del sistema televisivo y posicionamiento de los canales chilenos» puede visitarse la dirección: <http://www.observatoriofucatel.cl/portal/homeportal.htm>

⁸ La Fundación cuenta con el apoyo de las agencias de cooperación de Gran Bretaña, Bélgica, Dinamarca, Holanda, Japón y Suiza y está dirigida por la ex defensora del pueblo y periodista Ana María Romero.

⁹ Así lo reveló el Erick Torrico, Director Académico del área de comunicación y periodismo de la UASB y coordinador general del ONADEM en correo electrónico intercambiado con la autora el 23 de septiembre de 2005. El señor Torrico proporcionó además un documento preliminar sobre la creación de ONADEM fechado en La Paz el 29 de julio de 2005, del que se ha extraído la información relativa a este observatorio. Sobre el particular se puede ver también Beltrán, L.R., «Observatorio de medios: ¿el «quinto poder»?», en *La Prensa*, 17 de junio de 2005, en la dirección electrónica: <http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>, fecha de consulta: 14 de septiembre de 2005.

¹⁰ Para mayores detalles, se puede ver la web <http://www.honestreporting.com> fecha de consulta: 6 de marzo de 2006

¹¹ Para un conocimiento más detallado de las actividades del Instituto, puede visitarse su página web en: <http://www.igutenberg.org>, fecha de consulta: 12 de septiembre de 2005.

¹² En correo electrónico intercambiado con Herrera el 18 de mayo de 2005.

¹³ Se ha sabido además que un grupo de docentes de la Universidad Javeriana ha estado muy involucrado en la creación de una Red de Observatorios de Medios de Comunicación, una iniciativa liderada por Luis Fernando Barón del CINEP con el propósito de conformar una red que aparezca como espacio de confluencia para lograr el desarrollo de diversos proyectos e iniciativas. Sin embargo, hasta la fecha este proyecto se encuentra todavía en su fase inicial y no se halla lo suficientemente maduro como para ser incluido en este trabajo. Los detalles más pormenorizados de la conformación de esta red pueden verse en 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.

- ¹⁴ Para un conocimiento más detallado del proyecto Deu No Jornal, puede visitarse su página *web* en la dirección: <http://www.deunojornal.org.br/estatisticas/estat.html>
- ¹⁵ Para un conocimiento más detallado de las actividades de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano puede visitarse su página *web* en: <http://www.fnpi.org/>
- ¹⁶ Así lo explicó uno de los integrantes del equipo de investigación, Jorge Iván Bonilla, en correo electrónico intercambiado con Herrera el 18 de mayo de 2005.
- ¹⁷ Así lo explicó uno de los integrantes del equipo de investigación, Jorge Iván Bonilla, en correo electrónico intercambiado con Herrera el 22 de septiembre de 2005.
- ¹⁸ La última fecha de actualización de su página *web* es del 11 de abril de 2005.
- ¹⁹ Rey, G., «Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina», en la dirección electrónica: www.veeduria.org.pe/articulos/rej.htm, fecha de consulta: 13 de septiembre de 2005.
- ²⁰ Así lo expresó uno de los integrantes de la experiencia, José Manuel Castillo, en correo electrónico intercambiado con Herrera el 2 de junio de 2005.
- ²¹ Para más detalles sobre el programa, puede verse <http://www.direitosderesposta.com.br> fecha de consulta 7 de junio de 2006.
- ²² Cfr. Broullón, G., Hernández, T., López, X. & Pereira, J., «Los observatorios de comunicación», en *Chasqui*, núm. 90, 2005, pp. 38-45.