

EL DIÁLOGO ENTRE OBSERVATORIOS DE MEDIOS Y LOS MEDIOS: UNA AGENDA PENDIENTE

Juan Larrosa Fuentes

Los medios de comunicación masiva (prensa, cine, radio y televisión) y, recientemente, la emergencia de otras formas de comunicación a través de la red se han constituido en referentes de gran importancia en las sociedades modernas. Estas instituciones y sus prácticas han marcado el desarrollo de las sociedades del siglo XX, y durante todo este tiempo se han detonado debates sobre los alcances y limitaciones de los medios de comunicación, de sus funciones y estructuras, de su regulación y desregulación. Lo cierto es que hay un consenso respecto del poder que estas organizaciones tienen en la vida pública de las sociedades occidentales. De esta forma, la gestión de la comunicación masiva para diversos fines (que van desde el desarrollo público y político de un estado hasta la reproducción de las llamadas industrias culturales), no ha estado exenta de polémicas y abusos por parte de gobiernos y entidades privadas. Los observatorios de medios, entonces, se han constituido en espacios de investigación y reflexión crítica sobre el actuar de los medios de comunicación, y tienen sus asideros, sobre todo, en universidades u organizaciones ciudadanas.

El trabajo de los observatorios de medios es muy importante, pues se han convertido, en algunos casos, en un contrapeso crítico ante el gran poder que han adquirido los medios de comunicación. Sin embargo, entre sus estrategias de operación, pocos observatorios se han preocupado por entablar un diálogo con sus objetos de escrutinio; un diálogo que los lleve a transformar el sistema de comunicación de su comunidad. La falta de este diálogo puede llevar a los observatorios a convertirse en espacios de denuncia y crítica, pero de poca transformación de su entorno. Este artículo reflexiona sobre los conceptos anteriores

y presenta una experiencia exitosa de diálogo entre observatorios y medios de comunicación: el caso de Quid, el Observatorio de Medios del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Los observatorios de medios comenzaron a funcionar desde hace más de dos décadas como parte de esfuerzos de ciudadanos, universitarios y periodistas, por reflexionar en torno a los medios de comunicación desde una visión crítica. Las experiencias de estos ejercicios que combinan la investigación académica, el activismo y la incidencia pública, no se pueden describir como un todo homogéneo, tal como si fueran franquicias que comienzan a operar en distintos puntos del mundo; por el contrario, es notable la heterogeneidad de propuestas que existen en torno a la observación de las diversas escalas y dimensiones de un sistema de comunicación. Estas características, en las cuales se profundizará en el cuerpo del presente trabajo, configuran a los observatorios de medios como laboratorios que generan propuestas y ensayos sobre las necesidades de transformación de los sistemas de comunicación en las sociedades contemporáneas.

La idea de denominar a los observatorios de medios como *ensayos de transformación social* da pie para hacer una crítica hacia algunos de sus objetivos de incidencia pública. El concepto que guiará estas reflexiones es el de *calidad del diálogo* entre las organizaciones sociales y su objeto de observación, es decir, entre los observatorios y los medios de comunicación. De aquí en adelante, el concepto de *diálogo* se entenderá como ya se señaló en la introducción: “una interacción entre dos o más personas que implica una construcción colectiva del discurso. El elemento clave en esta relación es la disposición a escuchar y tomar en consideración opiniones, reflexiones o reacciones de otros participantes”. Por lo tanto, la calidad del diálogo en el marco del trabajo de los observatorios y los medios es un tema que de entrada resulta muy provocador, ya que invita a indagar en el concepto de comunicación visto a través de los medios masivos y de quienes se dedican a observar estos procesos. Es provocador por las paradojas que acarrea desentrañar que en los procesos de comunicación masiva no existe un diálogo de ida y vuelta entre el medio y su audiencia,¹ pero también

1. John B. Thompson, en su libro *Los media y la modernidad*, explica de forma muy clara la falta de un verdadero diálogo e interacción entre medios de comunicación y audiencias: “Si el término ‘masa’

porque hay muy pocas experiencias exitosas de diálogo entre los observatorios y los medios de comunicación.

Esta última paradoja se debe reflexionar y ponderar seriamente: salta a la vista que organizaciones civiles, periodísticas y académicas, que tienen como tarea la crítica y la incidencia social, no incluyan dentro de sus planes estratégicos el diálogo con aquellas instituciones y actores que pretenden transformar. Esta contradicción y el concepto de calidad del diálogo serán los insumos para tejer un texto que exponga la pertinencia de repensar parte del trabajo que realizan los observatorios de medios y las líneas generales de una propuesta de acción que ayude a solventar estas carencias.

Historia de las *veedurías* mediáticas

Para Fredric Jameson, uno de los resultados del proceso social que ha traído consigo la alta (o tardía) modernidad es la “colonización y comercialización del inconsciente o, en otras palabras, la cultura de masas y la industria cultural” (Jameson, 2002: 21). Esta característica a la que se refiere el pensador norteamericano es consecuencia de la aparición y funcionamiento estandarizado de las instituciones que en la actualidad se conocen como medios de comunicación

puede resultar engañoso en ciertos aspectos, también lo puede ser el término ‘comunicación’, ya que los medios de comunicación generalmente comprometidos con la comunicación de masas son completamente diferentes de aquellos que forma parte de las conversaciones ordinarias. En los intercambios comunicativos que se producen en las interacciones cara a cara, la comunicación fluye generalmente en dos direcciones: una persona habla, otra responde, y así sucesivamente. En otras palabras, los intercambios comunicativos en las interacciones cara a cara son fundamentalmente dialógicos. En la mayoría de las formas de comunicación de masas, por contra, el flujo de comunicación resulta abrumador en una sola dirección. Los mensajes son producidos por un grupo de individuos y transmitidos a otros que están por lo general situados en emplazamientos espacial y temporalmente alejados del contexto de creación original. De ahí que los receptores de los mensajes mediáticos no actúen como participantes en un proceso recíproco de intercambio comunicativo sino más bien como participantes dentro de un proceso simbólico de transmisión estructurada. De ahí que hable generalmente de ‘transmisión’ o ‘difusión’ de los mensajes mediáticos en vez de ‘comunicación’ como tal. Incluso en las circunstancias estructuradas de la comunicación masiva, los receptores tienen algo de capacidad para intervenir y contribuir en el curso y contenido del proceso comunicativo. Pueden, por ejemplo, escribir cartas al editor, llamar a las compañías televisivas y expresar sus puntos de vista, o simplemente rechazar comprar o recibir los productos concernientes. De ahí que, aunque el proceso comunicativo sea fundamentalmente asimétrico, no sea enteramente monológico o unidireccional” (Thompson, 1995).

masiva. Las sociedades contemporáneas del mundo occidental tienen, entre sus rasgos más importantes, una tendencia marcada a utilizar ciertos dispositivos tecnológicos como el libro, el cine, la prensa escrita, la radio o la televisión para poner a circular distintos tipos de información que tienen diversos fines, y que van desde la reproducción y supervivencia misma de una comunidad, como puede ser la comunicación de decisiones políticas o de alertas sobre peligros naturales (Martín–Serrano, 1994), hasta el desarrollo de contenidos de las industrias culturales, como el entretenimiento audiovisual, la moda o diversas formas de arte. De tal suerte, los medios de comunicación, como instituciones paradigmáticas de la modernidad, constituyen un elemento de vital importancia dentro del funcionamiento de las sociedades contemporáneas (Thompson, 1995).

Aunque la génesis de los medios de comunicación se puede rastrear desde las primeras reproducciones masivas del libro durante el siglo XVI, no es sino hasta el siglo XX cuando la importancia de estos cobra una mayor relevancia en las esferas política, económica y cultural: la prensa escrita, el cine, la radio y la televisión adquirieron un poder notable en la estructuración del funcionamiento social y se convirtieron, inevitablemente, en un objeto de estudio y crítica en el campo de las ciencias sociales.

Los observatorios de medios tienen este gran contexto de fondo y surgieron como una de las muchas expresiones que han existido para pensar a los medios de comunicación. El primer antecedente de los observatorios de medios son los centros de investigación en universidades que durante la primera mitad del siglo XX establecieron sus líneas de trabajo y que en la actualidad siguen operando. Los estudios y teorías sobre la vida y desarrollo de los medios de comunicación han variado según el tiempo, desde los acercamientos de corte psicológico de la escuela funcionalista, pasando por la escuela estructuralista europea, hasta la instrumentación de la escuela de Toronto que estudió el tema desde una perspectiva tecnológica. Sin embargo, estos trabajos de análisis y reflexividad siempre han estado anclados a centros de investigación social, en particular de países como Estados Unidos, Inglaterra, Canadá o Alemania, y pocas veces trascendieron socialmente los pasillos de las universidades (Mattelart y Mattelart, 1997). Sin embargo, es factible encontrar muchas experiencias de

vinculación entre la academia y otras esferas, como pueden ser las contribuciones que los estudios de comunicación hicieron al desarrollo de la propaganda en tiempos de las guerras mundiales, el largo maridaje entre universitarios y estrategias políticos, en particular en tiempos electorales, entre muchas otras experiencias.

Por otro lado, también es posible rastrear raíces de los observatorios de medios en el desarrollo de los sistemas internacionales de promoción y protección a los derechos humanos. 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 tan 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 el seno de la ONU, en 1980 se publicó el *Informe McBride*, que si bien al día de hoy podría parecer envejecido, aún no ha perdido relevancia en algunas de las ideas que ahí se plasmaron. Por ejemplo, las siguientes recomendaciones, extraídas del informe, siguen vigentes para la mayoría de los sistemas de comunicación en el mundo occidental:

Deberán diseñarse medidas legales eficaces para: a) limitar el proceso de concentración y monopolización; b) circunscribir la acción de las transnacionales obligándolas a respetar las condiciones y los criterios específicos definidos por la legislación y las políticas de desarrollo [...] d) reducir la influencia de la publicidad sobre la política editorial y la programación de la radiodifusión, y e) buscar y mejorar modelos que aseguren el incremento de la independencia y la autonomía de los medios de información en lo tocante a su administración y su política editorial, ya sea privada o pública la propiedad de estos medios (McBride, 1993: 236).

Los observatorios de medios, entonces, nacen bajo un contexto que está compuesto por distintas tradiciones académicas de investigación, el marco jurídico

del derecho a la información y la certeza respecto del protagonismo que han tomado las instituciones mediáticas en fenómenos tan trascendentes como la generación del consenso y el disenso en una comunidad, la construcción cotidiana de la agenda pública o el control de grandes flujos financieros como el que generan las industrias culturales.

Los medios y sus observadores

Los observatorios de medios no se pueden entender fuera del contexto que marca el surgimiento y desarrollo de una ciudadanía que se activa a través de organizaciones civiles o movimientos sociales, con el objetivo de reivindicar derechos que el estado se los ha negado por negligencia o autoritarismo, o porque no ha sido capaz de tutelarlos. Dentro de los movimientos y organizaciones que reivindican el derecho a la información, se comenzaron a gestar espacios destinados a reflexionar sobre los medios de comunicación, pero desde derroteros que no por fuerza estaban vinculados con la investigación académica. Estos espacios han sido conformados por investigadores y profesores relacionados con la comunicación, pero también por internacionalistas, reporteros, abogados, artistas y ciudadanos en general.

Como se mencionó al principio de este texto, los observatorios de medios no son una figura monolítica que se asemeje a una suerte de franquicia. Como se puede constatar en diversos textos (Aharoinian, 2010; Albornoz y Herschmann, 2007; Camacho, 2005; Dragnic, 2005; Erazo, 2006; Larrosa Fuentes *et al*, 2007a; Herrera Damas, 2005a y 2005b; Rey, 2003), son más las diferencias que las semejanzas entre los observatorios de medios, pues cada una de las experiencias responde al contexto geopolítico e histórico en el que están inscritos. 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;² en la región andina opera el Observatorio Afroperuano,³ que busca denunciar las prácticas cotidianas de discriminación racial en los medios de comunicación, o en Argentina, el Observatorio UTPBA,⁴ que es manejado por trabajadores que exigen el cumplimiento de sus derechos a la información.

Sin embargo, a pesar de su heterogeneidad, es posible encontrar puntos de convergencia entre los observatorios de medios. Algunos, los más obvios, ya han sido mencionados: son organizaciones que dedican sus actividades a observar, vigilar, fiscalizar y reflexionar la tarea de los medios de comunicación desde una postura crítica y reivindican el derecho a la información. A estas características se agregan otras más. Una de ellas es la publicidad de los trabajos de observación: a diferencia de lo que ocurre con la producción académica sobre el tema, los observatorios buscan la forma de socializar la información que producen a través de: páginas electrónicas, medios de comunicación alternativos como videos documentales, programas de radio por la Internet, correos electrónicos, foros de discusión y difusión, entre otros; la premisa es que si los hallazgos de las observaciones no se propalan como vía de socialización y concienciación, la actividad pierde sentido. Otra característica es que los observatorios no buscan erigirse como la única alternativa de debate o activación social: la diversidad de miradas para atender los fenómenos mediáticos es un valor interpretativo que se fomenta en estas organizaciones. Y por último, una tercera característica que comparten es que buscan una transformación democrática del sistema de medios en el que operan.

2. Para más información, visitar la página *web* de esta organización [DE disponible en: <http://www.mediosparalapaz.org>].
3. Para más información, visitar la página *web* de esta organización [DE disponible en: <http://www.lundu.org.pe/observatorioafro.html>].
4. Para más información, visitar la página de esta organización [DE disponible en: <http://www.observatorio.org.ar>].

En el marco de las democracias liberales los observatorios de medios buscan vigilar a aquellas instituciones que han sido denominadas como el *cuarto poder*: bajo esta premisa los medios de comunicación son *observadores* de instituciones con alto poder de incidencia política y económica. Los observatorios de medios, entonces, se convierten en los *observadores* de los *observadores*.

Tres casos de diálogo entre un observatorio y los medios locales

En el verano de 2007 comenzó a operar un observatorio de medios en la universidad ITESO, como parte de un proyecto anclado en el Departamento de Estudios Socioculturales y en particular en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación. Los primeros 18 meses de trabajo de esta veeduría estuvieron consagrados a realizar una investigación documental y electrónica sobre los observatorios de medios en el mundo, su historia y sus líneas de trabajo, y a gestionar, por otro lado, una planeación estratégica que pudiera incluir las visiones de quienes entonces constituían el equipo de trabajo y las de agentes externos como académicos, profesores, periodistas, entre otros. El resultado de todo este proceso fue la construcción de lo que en la actualidad se denomina Quid: observatorio de medios. En este ejercicio se puntualizó la misión y las líneas estratégicas de su trabajo:⁵

El observatorio de medios de la Universidad ITESO es un dispositivo universitario, independiente y que suscribe las Orientaciones Fundamentales de esta institución. Los objetivos generales de esta veeduría son: analizar, describir y generar información sobre el sistema local de medios de comunicación; fomentar la construcción de audiencias críticas en la comunidad universitaria; y establecer un diálogo con los medios para fomentar una mayor calidad en sus contenidos. Además, el observatorio buscará formas creativas de publicar su trabajo. Todo esto encaminado a la defensa del derecho a la información.

5. El nombre de Quid se planteó en relación directa al objetivo de los observatorios: el *quid* de los medios, o en otras palabras, la *esencia* de los medios, el *porqué* de los medios.

Por su parte, las líneas estratégicas de trabajo son las siguientes:

1. *Coordinación estratégica*. Esta línea asume la comunicación organizacional, social y administrativa, así como el manejo de los recursos financieros del observatorio. Además, buscará fórmulas de sustentabilidad de los trabajos de investigación, producción y formación.
2. *Observación de los sistemas de comunicación*. Esta línea produce análisis y descripciones críticas de los medios de comunicación de la Zona Metropolitana de Guadalajara, así como de su agenda; además construye análisis coyunturales sobre los sistemas de comunicación y el derecho a la información.
3. *Gestión creativa*. El trabajo en este ámbito consiste en generar formas alternativas e innovadoras para la publicación de la información generada en el observatorio de medios.
4. *Alianzas estratégicas*. Generar un diálogo con medios de comunicación, universidades y con organizaciones civiles con el fin de discutir los productos generados por el observatorio.
5. *Audiencias universitarias críticas*. Se pretende también construir procesos de formación de audiencias críticas entre la comunidad universitaria del ITESO (Quid: observatorio de medios, 2008).

El proceso de planeación fue complejo y en un primer momento el equipo de Quid se dio a la tarea de buscar referentes que teorizaran, describieran y narraran la vida de observatorios ya establecidos. En muchos de los trabajos encontrados se puede profundizar, con mucha mayor precisión de lo aquí expuesto, en la diversidad de propuestas que los observatorios de medios en todo el mundo están generando (Aharoinian, 2010; Albornoz y Herschmann, 2007; Camacho Azurduy, 2005; Dragnic, 2005; Erazo, 2006; Larrosa Fuentes *et al*, 2007a; Herrera Damas, 2005a y 2005b; Rey, 2003). Al revisar con detenimiento estos espacios de crítica y activación social, saltan a la vista las escasas propuestas de diálogo que existen entre observatorios y medios de comunicación. La denuncia sobre malas prácticas mediáticas es abundante en estas organizaciones; se pueden encontrar grandes cantidades de información (ensayos, investigaciones académicas, artículos de opinión) sobre los sistemas de comunicación que estos

dispositivos observan, y también existen vastos esfuerzos de entablar un diálogo con distintos niveles de gobierno para la negociación de políticas públicas o reformas legislativas que amplíen los derechos informativos de los ciudadanos. Sin embargo, en la literatura consultada para esta investigación no se encontraron reportes de esfuerzos por entablar un diálogo directo con los medios.

Las causas de la falta de diálogo entre medios de comunicación y observatorios pueden ser muchas. Las posturas políticas e ideológicas de los observatorios son muy variadas: algunas son conservadoras, otras radicales, y esto determina, en parte, los análisis que estas organizaciones hacen de sus sistemas de comunicación. Es común encontrar posturas que eliminan toda posibilidad de diálogo con empresarios, directivos o trabajadores de los medios de comunicación, dado el gran poder que estos aglutinan y su lejanía respecto de sus audiencias; lo anterior ha llevado a que muchos de los observatorios apuesten por esfuerzos de cambio en otro sentido: en la posibilidad de transformar el orden de cosas a partir de una recepción o consumo crítico de contenidos mediáticos por parte de los ciudadanos.

Estas respuestas a la pregunta de por qué no hay diálogo entre unos y otros son de carácter especulativo, ya que no existen evidencias empíricas que permitan ir más allá en la descripción de este escenario. Tampoco es objetivo de este artículo desentrañar las razones de la falta de diálogo; la meta de este trabajo, en todo caso, es más modesta: pretende abrir un espacio de discusión sobre el tema y referir algunas experiencias de diálogo entre medios y observatorios.

En este sentido, Quid ha ido avanzando en la conquista de los objetivos que estableció en su misión y sus líneas de trabajo. Los proyectos que paulatinamente se han abierto son muchos y cada uno de ellos reporta distintos niveles de avance. Una de las líneas de trabajo que han supuesto un mayor reto para el observatorio es la que se denomina Alianzas estratégicas, que entre otras cosas busca “generar un diálogo con medios de comunicación [...] con el fin de discutir los productos generados por el observatorio” (Quid: observatorio de medios, 2009: 131). El acercamiento con los medios locales de comunicación ha sido lento y no ha estado exento de desencuentros. A continuación se presentan tres casos en los cuales Quid ha buscado generar un diálogo con representantes de

los medios de comunicación en Guadalajara, periodistas en su mayoría; en estos casos se hace una breve evaluación de la calidad del diálogo que en ellos se construyó. Dado que algunos de estos encuentros no tuvieron un carácter público, los nombres de los periodistas y los medios se han modificado o eliminado en orden de mantener cierta confidencialidad.

*Derechos humanos y seguridad pública:
análisis de la prensa escrita en Guadalajara*

El primer contacto formal que Quid tuvo con representantes de medios de comunicación fue en noviembre de 2007. Luego de concluir una investigación sobre seguridad pública, derechos humanos y medios de comunicación, se organizó una presentación privada de los resultados ante periodistas que estaban involucrados en el tema (Larrosa Fuentes *et al*, 2007b).

Esta investigación fue realizada en la clase Observatorio de la comunicación II, como parte del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación del ITESO. El objetivo central de esa investigación fue responder a la pregunta: ¿cómo se construye el tema de la seguridad pública y los derechos humanos en la prensa escrita de Jalisco? El estudio se dividió en tres etapas. En la primera se monitorearon cuatro periódicos distintos del 14 de agosto al 8 de septiembre de 2007. El trabajo de observación se realizó en las secciones en donde se publican notas sobre seguridad pública. Los temas observados fueron: seguridad pública y derechos humanos; para tal efecto se utilizó una hoja de codificación en la que se registró el contenido de la nota, su tratamiento, el uso de fotografías y si cumplía con el objetivo de informar. En la segunda etapa se realizaron entrevistas a los reporteros que escribían con mayor frecuencia, al director general o al jefe de redacción de los periódicos. Estas entrevistas se realizaron con el fin de conocer las opiniones y orientaciones ideológicas respecto de los temas observados por parte de quienes hacían la cobertura periodística en la prensa escrita en Jalisco. La tercera parte de la investigación consistió en un sondeo a 120 lectores de los diarios seleccionados (30 por cada periódico), para conocer su percepción sobre el trabajo del periódico, así como su opinión

acerca del tratamiento que los diarios le dan a los temas de seguridad pública y derechos humanos.

Los resultados fueron varios y se expusieron en una reunión con algunos de los periodistas entrevistados. Entre las conclusiones más importantes el observatorio de medios encontró que en general, los periódicos informaban sobre el tema de seguridad pública, pero que no profundizaban en él; una prueba empírica fue que durante tres semanas no se encontró un solo reportaje entre los periódicos seleccionados. La falta de un tratamiento de mayor profundidad genera, según las conclusiones de la observación, una falta de contexto a las noticias: se reportaban accidentes viales, asesinatos o robos, pero ninguna de las piezas abundaba sobre el contexto general de inseguridad de la ciudad o los índices de accidentes viales y sus causas. Por otro lado, en el análisis de las notas publicadas se observó poca claridad en el concepto de derechos humanos, ya que el término se utilizaba para nombrar a la institución encargada de defender estos derechos (Comisión Estatal de Derechos Humanos de Jalisco) o para hacer referencia a la violación de algún tipo de derechos de los actores involucrados en el acontecer noticioso. También se observó que algunos de los periódicos mostraban imágenes que podrían violar el derecho a la propia imagen o el derecho a la intimidad de las personas, pues fue común encontrar cadáveres en primer plano o fotografías de trabajadoras sexuales o niños de la calle en las que su rostro se mostraba de forma evidente.

A la presentación de los resultados acudieron tres de los ocho trabajadores de medios que habían sido entrevistados; todos eran reporteros de periódicos y escribían en la sección de seguridad. Los tres eran hombres, jóvenes, entre 25 y 35 años. Los miembros del observatorio que se encargaron de invitar a los periodistas reportaron que todos se mostraron renuentes en el primer acercamiento y la mayoría declinó. Un dato importante es que uno de los periodistas que acudió a la presentación, solicitó que se mantuviera en secreto su asistencia, pues las políticas editoriales del diario en el que trabajaba le impedían tomar parte de este tipo de reuniones.

La exposición duró alrededor de media hora y al concluir se abrió un espacio para dudas o preguntas por parte de los periodistas; hubo algunas en torno a

la metodología, que fueron explicadas. Después, los periodistas agradecieron el trabajo de observación y sus comentarios fueron de sorpresa ante algunos de los resultados expuestos. Refirieron que la información del estudio les serviría para reflexionar sobre su propio trabajo. Sin embargo, el diálogo no llegó a más, debido a que el equipo del observatorio de medios no había preparado una dinámica de trabajo posterior a la exposición. El ejercicio se constituyó en un referente informativo, no de reflexión.

Informe sobre medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco

Desde 2008, Quid echó a andar un proyecto editorial que tituló *Medios de comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*. El objetivo general de este trabajo es que año con año se publique un informe en el que se documenten aquellas coyunturas importantes que ocurren en el sistema de comunicación local. Por ejemplo, en estos informes caben temas como: el nacimiento o muerte de un medio de comunicación en el estado; cambios legislativos en la normatividad de operación de los medios de comunicación; atentados en contra de la libertad de expresión; manejos indeseables de información noticiosa en medios electrónicos, entre otros.

El primer año que se publicó el informe fue 2008 y se presentó públicamente en las instalaciones de la universidad (Quid: observatorio de medios, 2008). A la presentación se invitó a la comunidad universitaria y a medios de comunicación en general. La respuesta fue muy pobre y el día de la exposición solo aparecieron cuatro personas en el auditorio. Una vez concluida la presentación, el equipo de trabajo hizo una evaluación que arrojó algunas ideas para mejorar la asistencia a este tipo de reuniones.

Un año después, en 2009, el observatorio editó su segundo informe y organizó una nueva presentación en la que se tomó en cuenta la evaluación del año anterior (Quid: observatorio de medios, 2009). En esta ocasión, la respuesta fue más numerosa y en el auditorio se presentaron más de 40 personas, entre ellas, algunos periodistas.

El informe tuvo eco en los medios locales: se publicaron crónicas de la presentación en tres diarios y dos estaciones de radio. Sin embargo, el informe tuvo pocos comentarios de periodistas, editores o empresarios de la comunicación. El equipo de trabajo de Quid refiere haberse enterado, a partir de trascendidos y de comunicaciones de terceras personas, del malestar que algunos artículos habían generado en ciertas instituciones o reporteros, pues se les criticaba de manera abierta. Pero nada más. El diálogo, prácticamente fue inexistente.

Presentación de los resultados de un estudio de columnistas de periódicos locales

Dentro de sus proyectos de observación de medios, Quid se asoció con la empresa Gestión Orientada al Humano (GOH) para realizar una investigación en mancuerna. El objetivo general de la observación fue hacer un análisis del discurso desde la teoría del pensamiento e interacción, de los artículos y columnas de opinión que aparecen en las páginas locales y de opinión de los cuatro periódicos de mayor circulación en la ciudad de Guadalajara.

La muestra de periódicos se construyó con base en los siguientes criterios: se escogieron periódicos que aparecieran los siete días de la semana, que no fueran gratuitos y que tuvieran una distribución estatal; de cada periódico se recolectaron 21 ejemplares consecutivos, durante tres semanas (del 8 de marzo al 28 de marzo de 2010); el tipo de materiales utilizados fueron artículos de opinión o columnas editoriales. En el estudio realizado se midieron los patrones de pensamiento que los autores utilizaron para construir sus artículos de opinión. De tal suerte, cada una de las palabras e ideas de los artículos fue clasificada según cinco patrones específicos de pensamiento. Estos patrones son: hechos y datos, percepciones, racional positivo, racional negativo y propuesta.⁶

Una vez concluida la investigación, se planeó cuidadosamente una reunión privada con directivos de medios, editores y con los articulistas observados. Luego de elaborar una lista para conformar el grupo de trabajo, se realizaron invitaciones formales a través de correo postal, correos electrónicos y llamadas

6. Para mayor información sobre esta investigación, visitar la página de Gestión Orientada al Humano [DE disponible en: <http://www.cuentapalabras.com.mx/reporte/reportemedios2010.pdf>].

telefónicas. Se invitó, además, a dos periodistas renombrados que no fueron incluidos en la muestra para la investigación y ajenos al observatorio de medios, para que durante la reunión comentaran sus impresiones del estudio generado.

De las tres experiencias reseñadas en este artículo, esta fue la que tuvo más éxito, pues acudieron a la cita siete de los 12 columnistas observados. No atendieron al llamado ni editores ni directivos. La exposición se llevó a cabo con fluidez y bajo los tiempos esperados. El equipo compuesto por integrantes de GOH y de Quid preparó una dinámica para generar un diálogo entre los periodistas y los observadores; se planeó una primera parte en donde se presentó la investigación y una segunda en la que, a partir de preguntas detonadoras, se generó una discusión en torno al estado en el que entonces se encontraba la prensa de opinión en Guadalajara.

Los resultados del encuentro fueron alentadores. En una primera ronda de comentarios, los periodistas agradecieron el ejercicio y externaron algunas dudas respecto a la metodología de análisis que se utilizó. De forma sistemática, los integrantes de GOH y Quid fueron respondiendo a los cuestionamientos de orden metodológico y, en general, se pudo crear una atmósfera de confianza debido al cuidado y rigurosidad que mostró la investigación expuesta.

Fue muy significativo que además de la utilidad que la reunión tuvo para exponer los resultados de una investigación, el encuentro se convirtió en un espacio para que los periodistas y articulistas se conocieran y dialogaran entre sí. Las dinámicas tan agotadoras de producción de un diario, así como la competencia comercial e intelectual que subyace entre las distintas casas editoriales impiden, en muchas ocasiones, que los periodistas se conozcan e interactúen como gremio. Durante la sesión de trabajo los asistentes coincidieron en señalar que para ellos resultaba valioso reunirse con sus pares y reflexionar de forma colectiva sobre el quehacer periodístico.

En otros comentarios, a los periodistas les pareció valiosa la oportunidad de conocer una evaluación de su trabajo que se sustentaba en una metodología sólida y que tenía la intención de reflexionar sobre el trabajo periodístico y no de exhibir públicamente sus carencias o deficiencias. Bajo este mismo orden de ideas, se expresaron comentarios como los siguientes, que se transcriben literalmente de la minuta de trabajo de este encuentro:

“Este ejercicio abre la posibilidad de señalar rasgos generales de qué elementos existen para construir una ‘excelente columna de opinión’”. “La investigación que presentan es un pequeño espejo, bienvenida la retroalimentación para hacer nuestro trabajo”. “Es una buena práctica el ser analizados y retroalimentados”. “Este ejercicio define cómo puede evaluarse una columna de opinión”. “Interesante metodología que hace una evaluación con cierto grado de subjetividad”. “El ejercicio da una perspectiva de diferencias y semejanzas entre un periódico y otro”. “Permite entender cómo es que cada periodista hace su trabajo”. “Este análisis permite ver posibilidades de mejorar el trabajo de un columnista”. “La investigación disecciona al discurso desde la psicología, por eso festejo el ejercicio, me siento reflejado en esta disección”. “La observación puede servir para que los directores de periódicos escojan el enfoque de sus periodistas y columnistas y a nosotros, los articulistas, para nuestro trabajo cotidiano”.

En un segundo momento, comenzó un diálogo para reflexionar sobre el trabajo de los periodistas de opinión en los diarios de Guadalajara. Sin ser un consenso total, los periodistas aceptaron que, en general, sus artículos de opinión carecían de la enunciación directa de sus fuentes informativas, que en sus textos abundaban las opiniones, pero que, en contraparte, había una gran ausencia de análisis, y por último, identificaron que en muchos de los artículos analizados se examinaban ciertos problemas y debates sociales de gran trascendencia, pero se edificaban pocas propuestas de solución o alternativas para estas problemáticas. Estas ideas también tuvieron sus matices, tal como se muestra en los siguientes comentarios:

“Cuando un periodista escribe no necesariamente debe tener una fuente, ya que escribe porque es especialista del tema”. “El columnista que escribe a diario se acerca más al trabajo de reporteo, pues interactúa con muchas fuentes, formales y no formales, por lo tanto, la información que surge no es necesariamente de fuentes formales”. “Hay fuentes que no se pueden identificar, pero un periodista con trayectoria y legitimidad tiene que hacerse responsable de esas fuentes, y si para él son confiables, darle toda la

legitimidad en sus textos, es el periodista como un fedatario social”. “No hay obligatoriedad del columnista de hacer propuestas, sin embargo tendríamos que hacer un esfuerzo más para construir alternativas”. “Falta propuesta en nuestros textos, pero a veces no hay nada qué decir”. “Antes la columna de opinión era sólo para eso: opinar; hoy tiene que entrar en un nuevo esquema de informar y explicar los hechos que bombardean a la opinión pública”.

Este encuentro tuvo repercusiones que trascendieron a la reunión, de las cuales se pueden documentar dos: la primera es que *Público–Milenio*, uno de los diarios observados, cuenta con un Defensor del lector y sus escritos y reflexiones aparecen todos los domingos en las primeras páginas del diario. Semanas después de la presentación que se tuvo con los periodistas, Juan Carlos Núñez Bustillos (2010a), entonces Defensor del lector, escribió su texto dominical refiriéndose al estudio que Quid y GOH elaboraron y lo utilizó como punto de partida para reflexionar sobre el periodismo de opinión. Por otra parte, uno de los columnistas evaluados, Jorge Rocha, de *La Jornada Jalisco*, escribió un artículo sobre este ejercicio de evaluación y lo enmarcó dentro de una autocrítica a su propio trabajo como columnista (Rocha Quintero, 2010). La segunda evidencia es que la editora de la sección de opinión de otro de los diarios analizados se comunicó con el observatorio de medios para solicitar la investigación, con el fin de analizarla y utilizarla para el mejoramiento de sus páginas editoriales.

Conclusiones: hacia un diálogo entre observatorios y medios

El concepto de *calidad del diálogo* resulta muy pertinente para evaluar el desempeño de las organizaciones civiles o movimientos ciudadanos que buscan, a final de cuentas, la reivindicación de derechos individuales y colectivos, y que se traducen en la lucha por una mejor calidad de vida en el marco de la democracia. Es pertinente porque estas conquistas ciudadanas, si son democráticas, tienen que ser resultado de un proceso de diálogo entre distintos actores o instituciones. De otra forma, el resultado derivaría en autoritarismo. Cuando en un conflicto social o en un escenario de lucha por la reivindicación y ampliación de derechos

ciudadanos, no se incluyen a todos los actores involucrados en un proceso de diálogo, los resultados muy probablemente serán negativos.

En el caso particular de los observatorios de medios, la calidad del diálogo es un parámetro que permite evaluar distintas dimensiones de su trabajo, por ejemplo, la comunicación interna de la institución, la comunicación con sus usuarios, la comunicación con el estado y la comunicación que estas organizaciones tienen con los medios masivos. Como se ha expuesto a lo largo del texto, son pocas las experiencias que narran trabajos exitosos entre los observatorios y los medios de comunicación. Aunque esta ausencia de diálogo resulte un sinsentido, hay numerosas razones por las cuales la comunicación entre estas organizaciones civiles y su objeto de observación es nula: los radicalismos que pueden existir en ambas partes, una falta de acercamiento entre medios y audiencias que tiene un carácter histórico, o la falta de transparencia y autocrítica de las instituciones mediáticas.

Sin embargo, los observatorios de medios tendrían que estar realizando mayores esfuerzos para construir este diálogo. Lo anterior no implica que los observatorios claudiquen en sus labores de investigación, educación, denuncia social e incidencia en las políticas públicas del estado, pero mientras los medios de comunicación no sean considerados en este trabajo de (re)significación de los sistemas de comunicación desde una perspectiva ciudadana y que reclama el derecho a la información, el diálogo estará incompleto y, por tanto, los resultados no tendrán la pluralidad y representatividad que requieren.

El observatorio de medios del ITESO, Quid, ha trabajado en algunos ejercicios de acercamiento con los medios de comunicación locales. Algunos de estos han sido fallidos, otros han reportado buenos resultados. En general, el observatorio ha encontrado reticencias en los trabajadores de los medios de comunicación para hablar de su práctica profesional, para reflexionarla, para evaluarla. No obstante, luego de tres años de trabajo, el observatorio se ha podido hacer de ciertos interlocutores que poco a poco van abriéndose a la posibilidad de al menos revisar o reflexionar parte de su labor cotidiana.

En las experiencias de diálogo con medios de comunicación, Quid ha encontrado ciertos elementos que pueden ayudar a construir un diálogo exitoso:

- Desarrollar metodologías de observación que sean sólidas. Para los dueños y trabajadores de los medios de comunicación resulta muy importante que las observaciones tengan metodologías sólidas, transparentes y accesibles. Es importante que ellos las puedan revisar y cuestionar, discutir y criticar. Esto produce un clima de confianza en doble vía: la confianza que genera estar ante un grupo de trabajo de observadores profesionales y comprometidos, y la confianza que genera una información que permite discutir y dialogar respecto a su propio trabajo.
- Establecer una comunicación directa con periodistas, editores, directivos y empresarios de la comunicación. Las invitaciones al diálogo deben ser personalizadas, a través de comunicaciones cara a cara o por medios como el teléfono; de lo contrario, la percepción de los periodistas será que es una invitación generalizada y perderán interés en el ejercicio.
- Generar espacios de trabajo privados y guardar la confidencialidad de las reuniones. Quienes laboran en los medios de comunicación son personajes públicos, por lo tanto, buscan cuidar su imagen frente a los otros y para un periodista o un editor el ser criticado públicamente puede ser una afrenta. Esto lleva a sugerir que algunas sesiones de trabajo se construyan de forma privada y que se evite la denuncia pública. En el ámbito privado es más sencillo discutir críticamente el trabajo de los medios de comunicación. Sin embargo, es importante aclarar que esta no es una sugerencia para que los observatorios siempre trabajen a puertas cerradas y en el orden de lo privado. Los observatorios deberán valorar sus objetivos y las estrategias para alcanzarlos: algunas veces se tendrá que recurrir a la denuncia y crítica pública, otras, al trabajo privado con los medios de comunicación.
- Desarrollar dinámicas de trabajo que puedan generar un diálogo. Este es uno de los elementos más importantes. Se puede hacer una excelente investigación académica y un trabajo político muy fino para convocar a los medios de comunicación, pero si el día del encuentro no hay una dinámica de trabajo bien planeada, el ejercicio puede fracasar por completo. En primera instancia, se debe cuidar el flujo de información: el expositor de las observaciones tiene que ser muy claro en su lenguaje verbal y preformativo, y se sugiere entregar copias de las observaciones a los asistentes o, al menos,

generar un resumen en un *dossier*. Esto es lo que Raúl Acosta *et al.* denominan como “socialización”: “el acto de compartir la información necesaria para el diálogo en cuestión. La alta calidad [de diálogo] aquí se refiere a una completa transparencia o disponibilidad de la información para todos, y la baja calidad, a una situación de incertidumbre en la que no existe acceso a la información referida” (2010).

- Una vez concluidas las observaciones, comienza el momento del diálogo y ahí se deben generar estrategias para promoverlo a través de dinámicas como lluvias de ideas, mesas de trabajo, preguntas detonadoras, entre otras. Es importante planear una relatoría lo más exhaustiva posible, que permita hacer visibles los debates y conclusiones que se presentaron en la reunión. Por último, se recomienda hacer una evaluación del ejercicio que ayude a establecer si los objetivos del diálogo se cumplieron o no.
- Informar de manera constante a los interlocutores de los trabajos de investigación que genera el observatorio. Una vez abierto el diálogo se debe seguir trabajando en él. Es recomendable el contacto regular con los periodistas, editores y directivos. Algunas formas de mantener el contacto con ellos pueden ser: mantenerlos informados de las nuevas investigaciones del observatorio, así como de sus análisis coyunturales y pronunciamientos; o bien enviarles información que pueda ser relevante para ellos como podrían ser los estudios de otros observatorios o universidades, los reportajes o artículos de opinión sobre temas de interés común.

Los puntos anteriores son algunas ideas que pueden ayudar a fomentar un diálogo de mayor calidad entre observatorios y medios de comunicación. Sin duda, a partir de nuevas experiencias se podrán encontrar otras plataformas de lanzamiento para el diálogo. Por ejemplo, ¿cómo es que un observatorio de medios se puede constituir en un mediador entre las audiencias y los medios de comunicación? ¿Cómo se pueden formalizar las relaciones de un observatorio y los medios de comunicación a través de consejos consultivos o figuras similares? ¿Qué relaciones de diálogo se pueden establecer entre un defensor del lector y un observatorio de medios? Las posibilidades del diálogo son muchas, la tarea es comenzar a construirlas.