

Los observatorios como agentes mediadores en la responsabilidad social de los medios de comunicación: panorama internacional

Dra. M^a del Mar Rodríguez Rosell

Dra. Beatriz Correyero Ruíz

Universidad Católica San Antonio

MMRodriguez@pdi.ucam.edu

Resumen

En el siguiente artículo se pretende introducir al lector en el curioso mundo de los Observatorios, plataformas y entornos comunicativos que proliferan en la actualidad y que nacen para cubrir, en algunos casos, funciones sociales, y en otros, para describir simplemente los fenómenos de una temática determinada. Sensibilizadas con el mundo de los medios de comunicación y los menores, las autoras hacen un recorrido por algunos Observatorios tanto de Medios como de Infancia en el mundo, atendiendo a su tipología, naturaleza y características, y prestando especial atención a aquellos que conjugan el universo de la comunicación y de los niños.

Palabras clave

Observatorio, medios, infancia, juventud, menores, comunicación.

Abstract

The following article tries to introduce the world of the Observatories to the readers. They are platforms and communicative environments that proliferate nowadays to develop, in some cases, social functions and in others to describe the phenomena related to certain topics. Concerned with the world of the Mass Media and the Minors, the authoresses carry out an analisis of the main Observatories devoted to

both Mass Media and Infancy all over the world, attending to their typology, nature and characteristics, and giving special attention to those that bring together the universe of the social communication and sphere of the children.

Key words

Mass media, children, observatory, social responsibility.

Introducción

Uno de los entornos descriptivos que más se han desarrollado en los últimos veinte años ha sido el de los Observatorios. Es cada vez más frecuente encontrarse noticias sobre el nacimiento o seguimiento de estas plataformas que persiguen el estudio minucioso de temáticas o problemáticas muy variadas. Las diferentes Administraciones Públicas, Universidades, así como empresas al frente de determinados sectores, han encontrado en esta figura un entorno ideal para reflejar la buena marcha de una actividad o para poder localizar con facilidad los puntos débiles de la misma y así trabajar posteriormente en las mejores soluciones. Existen observatorios muy diversos, casi tantos como temáticas posibles: los hay que estudian a los *usuarios de bicicletas*, el estado de preservación del patrimonio mundial, la situación de los trasplantes, cuál es la realidad de la *violencia de género*, la inmigración, la implantación de la *TDT*, la droga o la *cibersociedad*; también encontramos aquellos que se dedican a algún sector, como el del *desarrollo sostenible*, la *economía*, la cultura, las nuevas tecnologías, la política, el *consumo o la distribución alimentaria*, la vivienda, los Medios de Comunicación, o los que se dedican a colectivos concretos o grupos sociales, como los discapacitados, los jóvenes, los desempleados, las *personas mayores* o los menores de edad. Precisamente dos de estos observatorios comentados, los que se refieren a Medios de Comunicación e Infancia, son los que van a ser objeto de análisis de este artículo que pretende reflexionar sobre qué son, para qué sirven y la utilidad que ofrecen a la sociedad. La elección de este objeto de estudio no es fruto de la casualidad, ya que las autoras que firmamos este documento formamos parte del grupo de investigación “Comunicación y Menores” de

la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio, y venimos trabajando de forma continua alrededor de estas temáticas específicas. Alertadas del creciente flujo de información relacionado con la infancia y su relación con los Medios de Comunicación, políticas relativas, consumo de los mismos, tratamiento de su imagen, etc..., constatábamos día a día que era muy frecuente encontrar noticias relacionadas con esta temática y numerosas las inserciones que se hacen de los niños y su imagen en los diferentes soportes mediáticos, sin importar la naturaleza de los documentos: artículos periodísticos sobre niños, anuncios publicitarios de menores o con menores, fotografías, reportajes, noticias de televisión, páginas web, etc. Encontramos entonces en los observatorios el espacio idóneo para sistematizar la información generada al respecto, la herramienta ideal para organizar, por medio de bases de datos dinámicas, aquellos documentos que traten, se basen o reflexionen de alguna manera en la relación de los más pequeños con los diferentes medios de comunicación o soportes comunicacionales. Los observatorios suponen una muy buena forma de construir un entorno particular en el que poder encontrar la información más adecuada de una temática concreta. Pero no sólo eso, así que empecemos desde el principio e intentemos dibujar la esencia de un observatorio a través de una definición lo más concreta y completa posible. Para formular estas definiciones no podremos acudir a demasiados documentos científicos, ya que ciertamente la bibliografía es escasa, aunque sí serán muy útiles los comentarios, análisis o comparaciones que han surgido de la consulta de variadas y diferentes páginas web de cerca de un centenar de observatorios consultados.

Hacia una definición de Observatorio

¿Qué es un Observatorio? El Diccionario de la Real Academia Española es poco clarificador al respecto ya que lo define como *“lugar o posición que sirve para hacer observaciones”*; efectivamente este tipo de definición –tal y como apuntan Albornoz y Herschmann (2007)– alude de forma clara al emplazamiento de los observatorios astronómicos, que se entienden como centros de investigación dedicados al estudio del cielo; desde estos lugares, que han experimentado una profunda

evolución con el paso del tiempo, se observan los fenómenos celestes a través de instrumentos específicos.

Más interesante para nuestros objetivos puede resultar la consulta en el diccionario del verbo *observar* que responde al hecho de “*examinar atentamente algo, advertir, reparar, atisbar o mirar con atención y recato*”. Pero ¿qué se examina, qué se mira con atención? Si atendemos a la presunción de determinados observatorios de saberse sistemas que incluyen, ordenan y engloban información, podríamos asegurar entonces que además son medios que se basan en una disciplina estadística, entendida ésta como el estudio de datos cuantitativos de cualquier manifestación social. Así lo aseguran algunos teóricos al afirmar que “*es posible suponer que los antecedentes de los actuales observatorios sociales se remontan (...) al desarrollo y empleo de los servicios de estadística –una ciencia matemática, aplicable a una gran variedad de disciplinas, consistente en coleccionar, analizar, interpretar y presentar datos– por parte de cuerpos administrativos a escala nacional*” (Albornoz y Herschmann, 2007). También es fácil encontrar este tipo de alusiones en la presentación de diferentes observatorios mundiales, como el *Observatorio Salvadoreño sobre Drogas*, donde se puede leer que “*es un sistema permanente y actualizado que integra información parcialmente dispersa, elabora estadísticas globales y específicas*”¹; o en el *Observatorio Navarro de Empleo*, que se configura como una unidad técnica de análisis y prospección del mercado laboral y en el que se realiza permanentemente el análisis de las principales estadísticas del mercado de trabajo en Navarra. También el *Observatorio de la Infancia* dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales se sustenta en esta disciplina matemática y así se deja constar al incluir entre sus funciones primordiales la de “*actuar como órgano permanente de recogida y análisis de la información disponible en diferentes fuentes nacionales e internacionales sobre la infancia*”.

En otros observatorios se añaden diferentes terminologías para un mismo significado: se habla de instrumento metodológico o foro de análisis², órgano técnico de análisis y diagnóstico³; Castañeda de León los define como “*el lugar dispuesto o adecuado para hacer análisis e investigación de algún tema*” (Castañeda, 2006) y en otras ocasiones su definición responde a los criterios de plataforma de estudios e investigación, centro de pensamiento y generación de opinión⁴. Aquí es don-

de podemos avanzar en el desarrollo de nuestra definición, ya que tal y como asegura Jorge Luis Maiorano, fundador y presidente del Observatorio de Derechos Humanos, la aparición de estas corporaciones se entiende como respuesta *“a la necesidad de realizar evaluaciones sobre un fenómeno determinado a través de organismos auxiliares, colegiados y de integración plural que deben facilitar el manejo de información a la opinión pública y propiciar la toma de acciones concretas por parte de las autoridades responsables”* (Maiorano, 2003). La formación jurista del ex ministro de cultura de la nación argentina no impide la aplicación de este tipo de funciones a la gran mayoría de los observatorios, sea cual sea su naturaleza o su objeto de estudio, y no sólo a los dedicados a la observación de la aplicación del derecho en alguna de sus facetas. Algunas organizaciones explican los observatorios en base a una triple clasificación dependiendo del grado de implicación y participación, y así aparecen los Observatorios de Iniciativa –en los que el mayor énfasis recae en la concepción, diseño, presentación y ejecución de propuestas, soluciones y alternativas ante un hecho concreto–; Observatorios de Control, en los que el mayor énfasis recae en la observación, comprobación, fiscalización y denuncia pública; y Observatorios de I+C, en los que esas tareas de iniciativa y control están equilibradas⁵. Los hay que opinan que la labor de un observatorio atiende a diferentes áreas de trabajo como pueden ser la de recopilar datos, la de aplicación de metodologías para categorizar esos datos, para conectar entornos afines, para aplicar nuevas herramientas técnicas o para analizar tendencias o crear publicaciones (PNUD, 2004).

Muy completa y clarificadora es la aportación de Hernández Soto al referirse a los observatorios de comunicación o de medios, ya que incluye entre sus funciones principales las ya referidas, pero añadiendo algunas notas concretas muy interesantes que merecen ser comentadas. Por un lado, estos observatorios particulares se alimentan de la información generada diariamente y dependen en gran medida de la actualidad (informativa o específica, según los casos). He ahí la temporalidad inherente a cualquier observatorio que gestiona datos y hechos acontecidos en un tiempo concreto. Se suma al aspecto cronológico uno más profundo y subjetivo, que se refiere al de las funciones de denuncia o crítica de hechos reprochables, bien sea por criterios éticos, legales, humanos o de cualquier otra índole, y es que una gran parte de los observatorios

salta la simple barrera de la contemplación para invitar a participar en diferentes iniciativas de reacción frente a esos hechos denunciados. En este sentido es importante señalar que los observatorios no tienen potestad jurídica, sino que se convierten en simples informadores de una realidad social concreta que presenta desajustes. Por eso uno de los principales objetivos del *Observatorio del Paisaje* es “*incrementar el conocimiento que tiene la sociedad catalana de sus paisajes*”, o “*aumentar la sensibilidad social y el desarrollo de medidas sobre accesibilidad en comunicación, a través de un sistema de información y de análisis específico*”, uno de los del *Observatorio de la Accesibilidad en la Comunicación* dependiente de la Junta de Andalucía. Un carácter prioritario de los observatorios es pues la información, porque ésta es precisamente el arma que mejor y más hay que mimar ya que se convierte en una de las herramientas más poderosas. Decía Maiorano al respecto que su experiencia como Defensor del Pueblo de la Nación Argentina le había enseñado una máxima que se resumía en el siguiente pensamiento: el derecho que no se conoce es derecho que no se ejerce y derecho que no ejerce, es derecho que se atrofia. Al menos el observatorio se constituye como un medio alternativo, autónomo y plural para el ejercicio, individual y colectivo, del derecho fundamental de participación.

Así, e insistiendo en esa idea de fomento de la participación reactiva frente a esos casos criticables observados, en el *Observatorio de Precios de los Alimentos* se dice que “*aporta conocimiento al proceso de formación de precios en la cadena agroalimentaria, con el fin de contribuir a la transparencia de los mercados*”; el citado Observatorio de Paisaje cuenta entre sus funciones la de “*estudiar el paisaje, elaborar propuestas e impulsar medidas de protección, gestión y ordenación del paisaje de Cataluña en el marco de un desarrollo sostenible*”. El *Observatorio Global de Medios* de Venezuela nace con la intención de observar permanentemente la información generada por los medios de comunicación del país, pero también para “*velar por la vigencia de los Derechos de libre expresión y de información consagrados constitucionalmente y que gozan de reconocimiento universal*”. Una de las finalidades de los observatorios es por lo tanto denunciar situaciones, convertirse en intermediarios entre las administraciones públicas u organismos oficiales y la ciudadanía que puede sufrir situaciones anómalas; por eso es cada vez más frecuente encontrarse noticias como la publicada en el Diario de

Mallorca, en la que se leía el siguiente titular: “El ‘Observatorio per la Convivencia’ recibió 28 denuncias por violencia en las Aulas”⁶ o estas otras publicadas en diferentes medios: “El Observatorio del Sida recibió 131 quejas por vulneración de derechos”⁷, “El Observatorio Canario de la Publicidad recibe 2.108 denuncias. La mayoría de las quejas, en concreto 1.993, se referían a los vídeo-clips de música latina y reggaeton por “denigrar a las mujeres, usar su cuerpo como reclamo y normalizar diversas formas de violencia, especialmente la de género”⁸.

En tercer lugar, la especificidad de los mismos: los más recientes tienden a dedicarse a temáticas cada vez más limitadoras, procurando convivir con aquellos que se refieren a materias más generales. Aplicándolos a un área determinada de conocimiento, como puede ser la de comunicación audiovisual, encontraremos muchos como el *Observatorio Global de Medios* (2002) que ofrecen información y estudios sobre medios de comunicación muy diferentes; otros más recientes dedicados a medios específicos como la Televisión o Internet –un ejemplo de ellos puede ser el *Observatorio Español de Internet* (2002)–, los dedicados sólo a determinados tipos de televisión como el *Observatorio TDT* (2006) o incluso aquellos que se encargan únicamente de los contenidos televisivos dedicados a un sector social determinado como la infancia, como el *Observatorio Europeo de la Televisión Infantil* (1997).

Para terminar, deberíamos comentar la autoría de los observatorios ya que este dato se convierte en una característica habitual y común de todos ellos; como se comentó al principio de este artículo, suele limitarse a Administraciones Públicas, Universidades o Empresas líderes en algún sector, aunque en muchas ocasiones son las asociaciones de usuarios o incluso particulares las que ponen en marcha estas iniciativas. Quisiéramos aprovechar la ocasión para animar a los investigadores universitarios a poner en marcha proyectos de estas características, ya que el entorno de la Universidad no puede ni debe alejarse de las problemáticas sociales, y no debe quedarse anclado en la arcaica idea de transmisión de cultura que hemos venido recibiendo de forma tradicional; la investigación universitaria debe entenderse en estrecha colaboración con los Gobiernos, organizaciones o instituciones encargadas de velar por la buena marcha de determinadas actividades o prácticas sociales, porque si no pierde su sentido y su esencia.

No quisiéramos terminar este apartado sin hacer una aclaración so-

bre este mundo de los observatorios, ya que los más modernos o actuales se han configurado bajo la estructura de la virtualidad, aunque en sus denominaciones no aparezca la denominación de forma explícita. La verdad es que muchos de los observatorios estudiados no tienen una sede física en la que ubiquen sus instalaciones sino que han nacido al amparo de Internet, sus recursos y sus posibilidades, que sobre todo permiten la participación fácil y directa de la población (entendida ésta como la población internauta). Tal y como asegura Castañeda de León, los antecedentes de los observatorios virtuales se remontan a los conceptos de observatorio y de portal web. El observatorio –que ya había definido como el lugar dispuesto para hacer análisis e investigación de algún tema–, y un portal, que no deja de ser un espacio web centralizado que permite que el usuario disponga, de forma ordenada, diferentes aplicaciones y una gran cantidad de información. Siguiendo lo descrito por esta autora, el observatorio virtual podría ser definido entonces como *“un sitio web conformado por distintas herramientas que permiten crear un entorno informático, para el acceso versátil a una red distribuida de archivos de información y datos a través de Internet. Su principal valor es el de constituirse como un sitio de reunión, que suma opiniones y colaboraciones relacionadas con un tema específico; no se trata de un foro de discusión, ni de un sitio de chat o de conversación, ni es una revista digital. El observatorio virtual reúne un conjunto de aplicaciones e información dispuestas de forma central donde no sólo se consulta material, sino comportamientos, corrientes y tendencias sobre la investigación y desarrollo del conocimiento sobre algún tema, que permiten la interacción en un público tan abierto que lo mismo sirve al observador, como al analista o al experto”*. (Castañeda, 2006)

Las grandes ventajas de los observatorios virtuales traspasan las barreras espacio temporales ya que aprovechan las características propias del entorno de Internet, y permiten que las incorporaciones de nuevos archivos se hagan casi a tiempo real, con lo que el grado de actualización del observatorio puede llegar a ser total. Por otro lado, la particular naturaleza de estos observatorios fomenta y favorece la aparición de redes especializadas o comunidades específicas que permiten el *feed-back* de comunicación entre la plataforma y los asociados o usuarios. En el fondo, el entorno web favorece la participación de la comunidad y acerca el mundo de la investigación al individuo.

Los Observatorios de Medios

Podríamos decir, tal y como apunta Herrera (2006) en su investigación, que el origen de los Observatorios de Medios de Comunicación se remonta a los años 80, cuando irrumpe con fuerza en la sociedad una percepción generalizada de que los medios no están ejerciendo con responsabilidad su función de mediadores entre el poder político y la sociedad civil, como propusiera Harold Laswell a comienzos del siglo pasado. Es lo que se conoce como el fenómeno del *media criticism* o revisionismo crítico. Es en este contexto cuando surge poco tiempo después en Estados Unidos la idea del *media watching* y aparecen los primeros observatorios de medios centrados en la observación sistemática, regular y continuada de la prensa, la radio y la televisión.

Los observatorios de medios son organismos que aportan una mirada crítica del sistema global de medios de comunicación y que tienen como objetivo común la búsqueda de su democratización. Su trabajo consiste en revisar de forma sistemática y continuada del trabajo realizado por los medios de comunicación, así como en informar a la sociedad y a los propios medios de sus buenas y malas prácticas y en educar a la población en el consumo crítico de los medios.

La preocupante pérdida de credibilidad que padecen hoy los medios de comunicación en todo el mundo y el desarrollo de las nuevas tecnologías que han permitido la democratización de la sociedad creando nuevos espacios y herramientas de comunicación, han vuelto a suscitar la necesidad de desarrollar una reflexión crítica sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación una mayor responsabilidad en su compromiso social. Esta situación ha provocado la proliferación de nuevos observatorios mediáticos que funcionan como agentes que permiten verificar el cumplimiento de esos deberes periodísticos que incentivan la convivencia ciudadana y el funcionamiento de la sociedad dentro de un orden conveniente.

En general los observatorios de medios se diferencian entre sí en función de variables como su origen, composición, orientación ideológica, estructuras y modos de funcionamiento, los aspectos de los medios que analizan, el instrumental metodológico que emplean y la sistematización de su actividad. Llama la atención la escasez de observatorios dedicados conjuntamente a la infancia y los medios de comuni-

cación que hemos encontrado en la consulta de observatorios que hemos realizado para llevar a cabo esta investigación, la cual, por otra parte, no persigue otro objetivo que ofrecer un panorama internacional de la observación crítica de los medios; sin embargo, hemos de decir que en alguno de los observatorios analizados se cuenta con secciones o informes relativos –principalmente los de países latinoamericanos–, dedicados a dar noticia de la realidad de la infancia y la adolescencia. La mayoría de los documentos que se presentan parten del estudio de las condiciones de vida y las necesidades de los más pequeños y, en menor proporción, se muestran análisis sobre el tratamiento de la información sobre la infancia y la adolescencia en los medios de comunicación. No obstante, una crítica común que se desprende de estas investigaciones es la falta de responsabilidad de los medios en la protección de los derechos que amparan a los más pequeños.

Para definir cuáles son las características comunes que comparten los observatorios de medios, y también los rasgos que los diferencian, se ha partido de una revisión exhaustiva de las contribuciones hechas hasta la fecha sobre el tema. Entre las más destacadas enumeramos las de Rey (2003), Broullón, Hernández, López y Pereira (2005), Beltrán (2005), Medios para la paz (2005), Téllez (2003), Erazo (2006) o Herrera (2006).

Los rasgos que comparten los observatorios de medios pasan por reconocer la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia, con especial atención a los actores sociales y a los asuntos del debate público. Reivindican otra forma de entender la práctica periodística y por ello no es raro detectar que el desarrollo correcto del trabajo periodístico centra buena parte de los análisis. De igual forma también se reivindica un público consumidor de medios que sea crítico, que participe de la observación de los medios de manera activa y tenga conocimiento de los elementos que forman parte del proceso de comunicación. Siguiendo con las características comunes a todos estos observatorios destacamos la del ejercicio constante, regular y sistemático seguimiento y observación de los medios (“monitoreo”). Se analizan el discurso y las actuaciones de los medios ante determinados sucesos o informaciones, de acuerdo con la temática en la que el observatorio centre su actividad, para interpretar el significado de la acción o inactividad de los mismos ante determinados fenómenos que conectan con la

actualidad inmediata del entorno. La intención de la mayoría de ellos pasa por ser revisionista y reformista. No imponen sanciones jurídicas, sino que informan de los desajustes producidos entre el ser y el “deber ser” de los medios de comunicación. Tienen la convicción de la importancia de divulgar su actividad a través de diferentes medios, como la elaboración de estudios, las publicaciones periódicas, la organización de foros y eventos, los informes, etc. Si bien hay que decir que existen diferencias en la manera en que estos organismos sistematizan su actividad en cuanto al grado de exhaustividad de sus informes o la frecuencia a la que se programa (cada semana, cada quince días, cada trimestre...). Por último, emplean las nuevas tecnologías y, de una manera preferente, Internet, para divulgar sus actuaciones. No en vano la mayoría de los observatorios cuenta con su propio portal en la Red donde oportunamente se informa de su historia, sus objetivos, y todas las actividades realizadas hasta la fecha.

Pero también podríamos describir cuáles son los rasgos que los diferencian, y en este sentido podríamos destacar diferentes aspectos: diversidad y creatividad en sus actuaciones, en su origen o en su composición. Si atendemos a la primera de las diferencias apuntadas podríamos encontrar sustanciales diferencias que atienden a la focalización temática (mujer, infancia, tercera edad, inmigración, ética, libertad de expresión...), a los diferentes medios que monitorizan (prensa, radio, televisión, Internet...), los aspectos que analizan (derechos de la infancia, relación entre información y elecciones, violencia e infancia...), el enfoque (conservador, liberal, descriptivo, interpretativo...) o la cobertura (local, regional, nacional, internacional). Si nos referimos al origen los encontraremos vinculados a universidades y, más específicamente, con facultades de comunicación social, promovidos por periodistas y profesionales de los medios o creados por iniciativa de la sociedad civil. Respecto a su composición los hay integrados sólo por periodistas –bien sea académicos o profesionales–, casi en exclusiva por la sociedad civil (gente alejada de las profesiones de comunicación) o con una composición mixta: representantes del mundo de la comunicación, consumidores de medios e integrantes de la sociedad civil.

Otras diferencias se refieren a la heterogeneidad en sus estructuras de funcionamiento, pudiendo ser éstas flexibles e informales –normalmente con ausencia de estatutos–, formalizadas –con estatutos, actas

consultivas, etc...– o con integración de diversas asociaciones para extender su acción a otros países.

La variación en el instrumental metodológico, en los modos de funcionamiento (número de personas que lo integran, estructura jerárquica, presupuesto anual, modos de financiación: donaciones particulares, cuotas de socios, cuotas de suscripciones, ayudas y subvenciones públicas, venta de estudios, revistas e informes, presupuestos públicos, presupuestos de la institución a la que pertenecen, apoyo de ONGs) o la variación en las funciones que desempeñan continúan marcando diferencias entre los observatorios de medios. Así, podemos hablar de aquellos que tienen una perspectiva positivista basada en metodologías cuantitativas o aquellos con perspectiva fenomenológica basada en metodologías cualitativas. Si atendemos a las funciones que llevan a cabo también hay destacadas diferencias: revisar el contenido y la oferta de los medios, elaborar estudios, informes y análisis comparativos, recoger quejas, críticas y comentarios de los consumidores de medios, publicar o difundir el contenido de su actuación, capacitar a la audiencia en el consumo crítico de medios, capacitar a los periodistas en la elaboración de un periodismo de calidad.

Por último se pueden enumerar otros criterios que también marcan diferencias entre los observatorios de medios, como los que se refieren a las relaciones con el público (actúan según sus demandas), relaciones con otros observatorios nacionales o internacionales, con instituciones o pertenencia a alguna red.

A continuación nos proponemos realizar un recorrido histórico-cronológico sobre el nacimiento de los observatorios de medios en el mundo. Para ello nos centraremos en el análisis de aquellos que están en activo y operan en la actualidad de manera regular y constante.

Observatorios norteamericanos

Uno de los primeros observatorios que nació auspiciado por el fenómeno del *media criticism* fue el Fairness and Accuracy in Reporting (FIAR) creado en 1986 y cuyas funciones aparecen claramente explicadas en su página web: “*we work to invigorate the First Amendment by advocating for greater diversity in the press and by scrutinizing media practices that marginalize public interest, minority and dissenting view-*

points. As an anti-censorship organization, we expose neglected news stories and defend working journalists when they are muzzled". Otra de las instituciones pioneras, también norteamericana, fue el Accuracy In Media (AIM) que se define como *"a non-profit, grassroots citizens watchdog of the news media that critiques botched and bungled news stories and sets the record straight on important issues that have received slanted coverage"*.

Hay que señalar que la mayoría de los observatorios estadounidenses tienen como objeto de estudio el análisis de la intromisión del poder político y económico en los medios y se diferencian unos de otros por su orientación ideológica, ya que estas instituciones suelen estar vinculadas a uno de los dos principales partidos políticos: demócratas (FAIR) o republicanos (AIM). Otros observatorios destacados son el *Media Research Centre*, creado en 1987 por un grupo de jóvenes conservadores cuya misión es "aportar un mayor balance a la información periodística", y el *Centre for Media and Public Affairs*, (1985) del que podría decirse que su filiación es más bien conservadora, aunque se define como imparcial. Este observatorio tiene como objetivo principal *"to provide an empirical basis for ongoing debates over media fairness and impact through well-documented, timely, and readable studies of media content"*⁹.

Los observatorios latinoamericanos

No será hasta la segunda mitad de los años 90 cuando empiezan a aparecer en los países latinoamericanos los primeros observatorios de medios como forma de sensibilizar a los profesionales sobre la responsabilidad de la profesión periodística en un continente con enormes disparidades políticas, económicas y sociales. Los observatorios de medios iberoamericanos se caracterizan por tender a presentar propuestas, y a tener un carácter más prescriptivo que simplemente descriptivo y las temáticas generales en las que centran su actividad son, principalmente: la libertad de expresión y de prensa, el derecho a la comunicación, la información, la ética, la responsabilidad y la calidad periodística de los medios, la calidad informativa, el derecho al libre acceso a la información, el pluralismo, la participación ciudadana, y la democratización de las comunicaciones (Erazo, 2006).

Brasil, Perú y Colombia fueron los primeros países en contar con plataformas dedicadas al monitoreo y análisis de la oferta mediática. Así, en 1992 iniciaba su andadura la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI), una organización no gubernamental cuya misión es “*contribuir, siempre desde la perspectiva de los Derechos de la Infancia, con la formación de una cultura periodística que investigue la situación de niños y jóvenes brasileños de ambos sexos, en condición de exclusión social*”. En sus más de 10 años de actuación, ANDI se ha convertido en punto de referencia en Brasil, un país con más de 20 millones de niños y niñas que se encuentran bajo el umbral de la pobreza. La experiencia de ANDI está siendo expandida a todo Brasil por medio de la *Red ANDI Brasil* (creada en 2000) que reúne a las agencias socias en los estados (provincias) brasileños y también está siendo continuada en otros países de América Latina, por medio de la *Red ANDI América Latina*.

En 1994 se constituían, también en Brasil, dos observatorios: el *Instituto Gutenberg*, creado por periodistas con el objeto de estimular el debate sobre la ética en los medios, y el *Observatorio Da Imprensa*, una iniciativa del Laboratorio de Estudios Avanzados en Periodismo (LABJOR), de la Universidad Estatal de Campinas (UNICAMP), creada con el propósito de “*acompanhar, junto com outras organizações da sociedade civil, o desempenho da mídia brasileira*”. Desde 1996, esta institución cuenta con una página web gracias a la puesta en marcha de un proyecto de cooperación con el PROJOR (Instituto para el Desarrollo del Periodismo).

Funciona como un foro permanente que permite a los usuarios (lectores, oyentes, telespectadores e internautas) participar activamente en el proceso de control de los medios. En 1996, y vinculado a la Universidad de Brasilia, inició su andadura el observatorio *SOS Imprensa*, “*um Projeto de Assessoramento Público, que tem como principal objetivo orientar gratuitamente o cidadão comum em casos de erros e abusos da mídia, sobretudo, quando caracterizem situações de injúria: ofensa à dignidade ou ao decoro; difamação: ofensa à reputação; calúnia: acusação falsa de crime*”. El Instituto Universitario de Pesquisas Río de Janeiro y la Universidad Cândido Mendes fundaron también en 1996 el observatorio *DOXA*, que se define como un laboratorio de investigación en comunicación política y opinión pública.

El nacimiento del *Instituto Prensa y Sociedad* de Perú se produjo en 1993, un año después del golpe de estado de Alberto Fujimori. Su actividad se centra en “*promover las libertades informativas y la prensa independiente*”. Los peruanos cuentan también con otro importante observatorio pionero que es la *Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social*¹⁰, un movimiento ciudadano promovido y sostenido por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Una de las actuaciones más relevantes de este colectivo ha sido la elaboración de un proyecto de Ley de Radio y Televisión. Se trata del primer proyecto en los países de América Latina sugerido a partir de la iniciativa ciudadana en materia de comunicaciones.

Colombia contó con su primer observatorio en 1998. Se trata de la *Corporación de Medios para la Paz*, que tiene como objetivo primordial “*propiciar el ejercicio ético y con responsabilidad social del periodismo como instrumento de construcción de democracia y cultura de paz, con énfasis en el conflicto armado colombiano*”. Un año después, en 1999, se crearon varios observatorios vinculados a diversas universidades del país, como el *Observatorio de Medios* de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, cuyo propósito es “*contribuir a la identificación, análisis y discusión de problemas propios de la comunicación y, sobre todo, de la manera como cumplen sus funciones los medios de comunicación en Colombia*”; el Observatorio de la Pontificia Universidad Javeriana¹¹, un proyecto de la Maestría en Comunicación, trata de analizar las agendas informativas, las culturas mediáticas y la construcción de ciudadanías desde y en los medios de comunicación; el Observatorio de Medios y Opinión de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Manizales¹²; y el Observatorio Social de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali, que organizó, en octubre de 2005, el Primer Simposio de Comunicación para el Siglo XXI bajo el lema “Observando los medios”. Estas tres últimas organizaciones se encuentran actualmente en proceso de reformulación.

Si bien estos observatorios fueron los pioneros, en Latinoamérica existe hoy en día más de una treintena de observatorios de medios de comunicación en los que participan periodistas y expertos en investigación social y que realizan monitoreos y análisis de la oferta mediática en sus respectivos países en temas referidos a infancia, jóvenes, género, descentralización, pobreza, democracia y otros¹³.

Actualmente, los observatorios de medios latinoamericanos se encuentran inmersos en un proceso de reagrupamiento que está haciendo posible la creación de redes que permitirán no sólo articular los esfuerzos de monitoreo e investigación sobre medios, sino comparar también los resultados e intercambiar experiencias y resultados. El objetivo de estas redes es consolidar un espacio de intercambio y convertirse en un punto de encuentro para asumir proyectos de investigación comunes de carácter interregional. En este contexto, siete observatorios de reconocida trayectoria fundaron en julio de 2007 la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios¹⁴. Las instituciones que forman parte de esta asociación, que aún no dispone de versión online, son: la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI) y el Observatorio de la Prensa, de Brasil; la Asociación Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales (DOSES), de Guatemala; el Observatorio de Medios FUCATEL, de Chile; el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia; el Instituto de Investigación de Medios, de Argentina; y la Veeduría Ciudadana de la Comunicación, de Perú¹⁵.

Asia, África y Oceanía

En el continente asiático son escasos los observatorios y en su mayoría dependen de entidades externas. Sin duda el más representativo es el *Asia Media*, un proyecto vinculado a la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA) que comenzó su actividad en 1998. El conjunto de los países árabes cuenta con el observatorio *Arab Media Watcht for objective British coverage of Arab issues*, que como su nombre indica presta atención a la cobertura que los medios británicos hacen de las cuestiones árabes. También podemos citar el *Palestine Media Watch*, organización estadounidense que se centra en el análisis de la cobertura que los medios norteamericanos hacen sobre el problema palestino; y el *Palestine Monitor*.

En el continente africano destacamos *Acacia*, una iniciativa internacional promovida por el International Development Research Centre (IDRC), con objeto de promover el desarrollo económico y social de los países africanos, con especial atención al área subsahariana.

El *Pacific Media Watch* nace en 1996, convirtiéndose en el primer observatorio de la región del Pacífico. En él participan diversos institu-

tos universitarios de Australia y Nueva Zelanda. Entre sus principales objetivos está promover el debate sobre la ética de los medios, la eliminación de barreras para libertad de prensa y la defensa de la independencia de los medios de comunicación. Otros organismos que centran su actividad en la región del Pacífico son el *Media Watch ABC* y el *Media Watch NZ*.

Los observatorios internacionales y europeos

Entre los observatorios de medios que han apostado por realizar análisis transnacionales en lugar de limitarse al país en el que están emplazados destacan dos iniciativas: el Observatorio de la UNESCO sobre la Sociedad de la Información y el de la Iniciativa de Comunicación.

En octubre de 1998 se presentó el primer boceto del *Observatorio de la UNESCO sobre la Sociedad de la Información* durante el segundo congreso internacional de Infoética celebrado en Mónaco. El objetivo de este centro es ofrecer información actualizada sobre el impacto de la sociedad de la información a nivel regional, nacional e internacional. Otro de los proyectos que implica a varios países es *la Iniciativa de Comunicación*, CI (The Communication Initiative Latin America), una comunidad virtual conformada alrededor de un interés común: “*el uso de estrategias de comunicación y medios para atender efectivamente los problemas fundamentales del desarrollo*”. Se trata de una alianza entre 29 organizaciones internacionales interesadas en invertir recursos y compartir sus experiencias para generar un cambio en el pensamiento, las políticas y la práctica de la comunicación y los medios para el desarrollo. Nació en el año 2000 como el primer proceso regional para complementar su acción en América Latina. Sostiene con el proyecto global una relación orgánica para alcanzar objetivos comunes, pero con estrategias adecuadas a las necesidades de sus regiones y sus redes.

Pero la eclosión definitiva de los observatorios a nivel internacional tuvo lugar en el año 2002. Ese mismo año, en el marco del Foro Social Mundial celebrado en Porto Alegre, y a propuesta del periodista Ignacio Ramonet (2003), se tomó la decisión de poner en marcha el Observatorio Internacional de Medios de Comunicación (en inglés: *Media Global Watch*). Su propósito, citando textualmente al propio director de Le Monde Diplomatique, es “*ejercer una responsabilidad colectiva, en*

nombre del interés superior de la sociedad y del derecho de los ciudadanos a estar bien informados [...] además de prevenir a la sociedad contra las manipulaciones mediáticas que, como epidemias, se han multiplicado estos últimos años". El Observatorio reúne tres tipos de miembros, que disponen de idénticos derechos: periodistas profesionales u ocasionales, en actividad o jubilados, de todos los medios de comunicación, centrales o alternativos; universitarios e investigadores de todas las disciplinas, y particularmente especialistas en medios de comunicación; y usuarios de los medios de comunicación.

Una característica que diferencia a los observatorios de medios europeos de los latinoamericanos es que, desde su nacimiento, muchos de ellos optaron por crear redes entre diversos países en lugar de limitarse a la región en la que estaban emplazados. Tal es el caso del *Observatorio Audiovisual Europeo*. En octubre de 1989, los ministros y los representantes de 26 Estados europeos, así como el Presidente de la Comisión Europea, adoptaron en París una declaración común relativa a la creación del Observatorio Europeo del Sector Audiovisual que se denominó entonces Programa "Eureka Audiovisual". Tres años después, en junio de 1992, se creaba en Estrasburgo el Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, que tiene como objetivos fundamentales la mejora de la transmisión de la información en la industria audiovisual y el fomento de una mayor visibilidad del mercado y el incremento de su transparencia. Otra iniciativa de carácter internacional es el *Observatorio Mundial de los Sistemas de Comunicación* (QUANTIFICA), fundado en París en 1988, que centra su trabajo en la elaboración de estudios de seguimiento del mercado de las telecomunicaciones a escala mundial.

Desde 1997, el *Observatorio Europeo de la Televisión Infantil* (OETI) trabaja para conseguir que los programas de televisión destinados a la infancia sean educativos, formativos y entretenidos. El OETI agrupa el Festival Internacional de Televisión de Barcelona, el Foro Mundial de la TV Infantil y las Jornadas del Observatorio. Las tres secciones son autónomas, pero al mismo tiempo se interrelacionan.

A continuación presentaremos aquellos observatorios nacionales que por la relevancia y la calidad de sus estudios se han convertido en referentes del panorama europeo. En Francia merece especial mención *ACRIMED*, perteneciente a la Asociación Action-CRitique-MEDias, una organización creada en 1996 que trabaja *"pour mettre en question la*

marchandisation de l'information, de la culture et du divertissement, ainsi que les dérives du journalisme quand il est assujéti aux pouvoirs politiques et financiers et quand il véhicule le prêt-à-penser de la société de marché". Otra de las instituciones francesas especialistas en la revisión de la actividad de los medios es el *Observatoire Français des Médias*, organismo creado en 2003 y asociado al Media Global Watch, que tiene como prioridades "*protéger la société contre les abus, manipulations, bidonnages, mensonges et campagnes d'intoxication des grands médias –qui cumulent puissance économique et hégémonie idéologique–, défendre l'information comme bien public et revendiquer le droit de savoir des citoyens*".

Desde 1999 Portugal cuenta también con un observatorio cuyos objetivos primordiales son "la producción y difusión de información, así como la realización de estudios y trabajos de investigación que contribuyan a un mejor conocimiento del área de la comunicación". Se trata del *OBERCOM*.

Observatorios en España

En España la aparición de los primeros observatorios es reciente, pero su implantación está siendo progresiva. Los principales observatorios que están activos en la actualidad tienden a la especialización en áreas temáticas: aquellos que atienden a grupos sociales en situación de desigualdad o desatención legislativa (mujer, infancia, emigración y minorías étnicas; los que se refieren al ámbito audiovisual; los que atienden a un determinado ámbito de observación (local, regional, nacional, internacional); o los que determinan un tratamiento específico de nuevos medios.

Entre los primeros podemos describir principalmente cuatro: el *Observatorio de la Publicidad del Instituto de la Mujer*, que se centra en estudiar el tratamiento informativo de la imagen de la mujer en los medios de comunicación españoles, principalmente en radio y televisión, y presenta anualmente un informe en el que analiza la imagen de la mujer en las campañas publicitarias llevadas a cabo en nuestro país. El *Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació* es una iniciativa ciudadana en la que participan 19 ayuntamientos catalanes que tiene como objetivo fundamental hacer visible la utilización indebida de la imagen

de la mujer y promover la actitud crítica y la reflexión hacia los medios de comunicación. El *Observatorio de la Diversidad*, creado por el Centro de Estudios y Documentación sobre Inmigración, Racismo y Xenofobia, MUGAK de San Sebastián, en colaboración con la ONG Xenomedia Barcelona, analiza sistemáticamente la representación que se hace de las minorías étnicas en los medios de comunicación. Por último, el *Observatorio De Medios e Inmigración* (MIGRACOM) es un Observatorio y Grupo de Investigación sobre Migración y Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona que nace en 1995. En la actualidad realiza el análisis periódico del tratamiento informativo de la inmigración en España.

Tres aparecen entre los más destacados de los audiovisuales. El *Observatorio de Contenidos Audiovisuales* (OCTA) de la Universidad de Salamanca nace en 2005 con la vocación de dedicarse al estudio y el análisis empírico de los contenidos, usos, procesos y efectos de la comunicación mediática: prensa, televisión, radio, cine, nuevas tecnologías de la información y nuevos medios interactivos. Sus principales líneas de trabajo son la violencia en la ficción televisiva, el consumo televisivo en jóvenes y adolescentes, el análisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración, los procesos y efectos del entretenimiento mediático. El *GRISS*, un grupo de investigación creado en la Universidad Autónoma de Barcelona, en 1980, que desarrolla su actividad en el estudio del proceso de comunicación en todos los medios audiovisuales, incluidos los nuevos medios y soportes. Dirigido actualmente por el profesor Emili Prado, este grupo cuenta con cuatro observatorios permanentes: EUROMONITOR (Observatorio de la televisión del mercado Europeo), USAMONITOR (Observatorio de la televisión Norteamericana), RADIOMONITOR (Observatorio de la Radio) y OIM2 (Observatorio internacional de aplicaciones interactivas multimedia). Y el *Observatorio Europeo de la Televisión Infantil* (OETI), organismo que ya presentamos en el apartado dedicado a los observatorios internacionales.

Les siguen aquellos que dependen de su ámbito de observación. Así, encontramos el *Observatorio de la Comunicación Local* (OCL), vinculado al Instituto de la Comunicación (INCOM) pretende crear una estructura permanente dedicada a la investigación, la divulgación y la formación en materias relacionadas con la comunicación de ámbito local y

comarcal. El marco de referencia territorial prioritario del OCL es Cataluña, si bien presta una atención preferente a la realidad de otras comunidades autónomas españolas, sin dejar de lado el estudio comparativo de experiencias de otras regiones y Estados europeos. El *Observatorio Galego dos Medios*, asociado al Media Watch Global y perteneciente al Colegio Profesional de Periodistas de Galicia (CPXG), tiene como objetivo prioritario “analizar y cuestionar el papel de los medios de comunicación, abogando por un periodismo comprometido y ético en las esferas local, nacional e internacional, mediante una estructura abierta adaptada a las condiciones específicas de Galicia y a las necesidades de su sociedad”. El *Observatorio para la Sociedad de la Información en Navarra* es un instrumento que permite obtener y analizar información sobre el grado de desarrollo y utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Sociedad Navarra, de forma sistemática. El *Observatorio do Audiovisual en Galicia* es un servicio de la Dirección General de Comunicación e Audiovisual da Presidencia da Xunta de Galicia, que tiene la finalidad de proporcionar una información permanentemente actualizada sobre el sector audiovisual, dirigida a los agentes implicados en este sector, tanto empresas como instituciones. El *Observatori sobre la Cobertura de Conflictos* surge en el año 2001 como iniciativa de varios estudiantes y profesores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). El objetivo de este grupo es analizar los conflictos relacionados con el movimiento antiglobalización que tengan lugar en Cataluña y, especialmente, en la Ciudad Condal.

Y, por último, los que dedican su estudio y observación a los nuevos medios como el *Observatorio para la Cibersociedad*, que busca crear un espacio de encuentro, discusión y publicación de investigaciones sobre los diversos aspectos sociales que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están generando. Destaca finalmente en este grupo el *Observatorio Español de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información*, adscrito a la entidad pública empresarial *Red.es*, cuyo principal objetivo es el seguimiento y el análisis del sector de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información, para ello elabora, recoge, sintetiza y sistematiza indicadores, elabora estudios, y ofrece servicios informativos y de actualidad, tanto europea como nacional.

Los observatorios de infancia y juventud

Aunque al principio de este artículo ya hemos explicado que nuestro campo de estudio es la mediación de los observadores como agentes de responsabilidad social de los medios de comunicación, hemos considerado oportuno incluir un breve apartado sobre los observatorios de infancia y juventud, puesto que el título que enmarca la publicación en la que se inscribe este artículo tiene como eje central la figura del menor. Y nos circunscribimos a España, ante todo por la reciente proliferación de observatorios dedicados a la infancia que han surgido en nuestro país en los últimos años.

El *Observatorio de la Infancia*, adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, es una magnífica plataforma para conocer la situación de los más jóvenes desde distintas perspectivas. Fue creado por Acuerdo de Consejo de Ministros el 12 de marzo de 1999, de acuerdo con la Ley 6/1997, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado. Dentro de este observatorio –que se sustenta en un sistema de información centralizado y compartido con capacidad para vigilar y hacer seguimiento del bienestar y la calidad de vida de la población infantil y de las políticas públicas que afectan a la infancia en relación a su desarrollo, implantación y efectos de las mismas en dicha población–, se han desarrollado diversos Grupos de Trabajo, entre los que se encuentra el de “Medios de comunicación e infancia” que coordina la Dirección General de las Familias y la Infancia que tiene como tarea fundamental la de responder a la necesidad de profundizar en el análisis, tanto de las oportunidades como de los riesgos, que nos brindan los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información, en el aprendizaje y la socialización de la infancia.

También encontramos implantado desde 2005 el *Observatorio de la Infancia de Andalucía*, que tal y como se afirma en su web es un órgano consultivo y de propuesta, adscrito a la Dirección General de Infancia y Familias de la Junta de Andalucía y que tiene por objeto el desarrollo de las actuaciones de investigación, formación y documentación, así como el establecimiento de un sistema de información y documentación que permita el adecuado conocimiento, análisis técnico, seguimiento, evolución y difusión pública de los asuntos relacionados con los derechos y la atención a la población menor de 18 años.

El *Observatorio de la Infancia y la Adolescencia del Principado de Asturias*, enmarcado en el Plan Integral de Infancia, Familia y Adolescencia (Decreto 10/2006, de 24 de enero), se entiende como una estructura que complementa desde un nivel técnico al Consejo rector del Instituto Asturiano de Atención Social a la Infancia, Familia y Adolescencia. Los objetivos del mismo se resumen en el establecimiento de un sistema de información que permita conocer el grado de satisfacción de las necesidades de niños, niñas y adolescentes en el Principado de Asturias; también pretenden atender el desarrollo de estudios e investigaciones, la formación de profesionales, la recogida, creación y difusión de documentación.

El *Observatorio de la Infancia y la Adolescencia de Cataluña* nace en 2000 a propuesta de la Consejería de Bienestar Social del Gobierno de la Generalitat. En 2002 modificó su composición para dar participación a diversas instituciones dedicadas a la infancia y la adolescencia. Su primera actuación fue la realización del *Pla Integral de Suport a la Infància i l'Adolescència*.

Creado en diciembre de 2007¹⁶, el *Observatorio de la Infancia y la Adolescencia del País Vasco* tiene como misión analizar de forma permanente la realidad de los niños, niñas y adolescentes y el impacto de las políticas desarrolladas en aplicación de la Ley 3/2005, de 18 de febrero, de atención y protección a la infancia y la adolescencia. Para la consecución de dicho fin, se encarga, entre otras funciones, de impulsar las actividades de difusión de la documentación científica (estudios, encuestas, investigaciones y publicaciones), así como la mejora del tratamiento de la información sobre la infancia y la adolescencia en los medios de comunicación.

Conclusiones

Los observatorios de medios son organismos que aportan una mirada crítica del sistema global de medios de comunicación. Su trabajo consiste en revisar de forma sistemática y continuada el trabajo realizado por los medios de comunicación, así como informar a la sociedad y a los propios medios de sus buenas y malas prácticas y educar a la población en el consumo crítico de los medios.

En general, los observatorios de medios se diferencian entre sí en función de variables como su origen, composición, orientación ideológica, estructuras y modos de funcionamiento, los aspectos de los medios que analizan, el instrumental metodológico que emplean y la sistematización de su actividad.

Son escasos los observatorios dedicados conjuntamente a la infancia y los medios de comunicación que hemos encontrado al realizar esta investigación, sin embargo, sí hemos hallado en alguno de ellos secciones o informes dedicados al estudio de las condiciones de vida y las necesidades de los más pequeños y, en menor proporción, al análisis sobre el tratamiento de la información sobre la infancia y la adolescencia en los medios de comunicación.

Bibliografía

- ALBORNOZ, L.A. y HERSCHMANN, M. (2007): "Balance de un proceso iberoamericano. Los observatorios de información, comunicación y cultura", en *Telos* n° 72, <http://www.campusred.net/TELOS/articuloperspectiva.asp?idarticulo=3&rev=72>
- ALFARO MORENO, R.M. (2004): "Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios", en *Etcetera*, octubre. Disponible en: www.etcetera.com.mx/pag57ne48.asp
- BELTRÁN, L.R. (2005): "Observatorio de medios: ¿el quinto poder?", en *La Prensa*, 17 de junio de 2005. <http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>
- BOTERO, A, y ADRIANA, M.: "La experiencia del Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales, de Colombia", en <http://www.observatoriofucatel.cl/verArticulo.php?idArticulo=77>
- BROULLÓN, G. y otros (2005): *Los observatorios de comunicación*, en Chasqui, n° 90, pp.38-45.
- CASTAÑEDA DE LEÓN, L.M. (2006): "Observatorio virtual, más que un portal", en <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/2006/febrero/observa.htm>
- ERAZO, V. (2006): *Panorama de la observación crítica de los medios de Comunicación en América Latina*. Estudio realizado por el Observatorio de Medios Fucatel en colaboración con Oxfam en http://www.observatoriofucatel.cl/files/investigaciones/Informe+Final+Comunicacion+y+Genero_Pag.Web..pdf
- HERRERA DAMAS, S. (2005): "Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica", en *Palabra Clave*, 8, 2, 153-174. y en http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/palabraclave/downloads/pclave_013-08.pdf
- HERRERA DAMAS, S. (2006): "El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado el 01-02-2008, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200621HerreraS.htm>

- HERRERA, S. y CHRISTOFOLETTI, R. (2007): "Um guia dos observatórios de mídia na América Latina", en <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=428IPB009>.
- MAIORANO, J. L.: "Los observatorios de derechos humanos como instrumento de fortalecimiento de la sociedad civil", en *Revista Probidad*, núm. 24, septiembre de 2003 y en http://200.38.62.10/n_ombuds/ombudsweb//index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=229.
- MORALES, M. (2005): ¿Por qué un observatorio?, en el portal Medios para la paz. <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2216>.
- PNUD (2004): "Experiencias comparativas - PNUD Honduras. Observatorios de Desarrollo Humano", Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) LAC SURF, Panamá, septiembre de 2004 en Albornoz, Luis A.; Herschmann, Micael; "*Balance de un proceso iberoamericano. Los observatorios de información, comunicación y cultura*"; en *Telos*, nº 72, julio-septiembre 2007.
- RAMONET, I. (2003): "El quinto poder" en *Le Monde Diplomatique*. Disponible en <http://www.lemondediplomatique.cl/El-quinto-poder.html>.
- REY, G. (2003): "Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina", en *Veeduría ciudadana*. <http://www.veeduria.org.pe/articulos/rey.htm>.
- SANCHO GIL, J.M. (2004): "Los observatorios de la Sociedad de la Información: evaluación o política de promoción de las TIC en educación", en *Revista Iberoamericana de Educación*, nº 36, OEI, Madrid. Disponible en: www.rieoei.org/rie36a02.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.

Notas

- 1 Observatorio de Precios de los alimentos dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. <http://www.mapa.es/es/ministerio/pags/observatorio/observatorio.htm> [fecha acc.20-01-08].
- 2 Observatorio de la Juventud en España dependiente del Instituto de la Juventud y del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, <http://www.injuve.mtas.es/injuve/portal.portal.action> [fecha acc. 26-01-08]
- 3 Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, <http://www.observatoriorsc.org> [fecha acc. 15-12-07].
- 4 En la web del Proyecto Intersur pueden consultarse de forma más desarrollada estas tipologías de observatorio, <http://www.proyectointersur.org/funcion%20de%20I+D.htm#Presentación> [fecha acc. 28-01-08].
- 5 *Diario de Mallorca*, viernes 30 de marzo de 2007.
- 6 *Levante-emv.com*, sábado 26 de enero de 2008. Es importante señalar que el nombre completo del observatorio es Observatorio Derechos Humanos y VIH/SIDA.

- 7 *El Día.es*, sábado 25 de febrero de 2006. Es importante señalar que el nombre completo del observatorio es Observatorio Canario de la Publicidad y de la Comunicación Sexista.
- 8 Otros destacados observatorios norteamericanos son: el Media Watch, cuyo propósito es “*to challenge abusive stereotypes and other biased images commonly found in the media*”, y, en Canadá, cabe citar las experiencias del Media Awareness Network (MNet), cuyo objetivo principal es ofrecer a los adultos las informaciones y herramientas necesarias para enseñar a los jóvenes el funcionamiento de los medios y de qué manera éstos les influyen en su forma de vida.
- 9 En Latinoamérica las “veedurías” son asociaciones de ciudadanos que desde su comunidad se unen para ejercer el derecho a la participación individual o colectivamente para vigilar y controlar la gestión pública.
- 10 Puede verse un listado de los principales observatorios de medios en HERRERA, S. y CHRISTOFOLETTI, R. (2007): “Um guia dos observatórios de mídia na América Latina”, en [<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=428IPB009>]
- 11 Para conocer las actuaciones de este observatorio véase: BOTERO, A, y ADRIANA, M.: “La experiencia del Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales, de Colombia”, en [<http://www.observatorioducatel.cl/verArticulo.php?idArticulo=77>].
- 12 El observatorio de Medios FUCATEL, con apoyo de Oxfam, realizó durante el año 2005 un verdadero catastro de los observatorios de medios en el mundo. El estudio “Panorama de a Observación Crítica de los Medios de Comunicación en América Latina. Visión global y local, perspectiva de género, participación ciudadana”
- 13 Síntesis de la reunión del 16 y 17 de julio, 2007, en [<http://www.comminit.com/es/node/264995/37>]. Véase también “¿Por qué formar una red de observatorios latinoamericanos?”, en [<http://www.veeduria.org.pe/red.pdf>]
- 14 Ya en 2005 se crearon otras dos redes internacionales: La Red Latinoamericana por el Derecho a la Comunicación, y la Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RENOI) que cuenta con más de 40 miembros repartidos en universidades públicas y privadas de todas las regiones de Brasil.
- 15 Aprobada su creación mediante el Decreto 219/2007, de 4 de diciembre (BOPV de 20 de diciembre de 2007). http://www.euskadi.net/cgi-bin_k54/ver_c?CMD=VERDOC&BASE=B03A&DOCN=000079918&CONF=/config/k54/bopv_c.cnf.