

Los observatorios de medios en Jalisco

JUAN S. LARROSA-FUENTES

DEFINICIÓN E HISTORIA DEL CONCEPTO OBSERVATORIO DE MEDIOS

La vía más sencilla para dar cuenta de qué son los observatorios de medios de comunicación es a través de su definición nominal. Según la Real Academia de la Lengua el verbo “observar” es una acción que aglutina significados de examinar algo atentamente, así como de mirar con atención y recato (RAE, 2016a). El término observar, pues, está relacionado con la contemplación y el estudio minucioso de cualquier cosa. Por su parte, “observatorio” es un sustantivo que se define como el “lugar o posición que sirve para hacer observaciones”, así como el “conjunto del personal que, en instalaciones adecuadas y con los instrumentos apropiados, se dedica a observaciones” (RAE, 2016b). Estos elementos dan pie para crear una idea básica del concepto de “observatorio de medios”, el cual puede definirse como el lugar y posición desde donde se examina atentamente la comunicación de las sociedades contemporáneas.

Como tal, la primera organización de la que se tiene registro que adoptó el término de “observatorio” para sus actividades de escrutinio mediático fue el “Observatorio da Imprensa” que surgió en Brasil en 1996 (Herrera & Christofolletti, 2006). Seis años más tarde el concepto de

“observatorio de medios” adquirió una gran notoriedad en Porto Alegre, Brasil, en el marco de la segunda edición del Foro Mundial Social que se llevó a cabo en el año 2002. En este foro se discutió la necesidad de fiscalizar las actividades de los medios de comunicación y se propuso la creación de observatorios de medios en distintas ciudades del mundo (Albornoz & Herschmann, 2007; Pastoriza, Hernández, García, & Pereira, 2005). Desde entonces el concepto de observatorio de medios ha sido ampliamente utilizado, particularmente en Iberoamérica, en donde se han asentado una gran cantidad de veedurías mediáticas.

No obstante, es reduccionista constreñir el trabajo de observación mediática exclusivamente a aquellas iniciativas que en su nombre llevan el término de “observatorio de medios” o de “observatorio de (la) comunicación”. La observación mediática y comunicacional ocurrió mucho antes que el primer observatorio instalado en Brasil. En general, existen dos elementos que componen la genealogía de los observatorios de medios que comenzaron a operar en Iberoamérica hacia el final del siglo XX (Díaz Castellanos, 2010; Larrosa-Fuentes, 2012a). La primera de ellas es la investigación académica en torno a la comunicación y específicamente sobre los medios de comunicación masiva (i.e., libro, cine, prensa, radio y televisión). Esta investigación comenzó a realizarse en Europa y en Estados Unidos a principios del siglo XX y después se expandió por el resto del mundo. El campo académico de la comunicación incluye diversos acercamientos epistemológicos, teóricos, normativos y metodológicos, por lo que es muy amplio para reseñarlo en un artículo como el que aquí se presenta. Basta señalar que los observatorios de medios han basado parte de su trabajo en la experiencia emanada

desde la academia, pues han utilizado diversas teorías para interpretar los sistemas de comunicación, pero también han echado mano de elementos metodológicos para hacer sus propias investigaciones.

La segunda raíz de los observatorios de medios se ubica en una dimensión jurídica. El siglo XX se caracterizó por ser un periodo en el que se desarrollaron intensamente los derechos civiles y políticos en diversas democracias del mundo y a través del sistema internacional de protección a los derechos humanos. En este gran proceso de reconocimiento de derechos civiles y políticos destaca el surgimiento de los derechos de opinión, expresión e información. A la distancia, es claro que el desarrollo histórico de estos derechos tuvo —y sigue teniendo al momento de escribir este texto— una correlación directa con las revoluciones comunicativas que sucedieron durante el siglo XX, como la emergencia de la radio y la televisión, el desarrollo de la televisión por cable y satelital, así como la aparición de Internet y, en general, de la digitalización de la comunicación humana. El diseño político de las sociedades industriales y posindustriales reconoció que los individuos eran sujetos de derechos en un entorno en donde la comunicación —política, económica, social, cultural— cobró una gran relevancia en la vida cotidiana. Sin embargo, el surgimiento de estos derechos no implicó su tutela automática. En la actualidad, incluso en las sociedades con democracias más consolidadas, estos derechos siguen siendo un ideario para alcanzar y una tarea aún por concluir. Alrededor del mundo persiste la censura, la concentración y centralización del control y la propiedad de los medios de comunicación, una incansable exclusión social de las infraestructuras comunicativas y

un extendido analfabetismo mediático. En este sentido, muchos observatorios de medios han nacido con la misión de estudiar la comunicación desde una dimensión jurídica, pero también con el objetivo de presionar porque los derechos comunicativos se cumplan y amplíen en el marco de una discusión democrática.

El estudio académico de la comunicación y la lucha por la reivindicación de derechos civiles y políticos está en el corazón de una buena cantidad de los observatorios que, como señala la definición de la Real Academia de la Lengua, son *lugares* desde donde se *examina* normativamente a la comunicación en general y a los medios de comunicación en particular. El trabajo de los observatorios de medios es una examinación normativa porque parte de un ideal sobre cómo *debería ser* la comunicación en una sociedad democrática. Por lo tanto, es importante señalar que cada observatorio de medios es distinto porque parte de objetivos y valores heterogéneos. El término de observatorio de medios no es una franquicia que cuente con un instructivo teórico y metodológico universal. Por el contrario, como lo señala Germán Rey, la acción de observar implica un emplazamiento en particular y ese emplazamiento, por fuerza, construye un lugar desde el cual se observa subjetivamente el fenómeno comunicativo. Los observatorios, así, aportan distintas miradas políticas sobre la comunicación y sus sistemas, miradas que “reconocen su visión parcial, pero sobre todo que se abren a confrontarse con otras miradas, interactúan con otras observaciones que, a su vez, provienen de diferentes ‘lugares’ dentro de la sociedad” (Rey, 2003).

En conclusión, los observatorios de medios son espacios desde donde se analiza el quehacer de los medios de comunicación. Estas organizaciones están integradas por académicos, periodistas o ciudadanos en general. Los observatorios hacen labores de investigación sobre los distintos procesos de comunicación interpersonal, masiva y de redes (producción, circulación, consumo), generan pedagogías que detonan la alfabetización mediática y un consumo crítico de los productos comunicativos, toman una participación en debates públicos sobre su objetivo de estudio y buscan desarrollar transformaciones en la opinión pública y los sistemas legislativos de su entorno. Algunos observatorios llevan a cabo todas estas labores, pero la mayoría solo se avoca a algunas de ellas.

UN MAPA DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN JALISCO

En el estado de Jalisco han operado distintos observatorios de medios. El primero en iniciar sus operaciones en 2004 fue el observatorio del Departamento de Estudios Socioculturales de la Universidad ITESO. A lo largo de sus primeros años de trabajo el observatorio se dedicó a realizar mapas sobre los sistemas de comunicación del Área Metropolitana de Guadalajara. En 2007 este observatorio adoptó el nombre de “Quid ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación”, en 2014 fue modificado por “Q ITESO” y en 2016 se transformó en “ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura”.

Los objetivos de las primeras dos versiones de este observatorio quedaron plasmados en su misión, la cual señalaba que

El observatorio de medios del 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 de medios de comunicación de Jalisco; fomentar la construcción de audiencias críticas en la comunidad universitaria, y establecer diálogo con los medios de comunicación para promover 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.

Este observatorio de medios concentró cuatro tareas fundamentales: la investigación académica del sistema de comunicación local en Guadalajara desde dimensiones políticas, económicas, periodísticas y culturales; el desarrollo de proyectos pedagógicos en los campos de la educación para la recepción y la alfabetización mediática, y en la elaboración de estrategias comunicativas para dar a conocer el trabajo del observatorio de medios.

La tercera etapa de este proyecto comenzó a operar en 2016 con el nombre de “ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura”. En este nuevo momento el observatorio amplió sus horizontes al campo de la comunicación y la cultura y se puso como objetivo producir “nuevo conocimiento sobre asuntos de interés público”, así como “incidir en el diálogo académico y el debate público a través de

la difusión de conocimientos e información sobre temas socialmente pertinentes y necesarios” (Paláu Cardona & Bernal Loaiza, 2018). En este observatorio, en sus tres etapas, han colaborado decenas de alumnos de las distintas licenciaturas de la Universidad ITESO, especialmente de la carrera de Ciencias de la Comunicación, bajo la coordinación de profesores e investigadores como Graciela Bernal Loaiza, Cecilia Cervantes Barba, Bernardo Masini Aguilera, María Magdalena Sofía Paláu Cardona, Julio González, Juan Larrosa Fuentes, entre otros. El trabajo de este observatorio se puede consultar en las publicaciones que ha producido (Bernal Loaiza, 2017, 2019; Larrosa–Fuentes, 2008, 2009, 2011, 2012; Larrosa–Fuentes & Paláu Cardona, 2013; Paláu Cardona, 2012, 2015, 2016; Paláu Cardona & Larrosa–Fuentes, 2014).

Un año después de la fundación del observatorio de medios del ITESO nació el capítulo México del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (Obitel). Este observatorio está conformado por una red de investigadores de doce países y tiene por objetivo la observación de la ficción televisiva, particularmente en países de América Latina, aunque también participan investigadores de España, Portugal y de Estados Unidos (Gómez Orozco & Vassallo de Lopes, 2010, p.16). Además, el observatorio busca “estimular la cooperación de investigadores, especialistas y productores, y el intercambio de conocimiento para fomentar el desarrollo de la investigación y de la formación” (Sánchez García & Díaz, 2013, p.216). El capítulo de México tiene su sede en la ciudad de Guadalajara y opera desde 2005 con un equipo de trabajo conformado por los investigadores Francisco Hernández Lomelí, Darwin Franco, Gabriela Gómez, Adrién Charlois Allende y Alejandro Huí-

zar, que laboran bajo la conducción del doctor Guillermo Orozco Gómez, quien además se ha desempeñado como coordinador general de la red internacional Obitel desde 2008. Este observatorio se ha caracterizado por hacer análisis cuantitativos y cualitativos de la programación de la televisión abierta en México, especialmente de aquellas piezas que pueden ser catalogadas como ficción. La mayor parte del trabajo de este observatorio puede consultarse en los informes anuales que han publicado (Orozco Gómez & Vassallo de Lopes, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015; Vassallo de Lopes & Vilches, 2008).

A partir de 2007 el Ayuntamiento de Guadalajara echó a andar el Observatorio Minerva. Este observatorio estuvo dedicado a analizar y dar seguimiento al tema de género en la capital del estado de Jalisco. Entre otros proyectos, Minerva contó con el “Observatorio de Publicidad y Comunicación no Sexista”. Este observatorio tuvo por objetivo “observar, analizar y canalizar las denuncias expuestas por la población tapatía respecto a imágenes y contenidos sexistas, discriminatorios y con estereotipos de género masculinos y femeninos, que se exhiban en cualquier medio de comunicación y publicidad”. En particular, dos líneas de investigación destacaron en este trabajo: el análisis, desde una perspectiva de género, de los productos publicitarios que son consumidos por los habitantes del municipio de Guadalajara y el monitoreo de las notas periodísticas que se publican en la prensa local en torno a los temas de violencia social y de género. Es importante señalar que el trabajo de esta organización gubernamental está sustentado en distintos documentos del sistema internacional de protección a los derechos humanos como la Convención para la Eliminación de toda forma de Discriminación

minación hacia la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Belem Dó Pará. Minerva fue parte del Instituto Municipal de las Mujeres, dirigido por María Elena Cruz Muñoz y coordinado por Gabriela Cervantes Fuentes. El observatorio concluyó sus funciones en 2013.

Aunque no es un observatorio de medios propiamente, Jalisco Cómo Vamos se define como un observatorio ciudadano que mide la calidad de vida de los habitantes del estado de Jalisco. Este observatorio nació en 2010 como una iniciativa de un grupo de académicos, empresarios y periodistas con la intención de generar información estadística sobre la vida de los habitantes del estado. Jalisco Cómo Vamos tiene como socios fundadores a la Universidad ITESO, EXTRA A.C., y la Fundación Jesús Álvarez del Castillo. El primer director de este observatorio fue David Gómez Álvarez, quien después fue relevado en el cargo por Augusto Chacón Benavides. El trabajo central de esta organización ha sido el de levantar una encuesta anual de percepción en la cual se abordan temas como salud, educación, movilidad, consumo cultural, entre otros. La inclusión de Jalisco Cómo Vamos en este recuento es pertinente porque su encuesta ha arrojado información valiosa sobre los patrones de consumo mediático entre los jaliscienses, una tarea que coloca a esta organización en el terreno de la observación de medios de comunicación. Al igual que en el caso de los observatorios anteriores, el trabajo de Jalisco Cómo Vamos puede encontrarse en sus informes anuales (Jalisco Cómo Vamos, 2011, 2012, 2013, 2014).

En 2017 se formó un nuevo observatorio auspiciado en la Universidad de Guadalajara y que se denominó como “Observatorio político electoral”. Este nuevo dispositivo es

Un grupo de trabajo integrado por profesores y estudiantes de la Universidad de Guadalajara encargado de dar seguimiento a la evolución de los procesos electorales locales y de la observación permanente de los procesos político-electorales de Jalisco y la región. Busca realizar e impulsar el trabajo de análisis político. Su conducción es neutral y apartidista, con objetividad y responsabilidad frente al panorama político electoral. La organización se realiza desde el Departamento de Estudios Políticos del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) (Observatorio electoral, 2019).

Entre las diversas líneas de trabajo de este proyecto existe una dedicada a la observación de “prensa y líderes de opinión” coordinada por el investigador Armando Zacarías Castillo, en la que se han presentado análisis de contenido de la prensa local y nacional en contextos nacionales, así como análisis de la comunicación política del gobierno federal.

LA OBSERVACIÓN A SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

El mayor aporte de los observatorios de medios en Jalisco ha sido la creación de conocimientos sustentados en evidencias empíricas. Los observatorios en México nacieron, en buena medida, como organizaciones que buscan suplir

las deficiencias de un Estado que carece de los recursos económicos y técnicos, y muchas veces de voluntad política, para generar información sobre la vida política, económica, social y cultural de la población. El caso de la comunicación social, masiva y en redes es emblemática. Hasta el momento de escribir este texto no existían censos confiables sobre el número y características de las empresas y trabajadores de las industrias mediáticas y de telecomunicaciones. La dispersión y escasez de la información es notoria. Por ello, uno de los primeros trabajos de los observatorios consistió en realizar censos de los periódicos, radiodifusoras y televisoras en el estado de Jalisco. En particular, el observatorio de medios del ITESO creó distintos mapas de medios, desde una perspectiva teórica de la economía política, los cuales ha ido actualizando en el tiempo y que han sido publicados en sus informes anuales, así como en su página de Internet. Estos censos y mapas han revelado y demostrado varias cosas, por ejemplo, una alta concentración del control y la propiedad de los medios de comunicación, especialmente en los sectores de la radio y la televisión, y una notable ausencia de medios públicos y universitarios entre la oferta audiovisual que tienen los jaliscienses. Además, en términos de propiedad del sistema de comunicación, hay una tendencia en la cual los medios han pasado a ser propiedad de empresarios de otros estados de la república mexicana. En otras palabras: los empresarios jaliscienses han dejado de tener una participación importante en el control del sistema de comunicación. Por otro lado, los observatorios han ofrecido información sobre la centralización de la comunicación. Esto quiere decir que la mayor parte de los medios de comunicación están en el Área Me-

tropolitana de Guadalajara y que, en contraparte, existen pocos medios de comunicación en los distintos municipios del estado de Jalisco.

Los medios que integran los distintos sistemas de comunicación producen mensajes que después son decodificados por las audiencias. Además de analizar las estructuras comunicativas del estado de Jalisco los observatorios de medios han dedicado sus esfuerzos a analizar los mensajes de la prensa, la radio, la televisión y los medios digitales. Estos observatorios, por ejemplo, han documentado que no nada más existe una concentración y centralización de la infraestructura comunicativa en el Área Metropolitana de Guadalajara, sino que también ocurre la misma tendencia en términos de producción de mensajes, pues la mayoría son manufacturados en la capital del estado. Sin embargo, este desbalance en la producción comunicativa también existe si se compara la producción comunicativa de todo el estado de Jalisco en relación con los mensajes que se importan desde la Ciudad de México o de otras partes del mundo, especialmente de Estados Unidos. En general, los jaliscienses tienen acceso a contenidos mediáticos producidos en la Ciudad de México. Esto queda claro con los análisis de las parrillas de televisión que han hecho el observatorio de medios del ITESO y Obitel, en los que se consigna que los canales de televisión locales tienen una producción muy baja de programas y, en general, se limitan a retransmitir lo producido en la capital del país. Además, diversos análisis de contenido de la prensa tapatía demuestran la “edición” de la prensa local (González-Borjas, 2000), una tendencia en la cual las empresas periodísticas locales fueron adquiridas por conglomerados nacionales y en donde las agendas periodísticas ganaron

contenidos de orden nacional, en detrimento de la producción informativa local. En estas fusiones mediáticas buena parte de la producción local de comunicación se sustituyó por información producida en otras partes del país y del mundo.

Los observatorios de medios también han realizado análisis de contenido de “eventos mediáticos” y de ciertos temas en específico. Por ejemplo, uno de los proyectos más grandes y extensos del observatorio de medios del ITESO ha sido la observación mediática durante las campañas electorales. Este observatorio ha realizado trabajos de investigación en las elecciones de 2006, 2009, 2012, 2015 y 2018, retomando el trabajo académico de monitoreo de medios de investigadores de la Universidad de Guadalajara, particularmente de Francisco Aceves González. El centro de la investigación electoral ha estado en el análisis de contenido, aunque también ha observado a los productores y a los receptores de mensajes durante las campañas electorales. A lo largo de todos estos años el observatorio de medios del ITESO ha hecho análisis de prensa, así como de noticiarios de radio y televisión, de los *spots* políticos, de los debates televisados entre candidatos a cargos públicos, la publicación de encuestas en periodos electorales, así como el seguimiento a la comunicación digital en páginas de Internet y en plataformas para la creación de comunidades virtuales como Facebook, Twitter y YouTube. Sobre el tema electoral este observatorio de medios ha concluido que el sistema de comunicación política en México es unidireccional y muy rígido. El sistema es unidireccional porque las campañas, en su mayoría, están diseñadas como estrategias de difusión informativa sobre los candidatos y sus mensajes publicitarios. Sin

embargo, no se han privilegiado estrategias en las que los ciudadanos también puedan ser parte de los procesos comunicativos. Lo anterior ha sido cierto, incluso, en las campañas electorales en Internet. Así, más que un sistema de comunicación política, en México existe un *sistema de difusión* de información política. Por otro lado, el diseño institucional del llamado sistema de comunicación política es muy rígido porque tiene muchas restricciones que entorpecen el trabajo comunicativo de los candidatos y sus partidos políticos, pero especialmente de los periodistas. La sobrerregulación de la comunicación política ha hecho que las coberturas periodísticas se reduzcan al mínimo y con más o menos la misma información en todos los medios de comunicación. Asimismo, quienes han investigado estos procesos se han percatado de que la comunicación interpersonal durante las campañas electorales desempeña un papel mucho más importante del que normalmente se cree, por lo que una agenda pendiente de estos trabajos de investigación es dirigir las observaciones no únicamente a la comunicación masiva y en redes, sino también a lo que ocurre en otro tipo de interacciones comunicativas.

La comunicación política ha sido estudiada en eventos y coyunturas mediáticas distintas a las campañas electorales. Durante varios años el observatorio de medios del ITESO llevó a cabo investigaciones sobre cómo se discuten los temas de interés público. Para ello hizo análisis de contenido de la prensa local en orden de analizar los debates públicos, pero también entrevistas con aquellos actores políticos y sociales que participaron en tales debates. Un caso importante de análisis fue el debate sobre la pertinencia de llevar a cabo una carretera privada que atravesara la ciudad de Guadalajara con la finalidad de agilizar el tráfico.

Esta obra, a la que se denominó “Vía Expres”, causó una gran polémica entre los ciudadanos jaliscienses, pues iba a financiarse con dinero público y tendría un uso privado; además, distintos arquitectos y urbanistas señalaron los impactos negativos que una obra como esa traería a la ciudad. Durante meses la obra fue discutida en distintos medios de comunicación y estas discusiones fueron analizadas por el observatorio de medios (Acosta García, Larrosa-Fuentes & Paláu Cardona, 2014). En otro caso de estudio se analizó la discusión de las reformas a la Ley de Transparencia de Jalisco. Estas discusiones no solamente se llevaron a cabo en el Congreso del estado, también ocurrieron en la prensa local y en distintas redes socio-digitales. El equipo del observatorio también analizó esta coyuntura y entrevistó a diputados, académicos, periodistas y líderes de opinión involucrados en las discusiones públicas. Los resultados generales de estas investigaciones indican que muchas de las prácticas periodísticas en Jalisco se caracterizan por ser oficialistas. El oficialismo se descubre en las fuentes informativas de los periodistas, que en su mayoría provienen de documentos producidos por el gobierno o por declaraciones realizadas por las autoridades. En estas coberturas informativas se le otorga un mínimo porcentaje de voz a líderes y organizaciones sociales y, en general, es notoria la poca participación que tienen las mujeres en los debates públicos en los medios de comunicación. Otra de las conclusiones es que los debates tendieron a polarizarse y quienes discutían pocas veces coincidían en sus argumentos y, por el contrario, abundaron las descalificaciones y la repetición acrítica de argumentos. Estas observaciones dan cuenta de un sistema de comunicación política al que le hacen falta mecanismos formales y no formales para

llevar a buen puerto los diálogos políticos y sociales entre la comunidad jalisciense.

El análisis de contenidos mediáticos no se limitó a la comunicación política. También se realizaron ejercicios de observación a los programas de ficción que se transmiten a través de los sistemas de las pantallas televisivas. A lo largo de más de diez años el capítulo México de Obitel se abocó a analizar la ficción en la televisión mexicana. La mayor parte de sus observaciones tienen un carácter nacional, pues, como se mencionó anteriormente, el grueso de la producción televisiva en México se realiza en la capital del país. En sus investigaciones Obitel concluye que la telenovela es el género televisivo dominante a través del cual los mexicanos se entretienen desde hace décadas. Sin embargo, Obitel no solo confirmó la preponderancia de las telenovelas en México, llegó además a dos conclusiones importantes (Gómez Orozco & Vassallo de Lopes, 2010). La primera es que encontraron que las telenovelas se convirtieron en un vehículo para transmitir “publicidad nativa” o “publicidad integrada”. Esto quiere decir que dentro de los productos televisivos se integraron anuncios publicitarios. Por ejemplo, en la telenovela “Alma de hierro”, producida por Televisa en 2009, la trama incluía a una familia que trabajaba en una salchichonería en donde se vendían los productos de la marca FUD. Cada vez que había una escena en ese establecimiento aparecía la marca comercial en la propia telenovela. La segunda conclusión es que, además del surgimiento de la publicidad nativa, también se naturalizó la propaganda política. Por ejemplo, en el año 2006 la telenovela “Betty la fea” incluyó diálogos en los que abiertamente apoyaban al entonces candidato presidencial Felipe Calderón.

Los observatorios de medios también han realizado análisis de contenidos temáticos. Por ejemplo, el ITESO hizo un análisis de contenido sobre el tratamiento que los periódicos locales le dieron a la cobertura de los Juegos Panamericanos que se llevaron a cabo en Guadalajara en 2011, y en 2013 realizó, junto con investigadores de la Universidad de Guadalajara, un análisis sobre la cobertura de la prensa nacional a los temas de medio ambiente y cambio climático (ambas investigaciones se pueden consultar en la página del observatorio). En este rubro, en el de los análisis de contenido sobre ciertos temas en particular, sobresale el trabajo del Observatorio Minerva, el cual en 2008 hizo un análisis de contenido de 127 notas de periódicos locales que tenían por tema central la violencia contra mujeres, niños y niñas en Guadalajara. Del universo de las notas, 62% se referían a hechos violentos que ocurrían por primera vez y 28% fueron notas relacionadas con el seguimiento de esos hechos violentos. De este análisis de contenido el observatorio de medios concluyó que la prensa local da una gran cobertura al hecho violento, pero pocas veces hace un seguimiento sobre cómo se solucionan o se castigan —o no— estos hechos. Además, observaron que las notas monitoreadas hacían un gran énfasis en la vida íntima de las personas que participaron en los hechos violentos, pero que poco se hacía por incluir información que diera una mayor contextualización a estos casos (Observatorio Minerva, 2008).

Los observatorios jaliscienses se han ocupado de investigar a las audiencias que consumen los mensajes mediáticos. En este rubro destaca el trabajo del observatorio Jalisco Cómo Vamos, que desde el año 2010 publica una encuesta anual sobre la calidad de vida de los jaliscienses.

En estas encuestas hay una sección dedicada a conocer el consumo cultural de la población. Estos trabajos ofrecen información interesante, como por ejemplo que la mayoría de los jaliscienses (más de 90%) dice ver la televisión de forma regular a manera de entretenimiento y que, por el contrario, solamente un tercio de la población señala que asiste con regularidad al cine. Por otro lado, el observatorio de medios del ITESO levantó una encuesta durante la campaña a presidente del Ayuntamiento de Guadalajara en 2015, así como en la elección a gobernador en 2018. Esta encuesta estuvo enfocada a observar la forma en la que los habitantes del municipio de Guadalajara se informaron durante las campañas electorales. Este ejercicio confirmó que la televisión sigue siendo el medio de comunicación con mayor audiencia, pues 49.5% de los encuestados dijo informarse a través de la televisión, mientras que 12% dijo hacerlo a través de la radio, 12% a través de la prensa y 12% a través de la plataforma Facebook.

INCIDENCIA PÚBLICA DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS

En los párrafos anteriores hay una descripción, a grandes rasgos, de los principales conocimientos que han generado los observatorios de medios de Jalisco. Por supuesto, el trabajo de investigación de estas veedurías es mucho más extenso y profundo que lo descrito. En la sección bibliográfica de este artículo el lector encontrará las publicaciones de los observatorios en donde podrá consultar a detalle las investigaciones reseñadas y otras más. Ahora bien, en este punto del texto es pertinente formular algunas preguntas. ¿De qué ha servido esta generación de conocimiento de

los observatorios de medios? ¿En qué se diferencian estos observatorios de medios del trabajo que se hace en los departamentos de investigación de las universidades locales? ¿Cómo han defendido estos observatorios el derecho a la información? Al respecto, las veedurías han incidido en la vida pública de Jalisco de tres formas en particular y todas están relacionadas con la producción de conocimientos académicos. La primera, como se explicó párrafos antes, es una contribución al conocimiento público en un contexto en el que el Estado mexicano produce información de mala calidad o de plano no la produce. En este sentido, los observatorios han construido información útil para conocer el sistema de comunicación local. Esta información puede servir a otros investigadores para realizar su trabajo cotidiano, a los ciudadanos para conocer su sistema de comunicación, y a los distintos órdenes de gobierno para analizar y tomar decisiones en torno a la comunicación pública del estado.

La segunda forma en la que han incidido los observatorios de medios ha sido en el terreno educativo. Tanto Obitel, pero especialmente el observatorio de medios del ITESO, tienen una estrecha relación con el mundo universitario. En estos observatorios han participado alumnos de licenciatura y posgrado, que se encargan de las labores de investigación y comunicación de los conocimientos académicos que se han producido en estas organizaciones. Esta experiencia ha sido muy útil para formar nuevos cuadros que, cuando salen de la universidad, se integran al mundo laboral para trabajar como investigadores académicos, periodistas o comunicadores sociales. Pero las aportaciones de los observatorios en el terreno formativo también pueden observarse en los procesos de educación

para la recepción y de alfabetización mediática que han desarrollado a lo largo de los años. Los observatorios y sus integrantes han creado manuales para padres de familia que tienen el interés de ver críticamente la televisión con sus hijos, talleres para estudiantes en donde se desarrollan habilidades para hacer un consumo responsable de los noticiarios de televisión, programas pedagógicos para leer críticamente las campañas electorales en los medios y procesos mucho más lúdicos como la organización de cineclubes relacionados con la comunicación, presentaciones de libros, obras de teatro y más. Estos procesos han contribuido a formar audiencias críticas y con la capacidad de tener mejores lecturas y formas de consumo de los productos mediáticos con los que están en contacto cotidianamente

La tercera forma en la que los observatorios han incidido es a través de su participación en distintas discusiones públicas. Las veedurías están integradas por académicos, periodistas y estudiantes que, en distintos momentos y coyunturas, han participado en debates públicos a través de ponencias, de la redacción de artículos de opinión en periódicos, revistas o blogs, de programas de radio, o de acceder a entrevistas en medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. Sobre esta forma de incidencia hay varios ejemplos. Durante distintos procesos electorales, el observatorio de medios del ITESO ha producido programas de radio, televisión, así como análisis de coyuntura, productos comunicativos que pueden consultarse en su página web. Entre otras cosas, el observatorio criticó que en las elecciones de 2012 no se hayan transmitido los debates de los candidatos a gobernador a través de canales comerciales de televisión abierta y en 2015 la falta

de rigor teórico y metodológico de la prensa local cuando publicaron encuestas electorales. Otro tema relevante ha sido el traslado de recursos públicos a empresas privadas por concepto de publicidad oficial o para la elaboración de productos comunicativos como telenovelas. El observatorio de medios del ITESO y Obitel criticaron en sus respectivos informes la política de Emilio González Márquez de otorgar dinero público para la producción de telenovelas como “Las tontas no van al cielo”, grabada en la ciudad de Guadalajara, o la organización de eventos mediáticos como los premios MTV en 2008. Los sistemas de medios públicos en Jalisco también han sido objeto de escrutinio de los observatorios de medios, los cuales han señalado el uso político de estos medios, su falta de profesionalización, así como la violación a los derechos de las audiencias en ciertas coyunturas. Al respecto se pueden consultar los artículos que han escrito Guillermo Orozco y Darwin Franco para la revista *Zócalo*, por ejemplo “C7 Jalisco: la impune violación a los derechos de las audiencias”, en el que hacen referencia al trabajo del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (Orozco Gómez & Franco, 2015).

CONCLUSIONES: RETOS DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS

En términos históricos, los observatorios de medios son organizaciones nuevas en Jalisco, pues nacieron durante los primeros años del siglo XXI. A lo largo de más de diez años los observatorios han contribuido a la creación de conocimientos desde una visión crítica, han desarrollado procesos pedagógicos dirigidos a la formación de estudiantes y ciudadanos en general, y han participado en

discusiones públicas de trascendencia para el sistema de comunicación local.

Sin embargo, los observatorios de medios en Jalisco todavía tienen muchos retos por delante. Desde una perspectiva interna estas organizaciones han subsistido con un presupuesto económico exiguo. Esta precariedad financiera ha tenido un impacto directo en su fuerza laboral, en su acceso a tecnologías de investigación y comunicación, así como en la infraestructura material que tienen para realizar su trabajo. En la siguiente década, si los observatorios desean subsistir, tendrán que dar pasos hacia una institucionalización más robusta, que incluya, entre otras cosas, fuentes de financiamiento estables y suficientes para llevar a cabo sus objetivos.

Por otra parte, los observatorios de medios en Jalisco tienen por delante la creación de nuevas y mejores estrategias de incidencia y diálogo público (Larrosa-Fuentes, 2012). Los observatorios han volcado la mayor parte de su trabajo al interior de las organizaciones y han hecho poco por entablar relaciones y diálogos con otras instituciones, así como actores públicos y sociales. Las veedurías tienen la posibilidad de entablar relaciones con los distintos niveles de gobierno. Estas relaciones deben seguir siendo críticas, pero al mismo tiempo pueden ser colaborativas. Los observatorios pueden presionar para que las instituciones públicas produzcan información de calidad sobre los distintos sistemas de comunicación. Esto abriría la puerta para que los observatorios pudieran hacer otro tipo de investigaciones, mucho más complejas y de temas más amplios.

Sin duda, un interlocutor fundamental de los observatorios de medios son los medios de comunicación y los

periodistas. Aunque el trabajo de estas organizaciones es crítico del sistema de comunicación, no se debe cancelar la posibilidad de encontrar a los medios de comunicación en procesos dialógicos en donde se puedan discutir las formas de producción, distribución y consumo de la comunicación en Jalisco, de manera que puedan mejorarse las condiciones y el desempeño del sistema de comunicación. El conocimiento que producen los observatorios tendría que servir para mejorar el trabajo de los periodistas del estado, para discutir las parrillas de programación en radio y televisión, para evaluar el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, así como el Sistema Universitario de Radio y Televisión, para proponer nuevas legislaciones sobre el gasto público en comunicación social, entre otras cosas. De otra forma, los observatorios se convertirán en voces que lanzan sus mensajes al desierto, en donde poco o nulo impacto tendrán sus críticas.

En la introducción de este artículo se alude a la definición de la Real Academia de la Lengua para definir el sustantivo “observatorio”. Entre otras cosas, la definición de este sustantivo refiere al “lugar o posición que sirve para hacer observaciones”. En el caso de Jalisco han existido pocos observatorios y, por lo tanto, pocos lugares desde los cuales mirar a los medios y a la comunicación en general. No basta con tener un observatorio de medios, pues entonces el análisis crítico se restringe a una sola mirada y se vuelve, más que crítico, hegemónico. Por ello es importante que se desarrollen más observatorios que puedan observar a los medios de comunicación desde el gobierno, la academia, los medios de comunicación, así como de las organizaciones y movimientos sociales. Cada

uno de estos espacios supone un emplazamiento distinto para analizar la comunicación y, por lo tanto, una mirada que pueda entrar en diálogo y conflicto con otras miradas. Los distintos órdenes de gobierno pueden instalar observatorios para producir información y fiscalizar que medios y periodistas cumplan con las regulaciones que están en la Constitución y en las leyes federales. Las universidades pueden impulsar observatorios que innoven en metodologías y tecnologías para hacer investigación sobre medios. Los medios de comunicación y periodistas pueden abrir espacios informativos, como ocurre en otras partes del país y del mundo, para investigar periodística y analíticamente a otros medios de comunicación y romper con la absurda y anacrónica tradición periodística en México, en la que los medios no son críticos con el desempeño de sus pares. Y las organizaciones y movimientos sociales pueden construir observatorios en donde el centro de su labor esté relacionado con la temática de la organización como, por ejemplo, observatorios que analicen la cobertura de movimientos sociales en los medios, o temas como la migración, el trabajo, el medio ambiente, entre otros.

En los últimos 150 años la comunicación ha tenido un desarrollo vertiginoso y no se vislumbra que la intensidad de este desarrollo vaya a decrecer en los siguientes años. Los cambios sociales que han traído estas transformaciones comunicativas son inmensos. Sin embargo, estos procesos de desarrollo también han sido marcados por profundas inequidades y divisiones políticas, económicas, sociales y culturales. Los observatorios seguirán siendo organizaciones valiosas y pertinentes, siempre y cuando continúen analizando críticamente la comu-

nicación en las sociedades contemporáneas, pero también exigiendo los derechos informativos y comunicativos para los sectores de la población más vulnerables.

REFERENCIAS

- Acosta García, R., Larrosa-Fuentes, J.S., & Paláu Cardona, M.M.S. (2014). Decisiones públicas sin diálogo público: análisis de los argumentos sobre el caso de la Vía Expres vertidos en la prensa de Guadalajara. *Comunicación y Sociedad* (21), 139-159.
- Albornoz, L. A., & Herschmann, M. (2007). Balance de un proceso iberoamericano: los observatorios de información, comunicación y cultura. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (72), 47-59.
- Bernal Loaiza, G. (Ed.). (2017). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2016*. Guadalajara: ITESO.
- Bernal Loaiza, G. (Ed.). (2019). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2017*. Guadalajara: ITESO.
- Díaz Castellanos, J. (2010). Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática. *Razón y Palabra* 15(73).
- Gómez Orozco, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (2010). Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos. *Comunicación y Sociedad* (13), 13-42.
- González-Borjas, A. (2000). El fenómeno de la “edición local” y la prensa local. *Ámbitos* (4), 87-100.
- Herrera, S., & Christofolletti, R. (2006). Una guía de los observatorios de medios en América Latina. *Anagramas* 5(9), 47-66. Recuperado de <http://revis->

tas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/779

Jalisco Cómo Vamos (2011). *Encuesta de Percepción 2011. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2012). *Encuesta de Percepción 2012. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2013). *Encuesta de Percepción 2013. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2014). *Encuesta de Percepción 2014. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Larrosa-Fuentes, J.S. (2012a). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En R. Acosta García (Ed.), *El diálogo como objeto de estudio* (pp. 171-190). Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2008). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2008*. Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2009). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2009*. Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2009). *Medios de comunicación y libertad de expresión en Jalisco, 2010*. Guadalajara: ITESO.

- Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2012). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011*. Guadalajara: ITESO.
- Larrosa-Fuentes, J.S., & Paláu Cardona, M.M.S. (Eds.) (2013). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2012. Análisis del sistema de comunicación política de Jalisco durante las campañas electorales a gobernador*. Guadalajara: ITESO.
- Observatorio electoral (2019). Página del “Observatorio Electoral” de la Universidad de Guadalajara. Consultado el 10 de mayo de 2019 en Página del “Observatorio Electoral” de la Universidad de Guadalajara: <http://www.observatorioelectoral.cucsh.udg.mx/>
- Observatorio Minerva (2008). *Violencia social y de género en medios de comunicación impresos. Primer corte cuatrimestral*, No.1, p.10. Guadalajara: Instituto Municipal de las Mujeres de Guadalajara.
- Orozco Gómez, G., & Franco, D. (2015). C7 Jalisco: la impune violación a los derechos de las audiencias. *Revista Zócalo* (185).
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2009). *La ficción televisiva en países iberoamericanos. Narrativas, formatos y publicidad (Informe OBITEL 2009)*. Barcelona / Guadalajara: Obitel.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2010). *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva (Informe OBITEL 2010)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2011). *Calidad de la ficción televisiva y participación trans-*

- mediática de las audiencias (Informe OBITEL 2011)*. Sao Paulo: Obitel / Globo.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos (Informe OBITEL 2012)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2013). *Memoria social y ficción televisiva (Informe 2013)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva (Informe OBITEL 2014)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2015). *Relaciones de género en la ficción televisiva (Informe OBITEL 2015)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2012). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2015). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2016). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2015. Análisis del sistema de comunicación política en el proceso electoral*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S., & Bernal Loaiza, G. (2018). El observatorio de medios de comunicación: una experiencia de formación profesional, producción académica y vinculación. En G. Bernal Loaiza (Ed.), *50 años en la formación universitaria de comunicadores. 1967-2017* (pp. 219-236). Guadalajara: ITESO.

- Paláu Cardona, M.M.S., & Larrosa-Fuentes, J.S. (2014). *Manual para la observación de medios* (1a ed.). Guadalajara: ITESO.
- Pastoriza, G. B., Hernández, T., García, X.L., & Pereira, J. (2005). Los observatorios de comunicación. *Chasqui* (13901079) (90), 38-45.
- Real Academia de la Lengua, RAE (2016a). Observar. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia de la Lengua. Recuperado de www.rae.es
- Real Academia de la Lengua, RAE (2016b). Observatorio. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia de la Lengua. Recuperado de www.rae.es
- Rey, G. (2003). Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina. *Revista Probidad* (24), 1-9. Recuperado de <http://www.revistaprobidad.info/024/011.pdf>
- Sánchez García, K., & Díaz, O. (2013). ¿Quién vigila a los que vigilan? Una mirada a los Observatorios de Medios en México y sus recursos para la incidencia política. En *Observatorios Ciudadanos. Nuevas formas de participación de la sociedad* (pp. 201-234). México: UAM / Gernika.
- Vassallo de Lopes, M.I., & Vilches, L. (Eds.). (2008). *Mercados globales, historias nacionales (Informe OBITEL 2008)*. Sao Paulo: Obitel / Globo.