

**CARACTERIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI  
SANTIAGO DE CALI 2020**

**GISLEN CERÓN ESPINOSA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS  
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2020**

**CARACTERIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI  
SANTIAGO DE CALI 2020**

**GISLEN CERÓN ESPINOSA**

**Proyecto de grado para optar por el título de  
Comunicador Social-Periodista**

**Director  
FEDERICO PÉREZ BONFANTE**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS  
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2020**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación universitaria católica Lumen Gentium para optar al título de Comunicador Social-Periodista**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, febrero 2022**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mis padres quienes me apoyaron en este largo trayecto y al profesor Federico Pérez y Ovet Metrio al tenerme en cuenta para ser partícipe en el proyecto de investigación del cual mi trabajo de grado está enmarcado.

## CONTENIDO

<b>RESUMEN</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>11</b>
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.3.SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	13
<b>2.JUSTIFICACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>3. OBJETIVOS</b>	<b>16</b>
3.1. OBJETIVO GENERAL	16
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
<b>4. MARCO REFERENCIAL</b>	<b>17</b>
4.1. ANTECEDENTES	17
<b>5.2. MARCO TEÓRICO</b>	<b>21</b>
5.2.1. Observatorio de Medios de Comunicación	21
5.2.2. Investigación del estado del arte	23
5.2.3. Relación entre medios de comunicación y poder	24
<b>5.3. MARCO CONTEXTUAL</b>	<b>26</b>
<b>6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>28</b>
6.1. INSTRUMENTOS	29
<b>7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>30</b>
7.1. CONTEXTO HISTÓRICO EN EL QUE SURGE EL OBSERVATORIO DE UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI	30
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>39</b>

<b>9. CRONOGRAMA DE TRABAJO</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>45</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cronograma de actividades	40

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
<b>Anexo A. Cuestionario</b>	<b>45</b>
<b>Anexo B, Cuestionario resuelto: Informante: Profesor Pedro Pablo Aguilera González - Director del Observatorio de Medios de Comunicación Universidad Santiago de Cali</b>	<b>47</b>
<b>Anexo C. cuestionario resuelto: instrumento para obtención de información</b>	<b>51</b>



## RESUMEN

La investigación buscó establecer el contexto histórico en el cual surgió el OMC de la USACA, reconocer la definición de observatorio asumida a partir de identificar las perspectivas teóricas desde las cuales se ha fundado el mismo, dar cuenta de los campos de estudio de interés de este e inventariar las publicaciones realizadas.

En términos teóricos y conceptuales, por una parte, se indagaron aspectos pertinentes de la teoría política liberal, fundamentalmente lo respectivo con los conceptos de democracia y ciudadanía; por otra parte, se dio cuenta de las relaciones entre medios de comunicación y poder; finalmente, se estableció un puente entre los dos asuntos planteados a la luz de la concepción de los observatorios de medios de comunicación.

**Palabras Claves:** Observatorios de Medio de Comunicación (OMC), perspectivas teóricas, democracia y ciudadanía, poder

## INTRODUCCIÓN

En el marco del proyecto de investigación *Estado del arte de los observatorios de comunicación social y periodismo vigentes en Colombia* (Unicatólica, 2019), liderado por los profesores Federico Pérez Bonfante y Ovet Darío Uribe Metrio, se desarrolló el trabajo de grado “Caracterización del observatorio de medios de comunicación de la universidad Santiago de Cali”. Esta investigación buscó establecer el contexto histórico en el cual surgió el OMC de la USACA, reconocer la definición de observatorio asumida a partir de identificar las perspectivas teóricas desde las cuales se ha fundado el mismo, dar cuenta de los campos de estudio de interés de este e inventariar las publicaciones realizadas.

En términos teóricos y conceptuales, por una parte, se indagaron aspectos pertinentes de la teoría política liberal, fundamentalmente lo respectivo con los conceptos de democracia y ciudadanía; por otra parte, se dio cuenta de las relaciones entre medios de comunicación y poder; finalmente, se estableció un puente entre los dos asuntos planteados a la luz de la concepción de los observatorios de medios de comunicación. La metodología se construyó a partir de las orientaciones de la heurística y la hermenéutica, haciendo análisis documental y empleando el cuestionario y la entrevista semidirecta como las técnicas de recolección de información. Se espera que con este trabajo de grado se aporte al fortalecimiento del observatorio objeto de estudio y, con ello, a la democratización de la sociedad colombiana en tiempos de hiperconcentración de los medios en manos de grandes poderes económicos.

El texto está dividido de la siguiente forma: inicialmente se presenta el problema de investigación, las preguntas y los objetivos, para después pasar a la justificación, posteriormente se desarrolla el marco de referencia, la metodología y los resultados de acuerdo a los objetivos y las conclusiones.

# 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación han jugado un papel importante dentro de las sociedades, porque más allá de informar, pueden servir como forma de controlar o vigilar a los poderes del poder público fundados sobre la democracia, característica principal del Estado basado en un fundamento social. Sin embargo, González (2020) plantea que si bien esta fue la premisa con la que los medios empezaron a ser un actor importante dentro de los sistemas democráticos, también se les considera un cuarto poder que al parecer no tiene un alcance limitado por tener la capacidad de generar un escenario de debate y control social que pareciera no tener quién los enfrente o regule.

Aunque esto parece bastante pretencioso, como fuente de información en constante movimiento y disposición para generar opinión, poner en público aquello que seguramente no era posible hacerlo, ha sucumbido a los intereses particulares que denotan un cambio tanto en la información que se ofrece como en la forma de presentarla, al punto de considerárseles parte de grupos políticos y económicos que constantemente están en pugna por el poder.

De acuerdo con Bergés (2010) estas relaciones entre lo económico y lo político en las que los medios se han involucrado, definitivamente han contribuido a reforzar la imagen de un tipo de sociedad basada en presupuestos ideológicos producidos desde grupos políticos y económicos llegándose a notar su influencia casi directa en las informaciones que se convierten en el canon para valorar los hechos sociales que interesa a la sociedad y deben servir para tomar decisiones y crear y tal vez orientar la opinión pública.

Teniendo presente lo anterior, se ha planteado que los medios de comunicación en Colombia están concentrados en tres grupos económicos de gran poder, a saber: Organización Luis Carlos Sarmiento, Organización Carlos Ardila Lulle y Grupo Empresarial Santo Domingo – Valorem (La silla vacía, 2015); al mismo tiempo, quienes están a la cabeza de estos grupos económicos se encuentran entre los cinco hombres más ricos de Colombia, de acuerdo a un artículo publicado a finales de 2017 (Portafolio, 2017).

Esta relación de poder económico y medios de comunicación pone en entredicho la independencia y capacidad de control de los medios hacia el poder hegemónico en

la sociedad colombiana. A este escenario se suma la relación entre poder económico y poder político, pues los tres grupos económicos mencionados han sido financiadores de campañas de importantes políticos en Colombia. Por ejemplo, en las pasadas elecciones presidenciales (2022), el candidato del Centro Democrático, Iván Duque, actual presidente de Colombia, fue financiado en más del 66% por parte de un banco del Grupo AVAL (La silla vacía, 2018), grupo cuyo propietario es Luis Carlos Sarmiento Angulo, el mismo, como ya se afirmó, que concentra buena parte de los medios de comunicación en este país.

Es decir, los medios de comunicación parecieran ser la bisagra entre poder político y económico, y la ciudadanía. De demostrarse esta hipótesis, el ethos de los medios de comunicación se derrumbaría, quizá sea esta la razón por la cual surgieron los Observatorios de Medios de Comunicación (OMC) que como bien los define Pastoriza, Hernández, López y Pereira (2005) “Con los observatorios se busca que la sociedad discuta sobre el papel de los medios” (p.39).

En Colombia existen hoy algunos OMC, aunque escasos: el de la Universidad Central, el de la Universidad de la Sabana, el de la Universidad Sergio Arboleda, el de la Universidad Tadeo Lozano, el de la Misión de Observación Electoral (MOE) y, en Cali, el de la Universidad Santiago de Cali (USACA).

Según Gómez (2009) los observatorios en Colombia han sido resultado de iniciativas académicas que han buscado asumir la tarea de analizar lo que sucede con la información y el impacto generado por ella en medio del conflicto que se ha estado viviendo y que para este momento cobra relevancia en el sentido de asumir una lógica en la que se presentan confrontaciones que parecieran estar enmarcadas en una guerra donde se mezcla el discurso y la ideología.

}  
En ese sentido se propone hacer un abordaje del OMC de la Universidad Santiago de Cali, en calidad de organización vinculada a la academia, con un origen, circunstancias, reflexiones teóricas y metodológicas que orientan su quehacer que merecen ser retomadas para entender el papel dentro de esta gama de posibilidades de análisis de la información ofrecida por los medios de comunicación.

## **1.2. PREGUNTA PROBLEMA**

- ¿Qué contexto político y académico ha caracterizado el surgimiento y desarrollo del Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali?

- ¿Bajo qué condiciones políticas surge el Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali?
- ¿Cuáles han sido las perspectivas teóricas bajo las cuales se ha desarrollado el Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali?

### **1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuáles son las características del Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali?
- ¿Cuál es el contexto histórico en el que surge el observatorio objeto de estudio de esta investigación?
- ¿Qué definiciones se pueden reconocer dentro del concepto Observatorio de Medios de Comunicación y Periodismo que evidencien las perspectivas teóricas desde las cuales se ha fundado el OMC de la Universidad Santiago de Cali?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación y el periodismo ejercen una enorme influencia en la construcción de la conciencia colectiva de una nación, bien sea para procurar una sociedad democrática o para la permanencia de la misma en condición de minoría de edad y, con esto último, someterla a los intereses de quienes ejercen la hegemonía política en dicha sociedad. Colombia dista enormemente de ser una sociedad democrática; obsérvense los siguientes indicadores socioeconómicos (HBS Noticias, 2017).

:

- Colombia ocupa el puesto 12 de 168 países en desigualdad en el ingreso, acceso a la educación y la salud entre hombres y mujeres.
- El 20% del ingreso de Colombia está en manos del 1% de la población, mientras que la mitad de esos ingresos pertenece solo al 10%.
- Colombia tiene un Producto Interno Bruto de 456.000 millones de dólares, [sin embargo] más de 22 millones de los 42 millones de sus habitantes viven en la pobreza.
- En Colombia 5.000 niños mueren cada año por causas relacionadas con desnutrición.
- La Iglesia Católica denunció que “no solo el 52% de los colombianos vive en la pobreza, sino que el 20% se encuentra en la indigencia mientras 5.000.000 se van a dormir, diariamente, sin comer.

El mantenimiento y normalización de este estado de cosas, al cual podrían sumarse las cifras de violencia urbana, delincuencia organizada, discriminación étnico-racial, violencia contra la mujer, corrupción, sugiere indagar por el lugar de los medios de comunicación y el periodismo en este panorama. En otras palabras: ha de existir algún rol o responsabilidad de los medios de comunicación y el periodismo para que Colombia conviva con indicadores tan negativos que ponen en entredicho que sea este un país democrático.

En otrora se afirmaba que el periodismo representaba a la sociedad civil y que ejercía un control sobre el poder hegemónico; no obstante, la existencia de algunos observatorios en Colombia, y la tendencia a crearse en todo el mundo, envían una señal en el sentido de que tal supuesto está en crisis o, lo peor, que nunca tuvo vigencia. Así las cosas, caracterizar un observatorio en Colombia, objetivo de este

proyecto, se constituye en un aporte para la construcción de democracia en la región y en el país, que adolece no solo de desarrollo democrático, sino de suficientes observatorios, especialmente en Cali, donde solo existe uno, a pesar de haber varias universidades que ofrecen el programa académico de Comunicación Social y Periodismo.

Por otra parte, se tiene como expectativa que los hallazgos sean una contribución de conocimiento en el marco de los campos de conocimiento en los cuales este trabajo de grado se instaló disciplinar y/o transdisciplinariamente: el lenguaje, la sociología, la comunicación, la política y la filosofía. Por ello en esta investigación se apeló directa o indirectamente a Bajtín, Gadamer, Charaudeau, Foucault, Kant, entre otros. Saber cuáles son las perspectivas teóricas, los campos de indagación y las investigaciones del Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali es ya en sí mismo una producción de conocimiento que urge en Colombia, pues ello posibilitará instalarse, problematizar, recrear y/o desviarse de las trayectorias que han trazado los observatorios existentes en este país.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Caracterizar el Observatorio de Medios de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar el contexto histórico en el que surge el observatorio objeto de estudio de esta investigación.
- Reconocer las definiciones del concepto Observatorio de Medios de Comunicación y Periodismo que evidencien las perspectivas teóricas desde las cuales se ha fundado el OMC de la Universidad Santiago de Cali.



## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1. ANTECEDENTES

Para conocer los antecedentes de la investigación que se desarrolló, tras una extensa búsqueda en bases de datos académicas, se seleccionaron cuatro artículos que dan cuenta de estados del arte de observatorios de medios de comunicación. Estos artículos abarcan un periodo de tiempo de ocho años (2008 – 2016) y tienen como origen a España, Ecuador, México y Colombia. Uno de los criterios que se tuvo en cuenta fue la amplitud de los observatorios considerados en las investigaciones.

El artículo escrito por Rosique y Barranquero (2016) titulado **“Radiografía de los observatorios de medios en España. Una herramienta ciudadana para la reforma mediática”** que presenta los resultados del estudio de España tuvo como referencia, por ejemplo, 28 observatorios situados en América Latina, más 28 localizados en el país ibérico; el otro artículo retomado fue el escrito por Herrera (2008) en Colombia denominado **“Vigilando a los medios: observatorios y defensores de la audiencia en el contexto del media criticism”**; el siguiente artículo es el escrito por Castellanos (2010) en Ecuador, titulado **“Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática”**; el último artículo es el escrito por Sánchez y Díaz (2014) en México denominado **“¿Quién vigila a los que vigilan? Una mirada a los Observatorios de Medios en México y sus recursos”**.

A continuación, se presentan los resultados de haber cruzado estos cuatro artículos a la luz de los siguientes temas: razones por las que han emergido los observatorios; definiciones y tipos de observatorios; campos de conocimiento donde se sitúan, y finalmente, ámbitos de acción, dificultades y retos de los OMC.

En relación a las causas que han llevado al surgimiento de los observatorios, los estudios coinciden en que los medios no están cumpliendo con su lugar en el marco de una democracia liberal, la cual consiste en vigilar a los poderes (políticos y económicos), representar a la ciudadanía y mantenerla informada. Así mismo, coinciden en que hay poderes económicos y agendas políticas que se han hecho a los medios de comunicación. En palabras de Herrera (2008), destacada académica que ha estudiado el fenómeno de los observatorios en Colombia, sostiene que:

La sumisión de la industria periodística a determinados intereses ideológicos ha sido también motivo de más de una sospecha: pese a que los medios gusten de verse a sí mismos como vigiladores de las malversaciones del poder, en la mayor parte de las ocasiones, la misma configuración del sistema mediático origina una dependencia recíproca entre poder y medios en la que, nuevamente, el interés del público parece quedar relegado. (p. 46).

El artículo de Sánchez y Díaz (2014) que trata sobre el caso mexicano reafirma lo anterior:

Los Observatorios de Medios en México surgen en un contexto caracterizado por la alta concentración mediática, la colusión entre los empresarios de los medios y el Estado, así como por las constantes críticas en torno a la responsabilidad social de los medios [...] Son también el resultado de una mayor concientización por parte de las elites políticas, sectores especializados y ciudadanos en general acerca del creciente poder de los medios en las democracias contemporáneas, el cual no siempre se acompaña de un ejercicio responsable de sus funciones. (p. 208).

Y agrega inmediatamente Sánchez y Díaz (2014):

Aunque los medios son usualmente considerados como un actor fundamental en la supervisión y el control de las acciones de los gobiernos en la teoría liberal democrática (la hipótesis del perro guardián (watchdog) y en la literatura sobre rendición de cuentas societal (...), en las últimas décadas se han incrementado las críticas provenientes de académicos y diversos actores de la sociedad civil hacia su comportamiento. (p. 208)

Ahora bien, los estados del arte consultados también intentaron hallar una definición de observatorios. No obstante, la respuesta no logró ser hallada, es decir, no existe una concepción única de observatorios de medios, pues la diversidad de orígenes de los mismos y de los diferentes tipos de agentes que los han gestionado (administraciones públicas, universidades, sociedad civil organizada, colectivos de periodistas, etc.) han provocado una heterogeneidad conceptual. La heterogeneidad alrededor del concepto de los observatorios queda muy bien recogida en un apartado del artículo de Castellanos (2010), quien apela a un conjunto de autores que han trabajado este asunto, y que podría quedar listado de la siguiente manera:

Los observatorios de medios han sido nombrados como:

- una experiencia,
- una metodología,
- una institución,
- un proyecto,
- instancias de supervisión mediática,
- “una estrategia de observación y análisis para hacer seguimiento a los medios masivos”
- “experiencias de participación social, de ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión”,
- iniciativas y proyectos, que van desde observatorios de medios y blogs hasta sitios personales en la web
- “son metáforas recientes de procesos sociales y comunicativos fuertemente
- relacionados con movimientos de democratización de la sociedad”,
- son espacios de supervisión del desempeño mediático, en especial del campo noticioso,
- laboratorio de experimentación para analizar medios masivos de comunicación y sus efectos en la sociedad. (pp. 11 – 12).

Esta ausencia de consenso, afirma la autora, “no coloca límites ni epistemológicos ni prácticos, incluso diversifica la experiencia a partir de las posibilidades que ofrece Internet.” ( p. 11).

En relación a los tipos de observatorios, resulta obvia la conclusión a la luz del primer asunto abordado (los contextos en los cuales surgen los OMC). Tres de los cuatro artículos, aquellos que dan cuenta de las experiencias en América Latina, coinciden en que los observatorios son fiscalizadores; es decir, su función fundamental es vigilar a los medios. No obstante, y aunque el estado del arte que puso la lupa en las experiencias españolas también lo reconoce así, halló que existen también observatorios estadísticos que se alejan diametralmente de los anteriores, a saber: “se dedican más bien a la recolección, categorización y difusión de datos beneficiosos para el mercado y que suelen estar a cargo de Administraciones públicas.” (Rosique y Barranquero, 2016, p. 447).

Excepto los recién nombrados observatorios estadísticos, los demás (fiscalizadores) se enmarcan en el campo de conocimientos de las ciencias sociales, y la literatura consultada coincide y es enfática en la crisis de la democracia. Para continuar con Rosique y Barranquero (2016) quienes señalan que se distinguen dos campos: 1. Medios y democracia y 2. Observatorio de medios. En relación al

primero, se destaca la referencia al libro de Rosanvallón, (2007) *La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*, publicado en 2007. De este autor retoma la característica de fiscalización como uno de los elementos que define a las democracias contemporáneas, superando la concepción restringida que la define solo como pueblo que vota. Se señala igualmente que, en el contexto de desafección política y la pérdida de legitimidad de muchas instituciones, “los medios deben de jugar un rol de observación crítica, desconfianza y de “tercero investigador” con respecto al resto de organizaciones y a fin de implicarlas en la defensa del bien común”. (p. 445).

Por otro lado, los autores convocan a G. Weill, para vincular la definición de medios de comunicación consignada en el libro *El periódico: Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*, publicado en 2007, a saber: son el “cuarto poder” por cuanto su misión consiste en fiscalizar al poder económico y político y representar a una ciudadanía de la que, en último término, son voceros y portavoces” (Ibídem, p. 444).

Por su parte, Herrera (2008) reconociendo lo anterior, advierte una objeción, que también se encuentra más adelante en Rosique y Barranquero (2016):

Sin embargo, a pesar de la importante labor que llevan a cabo los medios, existe también hoy una percepción generalizada de que éstos no están haciendo las cosas como deberían. Las objeciones planteadas a un uso poco responsable de los medios se han concretado en numerosos ataques tanto al mismo proceso noticioso como al resultado final a que este proceso da lugar. (Herrera, 2008, p. 45).

En relación a lo que este documento pretendió plantear como más relevante para efecto de apoyo a la investigación, los artículos consultados arrojaron elementos significativos en relación a los ámbitos de acción del trabajo de los OMC. Obviamente coincidieron todos los observatorios en que se lleva a cabo un trabajo de investigación a los medios objeto de análisis que se traduce en informes. Si el OMC está anclado al escenario universitario, los informes son académicos. Uno de los problemas revelados es que los observatorios vinculados al mundo universitario toman para estudio a medios de carácter nacional, descuidando así los contenidos regionales y locales. Así lo deja ver Castellanos (2010): “las universidades del centro hacen una mirada general sobre el país, pero se enfocan poco en las regiones; las regiones, en cambio, sin dejar de pensar lo local, están al corriente de lo que acontece desde el centro.” (p. 14).

Finalmente, en relación a las dificultades y retos, se podría sintetizar a través del siguiente listado ofrecido por Rosique y Barranquero (2016), que recoge muy bien el panorama ofrecido en los cuatro artículos considerados:

- [los observatorios] se caracterizan por una actividad investigadora irregular, inestable y, en algunas ocasiones, anecdótica.
- Son escasos los que están cumpliendo con [...] las labores de pedagogía, intermediación con la ciudadanía, y movilización ciudadana para la mejora de las políticas públicas.
- La sociedad civil no se tiene en cuenta en la vida diaria del observatorio, sino que es más bien “representada”.
- La conciencia de grupo y de red es nula entre los observatorios españoles.
- [...] La sostenibilidad de los observatorios pasa, no solo por un remanente constante de fondos y personal especializado, sino también por la creación de redes de confianza y cooperación que permitan comparar y poner en común resultados, organizar acciones conjuntas para la divulgación de resultados, y armar agendas políticas transformadoras.
- Su impacto es limitado en la esfera pública y en la propia representación en los organismos públicos encargados de la formulación de políticas comunicacionales. (pp. 462 - 463).

## **5.2. MARCO TEÓRICO**

Esta investigación transitó sobre cuatro elementos que fundaron su postura teórica y determinaron sus intereses: conceptualización de Observatorio de Medios de Comunicación y Periodismo; investigación del estado del arte, Relación entre medios de comunicación y poder.

### **5.2.1. Observatorio de Medios de Comunicación**

El concepto de Observatorio, como se ha aclarado ya en este documento, es confuso. La construcción teórica es limitada y carece de acuerdos. Se cuenta con documentos institucionales que los fundan desde un interés particular sin establecer un lenguaje uniforme sobre el concepto. La Universidad Sergio Arboleda, por ejemplo, entiende su Observatorio como un “espacio académico que busca ejercer como veedor de las relaciones de poder que se generan entre el gobierno, los medios, los líderes de opinión, las fuentes y los ciudadanos.” (Universidad Sergio Arboleda, s.f.). Queda establecido el carácter vigilante ante las relaciones de poder que se tejen usando los medios como bisagra.

El Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) entiende la rigurosidad de su práctica como nacida de la interpretación de “los modos en que pujan las voces que luchan contra tanta injusticia en el marco de las relaciones de dominación económica, política, social y cultural existentes.” (UTPBA, s.f.). El espacio de la UTPBA propone la resignificación de los relatos/técnicas periodísticas (manipulación, objetividad, etc.).

Para la Universidad de Pamplona, en Norte de Santander, su observatorio es un espacio comunitario de abordaje de la realidad mediatizada y tiene como propósito fundamental “la mirada de los contenidos en el contexto de las teorías de la comunicación, el papel de la comunicación como motor de los procesos de educación y la construcción de participación ciudadana” (Universidad de Pamplona, s.f.).

Por otro lado, explica Beltrán (2016) que, el observatorio de medios en contextos universitarios se configura como una estrategia pedagógica adicional al plan de estudios para incentivar la cultura investigativa que sirve de espacio de prácticas para estudiantes regulares y de semilleros de investigación con el propósito de hacer monitoreo de medios con uso de software que permite captar sistemáticamente la información. También, sirve como plataforma de formulación e implementación de proyectos adscriptos a la línea de investigación de cultura y comunicación dirigido por docentes de la carrera de comunicación social y periodismo.

Por otro lado, Hustillos (2006) explica que los observatorios pueden responder a los intereses de grupos del sector público o privado, que al ser financiados por ONG se denomina entidades civiles, pero, se debe distinguir entre tres tipos de observatorios, centros de documentación (se configura como una biblioteca para almacenar y tipificar informaciones y material bibliográfico sobre un tema particular); centro de análisis de datos (permite recabar y procesar la información para comprender la temáticas con la participación de expertos) y espacio de información, intercambio y colaboración (uso de tecnologías para el tratamiento de información), siendo la tercera clasificación el concepto actual de observatorio.

En relación con el tercer tipo, Herrera (2006) señala que los observatorios constituyen instancias de vigilancia mediática controlar de la actividad de los medios de comunicación. Se ubican dentro del fenómeno denominado revisión crítica de la actividad de medios, el cual se debe a la tendencia mundial de que los medios representan un tipo de poder en las sociedades democráticas, y eso implica considerar fallas a la ética y responsabilidad en su tarea de informar, dado que los medios como tal son actores que tiene incidencia en la opinión pública a tal punto

que pueden marcar la diferencia sobre la realidad de un país acerca de la ocurrencia de un fenómeno específico.

Además, los observatorios han diversificado sus funciones al ritmo de los cambios de la sociedad, sobre todo en la práctica periodística, así algunas de estas funciones son la revisión de contenido y oferta de medios; hacer estudios, informes y análisis comparativos; difundir el contenido de su acción (actuación); atender las respuestas de los consumidores; capacitar audiencias en el consumo de crítico de medios y a los profesionales del periodismo en la realización de éste con calidad (Herrera, 2006, p. 5).

No obstante, en América latina los observatorios se caracterizan por reconocer la importancia de la comunicación y el papel de los medios en las sociedades democráticas; reivindicación de formas alternativas de comprender la práctica periodística, de un público diferente consumidor de medios; inconformidad con la situación actual de los medios en la región; intención reformista y revisionista, propositivos con una intención prescriptiva; actuaciones diversas y creativas, creen en la importancia de difundir su actividad, monitoreo permanente, regular y sistemático; predilección por el uso de nuevas tecnologías y el internet (Herrera, 2006, p. 4).

En los observatorios de medios cada vez toman mayor protagonismo en la escena mediática, debido a la evolución contante del mundo y las tecnologías permiten llegar a lugares antes inaccesibles para supervisar, vigilar y controlar el ejercicio del poder de los medios de comunicación en las sociedades democráticas.

### **5.2.2. Investigación del estado del arte**

Al decir de Guevara (2016), el estado del arte es una categoría central y deductiva que se aborda y se propone como estrategia metodológica para el análisis crítico. Dicho análisis recurre a postulados metodológicos de la hermenéutica y la heurística, siendo la primera la capacidad de explicar y traducir las relaciones entre el hecho y el contexto y la segunda la capacidad de realizar la búsqueda de información necesaria para los procesos investigativos (Londoño y Maldonado, 2014).

Este tipo de investigaciones del estado del arte reconoce tres aproximaciones conceptuales que conducen a la sistematización y construcción del sentido: es una

investigación documental, lo que revela que su estudio es metódico y responde a objetivos definidos. Cifuentes, Osorio y Morales, citado por Guevara, (2016) piensan que a su vez “sirve de base para la comprensión del problema, la definición de nuevos hechos o situaciones problemáticas, la elaboración de una hipótesis o la orientación a nuevas fuentes de investigación en la construcción de conocimiento.”

Es también una revisión de propuestas en tanto insiste, según Uribe (2002), en una mirada sobre la producción previa. Fruto de esta estrategia de mirada múltiple, Calvo, citado por Guevara, (2016) recuerda que se construyen nuevos campos teóricos y metodológicos nacidos de la revisión crítica del pensamiento previo.

Finalmente, Guevara (2016) reconoce que existen dos posturas dentro de las investigaciones sobre el estado del arte: una positivista que entiende la realidad por fuera del individuo, una realidad que puede ser verificada y descrita a partir de estadísticas, y otra postura constructivista que entiende que la realidad es una construcción colectiva y que por ende es múltiple y variable. En esta postura se valoran las voces diversas dentro de la investigación y durante la revisión documental. Es desde esta concepción epistemológica que se enmarcó esta investigación, una investigación que valora el marco histórico y social de los textos.

### **5.2.3. Relación entre medios de comunicación y poder**

En el terreno de la relación entre poder y medios de comunicación, Becerra y Mastrini (2006) entienden que:

El abordaje del estudio de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación debe considerar, entendemos, tanto su dimensión económica como política. En el plano económico, la producción cultural comparte algunas características con los bienes de consumo. Su cualidad esencial, de la que deriva su valor de uso, es ser un bien inmaterial, un contenido simbólico transportado por algún soporte. (p. 2)

Siendo la información un bien inmaterial que no desaparece al ser consumido, exige ser renovado incesantemente y a bajo costo, lo que permite la expansión y concentración de la industria. Este crecimiento exponencial lo vincula a un necesario análisis sociopolítico y no solo económico.



Desde un punto de vista sociopolítico, un elemento central está constituido por el pluralismo informativo y cultural. Una de las claves de la participación ciudadana en la definición de las principales tendencias de la sociedad es tener la posibilidad de acceder a una variada gama de productos culturales y opiniones. La concentración de la propiedad de los medios limitaría esta variedad y existen diversos ejemplos de intervención de los Estados Nacionales con el objetivo de fomentar la pluralidad. (Ibídem, p. 3)

Esta alta rotación del bien inmaterial ha permitido, junto a un modelo económico funcional al sistema, la privatización, la concentración y, recordando a McLuhan (1964), también ha permitido y agenciado una clara influencia en la construcción de imaginarios sociales.

En una cultura como la nuestra, con una larga tradición de fraccionar y dividir para controlar, puede ser un choque que le recuerden a uno que, operativa y prácticamente, el medio es el mensaje. Esto significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva. (p. 20).

De Moraes. y Serrano (2014) identifican en esta misma línea, a su vez, que los medios tienen la capacidad de fijar sentidos e ideologías, formar opiniones y trazar líneas predominantes del imaginario social. Hay una procura por la mercantilización del bien inmaterial que usa como instrumento al medio:

El sistema mediático infunde y celebra la vida para el mercado, la supremacía de las seducciones consumistas, el individualismo y la competencia; la existencia subordinada al mantra de la rentabilidad. La glorificación del mercado consiste en presentarlo como el medio más adecuado de traducir anhelos de la sociedad, como si solamente él pudiera convertirse en instancia de organización societaria. Un discurso que no hace más que realzar y profundizar la visión, claramente autoritaria, de que el mercado es la única esfera capaz de regular, por sí misma, la vida contemporánea. (p. 13).

Para terminar, bajo esta premisa que vincula medios, poder y ciudadanía cabe insistir con Ramonet (2013) en una primera paradoja mediática:

Los medios dominantes pertenecen a grupos importantes en el sector del mercado, ¿puede creerse que serán muy críticos con la globalización, con el

neoliberalismo, cuando son actores centrales de esas dos dinámicas? Evidentemente hay poca posibilidad de que lo sean. Por consiguiente, en realidad hoy en día los grupos mediáticos se están comportando como el brazo ideológico de la globalización. Para decirlo de otra manera, utilizando el concepto althusseriano, son la herramienta ideológica de la globalización. (p. 46).

### **5.3. MARCO CONTEXTUAL**

El contexto que rodea el tema investigación está relacionado con varios hechos que merecen la atención mencionar. El primero de ellos se relaciona con la aprobación del Plan Colombia por parte del gobierno de los Estados Unidos y la ejecución por parte del gobierno de turno, en donde más que buscar un apoyo social, según Vega (s.f) se trata más de un asunto económico centrado en lo militar que denota una fuerte lucha contrainsurgente mezclada en una lucha contra las drogas que fue agenciada por parte del gobierno norteamericano y al mismo tiempo una aprobación por parte de sectores políticos colombianos.

En esa misma dirección plantea Chomsky (2000) que este plan más allá de salvaguardar la vida e integridad de las personas en el país, supuso una escalada del conflicto armado que contribuyó al deterioro de las condiciones de vida, los paramilitares empezaron una avanzada en su lucha contra las guerrillas que terminó por convertir a la población civil como objetivos militares, incentivando el desplazamiento forzado y la violencia.

Aunque el periodismo desde la década de los 70 estuvo expuesto a acciones violentas como la amenaza, el exilio y la muerte, pese a que las situaciones de orden público parecían mucho más complejas, había cierto nivel de crítica hacia los medios y se estaba ante una situación social que ameritaba mostrar lo que sucedía en un escenario donde se podía analizar los hechos y establecer la veracidad de los mismos.

Lo anterior es una cuestión en la que coinciden Tobón (2010) y Torres (2011) al plantear que la llegada de Uribe al poder significó romper con las reglas de juego que permitían a los periodistas ejercer su profesión sin tener que estar con miedo a lo que pudiese pasar porque se respetaba –hasta cierto punto- la necesidad de que el país estuviera informado.

Sin embargo, tal como lo plantea el Colectivo de abogados José Alvear Restrepo (2003) el periodismo durante el periodo de Uribe se convirtió en una labor peligrosa

que fue alertada por organismos internacionales y al mismo tiempo se pidió el llamado a quienes hacían parte de la institucionalidad para que se abogara por la protección no solo de quienes se dedicaban a ella.

Por otro lado, debe plantearse que si bien la existencia de Observatorios de Medios muestra la necesidad imperante de hacer un ejercicio de análisis y control a los medios que cotidianamente divulgan la información, pues como lo plantea Herrera (2008) son el resultado de una necesidad imperante dentro del contexto latinoamericano, por ende, Colombia, donde las agendas políticas y los intereses económicos incentivan la instalación del mejor postor ante la imperiosa necesidad de establecer una versión de la realidad que pretende convertirse en la verdad histórica de la sociedad.

Finalmente, los medios de comunicación del país al ser parte de grandes grupos económicos poderosos, imponen la información, como tienen que decirla e instalar la realidad suprimiendo las versiones de quienes están en medio de situaciones conflictivas a todo nivel, para que se convierta a unos en villanos o malos y otros en los buenos honorables.

## 6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El fenómeno objeto de indagación fue de carácter social, abordado cualitativamente y sin la pretensión, como en el positivismo, de establecer leyes o generalizaciones. Sobre la base de esta afirmación, la investigación se inscribió en el paradigma constructivista de investigación. Ramos (2015), recuperando a Hernández (2010) en el texto *Metodología de la Investigación*, sostiene que una de las principales afirmaciones de este paradigma es que “Los resultados no pueden ser generalizados en forma ajena al contexto y el tiempo”. Así mismo, dado que el fenómeno objeto de estudio estuvo mediado y construido en el uso del lenguaje, este paradigma resultó preciso, toda vez que, según Ramos recuperando a Berger y Luckman, señala:

La posición teórica que adopta el paradigma constructivista social se basa en el principio de que el saber del mundo real se construye en base a procesos de interaccionismo social y de movilización de recursos persuasivos y representacionales. (Ramos p. 14)

Y poco después añade, invocando a Gergen (2007) en el artículo *Construccionismo Social. Aportes para el debate y la práctica*, que:

En el constructivismo se brinda gran interés al cómo se producen los significados y su utilización mediada por las convenciones lingüísticas dentro de los diversos contextos sociales o culturales, donde los individuos otorgan significados dentro de marcos de referencia interpretativos, basados en la historicidad y en lo cultural. ( p. 14)

Dado que esta investigación tiene como fundamento el paradigma constructivista, la perspectiva cualitativa resultó la pertinente, pues los estudios que hacen uso de este enfoque abarcan “casos particulares y procesos singulares que proporcionan elementos significativos para la comprensión de la realidad” (Melero, 2011, p. 343), como es el caso de esta investigación. Además, considerando la característica del corpus objeto de estudio, la perspectiva mencionada resultó la adecuada, pues “El estudio cualitativo busca la comprensión de los fenómenos en su ambiente usual, desarrollando la información basada en la descripción de situaciones, lugares, periódicos, textos, individuos, etc.” (Ramos, 2015, p. 15). Y agrega poco después:

El investigador emplea técnicas como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión de grupo, evaluación de experiencias personales o registro de historias de vida. ( p. 16)<sup>1</sup>

En términos de instrumentos para la recolección de la información, se emplearon el cuestionario (Anexo A) y la entrevista semidirecta (Anexo B). El análisis se desarrolló cruzando la información que los dos documentos arrojaron a la luz de los objetivos trazados. El cuestionario fue enviado vía correo electrónico al director del OMC de la Universidad Santiago de Cali. Este lo remitió de vuelta a la investigadora y, sobre la base de las respuestas dadas, se diseñó un conjunto de preguntas guía para la entrevista semidirecta que permitieron ahondar en las respuestas entregadas en la aplicación del primer instrumento referido. Se optó por este tipo de entrevista dado que en esta “existe un control sobre los temas a tratar con base en un guion de entrevista, lo que sin duda limita la libertad comunicativa, pero ayuda a centrar la información conseguida al relacionarla con los objetivos de investigación”. (Taguenca y Vega; 2020, p. 61). El desarrollo de esta entrevista fue virtual (correo electrónico) por razones ligadas a la pandemia originada por el coronavirus causante de la COVID-19.

## **6.1. INSTRUMENTOS**

De acuerdo con las técnicas referidas, se encontraron necesarios los siguientes instrumentos para facilitar la recolección y análisis de datos:

- Cuestionario (Anexo A)
- Entrevista semidirecta (Anexo C)

---

<sup>1</sup> Los subrayados en las dos anteriores citas son propios para destacar la relación entre el planteamiento y el corpus.

## **7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

En este apartado se presentan los resultados de la aplicación de los instrumentos y se ponen en diálogo con parte de los autores mencionados en la parte teórica al igual que los textos cercanos al contexto en el que se desarrolla la situación problema abordada.

### **7.1. CONTEXTO HISTÓRICO EN EL QUE SURGE EL OBSERVATORIO DE UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI**

El contexto en el que surge el observatorio de la Universidad Santiago de Cali, está mediado por varias circunstancias, la primera está relacionada con la experiencia del director quien fuera participante de dos escenarios en los que aprende a realizar el análisis de los medios, en un apartado de la entrevista plantea lo siguiente:

Surge desde la experiencia personal previa a estar en Colombia como coordinador de análisis de información en Cuba.

En 2002 publicó un análisis de la Prensa Colombiana con el docente Germán Ayala sobre Plan Colombia; fue un seguimiento de 6 medios durante un año con un libro publicado PLAN COLOMBIA UN AÑO DE AUTOCENSURA. Como resultado se creó en el Observatorio de Medios en la USC (Aguilera González, Comunicación personal, 2020).

En otro momento este mismo entrevistado dirá que:

Entre 1986 -1989 cumplí servicio militar en la República Popular de Angola como oficial encargado del grupo de Sociología y Propaganda Especial adjunto a la Jefatura de las tropas cubanas en ese país. Allí tenía que analizar prensa, radio de varios medios de Sudáfrica, Francia, Estados Unidos, Congo y la propia Angola con el fin de evaluar la agenda y contexto sociopolítico.

En 1998 comienzo a trabajar además de la UAO en la USC de ahí que el trabajo, aunque fue publicado desde la UAO ya trabajaba en la USC; en esta última comenzaban a desarrollarse la investigación y este fue el proyecto inicial que se

planteó y que comprometió a varios docentes (Aguilera González, Comunicación personal, 2020).

Lo planteado por el entrevistado sugiere que si bien la experiencia personal pesa a mucho al momento de tomar la decisión de fundar el observatorio, el principal aspecto a destacar es la implementación del Plan Colombia que de acuerdo con Chomsky (2000) fue uno de los programas del Estado que más daño causó por la escalada del conflicto como la ayuda militar por parte de los Estados Unidos que se enfocó en una lucha contrainsurgente que denotó una política ambigua de parte del ejecutivo al proponer lucha contrainsurgente mientras los paramilitares seguían delinquiendo y fortaleciendo sus estructuras, aunque a juicio de este autor, pareciera que lo planteado por el Estado colombiano estuviese de acuerdo con los paramilitares a sabiendas de todo el daño causado a la población civil, pero sobre todo por ser grupos que se encuentran estrechamente ligados con el narcotráfico en el país.

Por su parte, Vega (s.f) sostiene que más allá de la ayuda militar ofrecida por los Estados Unidos, lo que queda en entre dicho es la soberanía del Estado colombiano y la inclusión de intereses del Estado norteamericano por encima de las necesidades y demandas de la sociedad, porque esta relación de subordinación propuesta desde el país del norte siempre ha tenido como característica principal el subyugar a los estados que tenga algún tipo de relación comercial o política con él.

De manera que, el OMC de la USC tiene como primera característica al momento de su fundación, estar en un contexto caracterizado por el conflicto armado, que con la ejecución del Plan Colombia contribuyó a que se agudizaran la violencia en el campo, generando así un sinnúmero de muertos y desplazados, en nombre de un discurso contrainsurgente que al mismo tiempo apela a la lucha contra las drogas.

Por otro lado, debe plantearse que los medios de comunicación que brindan información en el país durante la época en que surge el OMC de la USC buscaba a como diera lugar enaltecer la imagen del expresidente Uribe, antes de que llegara a la casa de Nariño, de acuerdo con Oquendo, Osorio, Torrado y Palomino (2020) antes de que se dieran los sucesos del 11 de septiembre, el expresidente no era alguien conocido, pero ante el cambio de discurso propiciado por lo ocurrido ese día en Estados Unidos, el país empezó a transitar en una necesidad que poco a poco transformó la realidad política del país, se necesitaba un hombre capaz de apostarle al tema de la seguridad y por ende, con determinación para enfrentar a la insurgencia.

Los medios contribuyeron a que la imagen del expresidente Uribe fuera la que más apareciera en cientos de reportajes periodísticos y al mismo tiempo se pudiese refrendar el discurso de autoridad y orden que tanto necesitaba el país para poderlo sacar adelante, pues era necesario que una persona encarnara los anhelos de la sociedad colombiana que se estaba desmoronando sin que pudiese hacerse absolutamente nada, porque ya había desgaste de los diálogos de paz con las FARC, los problemas económicos se habían agudizado y no se podía dar espacio para que se siguiera cayendo en ese deterioro.

En segundo lugar, que coincide con esta cuestión es la creación de una organización encargada de buscar el derecho a la información, de acuerdo con Castellanos (2010) la aparición en escena del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación promovido por Ignacio Ramonet. Sobre este aspecto se plantea que:

La propuesta de Ramonet (2014), de consolidar en el orbe un quinto poder a través de la constitución de un Observatorio Internacional de Medios de Comunicación, es reconocida como un importante incentivo a partir del cual se iniciaron muchos de estos proyectos (Castellanos, 2010, p.4).

Ahora bien, esta incursión de los observatorios permitió establecer una caracterización según su funcionamiento y alcance desde el punto de vista ideológico, político y social, pero en general se propusieron discutir sobre el papel de los medios, la representación de la realidad y su cercanía con la ciudadanía, porque de esta forma se garantiza una apertura a los sectores subalternos de la sociedad, máxime cuando se está ante una fractura en el sistema político.

Por su parte, señala Herrera (2008) que los medios de comunicación no están cumpliendo cabalmente con el lugar funcional que les corresponde en el marco de sociedades democráticas liberales. En palabras de Díaz, citado por Rosique y Barranquero (2016) efectivamente existe una crisis del “cuarto poder” que ha “provocado una creciente desafección ciudadana hacia el sistema de medios” (p. 445).

En nuestro contexto, el progresivo distanciamiento de la ciudadanía hacia los medios ha quedado en evidencia a través de un estudio del Observatorio de la Democracia (2017) que señala que:



En el caso colombiano, los medios de comunicación hasta el 2012 habían sido una de las instituciones públicas con más prestigio histórico, según datos del Barómetro de las Américas-LAPOP, realizado por el Observatorio de la Democracia de la Universidad de los Andes. Sin embargo, en el 2013 la confianza de los ciudadanos hacia los medios de comunicación sufrió un desplome. Para el 2012, el 60,5% de los colombianos manifestó confiar en los medios de comunicación, mientras que entre 2013 y 2016 este porcentaje se redujo a casi la mitad, llegando a 35,8% (parr. 3).

Se puede entender entonces que, la sociedad colombiana de la época en que surgió el OMC de la USC estaba imbuida en un contexto difuso por parte de los medios, su papel de desdibujo hacia el fortalecimiento de la imagen de la institucionalidad como único camino para lograr la aceptación del discurso autoritario representado en el gobierno de ese momento y al mismo tiempo favorecer la lucha insurgente propuesta con él, se trató de un asunto que llegó a promover una imagen personalizada del gobierno y sus instituciones.

Por otro lado, debe plantearse que el escenario del Plan Colombia tal como lo señala Vega (s.f) puede ser considerado favorable en el sentido de promover no solo un discurso sino una imagen de un gobierno que ataca a quienes se atreven a infringir la ley, pero al mismo tiempo es negligente y complaciente con los intereses del gobierno norteamericano, desdibujando dentro la subordinación a las políticas enmarcadas en una guerra que terminó por agudizar el conflicto.

Adicionalmente, se puede reconocer en el contexto la sistemática violación de los derechos humanos entre ellos la libertad de expresión que acompañó el gobierno de Uribe en su primer mandato, puesto que los periodistas y comunicadores sociales fueron objeto de múltiples agresiones por ejercer la profesión que para ese momento resultaba ser la más peligrosa de ejercer en el país, por esta razón se considera el Colectivo Alvear (2003) quien considera mencionar cómo los medios de comunicación alternativos, en algunos casos comunitarios, fueron cerrados y al mismo tiempo algunos de sus miembros asesinados por informar lo que sucedía en los territorios, sobre todo aquellos en donde se estaba recrudeciendo el conflicto y la avanzada de los paramilitares.

Esto deja ver que el contexto en el que surge el OMC de la USC es un contexto caracterizado por la violencia, la violación a los derechos humanos y la poca disposición de los medios para aportar la información suficiente para informar y permitir a la sociedad conocer lo que estaba pasando, máxime cuando se estaba ante el panorama de violencia generalizada.

Después de haber presentado esto conviene ahora mostrar las definiciones que hacen parte del concepto de OMC desde las cuales se fundó el de la USC.

### **Reconocimiento de las definiciones del concepto Observatorio de Medios de Comunicación y Periodismo que evidencien las perspectivas teóricas desde las cuales se ha fundado el OMC de la Universidad Santiago de Cali**

En este apartado da cuenta de las perspectivas teóricas y las nociones acerca del concepto Observatorio de medios de comunicación y periodismo las cuales sustentan el de la Universidad Santiago de Cali como se muestra a continuación.

La fundamentación teórica que guían el trabajo investigativo que se realiza del OMC de la USACA se sustentan en varios ejes teóricos, así lo ilustra el director del Observatorio:

Por un lado, están los estudios del discurso desde dos líneas la teoría crítica con la puesta en juego de cada actor del proceso comunicativo y no solo el emisor que es lo común. Del análisis del texto periodístico nos hemos centrado en las variables tanto formales y contenido que ofrecen la lingüística, la semiótica y la estética. Estamos convencidos que la calidad informativa tiene aristas múltiples que van desde la titulación, el encuadre de diagramación-bloques televisivos, géneros, fuentes, recursos expresivos. La calidad periodística no depende únicamente de una postura editorial, empresarial, hay mucho de responsabilidad individual del comunicador. Finalmente, desde la fonoaudiología, la psicología social y la filosofía del lenguaje hemos entendido el valor de los receptores, las audiencias o públicos que cada día determinan, construyen y generan redes de opinión. Esa lectura de los alcances, del impacto es para nosotros cada día más importante. La comunicación se desplaza desde el emisor hacia el receptor. (Aguilera Gonzales, Comunicación personal, 2020).

De acuerdo con lo anterior, el observatorio tiene dos ejes teóricos: los estudios norteamericanos sobre estudios de las masas medias surgidos de la escuela de Chicago. La comunicación de masas sentó las bases de los estudios de opinión moderno, que surge en la Universidad de Columbia a partir de los efectos que la propaganda y las comunicaciones políticas en la sociedad de masas, donde la relación con el cambio de actitudes, la opinión y el consumo de los medios comunicación (Demirdjian, 2011)

Por otra parte, los análisis del discurso de corte sociolingüístico con Van Dijck y Habermas. Van Dijck (1999) el análisis del discurso permite estudiar lo que se dice en los medios de comunicación acerca de algo, sobre la base de la incidencia que tiene en la opinión pública en la medida que como actores ejercen poder en la misma, lo cual permite examinar el discurso en base a abuso del poder social y el dominio, dado que podrían favorecer la desigualdad, ya que se comunican ideas y creencias como hechos sociales complejos.

Al respecto, la teoría del discurso de Habermas (1987) el lenguaje es una forma de poder, porque en el reside un carácter de racionalidad acompañada de una intención de validez, verdad, corrección-veracidad, dado que opera mediante el principio de universalismo que le acompaña implícitamente lo ético en el diálogo, por cuanto en los medios se busca convencer al receptor de aquello que se informa, por lo tanto, el discurso ha de estar sujeto a normas de la moral y la ética.

Entonces, el análisis del discurso guarda una relación indisoluble con el contexto, las condiciones socioculturales, ideológicas e intereses de grupos y de los profesionales que difunden la noticia, lo cual involucra ver esas condiciones en quienes informan y sus actitudes, de ahí que surge el carácter del análisis del discurso, por cuanto se extrae el sentido(s) de la significancia de aquello que se comunica a través del discurso y el léxico utilizado (Zalda, 2006).

Dicho lo anterior, el OMC de la USACA tiene temas de interés, pero cada proyecto tiene presente una mirada sobre lo cual se sustentan tres ejes. Así lo refirió el director del Observatorio:

Agenda Setting y Framing, Análisis de Medios digitales y Nuevas dinámicas discursivas (Aguilera Gonzales, Comunicación personal, 2020).

Como se puede observar, los ejes se orientan hacia el análisis del discurso en la relación con la evolución de la sociedad actual, como señala Van Dijck (1999) el uso del lenguaje y los discursos provienen y son dinamizados por personas reales, por lo tanto, estas presentan diversas dimensiones tanto de los sujetos como la sociedad, de ahí que deba ser funcional a un contexto específico, donde la investigación es su aporte principal. Aportando las bases para su entendimiento y aplicación, desde explicar la relación entre el discurso y la sociedad misma como el binario del poder social/ desigualdad, así los observatorios representan una forma de resistencia al supervisar a través de la vigilancia-control el ejercicio de poder de medios a favor de grupos de interés.

En esa dirección, en países como Colombia se puede decir que existe buen periodismo, aunque el consumo de medios no sea del mismo nivel, pues se han convertido de uso mediático, operando desde las redes sociales, pero es alternativo, ya que no son los medios tradicionales.

En una sociedad tan convulsionada por la opinión, el periodismo se ha visto abocado a realizar su labor bajo presión, otros se constituyen en medios alternativos, de ahí que no se desdibujó el propósito de los medios. Esto dijo el entrevistado:

*Existen muy buen periodismo en el país, pero el consumo de medios es bajo y lo que prevalece es el consumo de mediaciones terciarias desde las redes sociales. Eso es comunicación, pero no son medios tradicionales. Ese estudio es importante.*

*Es importante conocer para comprender que incluso en el gremio hay una prisa por informar bajo la presión de la competencia no ya de los medios, si no de los generadores de información independientes. Los medios no comprenden que su función debe ser más calmada, más reflexiva y no del ahora (Aguilera Gonzales, P.P, Comunicación personal, 2020).*

Frente a ello, los estudios de masas permitieron entender los impactos de los medios en la opinión pública, por ser generadores de la misma, de verdades e ideologías sobre un hecho real (Demirdjian, 2011).

Al respecto, el observatorio de medios de la USACA ha tenido un impacto positivo, ha entregado a la sociedad profesionales comprometidos con la investigación y el periodismo responsable con presencia en medios regionales y nacionales, pues se formaron bajo la perspectiva de análisis de medios. Así lo dijo el entrevistado:

*Estamos satisfechos de los egresados exitosos, reconocidos en los círculos de periodismo y con criterio en medios nacionales y regionales. Ellos han sido formados en esta mirada de análisis de medios en el curso de este nombre.*

*Igualmente hemos consolidado relaciones investigativas con medios y equipos del país y otras latitudes. Repito: no nos interesa protagonismo. Nos consultan, nos solicitan apoyo, eso hacemos (Aguilera Gonzales, P.P, Comunicación personal, 2020).*

Retomando a Beltrán (2006) el observatorio de medios configura para la Universidad un espacio de formación que fomenta la cultura investigativa. Han

diversificado sus funciones en la forma de hacer periodismo, como el análisis de medios y revisión de contenido como parte de lo que se conoce con el nombre revisión crítica de la actividad de medios (Herrera, 2006). El uso medio debe estar sujeto a una racionalidad ética y moral (Habermas, 1987).

Por lo tanto, los profesionales egresados constituyen el puente entre universidad-sociedad en la tarea de que los docentes sean los consultores de determinados proyectos. Eso manifestó el director del observatorio:

Sí, creo que el ejemplo más claro ha sido equipos de comunicación asociados a lo público en determinados momentos al ser auditores de su trabajo y evaluadores o consultores. Disculpe no especificar pues hay compromisos contractuales de confidencialidad (Aguilera Gonzales, Comunicación personal, 2020).

Como se puede observar, el principal compromiso del observatorio es con la sociedad, en tanto, se convierte en un espacio abierto que extiende sus recursos a proyectos que aportan algo positivo a la sociedad, siendo capaz de trabajar de la mano con otras instituciones, pues, según Herrera (2006) los observatorios creen en la importancia de difundir lo que hacen para que las personas entiendan la responsabilidad de los medios en sociedades democráticas frente a un suceso real.

Ello representa ventajas, dadas por la flexibilidad en formación en el observatorio, los egresados son especialistas en campos diferentes a los que pueden aportar libremente al proyecto que deseen. Sin embargo, la llegada de personas nuevas significa una desventaja en la medida que es necesario elaborar manuales. Así lo ilustra el entrevistado:

*Las ventajas es que hay flexibilidad, por ser estructura abierta entran y salen especialistas de diferentes campos a enriquecer sin estar obligatoriamente sujetos a un proyecto. Desventajas: hay que capacitar a cada quien que llega por ello debemos hacer manuales de trabajo y procesos a futuro (Aguilera Gonzales, Comunicación personal, 2020).*

Por otra parte, es necesario reconocer la importancia de las\_tics en el contexto actual con la emergencia de plataformas y redes sociales se configuran como medios alternativos, que compiten con los tradicionales con el fin de tener calidad, pero sobre todo el mismo nivel o más de consumidores. La llegada de esto permite el resurgir de un periodismo ético que se propone investigar para informar acerca de

hechos de aquejan a la sociedad actual. Así lo ilustra el director del Observatorio de Medios:

*No, en modo alguno. Hay un fuerte reajuste a mi manera de ver entre medios nativos y no nativos. Los no nativos con su migración y las presiones de calidad por su afán de ser iguales que los nativos y las redes sociales, están aprendiendo a trabajar en estas nuevas plataformas y a comprender que las rutinas y exigencias son iguales o mayores. Los medios tradicionales tienen audiencias, lectores y públicos históricos. Los nuevos medios tienen lógicas, rutinas, fines y estructuras de manejo informativo diferentes. Creo que vamos a recuperar un periodismo más de fondo, de análisis en los próximos años en la prensa, la radio y la televisión llamada tradicional. Las “cargas” se ajustan. Ahora bien, hay nuevos temas de lecturabilidad, consumo, géneros o subgéneros, que están por ser tratados (Aguilera Gonzales, P.P, Comunicación personal, 2020).*

Al respecto, se puede interpretar retomando a Hustillos (2006) que el observatorio se puede clasificar como un espacio de información, intercambio y colaboración, que se vale del uso de tecnologías para tratamiento de la misma.

## 8. CONCLUSIONES

El contexto histórico en el que surge el observatorio de Universidad Santiago de Cali está atravesado por las circunstancias políticas y sociales de la época, caracterizadas por el ascenso al poder del gobierno de Uribe, quien se destacó por ser un mandatario que gozó de toda la popularidad creada y alimentada por los medios vinculados a grandes grupos económicos, lo que significó un deterioro del periodismo como profesión y al poco acceso a la información que se correspondiera con la realidad, sobre todo porque el gobierno no solo guardó silencio en algunos casos, sino que pudo haber justificado la agresión de ellos.

Las corrientes teóricas sustentan las actuaciones del Observatorio no solo como un espacio de formación y prácticas periodísticas, sino que lo configuran un lugar de investigación y trabajo en red, debido a su mirada crítica acerca del uso de medios, ejerce su vigilancia y control de medios capacitando a las profesiones en un periodismo responsable capaz de hacer un análisis crítico de medios y de contenido, para así, realizar una práctica periodística con calidad.

La visión de periodismo que se tiene desde el observatorio le permite comprender la importancia del uso de las TIC en el contexto actual, como un aspecto vital para el surgimiento de una reflexión alrededor del periodismo libre, flexible, investigativo y crítico que aporta a la relación universidad-sociedad, que con la creación de manuales acerca a la gente y la capacita para consumo crítico de medios, pero sobre todo en el propósito y razón de ser del observatorio en una sociedad democrática.

## 9. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tabla 1. *Cronograma de actividades*

<b>N°</b>	<b>Actividad</b>	<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Duración</b>	<b>Fecha Final</b>
<b>1</b>	Fortalecimiento de los elementos ya contenidos en la propuesta:	01/2020	4 SEMANA S	02/2020
<b>2</b>	Construcción de los instrumentos de análisis	02/2020	3 SEMANA S	02/2020
<b>3</b>	Análisis de la información	03/2020	3 SEMANA S	03/2020
<b>4</b>	Conclusiones de investigación	04/2020	4 SEMANA S	05/2020

**Fuente.** Elaboración propia



## REFERENCIAS

- Becerra, M y Mastrini, G. (2006). *Periodistas y magnates*. Prometeo Editores. Argentina.
- Beltrán, C.H. (2016). *Observatorio de medios y mediaciones como vínculo entre docencia e investigación*. *Opción*, 32(11), 75-86. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048902006.pdf>
- Castellanos Díaz, (2010). Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática. *Razón y Palabra*, (73), 1-75..
- Chomsky, N. (2000). Plan Colombia. INNOVAR. *Revista de ciencias administrativas y sociales*. (16), 9-26
- Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo (2003). *Libertad de expresión. En Plataforma Colombiana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo*. El embrujo autoritario Primer año de gobierno de Álvaro Uribe Vélez. Ediciones Antropos.
- De Moraes, D; Ramonet, I; Serrano, P. (2014). *Medios, poder y contrapoder, de la concentración monopólica a la democratización de la información*. Buenos Aires, Editorial Biblos.
- El Espectador. (24 de enero de 2019). *Juan Pablo Bieri renuncia a RTVC por escándalo de censura a Los Puros Criollos*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/juan-pablo-bieri-renuncia-rtvc-por-escandalo-de-censura-los-puros-criollos-articulo-835803>
- Guevara, R. (2016) *El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?* Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3459/345945922011.pdf>
- HBS Noticias. (29 de octubre de 2017). *La desigualdad social en Colombia*. Recuperado de <http://hsbnoticias.com/noticias/opinion/la-desigualdad-social-de-colombia-363560>

Herrera, S. (2006). *Los observatorios de medios en América latina. Civilizar. Revista electrónica de difusión científica*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/26473715\\_Tipologia\\_de\\_los\\_observatorios\\_de\\_medios\\_en\\_Latinoamerica](https://www.researchgate.net/publication/26473715_Tipologia_de_los_observatorios_de_medios_en_Latinoamerica)

Herrera, S. (2008). Vigilando a los medios: observatorios y defensores de la audiencia en el contexto del media criticism. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 6(12), 43-59.

Hustillos, J. (2006). *La organización municipal y la adaptación de los servicios públicos. Círculo para la calidad de los servicios públicos de l'Hospitalet*. Inmigración y gobierno local. Experiencias y retos. IV Seminario Inmigración y Europa.

Las 2 Orillas (15 de octubre de 2015). *¿De quién son los medios en Colombia?* Recuperado de <https://www.las2orillas.co/de-quien-son-los-medios-de-comunicacion-en-colombia/>

Las 2 Orillas. (21 de enero de 2018). *Los bancos que respaldaron a los candidatos presidenciales*. Recuperado de <https://www.las2orillas.co/los-bancos-que-respaldaron-los-candidatos-presidenciales/>

Londoño, O., Maldonado, L. y Calderón, L. (2014). *Guía para construir estados del arte*. Bogotá, Colombia: International Corporation of Networks of Knowledge.

Mcluhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación*. Editorial Lestrobe. Argentina.

Melero Aguilar, Noelia (2011). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, (21), 339-355.

Observatorio de la Democracia (31 de julio de 2017). *¿Cómo perciben los colombianos a los medios de comunicación?* Recuperado de <https://obsdemocracia.org/publicaciones/noticias/como-perciben-los-colombianos-los-medios-de-comuni/>

Portafolio (21 de marzo de 2017). *Estos son los colombianos que aparecen en la lista Forbes entre los más ricos del mundo*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/tendencias/los-colombianos-mas-ricos-segun-forbes-504289>

Publimetro. (19 de diciembre de 2019). Denuncian censura en entrevista de Iván Duque a Radio Nacional. Recuperado de <https://www.publimetro.co/co/noticias/2018/12/19/denuncian-censura-entrevista-ivan-duque-radio-nacional.html>

Ramonet, I. (2013). El quinto poder. Recuperado de: [http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/\\_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/modul\\_1/ramonet.pdf](http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/modul_1/ramonet.pdf)

Ramos, Carlos A. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica*. Recuperado el 20/01/2020 de [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)

Rosique Cedillo, G; Barranquero Carretero, A (2016) . Radiografía de los observatorios de medios en España. Una herramienta ciudadana para la reforma mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71) 443 a 469.

Sánchez, K. y Díaz, O. (2014). *¿Quién vigila a los que vigilan? Una mirada a los Observatorios de Medios en México y sus recursos para la incidencia política* citado por : Natal M. A. y Díaz J. Oniel F. (2016), *Observatorios ciudadanos. Nuevas formas de participación de la sociedad*. México, Gernika.

Taguenca y Vega. (2012). Técnicas de investigación social. Las entrevistas abierta y semidirectiva. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, Nueva Época*, 1, (1), 61.

Tobón, L. (2010). *Situación del periodismo en Colombia durante las dos administraciones del presidente Álvaro Uribe Veléz* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Torres, J. (2011). *Periodismo investigativo durante el segundo mandato del presidente Álvaro Uribe Vélez: una guerra por la verdad* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Unión de Trabajadores de Periodismo de Buenos Aires, (s.f.). *Observatorio de medios-UTPBA*. Recuperado de <https://www.voltairenet.org/auteur122864.html?lang=es>  
Universidad de Pamplona, (s.f.). Importancia del observatorio de medios. Recuperado de <http://www.unipamplona.edu.co/observatorio/>

Universidad Sergio Arboleda, (s.f.) *Políticas generales*. Recuperado de [https://www.usergioarboleda.edu.co/escuela-de-ciencias-de-la-comunicacion/observatorio-de-medios?qclid=EAAlQobChMI25H6kuaD6QIVQ18NCh31\\_AzEEAAYASAAEgIcsfD\\_BwE#politicas\\_generales](https://www.usergioarboleda.edu.co/escuela-de-ciencias-de-la-comunicacion/observatorio-de-medios?qclid=EAAlQobChMI25H6kuaD6QIVQ18NCh31_AzEEAAYASAAEgIcsfD_BwE#politicas_generales)

Uribe, J. (2002) *La investigación documental y el estado del arte como estrategias de investigación en ciencias sociales*. Estrategias de investigación. Bogotá: Ediciones Universidad Piloto de Colombia.

Vega, R. (s.f). La dimensión internacional del conflicto social y armado en Colombia injerencia de los Estados Unidos, contrainsurgencia y terrorismo de Estado. Manizales. Universidad Distrital de Caldas

## ANEXOS

### Anexo A. Cuestionario

FUNDACIÓN CATÓLICA UNIVERSITARIA LUMEN GENTIUM –  
Unicatólica (Cali, Colombia)  
Proyecto de investigación  
ESTADO DEL ARTE DE LOS OBSERVATORIOS VIGENTES EN  
COLOMBIA  
Trabajo de grado CARACTERIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI.  
Estudiante Gislen Cerón Espinosa.  
Programa de Comunicación Social y Periodismo de la  
Fundación Católica Universitaria Lumen Gentium – Unicatólica (Cali).

El diligenciamiento de este formulario supone el consentimiento informado de observatorio que lo tramita. La información suministrada se empleará solo con fines académicos en el marco del proyecto de investigación señalado y servirá para que el equipo de investigadores y la institución aprenda de las experiencias de los observatorios vigentes de cara a la formulación de un observatorio para la UniCATÓLICA.

- Pregunta No. 1. Los observatorios suelen nacer por una relación directa, explícita, con asuntos del contexto histórico, político generalmente, que rodean sus nacimientos. En el caso del observatorio indagado, ¿en qué contexto surge el mismo?
- Pregunta No. 2. Cada observatorio suele tener una base teórica, que en algunos casos puede involucrar varias disciplinas, que lo fundamenta y orienta. En el caso de este observatorio, ¿cuál o cuáles son las corrientes de pensamiento y autores que lo fundamentan y orientan?
- Pregunta No. 3. No todos los observatorios tienen iguales intereses en relación a los temas de estudio. En el caso de este observatorio, ¿cuál o cuáles han sido las tendencias temáticas objeto de estudio?
- Pregunta No. 4. Atendiendo el objetivo No. 4 de nuestra investigación, y en la búsqueda de cruzar la información aquí arrojada con aquellas provenientes de los otros observatorios para reconocer comunes denominadores y diferencias, ¿podría

suministrar los títulos de las investigaciones y publicaciones realizadas, académicas o no, por este observatorio?

- Pregunta No. 5. Consultando artículos que tienen por base investigaciones tipo estados del arte relacionados con observatorios de medios de comunicación, se encuentra que existen de dos tipos: fiscalizadores y estadísticos. ¿En qué modalidad clasificaría este observatorio?

- Pregunta No. 6. ¿Cuál es el objetivo general del observatorio?

- Pregunta No. 7. También a la luz de la literatura consultada, se concluye que los observatorios pueden estar constituidos por personas provenientes de distintos sectores, uno de estos, por ejemplo, es el académico. ¿Cómo está constituido este observatorio?

- Pregunta No. 8. La literatura indica, además, que los observatorios procuran hacer incidencia en diversas poblaciones o escenarios: comunidades educativas, órganos legislativos, profesionales de la comunicación social y periodismo, comunidades académicas, directorios de medios de comunicación, agentes comunitarios, etc. En el caso de este observatorio, ¿con qué comunidades o escenarios llevan a cabo el trabajo de incidencia? ¿Cómo lo hacen? ¿Podrían indicar la(s) población(es) de incidencia del observatorio?

- Pregunta No. 9. En procura de pensar una estructura organizativa de nuestro eventual observatorio, ¿cuál es la estructura de este observatorio?

- Pregunta No. 10. Los observatorios suelen centrar su atención en una modalidad de medio en particular (impresos, radio, televisión, internet). ¿Cuál ha sido la tendencia de este observatorio?

- Pregunta No. 11. Así mismo, los observatorios suelen enfocarse en medios de cierta cobertura (local, regional, nacional o internacional). ¿Cuál ha sido la tendencia de este observatorio en relación a este asunto?

- Pregunta No. 12. ¿Trabaja este observatorio en red con otros observatorios o con algunas otras instituciones u organizaciones?

**Anexo B, Cuestionario resuelto:** Informante: Profesor Pedro Pablo Aguilera González - Director del Observatorio de Medios de Comunicación Universidad Santiago de Cali

FUNDACIÓN CATÓLICA UNIVERSITARIA LUMEN GENTIUM –  
UniCATÓLICA (Cali, Colombia)  
Proyecto de investigación  
ESTADO DEL ARTE DE LOS OBSERVATORIOS VIGENTES EN  
COLOMBIA  
Trabajo de grado CARACTERIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI.  
Estudiante Gislen Cerón Espinosa.  
Programa de Comunicación Social y Periodismo  
de la Fundación Católica Universitaria Lumen Gentium – UniCATÓLICA  
(Cali).

#### INSTRUMENTO PARA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Pregunta No. 1. Gislen Cerón Espinosa (GCE). Los observatorios suelen nacer por una relación directa, explícita, con asuntos del contexto histórico, político generalmente, que rodean sus nacimientos. En el caso del observatorio indagado, ¿en qué contexto surge el mismo?

**Respuesta Pedro Pablo Aguilera González (PPAG). Surge desde la experiencia personal previa a estar en Colombia como coordinador de análisis de información en Cuba. En 2002 se publicó un análisis de la Prensa Colombiana con el docente Germán Ayala sobre Plan Colombia; fue un seguimiento de 6 medios durante un año con un libro publicado PLAN COLOMBIA UN AÑO DE AUTOCENSURA. Como resultado se creó en el Observatorio de Medios en la USC.**

Pregunta No. 2. (GCE). Cada observatorio suele tener una base teórica, que en algunos casos puede involucrar varias disciplinas, que lo fundamenta y orienta. En el caso de este observatorio, ¿cuál o cuáles son las corrientes de pensamiento y autores que lo fundamentan y orientan?

**Respuesta (PPAG).** El observatorio tiene dos ejes teóricos: los estudios norteamericanos sobre estudios de los mass media surgidos de la escuela de Chicago y Opinión Pública (Wolf) con bases en estudios empíricos y semióticos bajo la influencia del pensamiento de la escuela de Tartú (Lotman). Por otra parte, los análisis del discurso de corte sociolingüístico con Van Dijck, Habermas y la escuela de Praga.

Pregunta No. 3. (GCE). No todos los observatorios tienen iguales intereses en relación a los temas de estudio. En el caso de este observatorio, ¿cuál o cuáles han sido las tendencias temáticas objeto de estudio?

**Respuesta (PPAG).** Los temas recurrentes han sido:  
El análisis de rutinas periodísticas  
Calidad Informativa  
Agenda Setting y Framing  
Análisis de los discursos  
Opinión Pública  
Temas étnicos y género  
Análisis de medios digitales y nuevos discursos  
Tendencias y nuevas dinámicas discursivas de la comunicación

Pregunta No. 4. (GCE). Atendiendo el objetivo No. 4 de nuestra investigación, y en la búsqueda de cruzar la información aquí arrojada con aquellas provenientes de los otros observatorios para reconocer comunes denominadores y diferencias, ¿podría suministrar los títulos de las investigaciones y publicaciones realizadas, académicas o no, por este observatorio?

**Respuesta (PPAG).** Con gusto le facilitamos la información, pero le remitimos estas en la semana próxima ya que estamos en cierre de semestre hasta el 2. Son 2 libros y, 8 artículos y cerca de 45 trabajos de grado en esta área. Ahora mismo tenemos un software patentado Kritica1.0 y saldrá un tercer libro que sistematiza la experiencia del Observatorio.

Pregunta No. 5. (GCE). Consultando artículos que tienen por base investigaciones tipo estados del arte relacionados con observatorios de medios de comunicación, se encuentra que existen de dos tipos: fiscalizadores y estadísticos. ¿En qué modalidad clasificaría este observatorio?

**Respuesta (PPAG).** Estadísticos, aunque evaluamos determinados problemas sin incurrir en pretensiones de jueces. Nuestra postura es constructiva.



Pregunta No. 6. (GCE). ¿Cuál es el objetivo general del observatorio?

**Respuesta (PPAG). Ser un espacio de apoyo a la investigación formativa (contamos con un semillero), desarrollar espacios de extensión (tenemos dos cohortes de un diplomado en Comunicación Política) y un curso electivo de Análisis de Medios además de proyectos de monitoreo en temas coyunturales desarrollados por docentes.**

Pregunta No. 7. (GCE). También a la luz de la literatura consultada, se concluye que los observatorios pueden estar constituidos por personas provenientes de distintos sectores, uno de estos, por ejemplo, es el académico. ¿Cómo está constituido este observatorio?

**Respuesta (PPAG). Tenemos una estructura abierta, flexible que en dependencia de los proyectos o coyuntura se unen docentes de diferentes áreas como filósofos, comunicadores, publicistas, sociólogos e incorporamos o no ingenieros y abogados.**

Pregunta No. 8. (GCE). La literatura indica, además, que los observatorios procuran hacer incidencia en diversas poblaciones o escenarios: comunidades educativas, órganos legislativos, profesionales de la comunicación social y periodismo, comunidades académicas, directorios de medios de comunicación, agentes comunitarios, etc. En el caso de este observatorio, ¿con qué comunidades o escenarios llevan a cabo el trabajo de incidencia? ¿Cómo lo hacen?

**Respuesta (PPAG). Tenemos contacto directo con las comunidades gremiales comunicadoras en el Valle, la FLIP en Colombia. Los Medios de Comunicación Regionales y Nacionales, AFACOM, Sala de Redacción, MOE, y a nivel Internacional con OBSERVACOM, CIBERMEDIOS y tres Universidades Concepción Chile, Universidad Complutense de Madrid y Columbia EEUU. Nuestra manera es en acciones puntuales de intercambio de información, apoyo en acciones conjuntas como el seguimiento a procesos electorales, Colombiacheck.**

(GCE). ¿Podrían indicar la(s) población(es) de incidencia del observatorio?

**Respuesta (PPAG). La Comunidad Académica de nuestra Universidad y otras (estudiantes y docentes), los medios asociados o relacionados. La sociedad en general cuando publicamos columnas y artículos en los medios.**

Pregunta No. 9. (GCE). En procura de pensar una estructura organizativa de nuestro eventual observatorio, ¿cuál es la estructura de este observatorio?

**Respuesta (PPAG). He mencionado la estructura abierta de team work para tratar cada tema. Hay un coordinador, pero lo demás es abierto. Cada Universidad debe considerar sus intereses y organizacionalmente valorar qué busca.**

Pregunta No. 10. (GCE). Los observatorios suelen centrar su atención en una modalidad de medio en particular (impresos, radio, televisión, internet). ¿Cuál ha sido la tendencia de este observatorio?

**Respuesta (PPAG). No, nosotros le apostamos a una mirada abierta e integral. Por ejemplo, ahora trabajamos sobre desarrollos de análisis de medios digitales y nuevos discursos como novedad.**

Pregunta No. 11. (GCE). Así mismo, los observatorios suelen enfocarse en medios de cierta cobertura (local, regional, nacional o internacional). ¿Cuál ha sido la tendencia de este observatorio en relación a este asunto?

**Respuesta (PPAG). Trabajamos en paralelo los tres niveles regionales, nacionales e internacionales depende de la coyuntura. Desde hace 2 años trabajamos en monitoreos de medios regionales prensa, televisión impresos y digitales en primera línea sobre la base de problemas puntuales.**

Pregunta No. 12. (GCE). ¿Trabaja este observatorio en red con otros observatorios o con algunas otras instituciones u organizaciones?

**Respuesta (PPAG). Sí, lo hemos mencionado anteriormente, hemos colaborado con El País, con ObservaCOM, ColombiaChek, MOE y ahora con Andimedios sobre Consumos de Medios y Culturales.**

## **Anexo C. cuestionario resuelto: instrumento para obtención de información**

Entrevista semidirectiva al profesor Pedro Pablo Aguilera González  
Director del Observatorio de Medios de Comunicación  
Universidad Santiago de Cali

El desarrollo de esta entrevista, virtual por razones ligadas a la pandemia originada por el coronavirus causante de la COVID-19, supone el consentimiento informado del observatorio. La información suministrada se empleará solo con fines académicos en el marco general del proyecto de investigación ESTADO DEL ARTE DE LOS OBSERVATORIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO VIGENTES EN COLOMBIA (UniCATÓLICA, 2019), y en particular para el desarrollo del trabajo de grado titulado CARACTERIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI, realizado por la estudiante Gislen Cerón Espinosa, del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Fundación Católica Universitaria Lumen Gentium – UniCATÓLICA (Cali).

Pregunta No. 1. Gislen Cerón Espinosa (GCE). Profesor Aguilera González, en el cuestionario inicial se indagó sobre el contexto histórico en el cual surge el OMC de la USACA. Allí, usted hizo mención a su rol como “coordinador de análisis de información en Cuba” y al libro PLAN COLOMBIA. UN AÑO DE AUTOCENSURA. ¿Podría detallar un poco esta respuesta y su relación con la creación del OMC de la USACA?

Respuesta Pedro Pablo Aguilera González (PPAG). Entre 1986 -1989 cumplí servicio militar en la República Popular de Angola como oficial encargado del grupo de Sociología y Propaganda Especial adjunto a la Jefatura de las tropas cubanas en ese país. Allí tenía que analizar prensa, radio de varios medios de Sudáfrica, Francia, Estados Unidos, Congo y la propia Angola con el fin de evaluar la agenda y contexto sociopolítico.

En 1998 comienzo a trabajar además de la UAO en la USC, de ahí que el trabajo, aunque fue publicado desde la UAO ya trabajaba en la USC; en esta última comenzaba a desarrollarse la investigación y este fue el proyecto inicial que se plateo y que comprometió a varios docentes.

Pregunta No. 2. (GCE). El libro PLAN COLOMBIA. UN AÑO DE AUTOCENSURA fue fruto de un trabajo de seguimiento de seis meses a medios de comunicación.

¿Cuáles fueron los elementos generales o particulares, si recuerda, de la experiencia del seguimiento a los medios durante esos seis meses, o las conclusiones que arrojó el estudio, que motivaron a la creación del OMC de la USACA?

Respuesta (PPAG). El OM USC tuvo desde un inicio ser un espacio interdisciplinario desde las diversas áreas de la comunicación como de la filosofía, la sociología, la semiótica. Su premisa era el análisis de las rutinas periodísticas por una parte y la ética profesional. Todavía no se hablaba de noticias falsas. Por otra parte, nunca nos interesó ser “franco tiradores” de los medios y sí, unos mediadores entre academia y resultados encontrados de ahí el bajo perfil mediático de nosotros.

Pregunta No. 3 (GCE). La pregunta No. 2 del cuestionario rondaba sobre la base teórica del OMC de la USACA. Usted hizo alusión a ejes teóricos y autores. ¿Cuáles son algunas de las ideas básicas, fundamentales o generales de estos ejes teóricos y/o autores que permiten encuadrar los estudios adelantados por parte del OMC de la USACA?

Respuesta (PPAG). Por un lado, están los estudios del discurso desde dos líneas la teoría crítica con la puesta en juego de cada actor del proceso comunicativo y no solo el emisor que es lo común.

Del análisis del texto periodístico nos hemos centrado en las variables tanto formales y contenido que ofrecen la lingüística, la semiótica y la estética. Estamos convencidos que la calidad informativa tiene aristas múltiples que van desde la titulación, el encuadre de diagramación-bloques televisivos, géneros, fuentes, recursos expresivos. La calidad periodística no depende únicamente de una postura editorial, empresarial, hay mucho de responsabilidad individual del comunicador.

Finalmente, desde la fonoaudiología, la psicología social y la filosofía del lenguaje hemos entendido el valor de los receptores, las audiencias o públicos que cada día determinan, construyen y generan redes de opinión. Esa lectura de los alcances, del impacto es para nosotros cada día más importante. La comunicación se desplaza desde el emisor hacia el receptor.

Pregunta No. 4 (GCE). La pregunta No. 3 del cuestionario tenía por propósito identificar los temas de interés del OMC de la USACA. Usted mencionó ocho. ¿Alguno de estos temas es particularmente importante para Usted? ¿Por qué?

Respuesta (PPAG). Cada proyecto o caso exige una mirada. Así mismo, eso determina el eje o mirada determinante. Si tuviera que decir estamos en 3 ejes por ahora:

- Agenda Setting y Framing
- Análisis de Medios digitales
- Nuevas dinámicas discursivas

Pregunta No. 5 (GCE). En el interrogante No. 4 del cuestionario se preguntó por la literatura publicada por parte del OMC de la USACA. ¿Alguna de estas publicaciones es particularmente importante para Usted? ¿Por qué?

Respuesta (PPAG). El libro Plan Colombia creo que es muy importante, pero poco conocido, La metodología fue pionera en Colombia. No conozco trabajo más ambicioso y analítico que ha tenido corroboración en la práctica política del país en estos años. No nos equivocamos.

Pregunta No. 6. (GCE). A propósito, ¿qué conclusiones o comentarios generales se pueden formular sobre el comportamiento de los medios de comunicación en Colombia?

Respuesta (PPAG). Existen muy buen periodismo en el país, pero el consumo de medios es bajo y lo que prevalece es el consumo de mediaciones terciarias desde las redes sociales. Eso es comunicación, pero no son medios tradicionales. Ese estudio es importante.

Es importante conocer para comprender que incluso en el gremio hay una prisa por informar bajo la presión de la competencia no ya de los medios, si no de los generadores de información independientes. Los medios no comprenden que su función debe ser más calmada, más reflexiva y no del ahora.

Pregunta No. 7 (GCE). ¿Cuál es el impacto estimado o potencial que estas investigaciones han generado o podrían generar en la sociedad?

Estamos satisfechos de los egresados exitosos, reconocidos en los círculos de periodismo y con criterio en medios nacionales y regionales. Ellos han sido formados en esta mirada de análisis de medios en el curso de este nombre.

Igualmente hemos consolidado relaciones investigativas con medios y equipos del país y otras latitudes. Repito: no nos interesa protagonismo. Nos consultan, nos solicitan apoyo, eso hacemos.

Pregunta No. 8. (GCE). La pregunta No. 9 del cuestionario preguntó sobre la(s) población(es) de incidencia del observatorio. ¿Han logrado algún tipo de interacción o retroalimentación de alguna población o actor que haya estado bajo la incidencia del OMC de la USACA? En caso afirmativo, ¿podría comentar algunas generalidades o particularidades?

Respuesta (PPAG). Sí, creo que el ejemplo más claro: ha sido equipos de comunicación asociados a lo público en determinados momentos al ser auditores de su trabajo y evaluadores o consultores. Disculpe no especificar pues hay compromisos contractuales de confidencialidad.

Pregunta No. 9. (GCE). En el interrogante No. 10 del cuestionario buscó establecer la estructura organizativa del OMC de la USACA. Usted mencionó el modelo *team work*. ¿Cuáles han sido las ventajas y los retos (o debilidades) de esta estructura abierta (*team work*)?

Respuesta (PPAG). Las ventajas es que hay flexibilidad, por ser estructura abierta entran y salen especialistas de diferentes campos a enriquecer sin estar obligatoriamente sujetos a un proyecto. Desventajas hay que capacitar a cada quien que llega por ello debemos hacer manuales de trabajo y procesos a futuro.

Pregunta No. 10. (GCE). La pregunta No. 11 del cuestionario se centró en la modalidad de medios de comunicación objeto de estudio del OMC de la USACA. A propósito del boom de las TICS, ¿considera que los estudios centrados en impresos, radio y televisión tenderán a perder interés en las nuevas y futuras generaciones de investigadores?

Respuesta (PPAG). No, en modo alguno. Hay un fuerte reajuste a mi manera de ver entre medios nativos y no nativos. Los no nativos con su migración y las presiones de calidad por su afán de ser iguales que los nativos y las redes sociales, están aprendiendo a trabajar en estas nuevas plataformas y a comprender que las rutinas y exigencias son iguales o mayores. Los medios tradicionales tienen audiencias, lectores y públicos históricos. Los nuevos medios tienen lógicas, rutinas, fines y estructuras de manejo informativo diferentes. Creo que vamos a recuperar un periodismo más de fondo, de análisis en los próximos años en la prensa, la radio y

la televisión llamada tradicional. Las “cargas” se ajustan. Ahora bien, hay nuevos temas de lecturabilidad, consumo, géneros o subgéneros, que están por ser tratados.

Pregunta No. 11. (GCE). En el interrogante No. 12 del cuestionario se indagó sobre el centro de atención del OMC de la USACA en relación a la escala de cobertura de los medios objeto de investigación u observación. ¿Qué tan asequibles han sido los medios de comunicación para facilitar materiales que hacen parte de los corpus de las investigaciones?

Hay de todo, pero en un alto grado es muy positivo; debe construirse una confianza entre medio y observatorio para que fluya la información desde ambos lados y respetarse.

Pregunta No. 12. (GCE). ¿Encuentra rasgos comunes problemáticos (sesgo ideológico, por ejemplo) o de otro tipo en el comportamiento de los medios en las tres escalas?

Respuesta (PPAG). El sesgo ideológico es el ADN de todo periodismo, de todo periodismo, absolutamente. El periodismo es ideología no en el sentido estrecho de política. La ideología como sistema de ideas, de conciencia de un momento, un tiempo y claro de grupos y personas.

Pregunta No. 13. (GCE). La pregunta No. 13 del cuestionario trató sobre el trabajo en red del OMC de la USACA. ¿Qué conclusiones extrae del trabajo en red con otras instituciones?

Respuesta (PPAG). Los resultados han sido positivos, pero como he dicho, sobre una ética y respeto. Se pueden hacer muchas cosas sin afanes de publicación y sí de formación y colaboración en doble vía.

Pregunta No. 14. (GCE). Finalmente, ¿cuál es su visión referente al futuro del OMC de la USACA?

Respuesta (PPAG). Seguir trabajando en las nuevas lógicas que he mencionado. Justo ahora terminamos un aplicativo, vamos a publicar un libro y se van a defender en 2 semanas 3 trabajos de tesis.