

FORMATOS PEDAGÓGICOS OBSERVATORIO

OBSERVATORIO DE MEDIOS



Formato Pedagógico Observatorio

Observatorio de Medios

Los observatorios, en un sentido genérico son espacios de observación. Generalmente asociados con el tipo de observación astronómica se han revelado desde hace unos años como espacios de observación de todo tipo de fenómenos sociales. Así, existen observatorios astronómicos, pero también de aspectos vinculados a la juventud, la pobreza, los índices de precios, los grupos de pertenencia, de la mujer y las víctimas de género, de la infancia y de otros fenómenos sociales y culturales que requieren de información actual, valiosa, contrastada con diversas fuentes y producto de múltiples indicadores.



Lo que hace del observatorio una práctica novedosa es su eminente valor de vigencia, su capacidad de información y análisis, el monitoreo de casos y discursos específicos a un área de interés, mediante técnicas interactivas, entre otros aspectos.

El observatorio de medios es uno de estos formatos pedagógicos nuevos que se caracteriza por identificar, analizar, procesar y monitorear discursos mediáticos con la intención de describir sus discursos, vincularlos a fenómenos

de actualidad, medir el impacto de tales discursos en la arena mediática y política y atender a fenómenos emergentes que requieren de miradas multidisciplinares y complejas.

El campo de intervención y objeto de prácticas de un observatorio de medios está claramente en las informaciones, discursos, valoraciones, operaciones y actuaciones de los medios de comunicación social de carácter masivo. Se observan sobre la marcha misma de los propios acontecimientos y sus repercusiones mediáticas, los diversos tratamientos que los medios realizan sobre problemáticas de interés. Los discursos políticos, el tratamiento sobre las minorías, las identidades sexuales, los intereses económico-financieros, las estrategias y políticas públicas y estatales, las operaciones de las corporaciones, las consecuencias de ciertos discursos y el entramado de relaciones que se generan en consecuencia.



Seguindo a Broullón podemos caracterizar un observatorio de medios en los siguientes términos:

1. Estudio de dinámicas mediáticas, procesos, emergencias de la propia sociedad. Los observatorios conectan con la actualidad inmediata del entorno y reaccionan ante los cambios estructurales.
2. Análisis de topologías, instituciones, narrativas y discursos. Los distintos elementos de que consta el proceso de comunicación, así como los diversos actores que participan del mismo son objeto de análisis.
3. Monitoreo de la información y de su resignificación. La perspectiva sobre los acontecimientos y las correspondientes actuaciones de los medios son comparados, analizados (individualmente y dentro de una trayectoria) e interpretados.
4. Especial atención a los actores sociales y a los asuntos del debate público. Los observatorios dependen de la actualidad informativa de la sociedad que constituye su objeto de análisis y centran su actividad acerca de aquellas cuestiones que congregan una mayor atención o seguimiento mediático.
5. Evaluación de criterios éticos de los medios. El desarrollo correcto del trabajo periodístico sigue centrandolo una buena parte de los análisis y controversias salidas de los observatorios de medios.



6. Conformación de iniciativas ciudadanas, empresariales y sociales, relacionadas con la comunicación y el ejercicio de la democracia. La mayor parte de los observatorios no permanece estancada en la mera contemplación de la realidad mediática de la que informan, sino que participan, directa o indirectamente, de iniciativas de reacción ante las irregularidades descubiertas.
7. Carácter novedoso para el conjunto de la sociedad. Su reciente aparición, así como la novedad de las cuestiones y elementos técnicos a los que se presta atención, supone para la sociedad un valor añadido de atención.
8. Focalización temática según ejes específicos. Los observatorios generales conviven con los cada vez más numerosos y desarrollados dedicados a áreas temáticas determinadas (mujer, infancia,...).
9. Elaboración de estudios minuciosos como arma fundamental de acción. No imponen sanciones jurídicas sino que informan notoriamente de los desajustes.
10. Tres tipos de miembros: profesionales del periodismo, universitarios e investigadores, así como usuarios (comunes o de reconocido prestigio).



En lo que hace a un Observatorio de Medios como **formato pedagógico** podemos considerar sus características, tareas involucradas, posibilidades, limitaciones y proyecciones:

En este marco de análisis de la dinámica social y cultural un Observatorio de Medios es un espacio organizado que recopila, ordena, analiza e interpreta la información disponible sobre fenómenos emergentes de la producción de los medios de comunicación.

Pero un elemento más de este formato es que no se trata de un examen analítico en función de un mero ejercicio intelectual, no se trata de alcanzar conclusiones en la forma de simples diagnósticos, sino que dicho análisis debe pasar a integrar la estructura formativa de las y los estudiantes para la acción y para la previsión sobre conductas futuras.

En ese proceso el Observatorio juega su rol de espacio específico para la contención, intercambio, contacto, puesta en común, debate, revisión, evaluación e interpretación crítica de la recepción de la producción de los medios de comunicación.



En el Observatorio se desarrollarán esencialmente prácticas de recepción y análisis de los procesos de circulación, construcción de sentido e interpretación de las producciones provenientes de los medios de comunicación, tanto en sus códigos lingüísticos como no lingüísticos; en base a herramientas que permitan reflexionar sobre los modos de construcción del discurso, sus estrategias y el acceso a las audiencias.

Las y los jóvenes estudiantes se posicionan en tanto audiencia de medios y por lo tanto debemos partir de este supuesto esencial para construir el análisis, sumado a la formación que ellos van desarrollando en la orientación al apropiarse de conocimientos teóricos que ponen en situación esas experiencias privadas de contacto con la producción mediática.

Aspectos metodológicos

El observatorio de medios trabajará en función del estudio o análisis de casos: una noticia trascendente que conmociona al público, un acontecimiento político relevante, una ley que condiciona una serie de conductas sociales. También sobre el seguimiento de una información y su impacto, resonancia o repercusión social. A la vez es un formato destinado al estudio sistemático de procesos complejos, como por ejemplo, analizar la evolución del mapa de medios a nivel internacional, nacional, regional o local. Así también identifica y distingue entre tipologías y diferentes géneros de informaciones. De esta forma trabajará sobre líneas editoriales o géneros de opinión, anuncios, convocatorias, artículos periodísticos o críticas de espectáculo. Lo importante es el tipo de abordaje que se realice. El OM no puede meramente realizar un ejercicio descriptivo, sino un análisis que tome en cuenta las proyecciones sociales de los discursos mediáticos, su impacto en temáticas como el tratamiento y caracterización social de las minorías sexuales, el estudio de género, las operaciones de prensa corporativas, las respuestas del poder estatal, las estrategias de consolidación de una temática de acuerdo al momento político-social, el tratamiento o la cobertura que reciben los momentos críticos de una ciudad, provincia o país.

Metodologías de análisis cuantitativo y estadístico, pero sobre todo criterios metodológicos de carácter cualitativo: encuestas, observación y observación participante, entrevistas en profundidad, análisis del discurso, narrativas, análisis de comunicación no verbal, *focus groups*, entre otras técnicas para la recolección de información cualificada.



La idea es que el OM trabaja al calor de los acontecimientos mismos, pero en un intento de sistematización y registro que permita medir y procesar los impactos y consecuencias sociales, económicas y políticas.



Por eso los criterios de intervención en este formato son:

- Observación crítica y minuciosa de los medios y sus discursos
- Análisis y procesamiento de datos mediante cuadros, tablas o fichas
- Seguimiento y monitoreo de problemáticas retratadas en los medios
- Detección de causas, entramados y proyección de posibles consecuencias
- Análisis de coberturas y tratamientos mediáticos
- Debates, cine-debates, conferencias, etc.
- Informes parciales o provisorios sobre situaciones registradas en los medios
- Ensayos sobre problemáticas históricas o relevantes vinculadas a los medios (Objetividad vs. Subjetividad, construcción o reflejo de la noticia o acontecimiento, verdad u opinión, periodismo tradicional o nuevo periodismo)
- Trabajo con diversidad de fuentes y contraste valorativo de las mismas
- Trabajo con informantes claves, testigos, actores involucrados
- Tareas de campo, salidas a medios, análisis y registro en terreno
- Indagación de "lo no dicho" o lectura entre líneas
- Análisis de los momentos y espacios discursivos (asambleas, manifestaciones callejeras, lanzamientos políticos, etc.)
- Trabajo colaborativo y en redes para recabar información y analizar los datos, presentarlos y difundirlos
- Trabajo a partir de redes sociales y comunidades de práctica para recabar y valorar las informaciones
- Análisis de sondeos de opinión, encuestas, estadísticas, infografías, mapas informativos e imágenes de tapa o portada
- Observación y análisis de diagramación, montaje y edición, peso de imágenes en superficie redaccional, edición sonora en informativos

En especial, el Observatorio de Medios trabaja, no exclusiva pero si de forma preponderante, con los discursos mediáticos, por eso, analizar titulares, *graff* o zócalos informativos, avances, declaraciones de prensa, conferencias, debates políticos en los medios, entrevistas radiales o televisivas, columnas o notas de opinión móviles, *reality show*, programas de entretenimientos, diarios hablados, fotografías de prensa y epígrafes, espacios de redacción, trabajo con fuentes, es su *métier*, es decir, el espacio privilegiado de atención de un Observatorio de Medios



Sugerencias para el trabajo en el aula, en la institución y en terreno:

- ! No convertir el OM en un espacio áulico convencional; su dinámica, su complejidad y su riqueza, está en ser un formato distinto, más vertiginoso, si se quiere, porque responde a una dinámica social, al calor de los acontecimientos y a un tratamiento que requiere indagar, descubrir e interpretar los hechos.
- ! Prever salidas a campo, consulta a informantes clave, testimonios de primera fuente, cobertura en terreno
- ! Contemplar técnicas interactivas y recursos digitales: lluvia de ideas, juegos de roles y dramatizaciones, técnicas de animación y motivación, ensayo y simulación de espacios específicos (redacción de un área de prensa, estudio televisivo, etc.), recursos TIC como mapas y geolocalizadores, presentadores a distancia, mapas interactivos, líneas de tiempo, galería virtual, escenarios recreados digitalmente, empleo de dispositivos como celulares y grabadores de sonido, filmadoras, para salida a campo, búsqueda de información, comunicaciones a distancia, etc.
- ! Realizar informes institucionales dando a conocer a la comunidad educativa problemáticas locales de interés mediante presentaciones, ensayos, informes, dramatizaciones u otras
- ! Invitar a especialistas, profesionales o expertos para conferencias, debates, a fin de que los alumnos puedan preguntar y evacuar dudas, conocer criterios relevantes o informarse de rutinas del trabajo profesional, etc

Bibliografía:

- ✓ BROULLÓN Pastoriza, Gaspar. Hernández, Tatiana. López García, Xosé. Pereira, José. "Los observatorios de comunicación" En: Revista Latinoamericana de comunicación CHASQUI. N° 90. Junio de 2005. Páginas 38-45. Quito, Ecuador.
- ✓ Diseño Curricular de la Orientación Comunicación. Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba. Disponible en: <http://www.igualdadycalidadcoba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/EducacionSecundaria/LISTO%20PDF/ORIENTACION%20COMUNICACION%206-12-11.pdf> [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]
- ✓ Observatorio de Medios. Diseño Curricular para la Educación Secundaria 5^{to} año. Orientación Comunicación. VERSIÓN PRELIMINAR. Dirección General de Educación de la provincia de Buenos Aires.
- ✓ Planificación del espacio Curricular Observatorio de Medios de Comunicación. 2015. Colegio de la Universidad. UNLPam.
- ✓ Sanjurjo, Liliana (Coord.) *Los dispositivos para la formación en las prácticas profesionales* HomoSapiens, Rosario, 2009.

Sitios de Internet

- ✓ *EcuRed*. Sitio de publicaciones online. Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Enciclopedia_cubana [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]
- ✓ *Observatorio de Jóvenes y Medios de Comunicación* Disponible en <http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/> [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]
- ✓ *Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión*. AFSCA, INADI, CNM. Disponible en: <http://www.observediscriminacion.gob.ar/> [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]
- ✓ *Observatorio Universitario de Medios* – Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) – Escuela de Ciencias de la Información. Disponible en: <https://oumcordoba.wordpress.com/> [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]
- ✓ *Wikipedia: Observatorio*. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Observatorio>. [Fecha de Consulta: 10 de junio 2015]

