

Alcances y perspectivas del Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente (ORMIC)

Abstract

In the year 2007 the proposal of a research project for the formation of an organism that will be in charge of doing the systematic and permanent analysis of the work made by the media in the region. At the end of the year 2008 the design of the system stage began built through a theoretical perspective related with the epistemological core of the Faculty (relation between communication-culture-society). Because of this, the Regional Observatory of the Information Media in the East part of Colombia (ROIMEC) was created, this body is in charge of keeping track and analyze the different ways of doing its job, generating significances and construct cultural identities. To carry out this project is an initiative of the UNAB, but with help of other academic institutions of the department. As well as trade-union organizations of the communication field. In this article it is set out the conceptual referents, the methodological proposal and the lines of work that it will have since its beginning. It is started with the justification about the need of establishing an observatory that will be in charge of answering the questions about the images of the region that are going round the media. Also, the territorial range is established and it is sketched an art stage of this kind of experiences in the national and Latin American area. The aims, vision, action lines and the components in the construction of the Observatory.

Key Words

Observatory, media analysis, Colombian east area, Social communication, Unab, Santander, Magdalena Medio, cultural, imaginary studies, territory, mass media.

Resumen

En el año 2007 se inició la formulación de un proyecto de investigación para la constitución en la UNAB de un organismo que se encargara de hacer el análisis sistemático y permanente de la labor que desempeñan los medios en la región. A finales del 2008 arrancó la fase de diseño del sistema de investigación, a través de la construcción de una perspectiva teórica que estuviera en diálogo con el eje epistemológico de la Facultad (relación comunicación-cultura-sociedad). En consecuencia, nació el Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente Colombiano (ORMIC), órgano que tiene el encargo de hacer un seguimiento y análisis de las formas como realizan su labor, generan significaciones y construyen identidades culturales. La ejecución de este proyecto es una iniciativa de la UNAB, pero convoca a otras instancias académicas del departamento, así como organizaciones gremiales del campo de la comunicación. En este artículo se plantean los referentes conceptuales, la propuesta metodológica y las líneas de trabajo que tendrá a partir de su inicio. Se empieza con la justificación acerca de la necesidad de establecer un observatorio que se ocupe de responder a las siguientes preguntas sobre las imágenes de región que circulan en los medios. También, se establece el alcance territorial y se esboza un estado del arte de este tipo de experiencias en el ámbito nacional y latinoamericano. Se definen los objetivos, la visión, las líneas de acción y los componentes en la construcción del Observatorio.

Palabras clave Observatorio, análisis de medios, Oriente colombiano, ORMIC, comunicación Social, UNAB, Santander, Magdalena Medio, estudios culturales, imaginarios, territorio, medios de comunicación.

Manfry Gómez Ditta

Comunicador Social-Periodista, Magíster en Semiótica, Especialista en Docencia Universitaria, con 14 años de experiencia en redacción, edición e investigación de textos periodísticos para medios radiales, escritos y audiovisuales. Investigador y experto en análisis semiótico del discurso, teorías de la comunicación y comunicación para el cambio social. Actualmente se desempeña como Docente Investigador tiempo completo de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Facultad de Comunicación Social y Artes Audiovisuales. Además, ha sido docente en la Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de Pamplona y el Instituto para el Desarrollo de Santander.

correo electrónico: mgomez@unab.edu.co

Alcances y perspectivas del Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente (ORMIC)

Manfry Gómez Ditta

“La reflexión ética desde el Observatorio no puede ser discursiva o teórica; debe centrarse en realidades y priorizar, a la vez, las realidades colombianas”.
(Herrán, 2008, p. 155)

Introducción

Desde el surgimiento de la prensa moderna, los medios de información han penetrado con gran vigor en la sociedad, generando corrientes de opinión pública de manera permanente. A través de ellos los distintos públicos expresan ideas, divergencias y posturas, en una amalgama de pensamientos que determina, en la gran mayoría de casos, el rumbo actual. Su papel se centra en constituirse como referentes en la producción social de significaciones y la construcción de identidades culturales. Es así como generan representaciones sobre las distintas dimensiones de la vida, favorecen el surgimiento de ópticas de mundo y la acción social de los ciudadanos. Según Jorge Alberto Velásquez, los medios son “empresas de servicios, instrumentos para la democratización de la información, que cumplen, por delegación de la sociedad y del Estado, la misión de garantizar y hacer efectivo el Derecho a la Información veraz e imparcial que tienen los ciudadanos y ciudadanas (Velásquez, 2004, p. 70).

Sin embargo, estas características, que bien podrían ser consideradas favorables, entran en controversia, en la medida que dichos medios “se han convertido en 'botines' de políticos y sectores de

poder” (Cadavid, 2004, p. 18), que se aprovechan de esa capacidad para proponer imaginarios y estilos de vida. Analistas como Susana Herrera Dalmas, expresan que “el poder que tienen hoy los medios en nuestras sociedades democráticas no corresponde con un ejercicio siempre responsable de su misión” (Herrera, 2005, p. 155). Por tanto, se vive actualmente un debate sobre la credibilidad, el papel que desempeñan y las formas en que su labor repercuten en el discursar cotidiano.

Como resultado de esta circunstancia, gran parte de la ciudadanía los percibe no como instituciones que se representan a sí mismos o a los intereses de la comunidad, sino “como parte de un poder establecido del que se sienten apartados (cuarto poder)” (p. 23). Los reclamos surgieron. El público actualmente ve con preocupación los afanes propagandísticos de estos dispositivos que antes ocupaban la tarea de transmitir imparcialmente los discursos políticos y sociales. Al respecto, Sergio Muñoz Bata manifiesta que “la percepción de la gente es que los periodistas han abandonado el papel de árbitros justos que se les atribuía 'antes', cuando, dice la gente, escribían sus artículos con un sentido de equidad y justicia, procurando siempre presentar lo dos lados de la historia (Muñoz, 2005, p. 21).

En Colombia, los medios masivos también están en la mira de las críticas. La situación de violencia que durante los últimos años ha penetrado todas las esferas sociales, la corrupción administrativa, la marginalidad, la concentración de la riqueza, la exclusión y las dinámicas políticas, son aspectos centrales que determinan la forma de ser de este país y, por consiguiente, influyen en la labor de los periodistas, comunicadores sociales y medios de información. Es así como se ha sentido una verdadera ola de inconformidad, “especialmente enfocada a la manera como se hace la cobertura sobre el conflicto armado y los esfuerzos por adelantar un proceso de paz (Abello, 2004, p. 32).

En el departamento de Santander y el Oriente colombiano la situación no es distinta de lo que ocurre en el país. En esta región se dan múltiples experiencias de medios de información masiva y comunicación alternativa que no escapan a las dinámicas señaladas. Además, se agregan otras circunstancias de carácter local como el empobrecimiento de los medios, que sucumben a los requerimientos de los anunciantes para sostener la pauta. “Tal situación ha redundado en algo que podríamos llamar el mercadeo de la información y que se ha acentuado en la medida en que han ido desapareciendo espacios formales de trabajo para los periodistas” (Sandoval, 2003, p. 25). Ello ha generado un periodismo sujeto a las presiones, sobre todo, de funcionarios públicos, agentes del Estado y miembros de grupos al margen de la ley. En ese sentido, el análisis de las formas en que los medios operan es una labor oportuna. Ella se sitúa dentro de la necesidad de hacer una revisión crítica de sus actividades, para detectar las áreas de problema y generar propuestas que favorezcan su desempeño. Como lo plantea Germán Rey Beltrán, toda sociedad debe contar con mecanismos que le permitan entender la forma como los medios trabajan.

Uno de ellos es la observación, como parte de la diversidad de modos sociales de ver, que expresan, a su vez, dimensiones fundamentales de la democracia: la transparencia, la rendición de cuentas, la valoración del interés público y la argumentación crítica de todo aquello que influye directa e indirectamente en la vida de los ciudadanos (Rey, 2008, p. 97).

Desde la Universidad Autónoma de Bucaramanga, a través de su Facultad de Comunicación Social y Artes Audiovisuales, se ha hecho una reflexión continua acerca del trabajo mediático. Estos análisis se reflejan en el desarrollo de investigaciones al seno del grupo Transdisciplinariedad, Cultura y Política, dentro de las cuales se destaca el estudio sobre televisión y memoria realizado en 2006 por los investigadores Julio Benavides Campos y Martha Mejía Suárez. En él se explora el consumo de medios de comunicación como experiencia cultural, a partir del caso de Bucaramanga. De manera previa, el docente e investigador Wilson Javier Sandoval, hizo un estudio acerca del periodismo que se realiza en el departamento, mediante la aplicación de un sondeo exploratorio a directores y reporteros de empresas periodísticas regionales, acerca de la realidad del ejercicio de la profesión. Se entrevistaron 40 personas del área metropolitana de Bucaramanga y los municipios de Barrancabermeja, San Gil y Socorro.

Así mismo, la UNAB realizó en 2005 el diagnóstico de la Comunicación del Nodo Nororiental Misión la Comunicación Colombia¹, con el apoyo del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) de la Universidad Nacional. En él se analizan las características de los medios de comunicación de la región (los departamentos de Santander, Norte de Santander, Arauca y la región del Magdalena

Medio). Según el estudio, en esta zona existen procesos comunicativos diversos, que se reflejan en las múltiples experiencias de medios de información masiva, comunicación alternativa, organizaciones sociales y redes de sentido que dan una dinámica muy particular. Cada una de estas experiencias responde a motivaciones y dinámicas distintas, que configuran un panorama mediático particularmente complejo.

Como resultado de estos hallazgos, en el año 2007 se inició la formulación de un proyecto de investigación para la constitución en la UNAB² de un organismo que se encargara de hacer el análisis sistemático y permanente de la labor que desempeñan los medios en la región. A finales de 2008 arrancó la fase de diseño del sistema de investigación, a través de la construcción de una perspectiva teórica que estuviera en diálogo con el eje epistemológico de la Facultad (relación comunicación-cultura-sociedad). En consecuencia, nació el Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente Colombiano (ORMIC), órgano que tiene el encargo de hacer un seguimiento y análisis de las formas como realizan su labor, generan significaciones y construyen identidades culturales. La ejecución de este proyecto es una iniciativa de la UNAB, pero convoca a otras instancias académicas del departamento, así como organizaciones gremiales del campo de la comunicación.

En este artículo se plantean los referentes conceptuales, la propuesta metodológica y las líneas de trabajo que tendrá a partir de su inicio. Se empieza con la justificación acerca de la necesidad de establecer un observatorio que se ocupe de responder a las siguientes preguntas sobre las imágenes de región que circulan en los medios. También, se establece el alcance territorial y se esboza un estado del arte de este tipo de experiencias en el ámbito nacional y latinoamericano. Se definen los objetivos, la visión, las líneas de acción y los componentes en la construcción del Observatorio.

Una región comunicada

En el diagnóstico de la Comunicación del Nodo Nororiental Misión la Comunicación Colombia, -el análisis más reciente en esta parte del país- se encontró que aunque en esta región hay una gran cantidad de iniciativas de medios masivos, es la comunicación alternativa, organizaciones sociales y redes de sentido las que más se destacan en el panorama mediático. Éstos trabajan desde diversas perspectivas, pero entienden la comunicación como “un proceso de producción de sentido que dinamiza las interacciones sociales y las significaciones” (Prada, 2005). Se mueven en torno a dinámicas propias de las democracias locales y buscan fortalecer valores como la autonomía y la libertad, a través de la discusión de conceptos como la ciudadanía y lo público.

Como consecuencia, las organizaciones y procesos sociales han realizado esfuerzos para que existan espacios de encuentro, de diálogo y socialización de conocimientos. Así las cosas, “en la región se ha generado una red de aliados, de sujetos sociales que analizan la realidad y realizan propuestas para su entorno” (Prada, 2005). En ese sentido -plantea el diagnóstico- existe un acumulado de recursos humanos y sociales alrededor de acciones colectivas, ciudadanas, culturales y procesos significativos de construcción regional, desde la comunicación. Hay redes de comunicación radial con trayectoria regional, procesos locales, sociales, políticos y culturales que se articulan a otras redes para generar acciones conjuntas de desarrollo. En este trabajo se destaca la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio (Aredmag), que integra 19 emisoras, 21 colectivos de comunicación y 7 emisoras escolares. Ella es una organización de carácter no gubernamental que dinamiza y promueve procesos de comunicación social, desde la radio. En su proyecto político comunicativo manifiestan estar al servicio del desarrollo comunitario, para contribuir

1 El diagnóstico del Nodo Nororiental, bajo la coordinación de la Facultad de Comunicación Social de la UNAB, elaboró en 2005 en un primer momento un inventario de experiencias visibles en la región que le permitió tener una apreciación sobre las iniciativas locales, subregionales y regionales desarrolladas en los últimos años. En un segundo momento, el diagnóstico identificó las iniciativas que tienen una mayor visibilidad regional en el Nororiente a través de las acciones públicas y emprendimientos que desarrollan diversas organizaciones formales e informales sobre el entorno regional. En un tercer momento, la coordinación del Nodo Nororiental realizó un Foro regional que le permitió abrir un espacio de discusión e interlocución presencial de la red de iniciativas en comunicación social y analizar las agendas temáticas propuestas por la Coordinación General de Misión la Comunicación.

2 La formulación de este proyecto de investigación estuvo a cargo de los docentes Luisa Piedrahita y Eduard Bacca, quienes elaboraron la propuesta que fue presentada a la convocatoria interna realizada por la UNAB en el año 2007. La propuesta fue retomada por los docentes Manfrý Gómez Ditta y Wilson Javier Sandoval, quienes actualmente actúan como co-investigador e investigador principal, respectivamente.

a la consolidación de espacios de participación en los medios y con ello contribuir a la construcción de una identidad regional desde la diversidad de sus pobladores.

En el departamento de Santander se destaca la Red Cooperativa de Emisoras Comunitarias del Sur de Santander (Resander), que agrupa 25 emisoras y desarrolla procesos de fortalecimiento de las mismas a partir de la generación de iniciativas de sostenibilidad económica. Por su parte, en el Norte de Santander, la Asociación de Radios Amigas del Norte de Santander (Radar), hace lo propio. Dentro de la actividad gremial, también existen formas asociativas de profesionales del periodismo y la comunicación. Los periodistas se agrupan en el Colegio Nacional de Periodistas seccional Santander, la Asociación de Periodistas de Barrancabermeja (APB) y la Corporación de Periodistas de Santander (CPS).

Existen en esta zona del país diversas posibilidades de formación alrededor del tema de la comunicación. Se cuenta con cinco facultades de comunicación social, en las ciudades de Bucaramanga, Pamplona, Ocaña y Cúcuta, que tienen énfasis en periodismo, organizacional, comunicación para el desarrollo y producción de radio y televisión. Estas escuelas tienen dentro de sus programas la articulación de la academia con la investigación y la extensión universitaria a través de diplomados y cursos temáticos. En cuanto a medios masivos, se cuenta con un canal regional (Televisión Regional del Oriente, TRO) y canales locales y comunitarios sin ánimo de lucro, televisión por suscripción, comunidades autorizadas para distribuir señales incidentales y un canal universitario (Teleuis). Existe un gran número de iniciativas impresas, que son instrumentos de comunicación de las organizaciones sociales y las redes, algunas veces coyunturales y otras un poco más permanentes.

En medio de este panorama -según el diagnóstico-, surgen algunas problemáticas en el ejercicio profesional del comunicador. Existe una crisis laboral como resultado del recorte presupuestal en las empresas periodísticas, han

desaparecido espacios informativos y se presenta una reducción del número de reporteros en las salas de redacción. Al mismo tiempo, hay una permanente confrontación entre colegas por el arrendamiento de espacios informativos, la pauta estatal y sobre-oferta laboral. Así mismo, las formas de contratación incluyen modalidades donde los salarios son bajos o en el peor de los casos no existe. Finalmente, se presentan obstáculos para el acceso a la información, relacionados con las presiones políticas y las amenazas de los grupos armados. En consecuencia, el diagnóstico expone la necesidad de que existan estrategias de comunicación para hacer visibles las experiencias e iniciativas de la región:

Por tal motivo, la puesta en marcha de un observatorio de medios es una tarea ineludible y necesaria para el análisis permanente de la actividad de mediática en la región. La tarea investigativa que se plantea adquiere un carácter estratégico, en la medida en que dirige la mirada hacia la manera como se da la producción de significaciones y el rol que cumplen los medios en la construcción y reconstrucción de identidades culturales regionales. La información descriptiva y el conocimiento crítico que se produzcan, al ser puestos a disposición tanto de los medios y de las organizaciones estudiadas como al servicio de otros actores sociales, permitirán reconocer cómo se está construyendo simbólicamente el departamento y su zona de influencia. De igual forma, se llenará un vacío institucional, al convertirse en un espacio de interpelación y diálogo así como una oportunidad para cualificar sus propuestas de construcción social y cultural de región.

Definición del ORMIC

El ORMIC es un espacio de carácter interinstitucional e interdisciplinario de análisis, seguimiento y socialización de las actividades, procesos, problemáticas y perspectivas que desde los medios de información y comunicación existen en el Oriente colombiano. Tiene como propósito generar permanentemente reflexiones acerca del trabajo de los comunicadores sociales, para dinamizar otras

propuestas de mejoramiento en la calidad de la información existente. Es interinstitucional porque integra iniciativas no sólo de carácter académico sino también experiencias de medios y organizaciones gremiales. En consecuencia, se plantea como un sistema que se articula a otros procesos de carácter regional, para sumar posibilidades y potenciar acciones de beneficio común.

El Observatorio parte de considerar que los medios de comunicación y las organizaciones empresariales y sociales cumplen un papel central como referentes en la producción social de significaciones y la construcción de identidades. Ellos construyen representaciones sobre las distintas dimensiones de la vida social, que contribuyen a moldear las ópticas de mundo y la acción social de los ciudadanos. Partiendo entonces del reconocimiento de su centralidad en la producción comunicativa de lo cultural, se plantean dos preguntas de investigación que delimitan el horizonte de la propuesta: 1. ¿Qué imágenes de la región circulan en los medios de comunicación? 2. ¿De qué forma las organizaciones empresariales y sociales de la comunicación en la región están contribuyendo a la construcción simbólica del vínculo social?

Las organizaciones empresariales y sociales que se incluyen en este proyecto son aquellas que dentro de su definición tienen como misión la labor de información y comunicación. En ese sentido, sólo ingresan dentro de esta categoría las empresas periodísticas, medios comunitarios y organizaciones sociales dedicadas a la labor comunicativa. En últimas, no se pretende abarcar todo el universo de sociedades productivas existentes sino aquellas que caben dentro del término de industria cultural y que se dedican a la labor de la comunicación. Por tanto, este proyecto hace parte de la preocupación por el consumo de medios (Sunkel, 2006, p. 23), que actualmente domina los estudios del campo.

El proyecto retoma el eje conceptual de la Facultad que concibe la comunicación como proceso social (conflictivo) de producción de sentidos. Reconoce además la pertinencia de entrar

en diálogo con el concepto de lo cultural como campo de batalla por las significaciones, que define el trabajo del grupo Transdisciplinariedad, Cultura y Política. El Observatorio pretende producir y socializar información descriptiva y conocimiento analítico, con el ánimo de contribuir desde una visión crítica al fortalecimiento de los medios de comunicación y las organizaciones empresariales y sociales, permitiendo así una vinculación estrecha entre la investigación y la incidencia regional de la Universidad.

El área de trabajo del ORMIC lo constituyen las poblaciones de Santander y su zona de influencia. Comprende los 87 municipios del departamento, organizados en las provincias: Comunera, García-Rovira, Guanentá, Mares, Soto y Vélez. También se incluyen las poblaciones de la provincia de Ocaña, en Norte de Santander y el territorio denominado Magdalena Medio, que abarca asentamientos de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Cesar y Santander. Por tanto, se cubre una vasta zona del Oriente colombiano, donde hay una gran cantidad de poblaciones que tienen no sólo una afinidad geográfica, sino también cultural y social.

Estado del arte

Los observatorios son considerados como importantes herramientas para el ejercicio de la investigación en el campo de la comunicación. Son instancias de supervisión mediática que vigilan y controlan esta actividad. Por tanto, la mayoría de las experiencias parten del reconocimiento de la importancia de los medios para la democracia, de la insatisfacción creciente frente a la actuación de éstos, la reivindicación de las diversas formas de entender la práctica periodística y la demanda de un nuevo público consumidor, entre otros aspectos.

Antonio Roveda Hoyos plantea que estos espacios para la reflexión y la producción de conocimiento tuvieron un fuerte impulso a partir del Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre en 2002. "Allí, Ignacio Ramonet propone la creación del Media Global Watch (Observatorio Global de los Medios), con lo que se pone en marcha un proyecto

de observación mediática a escala internacional” (Roveda, 2008, p. 17).

En reciente investigación, Susana Herrera Damas encontró que en América Latina los observatorios varían de acuerdo con su origen, composición, orientación ideológica, sus estructuras y modos de funcionamiento. Ellos se pueden clasificar de acuerdo con las temáticas que investigan, su origen, composición social, cobertura y tipos de medios que observan. Frente a la temática que investigan, existen observatorios que analizan aspectos generales relacionados con los derechos humanos, la infancia, la mujer, la salud, el conflicto, deontología de los medios y políticas de comunicación, entre otros.

Los resultados de nuestra investigación mostraron que, en el caso latinoamericano, se advierte un cierto dominio de los observatorios generales, dedicados al rastreo de cuatro o cinco temas, que además, no suelen estar perfectamente definidos desde el comienzo sino que se van perfilando conforme el observatorio va adquiriendo una mayor trayectoria (Herrera, 2005, p. 159).

Uno de los ejemplos en esta categoría es el Observatorio da Imprensa del Brasil, el cual surgió en 1996, a partir de la iniciativa de la sociedad civil para generar un foro permanente acerca del desempeño de los medios en este país suramericano. Fue creado en São Paulo por el Laboratorio de Estudios Avanzados en Periodismo (Labjor), de la Universidad Estatal de Campinas (Unicamp) y en su versión on line -iniciada en abril de 1996- es un proyecto del Instituto para el Desarrollo del Periodismo (Projor). Según Micael Herschman, este observatorio es pionero en el campo de la comunicación y la cultura, lo cual le permite mostrar una década de trabajo ininterrumpido en el país carioca. A través de “programas de radio y televisión, de su presencia en Internet y de la organización de eventos difunde unas actividades encauzadas a indagar la labor del sistema mediático”. (Herschmann, 2008).

En cuanto a observatorios especializados, Herrera plantea que las experiencias son escasas. Sin embargo destaca la labor adelantada por la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI) que también desde el Brasil, aborda, de manera exclusiva, el análisis de la manera como los medios pueden realizar una mejor forma de cubrir los temas de la niñez y la juventud. También se destaca el trabajo del Observatorio Periodístico de Derechos Humanos del Salvador, que funcionó durante la década de los noventa pero actualmente no está operando.

Dentro de los observatorios que se destacan por su composición social, pueden resaltarse aquellos integrados por personas que hacen parte de la profesión del periodismo, quienes están fuera del mismo o los mixtos. En el primer grupo aparecen aquellos que son impulsados por las facultades de comunicación social. En Colombia se destaca el Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, fundado en 1999 como un laboratorio de análisis de los medios y sus efectos en la sociedad. “Su primera actuación fue la de promover el llamado 'Acuerdo para la discreción', firmado el 4 de noviembre de 1999 por los directores de los 35 medios principales del país. En él se recogían distintos principios que se debían tener en cuenta en las informaciones generadas en torno a la guerra que se libra en Colombia” (p. 163). Como resultado de este acuerdo, el observatorio inició un trabajo pedagógico con periodistas y ciudadanos, para reflexionar acerca de la labor que desempeñan y las implicaciones de la calidad de sus informaciones en la sociedad.

Con los observatorios vinculados a las facultades, está también la experiencia de la Pontificia Universidad Javeriana, un proyecto que surgió desde la Maestría en Comunicación que este claustro ofrece. Su objetivo apunta al análisis de las agendas informativas, las culturas mediáticas y las formas en que se puede fortalecer la democracia. “Entre sus características, el Observatorio describe las formas en que los medios construyen los acontecimientos y las maneras en que representan la realidad; trabaja sobre las estrategias informa-

tivas, narrativas y estéticas de los medios, y estudia procesos de recepción y construcción de ciudadanía mediáticas” (p. 163). Como resultado de este trabajo, se generaron varias investigaciones de carácter cualitativo y cuantitativo, que se reflejaron en publicaciones apoyadas por la Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

En la misma línea surgió el Observatorio Pedagógico de los Medios de la Universidad Pedagógica Nacional. Este proyecto nació en 2003 como una experiencia dedicada a estudiar las prácticas comunicativas vinculadas a procesos de educación en los medios de comunicación. Sin embargo, este proceso “no ha estado acompañado de una relación de estudios, propuestas, e investigaciones, lo que hace pensar que se encuentran en pleno proceso de reinención” (p. 164).

Aparte de estos observatorios, han surgido otros desde la óptica de los mismos periodistas. En América Latina se destaca el caso del Observatorio Político, Social y Cultural de Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, muestra como principales logros la defensa de las radios comunitarias, la inclusión de la adolescencia y la juventud en los medios y la promoción de un Estatuto del Periodista.

En Colombia, este tipo de observatorios, que nacen desde la iniciativa de los propios periodistas, son variados. Uno de ellos es el proyecto Antonio Nariño, que -según Herrera Damas- no puede ser considerado un observatorio “en el sentido estricto”. Esta experiencia, denominada proyecto Antonio Nariño para la Promoción y Defensa de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información, inició en 2001. Surgió como respuesta a la situación de vulnerabilidad en la que se encontraba el periodismo colombiano, por la incidencia del conflicto y las mafias de las drogas. De él hacen parte la Asociación de Diarios Colombianos (Andiarios), la Fundación Friedrich Ebert Stiftung, la Fundación para la Libertad de Prensa (Flip), la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), y Medios para la Paz. Recientemente se ha iniciado un proceso de

trabajo en red de todos estos observatorios, para iniciar acciones conjuntas. En 2007 nació la Red de Observatorios Latinoamericanos, que en ese mismo año realizó la primera reunión de trabajo.

Esta red busca acopiar las experiencias vinculadas con instituciones académicas como la Pontificia Universidad Javeriana, la Universidad de la Sabana, la Universidad de Manizales, la Universidad Pedagógica y la Universidad Pontificia Bolivariana, de Colombia; la Universidad Nacional, de Córdoba, en Argentina; el Proyecto Observatorio de Medios de Comunicación, en Ecuador; el mencionado observatorio promovido por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, y el observatorio del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), de México (Roveda, 2008, p. 19).

Metodología de trabajo

Las preguntas desde las cuales parte el ORMIC plantean un tipo de problema que define, a su vez, las formas en que se debe abordar el objeto. Estas apuntan hacia la configuración de las imágenes de región que circulan en y desde los medios.

Como ya se ha planteado anteriormente, los medios de información y comunicación cumplen un papel central como referentes en la producción social de significaciones y la construcción de identidades culturales. Ellos, a su vez, generan representaciones sobre las distintas dimensiones de la vida social, que ayudan a moldear ópticas del mundo y la acción social de los sujetos.

En ese sentido, es pertinente estudiar las maneras como los medios de esta región operan y erigen esas figuraciones. El trabajo apunta a mirar cómo se configuran imágenes desde los medios de comunicación e información, los cuales generan imaginarios diversos. Según Armando Silva, este “fenómeno se impone, de principio, como un conjunto de imágenes y signos, de objetos de

pensamiento cuyo alcance, coherencia y eficacia puede variar y cuyos límites se redefinen sin cesar". Por tanto, el imaginario tiene que ver con esa posibilidad que tiene el habitante de construir puntos de vista, en un nivel profundo, a partir de la relación que establece con su entorno.

"... cuando hablo de la percepción imaginaria lo hago ya no en tanto que sea 'verdadera' o no su percepción; tampoco en cuanto sea o no un mensaje previsto por su enunciador, sino en la medida que su percepción, digamos de nuevo inconsistente, es afectada por los cruces fantasiosos de su construcción social y recae sobre ciudadanos reales de la urbe" (Silva, 2006, p. 99).

Por tanto, si un sujeto identifica o le da ciertas propiedades a un espacio público, no quiere decir que efectivamente tenga dichas cualidades, sino que, al coincidir un grupo significativo de ciudadanos al verlo así, ese lugar es de dicha naturaleza, por acción del imaginario.

Muchas veces, esas imágenes surgen desde los medios de comunicación, quienes pueden generar significaciones existentes, políticas, religiosas y filosóficas. Éstas son expuestas a través de dichos y generan signos de felicidad, satisfacción, poder, riqueza, ciencia o tecnología.

En este caso, el ORMIC parte de analizar la manera como los medios generan estos imaginarios, que están estrechamente ligados a la región. Por consiguiente, se inicia desde el precepto que son un complejo mecanismo generador de cultura (Lotman, 1994, p. 5) en la medida que mezclan un sinnúmero de textos y códigos heterogéneos, pertenecientes a diferentes lenguajes.

Eso los convierte en un campo donde se unen códigos y textos diferentes en cuanto a estilo y significación. Se requiere trabajar sobre la manera como se construyen imaginarios a partir de esos espacios mediáticos, desde las dimensiones de la producción, el discurso y la recepción.

Las dimensiones de observación

Los medios en sus dinámicas de producción

Esta dimensión implica analizar las maneras como se construyen esas imágenes de región a partir de las dinámicas propias de la industria cultural que posee unos sistemas de trabajo. Por tanto, se hace necesario mirar los factores que inciden en la labor que realizan, desde sus definiciones organizacionales y formas de operación. Esto implica generar indicadores que permitan conocer los tipos de medios existentes en la región, las estructuras y políticas organizacionales, formas de financiación, sistemas tecnológicos, roles, estructuras laborales, estilos y lógicas de producción.

El discurso y los contenidos enunciativos

Para este caso se apela a lo que dicen y enuncian los medios. Por tanto, aborda el discurso e identifican las maneras como éste se construye y genera unas representaciones sociales, a través de las formas enunciativas y narrativas. Requiere, entonces identificar los mensajes, los géneros, los formatos, la periodicidad.

La recepción de los medios

Implica el análisis de las maneras como las audiencias perciben los medios y la forma como interpretan los contenidos. Se pueden explorar aspectos referentes a los hábitos de consumo y las preferencias respecto a los contenidos y formatos presentes. Se deben tener en cuenta las aplicaciones, usos y apropiaciones que se hacen. También, abordar las percepciones sobre las actuaciones de los mismos y las tipologías de públicos existentes.

Ejes temáticos

A su vez, estas dimensiones pueden ser analizadas a partir de unos ejes temáticos que surgen de las dinámicas que existen en los medios de comunicación de la región, en cuya mayoría de proyectos políticos y comunicativos plantean su trabajo a partir de los siguientes aspectos: a.

Participación y ciudadanía; b. Derechos Humanos; c. Conflicto; d. Identidad regional. La participación entendida como esa posibilidad que poseen los ciudadanos de hacer parte activa. Es decir, hacer parte activa o estar vinculado a una determinada comunidad, donde los miembros establecen relaciones de interdependencia. Por su parte, los derechos vistos como reivindicaciones de bienes primarios considerados de vital importancia para todos los hombres y mujeres. Cada una de estas reivindicaciones apuntan a que se concreten las distintas demandas de libertad y dignidad que debe disfrutar cualquier sujeto. En la Constitución Política, se parte por considerar que "Colombia es un Estado social de derecho" (Henaó, 1992, p. 1). El eje de derechos es pertinente, no sólo porque las temáticas que cobija están presentes de manera permanente en la vida cotidiana de los colombianos, sino también en las agendas informativas de los medios de comunicación e información. Por consiguiente, es prioritario revisar la manera como se configura una imagen acerca de los derechos, sobre todo en temas como la infancia, equidad de género, desplazamiento forzado, participación ciudadana y organización social y política.

Al mismo tiempo, el ORMIC entiende que la comunicación no excluye la idea de conflicto. De hecho, según Fabiola León Posada, "la interacción comunicativa cobra pleno sentido en un contexto de conflictos" (León, 2007, p. 103). Un mundo bajo la lógica del consenso permanente es imposible, o de existir muy seguramente no necesitaría de la interacción comunicativa. Para entender este planteamiento, hay que analizar los distintos conceptos acerca del mismo. Para iniciar, se debe salir de la reducida visión que sobre éste fenómeno se tiene en Colombia, el cual es visto, en la gran mayoría de las veces, como esa relación que se da entre los grupos al margen de la ley y las instituciones del Estado. Casi siempre está asociado a situaciones negativas o indeseadas, que deben ser evitadas, ocultadas o eliminadas. Pero, se debe tener en cuenta que los conflictos hacen parte de

circunstancias cotidianas, que ocurren en los distintos ámbitos (personal, el familiar, comunal, municipal, nacional e incluso internacional). En consecuencia, ellos "están presentes en todas las esferas de la acción humana, en los individuos y en la especie; es motor que mueve a la acción, que alimenta búsquedas personales y sociales, que impide inmovilidad".

Así pues, el ORMIC parte de entender que los conflictos son procesos sociales que reflejan la forma como se relacionan las personas o grupos. Su función inicia con la tipificación y clasificación de la gran variedad de conflictos existentes. Posteriormente, se ubica en la manera como se van configurando imágenes alrededor del mismo. En Colombia tiene que ver, principalmente, con el acceso a la distribución de recursos como el territorio, dinero y alimentos, entre otros; el control del poder y la participación en la toma de decisiones políticas en organizaciones, en partidos o en cualquier otro grupo organizado; la defensa de la identidad cultural, política, religiosa o de otra índole; y finalmente, la defensa del estatus o posición social en espacios como los sistemas de gobierno, las jerarquías religiosas, las organizaciones políticas. La función del Observatorio cobra importancia en la medida en que empieza a identificar las maneras como se reflejan, desde y a partir de las experiencias de comunicación local y regional.

Finalmente, la identidad es un concepto que también transita los caminos de la controversia. Según José Alfredo Melo (Melo, 2006, p. 40), los debates alrededor de esta acepción son tan complejos que en la gran mayoría de reflexiones se cae en imprecisiones. Ello se aplica, incluso, para sus distintas variantes - identidad cultural, étnica, local, de género, entre otras. Ella es definida como esa necesidad humana por responder a las preguntas de: ¿quién se es? ¿cómo se es visto? ¿cómo se quiere ser visto? En ella se pone de manifiesto la forma en que los sujetos asumen el mundo y reflexionan sobre él desde la pasión y la cognición.

En ese sentido, se parte de entender la forma como una persona o grupo de personas se conectan y se definen a sí mismos con unas características particulares. Según Roberto Sancho Larrañaga, la identidad pone en juego un efecto de fronteras, en el que algunos entran y otros salen o son excluidos.

Toda identidad, entendida como posibilidades de identificación se basa en el contraste, la diferenciación, la inclusión y la exclusión. Toda identidad requiere para constituirse un exterior, un afuera que amenaza o un adentro; ambos son posiciones discursivas dentro de una forma de representar el mundo. Por tanto, las identidades surgen principalmente de la esfera cultural de una sociedad” (Sancho, 2006, p. 50).

A manera de conclusión, se puede decir que la perspectiva del ORMIC apunta hacia un horizonte dentro del cual el organismo se constituya como el más importante referente de la labor que adelantan los medios de comunicación e información de la región del Oriente colombiano.

El reto implica, entonces, hacer seguimiento permanente del trabajo de la comunicación social y generar reflexiones que apunten al mejoramiento del campo profesional. En el mediano plazo pasar a la gestión, incidencia y generación de política pública en materia de comunicación.

Por tanto, se parte de la convicción de que el seguimiento, análisis y la discusión permanente del desempeño de los medios de información y comunicación generan una dinámica que repercute en la calidad de lo que circula y favorece una cultura crítica del consumo mediático.

En últimas, los procesos que se desprenden desde el Observatorio generan un escenario que permite aspectos como: autorreflexión, control social, participación ciudadana y credibilidad.

Bibliografía

Abello, J. (2004) La calidad periodística, un desafío global. En *Repensando el periodismo en Colombia, memorias*. Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Círculo de Periodistas de Bogotá.

Cadavid, A. (2004) *¿Qué es noticia?* Bogotá: Konrad-Adenauer-Stiftung y Pontificia Universidad Javeriana.

Camacho, C. (2001) Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina. En: *Revista Signo y Pensamiento* N° 38 (Vol. XX), Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Estefanía, J. (2005) El presente. En: *¿Hacia dónde va el periodismo? Responden los maestros*. Bogotá: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Henao, J. (1992) *Constitución Política de Colombia (comentada)*. Bogotá: Editorial Temis.

Herschmann, M. El Observatorio da Imprensa, una década de intensa actuación en Brasil. En: *Telos: cuadernos de comunicación e información*. ><http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2193413><

Herrera, S. (2005) Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica. En *Revista Palabra Clave*, N° 2 (Vol. 8) (Ed. No. 13). Bogotá: Facultad de Comunicación Social, Universidad de la Sabana.

López, F. (2004) Los medios como instrumento de control social de la población. En: *Repensando el periodismo en Colombia, memorias*. Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Círculo de Periodistas de Bogotá.

León, F. (2007) *Memorias Seminario Internacional de Comunicación y Paz*. Bogotá: Fundación Colombia Multicolor, Pontificia Universidad Javeriana, British Council.

LOTMAN, I. (1996) *La Semiosfera II. Semiótica de la Cultura y del Texto*. Madrid: Edición de Desiderio Navarro, Ediciones Cátedra.

Melo, J. (2006) *Contra la Identidad*. Bogotá: *Revista Malpensante*, N° 74, Noviembre-Diciembre.

Muñoz, S. (2005) Presente y futuro de los medios de comunicación en Estados Unidos. En: *¿Hacia dónde va el periodismo? Responden los maestros*. Bogotá: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Prada, E. (2005) *Misión la comunicación Colombia, nodo nororiental*. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Rey, G. (2008) *Mirar y ser mirada: la televisión colombiana en medio de transiciones*. En *Toma el control*, Observatorio Nacional de televisión. Bogotá: Facultad de Comunicación y lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

Roveda, A. (2008) *Toma el control*, Observatorio Nacional de Televisión. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Sancho, R. (2006) *Historia magistra vitae y algo más: formas de contar el pasado que construyen el futuro*. En: *Cuadernos de Comunicación* N° 5, Facul-

tad de Comunicación Social y Artes Audiovisuales, Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Silva, A. (2006) *Imaginarios urbanos*, quinta edición. Bogotá: Arango Editores Ltda.

Sandoval, W. *Acercamiento al periodismo en Santander*. En *Cuadernos de comunicación*. Bucaramanga: Facultad de Comunicación Social y Artes Audiovisuales, Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2003.

Sunkel, G. (2006) *El consumo cultural en América latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Velásquez, J. (2004) *Los medios como empresas culturales*. Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Círculo de Periodistas de Bogotá.



Zona de parqueo - Málaga. Luis José Galvis Díaz