El Observatório da Imprensa: una década de intensa actuación en Brasil

POR **MICAEL HERSCHMANN**

El Observatório da Imprensa, pionero entre este nuevo tipo de organizaciones en el campo de la comunicación y la cultura, lleva una década de trabajo en Brasil. 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.

Brasil, dentro del contexto iberoamericano, es uno de los países con mayor número de observatorios dedicados a trabajar en las áreas de información, comunicación y cultura. Ante los desequilibrios que se están produciendo, especialmente como consecuencia de la fuerte presencia de los intereses y del *lobby* de los grandes conglomerados nacionales y transnacionales de las industrias culturales, en los últimos diez años estamos presenciando el *boom* de este tipo de entidades, que a veces se presentan con características de institución ?fiscalizadora? de los medios de comunicación, y otras como *locus* de aglutinación de investigación y reflexión sobre el impacto socio-económico y cultural de estas áreas.

Entre los observatorios que están en funcionamiento en Brasil, el *Observatório da Imprensa* (OI) es el más antiguo y, sin duda, el más activo. Creado en 1996, el OI es una iniciativa del Instituto para el Desarrollo del Periodismo y un proyecto creado originalmente por el Laboratorio de Estudios Avanzados en Periodismo (Labjor / www.labjor.unicamp.br) de la Universidad del Estado de Campinas, situada en el Estado de São Paulo. En realidad, el Observatorio empezó a ser concebido en 1994 a partir de la celebración de los seminarios «La prensa en cuestión», organizados por el Labjor y realizados en esta Universidad.

El Labjor, que reunió a la masa crítica que dio origen al OI, tuvo como inspiración al francés Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes (CFJ / www.cfpj.com) y pretendía

Fundación Telefónica

actuar en tres vertientes:

a) En el campo académico con cursos de extensión, especialización y postgrado.

b) En el mercado a través de proyectos de formación y prácticas, incluso para profesores de periodismo.

c) En la sociedad ayudando a promover el sentido crítico de los destinatarios del proceso informativo.

Una vasta presencia divulgativa

Teniendo como objetivo atender a esta última vertiente, el Labjor buscó la colaboración de diversas instituciones. Su intención era colaborar con el trabajo que estaban realizando entidades tradicionales en el sector del periodismo y de los *media* como, por ejemplo la Asociación Brasileña de la Prensa, la Federación Nacional de los Periodistas, la Federación Nacional de Periodistas, la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión y la Asociación Nacional de Periódicos ofreciendo un servicio que atendiese a los intereses públicos.

Así fueron desarrollándose incontables líneas de divulgación de las actividades de la OI. En abril de 1996, se inauguró la versión *on line* del Observatorio que se actualiza periódicamente. En 1998, se elaboró una versión televisiva del Observatorio producida por la Televisión Educativa de Rio de Janeiro (TVE / www.tvebrasil.com.br) y la TV Cultura de São Paulo (www.tvcultura.com.br) que se transmite semanalmente en cadena nacional por la red pública de televisión (http://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Cultura).

En 2005, el OI llegó a la radio, con un programa diario transmitido por las emisoras: *Cultura FM* de São Paulo (www.culturafm.com.br), *MEC AM/FM* de Rio de Janeiro (www.radiomec.com.br) y *Nacional AM/FM* de Brasília. Los audios de los programas también empezaron a ser reproducidos en forma de *blogs* y también están disponibles en el sitio web del OI.

Actualmente el OI es financiado por el Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) y está organizado en forma de entidad civil sin fines de lucro, no gubernamental, no corporativa y no partidaria que pretende vigilar, junto con otras organizaciones de la sociedad civil, el desempeño de los medios de comunicación brasileños. Según su editor-jefe, Luiz Egypto, en declaraciones a TELOS, los objetivos del OI son, en líneas generales: «Mantener y cualificar nuestra presencia en los medios en los que actuamos; seguir con atención las posibilidades abiertas por la televisión en la web; diseminar la idea y la relevancia social de la observación sistemática de los medios de comunicación; estimular la aparición y la consolidación de más observatorios».

El OI tiene dos líneas de actuación principales. En primer lugar, como cualquier observatorio de *media watching,* pretende ?en palabras del director de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio

Fundación Telefónica
Telefónica

Ramonet? actuar como una suerte de ?quinto poder? prestando atención a la actuación de las empresas periodísticas. Pues, como resalta su editor responsable, el periodista Alberto Dines, «los *media* que, en condiciones normales, serían los proveedores de la ciudadanía, viven un peligroso acercamiento al entretenimiento y al circo, apartados de los presupuestos que les aseguran tantos privilegios» (ver: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=379O10001).

Dentro de la segunda línea de actuación, los responsables de este OI proponen que el mismo se constituya en un forum permanente donde los usuarios de los medios de comunicación ?lectores, oyentes y telespectadores organizados en asociaciones desvinculadas de las instituciones periodísticas? puedan manifestarse y participar activamente. Según Dines (2006), sería deseable que el OI funcionase «como un atento mediador entre los *media* y los mediados completando el espacio social».

El OI en las mallas de la Red

http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/index.asp

En mayo de 1998 el OI reorganizó su presencia en la red Internet. Hoy, examinando sus páginas web, es posible tener una noción de su amplio espectro de acción con alcance en buena parte del territorio brasileño. A través de las secciones institucionales ??O Observatório» y ?Você no OI?? se accede a los objetivos, historia, miembros del equipo de coordinación y contactos de la identidad.

En las demás secciones el usuario puede entrar en contacto tanto con los contenidos que circulan en los distintos medios de comunicación como con los servicios ofrecidos por el OI:

1) En ?Seções? se accede al periódico *on line* que está dividido en varias categorías (Imprensa em questão, Jornal em debate, Monitor da imprensa, Interesse público, Circo da notícia, Caderno da cidadania, Armazém literário, Feitos & desfeitas; Televisão em questão, Ciências, E-Notícias, Diretório acadêmico, Observatório da propaganda, Desenhos falados, Entre aspas, Voz dos ouvidores).

2) En ?Blogs? se accede a los contenidos elaborados por periodistas, que también intervienen en las radios.

3) En ?OI na televisão? se pueden consultar resúmenes o visionar vídeos con los compactos o incluso acceder al contenido íntegro de los programas exhibidos semanalmente en la red de televisión pública.

4) En ?OI na rádio? no sólo se pueden ver los resúmenes de los programas radiofónicos ya realizados, sino también es posible acceder directamente a los programas diarios del Observatorio transmitidos por algunas emisoras públicas.

Fundación Telefónica
Telefónica

5) En ?Serviços? el sitio ofrece, además, de forma gratuita, una cantidad expresiva de libros y revistas electrónicas; además de una lista de clasificados para auxiliar a los profesionales de comunicación a encontrar prácticas y empleos.

La independencia y la visibilidad como valores

Al analizar la trayectoria del OI a lo largo de la última década ?el número de actividades coordinadas, además de la intensa actuación en el Estado y los órganos de prensa, de la gran audiencia del sitio web y los programas, de la significativa interacción y participación del público? se podría afirmar que hay fuertes indicadores de que buena parte de las amenazas sufridas actualmente por los observatorios está siendo enfrentada de forma eficaz por esta entidad.

Respetado también por su autonomía y dedicación a las demandas públicas, el OI parece no dejar dudas en cuanto a su resistencia a las presiones de intereses privados y hasta de las provenientes del Estado. Así, para sus coordinadores el momento más determinante de la trayectoria del OI ?hecho revelador de la postura de la entidad? fue la entrega ante la Procuraduría General de la República, el pasado 25 de octubre de 2005, de una solicitud pidiendo medidas contra las concesiones ilegales de canales de radiodifusión a parlamentarios durante el ejercicio de su mandato (el texto de la petición se encuentra en: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/352ipb001.pdf).

En general, el cuadro que se ve en el contexto iberoamericano es que se está dando un crecimiento vertiginoso de los observatorios en los últimos años, algunos con propuestas interesantes e innovadoras, pero que a causa de la falta de recursos son poco visibles y/o acaban teniendo muy poco impacto en los diferentes sectores sociales (un gran número de ellos divulga, con cierta regularidad, sus actividades y resultados sólo por Internet. Corren, de este modo, el riesgo de no ser reconocidos por la sociedad como un importante ?aliado?, pudiendo perderse en un universo de instituciones interpretadas por el público como parte de un enorme conjunto de entidades burocráticas, poco útiles al mantenimiento y/o consolidación de la democracia.

A pesar de todo, atentos a los problemas enfrentados por los observatorios iberoamericanos, como la falta de articulación entre los mismos, Egypto, comentó a TELOS que desde el OI se está tratando de promover una mayor integración y, quizá, se llegue a la formación de una red. En este sentido el OI planea como una de sus principales actividades conmemorativas de sus diez años de existencia, «la realización de un coloquio sobre la observación de los *media* en São Paulo, durante el segundo semestre de 2006, que reunirá doce observatorios latinoamericanos».

A diferencia de la mayoría de los observatorios iberoamericanos que tratan cuestiones relativas a la información, la comunicación y la cultura, el OI posee una situación bastante privilegiada. Claramente, tiene más visibilidad a causa de los diferentes medios que emplea a fin de difundir sus actividades. Sin lugar a dudas, la principal cualidad del OI reside en su mayor impacto y alcance social.

Fundación Telefónica
Telefónica

Nombre Institución: Observatório da Imprensa (OI)
URL:

Fundación Telefónica