

Los observatorios de información, comunicación y cultura

POR LUIS ALFONSO ALBORNOZ Y MICAEL HERSCHMANN

Este artículo propone un acercamiento al fenómeno reciente de los observatorios operativos en Iberoamérica que trabajan con cuestiones relacionadas con la información, la comunicación y la cultura. Son resultados de una investigación en marcha destinada a analizar la diversidad de 61 instituciones seleccionadas.

(1)

El término 'observatorio' se encuentra en los últimos años, cada vez con mayor frecuencia, en boca de científicos sociales, periodistas y políticos de Europa y América Latina. Administraciones públicas nacionales, regionales y locales; sindicatos; instituciones académicas y fundaciones han concebido observatorios de diversa tipología para monitorear de manera sistemática la marcha de un sector o una problemática determinada. Existen observatorios relacionados con los más diversos temas: el racismo y la xenofobia, la inmigración, las relaciones industriales, la tecnología, el medioambiente, o la violencia de género? Hasta las autoridades del Museo del Louvre han lanzado su propio observatorio con la finalidad de conocer con mayor detalle quiénes visitan la afamada pinacoteca.

Es posible suponer que los antecedentes de los actuales observatorios sociales se remonten, por un lado, a la organización de los primeros observatorios astronómicos modernos durante los siglos XVIII y XIX en Greenwich, París, Cape Town y Washington; y, por otro, al desarrollo y empleo de los servicios de estadística 'una ciencia matemática, aplicable a una gran variedad de disciplinas, consistente en coleccionar, analizar interpretar y presentar datos' por parte de cuerpos administrativos a escala nacional.



Las definiciones acerca de qué es un observatorio ?un «lugar o posición para hacer observaciones», según la primera acepción del *Diccionario de la Real Academia Española*? son variopintas. Para algunos autores los observatorios son «organismos auxiliares, colegiados y de integración plural que deben facilitar una mejor información a la opinión pública y propiciar la toma de decisiones por parte de las autoridades responsables» (Maiorano, 2003). Para otros, la labor de un observatorio, en términos generales, está asociada con algunas de las siguientes áreas de trabajo: a) recopilación de datos y elaboración de bases de datos; b) metodologías para codificar, clasificar y categorizar datos; c) conexión de gente/organizaciones que trabajan en áreas similares; d) aplicaciones específicas de nuevas herramientas técnicas; y, e) análisis de tendencias/publicaciones (PNUD-Panamá, 2004).

Muchos de los distintos observatorios nacionales, regionales y locales han avizorado la conformación de redes como una modalidad de trabajo capaz de potenciar su accionar. A nivel internacional, la agencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) trabaja actualmente en el proyecto de la Red Internacional de Observatorios de las Políticas Culturales (2) que vincula a observatorios, institutos y centros de investigación de distintas partes del mundo. En América Latina, desde UNESCO-Santiago (Chile) se coordina el Sistema Regional de Información (SIRI) cuyo objetivo es el de «contribuir a generar, acopiar, utilizar y diseminar la información sobre educación en la región, como un elemento previo y necesario para mejorar los sistemas educativos en su propósito de dar atención de calidad a todos» (3).

Una investigación en marcha

Del universo de observatorios sociales existente en Iberoamérica, el interés de la investigación que se presenta en estas páginas recae en conocer cuál es el perfil y la situación de los observatorios en materia de información, comunicación y cultura. Saber cuántos se encuentran operativos, cuáles son sus características, de qué manera están financiadas sus actuaciones, cómo se conforman, qué tipo de trabajos realizan, cómo se relacionan con los distintos agentes públicos y privados, qué grado de participación tiene la sociedad civil en los mismos, qué redes están conformando o cuáles son sus definiciones jurídicas, etc.

La elección del objeto de estudio está guiada por el interés en auscultar el desarrollo de un novedoso tipo de organismo, que irrumpe con fuerza a partir de la segunda mitad de los años 1990 en países como España, Brasil o Argentina, vinculado a observar, predecir y modificar el comportamiento de sectores, agentes y actividades relacionados con la información, la comunicación y la cultura. Campos que desenvuelven un rol estratégico tanto a nivel ideológico (transmisión de comportamientos y valores, construcción de identidades) como económico (producción, facturación, empleo, consumo) en el seno de las sociedades capitalistas contemporáneas.

Al comenzar la investigación se plantearon dos principales dificultades. La primera, inherente a todo fenómeno de manifestación reciente, es la escasa reflexión teórica, especialmente en castellano y portugués, producida acerca de esta nueva figura. Sin embargo, el aporte de algunas aisladas excepciones (entre otros: Ramonet, 2003; Rey, 2003; Getino, 2004; Alfaro

Moreno, 2004; Mattelart, 2005; Bruollón y otros, 2005) ha iniciado la reflexión sobre las características y funciones de los observatorios. Ésta ha estado incentivada en Iberoamérica, entre otras instancias, por la celebración de:

– El II Forum Social Mundial (Porto Alegre, enero-febrero de 2002), encuentro donde se promovió la creación del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación / Media Watch Media (www.mwglobal.org) (4).

– El Taller de Trabajo «Observatorios y veedurías ciudadanas de los medios de comunicación en América Latina» (Buenos Aires, agosto de 2003), organizado por el Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert (FES) y el Espacio La Tribu.

– El II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural (Buenos Aires, septiembre de 2004), titulado «Las industrias culturales en la globalización», que contó con un sección denominada «Observatorios de políticas culturales: experiencias locales y regionales».

La segunda dificultad está vinculada con la gran variedad de orígenes, estructuras, temáticas tratadas, objetivos programáticos, metodologías empleadas, ámbitos de actuación, grados de evolución que se cobijan bajo el nombre-paraguas ?observatorio?. Asimismo, muchos observatorios presentan informaciones públicas deficientes acerca de su labor (no tienen presencia en la red Internet, poseen sitios *web* no actualizados, no existen redes que los agrupen, etc.). Por tanto, una primera tarea que se impone al abordar el estudio de los observatorios en materia de información, comunicación y cultura presentes en la región iberoamericana es la de elaborar un mapa que dé cuenta de cuáles son laboratorios en funcionamiento y establecer una tipología de los mismos.

Perfil de los observatorios

Pese a la gran variedad y riqueza de observatorios en materia de información, comunicación y cultura existente, entendemos que éstos encuentran sus raíces en dos planteamientos básicos: a) uno que entiende a los observatorios como espacios articuladores de la ciudadanía desde donde fiscalizar el funcionamiento de los medios de comunicación (?observatorio fiscal?); y b) otro que ve en las actuaciones de estas nuevas instituciones la posibilidad de lograr una normalización estadística en las esferas de la producción y el consumo informativo y/o cultural (?observatorio estadístico?).

La primera postura, que da lugar al ?observatorio fiscal?, estaría encarnada por Mattelart o Ramonet, impulsores del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación. En un artículo que tuvo amplia repercusión, titulado «Fiscalización ciudadana a los medios de comunicación: el quinto poder», Ramonet (2003) proponía a los observatorios, ya desde el propio título, como una suerte de ?quinto poder?, un nuevo centro de poder con el protagonismo de la sociedad civil abocado a «denunciar el superpoder de los grandes grupos mediáticos, cómplices y difusores de la globalización liberal». Así, para el director de *Le Monde*

Diplomatique, la fuerza del Observatorio Internacional es «ante todo moral: reprende basándose en la ética y sanciona las faltas de honestidad mediática a través de informes y estudios que elabora, publica y difunde».

En este sentido, este tipo de observatorios, al igual que las veedurías de medios, está fuertemente vinculado a los conceptos de ciudadanía y democracia participativa, al tiempo que se plantea como una instancia superadora de las figuras del *ombudsman* y del defensor del lector o de los códigos deontológicos de las empresas periodísticas. Son esta clase de observatorios, en primera instancia, lugares de confluencia de tres tipos de actores: periodistas, investigadores universitarios y usuarios de medios de comunicación.

La segunda postura da lugar a la figura del 'observatorio estadístico', considerado en este trabajo como un organismo que contempla la recolección, categorización y difusión sistemática de datos, ya sea a través de indicadores y metodologías propias o de la recolección de datos e informaciones provenientes de distintas fuentes. Una de las principales preocupaciones de estos observatorios es la normalización y armonización estadística ya sea a nivel nacional y/o regional/local. Este tipo de observatorio generalmente se inserta en la propia estructura de la administración pública y es financiado con recursos públicos; y registra como antecedente directo la intervención del Estado en materia de información, comunicación y cultura a través de distintos organismos (institutos de estadística, ministerios, secretarías, departamentos, etc.).

En muchos de estos observatorios procuran intervenir 'a través de la elaboración de diagnósticos, el seguimiento del comportamiento de uno o más sectores, la evaluación y planificación de planes y proyectos' en los lineamientos de las políticas públicas que afectan a uno o varios sectores de información, la comunicación y la cultura; constituyéndose en una suerte de *think tank* (5). Así, por ejemplo, para el coordinador del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Getino (2004): «El desafío de este trabajo de observación y análisis no es tanto denunciar o criticar, una posibilidad también legítima, sino que se orienta a elaborar ideas y propuestas que contribuyan a mejorar las políticas del sector y a promover el desarrollo del conjunto de estas industrias, aunque en función de los intereses de la comunidad y no sólo de uno u otro sector».

De las posturas esgrimidas se desprende el carácter progresista con que nacen los observatorios. A través de la participación, en un caso, de los usuarios de los medios de comunicación y, en otro, de los creadores culturales, la gran apuesta parece consistir en convertir a estos nuevas instituciones públicas o de la sociedad civil en agentes dinamizadores de la democratización de los ámbitos de la información, la comunicación y la cultura.

Adversidades del contexto iberoamericano

A continuación se detalla una serie de constataciones interrelacionadas 'varias y graves falencias que aquejan a la gran mayoría de los países iberoamericanos' que estarían en la matriz constituyente de observatorios en la región:

? Altos índices de concentración de la propiedad de los medios de comunicación.

Grupos como Prisa (España), Globo (Brasil), Televisa (México), Clarín (Argentina) o Cisneros (Venezuela) son ejemplos elocuentes de firmas multimedia que tienen una posición dominante en sus respectivos mercados nacionales y que, en algunos casos, han comenzado su expansión internacional. Estaciones de radio y televisión, productoras audiovisuales, publicaciones periódicas de información general, casas editoriales y servicios en Internet forman parte de las distintas unidades de negocio de unos conglomerados empresariales con una clara influencia político-ideológica.

? Relación simbiótica entre los medios de comunicación y la dirigencia política.

Desafortunadamente, es muy común en Iberoamérica la utilización de los medios como correa de transmisión de los principales grupos políticos. El caso de Brasil ayuda a ilustrar la simbiosis política-medios experimentada en algunos países: una pesquisa del Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), publicada en marzo de 2006, reveló que uno de cada diez diputados federales es dueño de un medio de comunicación (se trata preferentemente de estaciones de radio y televisión). Según el coordinador de esa investigación, Venício Lima, esta situación contradice la propia Carta Magna brasileña y crea un conflicto entre los intereses privados y el bien común.

? Crítica a los contenidos ofrecidos por los sistemas de medios.

En los países iberoamericanos distintas organizaciones sociales (asociaciones profesionales y de usuarios, sindicatos, fundaciones?), intelectuales, periodistas y funcionarios han alzado sus voces para denunciar la poca pluralidad e incluso la baja calidad de los contenidos canalizados por los distintos medios de comunicación. El grueso de las denuncias recae sobre quienes controlan el medio hegemónico de la región, la televisión, pero alcanza al conjunto de unos sistemas mediático-comerciales. La situación es especialmente delicada en materia informativa donde se perciben recurrentemente formas de censura y autocensura, invisibilidad de problemáticas y voces, banalización y descontextualización de la información, etc. Frente a una información contaminada por intereses particulares algunos críticos plantean la necesidad de promover una «ecología de la información» (Mattelart, 2005).

? Oscurantismo de datos referidos a los sectores de la información, la comunicación y la cultura.

La gran mayoría de los países iberoamericanos adolece de estadísticas sistemáticas y confiables elaboradas por organismos independientes. En este sentido, si tomamos en consideración la situación del sector de la prensa gráfica en América Latina, Díaz Nosty (1999) constató a finales de la década pasada la inexistencia de organismos imparciales a la hora de certificar la difusión de la prensa periódica impresa en El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Chile, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y México. Aun en aquellos países que cuentan con organismos verificadores de circulación, la fiabilidad de las cifras correspondientes a este sector es cuestionada en numerosas ocasiones.

? *Desconocimiento de las relaciones entre cultura y economía.*

Este desconocimiento se manifiesta en la falta de indicadores cualitativos y cuantitativos de las actividades culturales que permitan la comparación entre sectores, países y bloques regionales. Las Administraciones públicas no consideran las actividades culturales como un sector económico diferenciado dentro de sus respectivos Sistemas de Cuentas Nacionales (6). La consecuencia directa de tal omisión es el desconocimiento del verdadero peso económico del conjunto de las actividades culturales en el PBI, ya que éstas se «encuentran comprendidas entre diversos sectores, subsectores, ramas y actividades de la economía de un país, registradas en distintas fuentes» (Chile, 2003). Consciente de esta problemática, es encomiable la labor que viene desarrollando, a través del Proyecto Economía y Cultura, el Convenio Andrés Bello; fruto de esa labor son las pesquisas acerca del impacto económico de las industrias culturales en Perú, Chile, Colombia, Ecuador y Venezuela.

Primeros resultados de la investigación

Presentada de forma muy sintética, la primera fase de la investigación en curso, realizada durante el segundo semestre de 2006, contempló:

- a) El vaciado del material bibliográfico (inexistente) y hemerográfico (escaso) relativo a los observatorios en materia de información, comunicación y cultura.
- b) La búsqueda de los observatorios operativos para la posterior elaboración de una base de datos y clasificación de los mismos. Asimismo, en esta etapa se seleccionó una serie de observatorios, de ámbito europeo o internacional, que puede servir de parámetro futuro para esta pesquisa centrada en el cuadro iberoamericano.

A continuación, se presentan los principales datos cuantitativos relativos a localización geográfica, temática, ámbito de actuación y fuentes de financiación, surgidos a partir de la primera etapa de la investigación (7):

I) Ubicación geográfica: se detectó la presencia de un total de 61 observatorios de distinto tipo enclavados en las principales ciudades de 14 países iberoamericanos. España es el país que más observatorios cuenta en su haber, un total de 27; seguido por Brasil con 6, y Argentina y Colombia con 5 observatorios, respectivamente. (Ver cuadro 1 (1)).

II) Ámbito de actuación: al establecer los perímetros de actuación ¿local/regional, nacional o internacional? de los observatorios relevados fue posible constatar que más de la mitad de los mismos (31 sobre 61) actúa en un ámbito nacional; mientras que un tercio (20) tiene su mirada en el ámbito local/regional, y los restantes (10) tienen su campo de análisis centrado en dos o más países. Se puede percibir que en su mayoría estos observatorios carecen de una articulación internacional a través de redes. (Ver cuadro 2 (2)).

III) Temáticas: en relación con las temáticas abordadas por el conjunto de los observatorios, la

investigación revela que hay tres tópicos dominantes:

a) Industrias y políticas culturales: son aquellos observatorios, un total de 20 (33 por ciento), dedicados a seguir las realidades y tendencias de las industrias culturales y de las políticas culturales. La gran mayoría se dedica al monitoreo de sectores y/o políticas culturales, y está financiada con dinero público. Dentro de este grupo de observatorios se destacan el Observatório das Atividades Culturais (Portugal) y el Observatorio del MERCOSUR Audiovisual, por sus labores en aras de la normalización estadística a nivel nacional y regional respectivamente; junto a la presencia de ocho observatorios pertenecientes a distintas universidades. Todos se encuentran repartidos en los distintos ámbitos de actuación.

b) Sociedad de la Información y NTIC: son aquellos observatorios, un total de 21 (34 por ciento), dedicados a auscultar el desarrollo de la Sociedad de la Información (SI) a escala nacional, regional y local, y la implantación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC). Se destacan 14 observatorios dedicados a monitorear la implantación de las TIC a nivel nacional y regional en España, junto a la presencia de tres observatorios internacionales: dos de la UNESCO (para países de habla hispana y portuguesa, respectivamente) y uno de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Los restantes observatorios están enclavados en América Latina y trabajan sobre el impacto de las TIC en la región y en Colombia.

c) Contenidos mediáticos: son aquellos observatorios, un total de 20 (33 por ciento), dedicados a fiscalizar los contenidos emitidos por los medios de comunicación. Se incluye en este grupo tanto a los capítulos venezolano y brasileño del Observatorio Internacional de Medios, como a observatorios ligados a las problemáticas del ciberperiodismo y cuestiones ético-profesionales, entre otras. (Ver cuadro 3 (3)).

IV) Fuentes de financiación: al examinar las fuentes de financiación del conjunto de los observatorios relevados encontramos una preponderante presencia de fondos públicos. Casi un 60 por ciento de los observatorios se financia con recursos públicos, mientras que un tercio de éstos recibe dinero de organizaciones de la sociedad civil. Por su parte, aquellos observatorios con financiación mixta representan un porcentaje marginal. (Ver cuadro 4 (4)).

Si centramos nuestra atención en la financiación de los observatorios de industrias culturales o políticas culturales, encontramos que la gran mayoría, 17 de 20 observatorios, es financiada a través de recursos públicos. Además, algunos funcionan dentro de entidades públicas, siendo minoritarios aquellos observatorios financiados por el dinero proveniente del sector privado. Por otro lado, al analizar las fuentes de financiación de los observatorios relacionados con la Sociedad de la Información y NTIC, identificamos que la gran mayoría de éstos funciona con recursos públicos, mientras que la financiación privada es mínima. Finalmente, aquellos observatorios que tienen por misión fiscalizar los contenidos emitidos por los medios de comunicación reciben financiación mayoritariamente privada, ya que un número significativo de éstos es fruto de iniciativas de la sociedad civil (fundaciones, asociaciones, institutos?).

Consideraciones finales

La proliferación de observatorios dedicados a vigilar los ámbitos de la información, la comunicación y la cultura es un fenómeno de múltiples aristas y dimensiones que atinge al conjunto de sociedades del mosaico iberoamericano. En esta proliferación convergen los esfuerzos tanto de las administraciones públicas como de la sociedad civil.

La primera fase de la investigación muestra que la creación de observatorios en Iberoamérica, en términos generales, está abocada a: la colección y divulgación de datos e informaciones de un determinado sector o conjunto de sectores de las industrias culturales; el control y análisis de los proyectos relacionados con la denominada Sociedad de la Información, y el control y análisis de los contenidos ofertados por los medios masivos de comunicación.

Podríamos preguntar: ¿centrarse en los observatorios puede ayudarnos a conocer lo que está ocurriendo en los ámbitos de la información, la comunicación y la cultura?, ¿contribuye la labor de los observatorios al debate público democrático?, ¿tienen estos nuevos agentes verdadera capacidad de influir en los agentes que controlan la producción informativa y cultural? Estas y otras formulaciones, considerando el estado embrionario en que se encuentra la investigación, no pueden ser aún respondidas; sin embargo, es posible vislumbrar algunas cuestiones pertinentes al fenómeno de creación de observatorios en la región (ver tabla 1 (5)):

En primer término, en los últimos años autoridades gubernamentales, académicos y ciudadanos de Iberoamérica parecen haber tomado conciencia del peso económico del conjunto de las actividades culturales y de la estrecha relación entre éstas y el desarrollo endógeno. Sin duda, a este hecho han contribuido los debates internacionales en torno a la 'excepción' y diversidad cultural (Albornoz, 2005) y la extendida preocupación por la concentración e influencia de los medios de comunicación.

A nivel académico, esta toma de conciencia se refleja en el creciente interés por parte de los científicos sociales en comprender las relaciones entre cultura, economía y procesos sociales, y se manifiesta, por ejemplo, en la realización de actividades de formación a nivel postgrado sobre economía de la cultura y gestión cultural o en el auge de perspectivas de análisis como la economía política. A nivel político-gubernamental, una de las reacciones habituales de las administraciones es la incorporación de la investigación sistemática a la hora de evaluar la marcha de las políticas y el estado de las industrias culturales. No escapa a las administraciones la importancia de los recursos (en términos de exportaciones, turismo, impuestos, consumo, etc.) que generan y pueden generar las diversas actividades culturales, ni la necesidad de tener una suerte de control sobre los mismos. La existencia de cerca de una veintena de observatorios financiados con recursos públicos parece confirmar tal reacción.

En segundo lugar, la irrupción en los últimos años de tecnologías digitales ha dado paso a la elaboración de proyectos destinados a conformar la denominada Sociedad de la Información. Fomentar el desarrollo de infraestructuras tecnológicas y el uso de las TIC, con la finalidad de evitar de sumar una nueva fractura social, forma parte de las agendas de los gobiernos iberoamericanos. Por el momento España, a través de sus administraciones públicas, es el país que lidera la creación de observatorios para monitorear la implantación de la SI. Esta misma estrategia viene siendo alentada por UNESCO con la creación y mantenimiento de dos observatorios de la SI: uno para los países de habla portuguesa y otro para los de habla

castellana.

En tercer término, si trasladamos la mirada hacia los medios masivos de comunicación se percibe un panorama complejo. Las dictaduras sufridas a lo largo del pasado siglo por el conjunto de los países iberoamericanos, unidas a la explotación instrumental del conjunto del sistema de medios de comunicación por parte del poder político juegan en contra de cualquier intervención en materia de contenidos. Asimismo, los recientes procesos de concentración y transnacionalización empresarial del conjunto de las industrias culturales han contado con el beneplácito de los gobiernos de turno, despertando las críticas de distintos sectores sociales. El corolario de esta situación es, por un lado, la desconfianza de la propia ciudadanía en la actuación de las administraciones y, por otro, el usufructo por parte del sector privado-comercial que equipara cualquier posible intervención estatal a un acto de censura incompatible con el principio de libertad de expresión en una democracia.

Frente a esta situación los observatorios dedicados a fiscalizar el propio sistema mediático y sus contenidos no pueden provenir sino de la iniciativa de la sociedad civil (8). Así, la gran mayoría de los observatorios creados para controlar cuestiones relacionadas con el flujo de contenidos emitido por los medios es el resultado del trabajo de fundaciones, asociaciones profesionales, sindicatos, etc. Sin embargo las organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica, cuya legitimidad como portavoces del interés general puede ser puesta en duda, representan un amplio abanico cultural y político que va desde grupos confesionales conservadores preocupados por la ¿calidad? de los contenidos televisivos y sus repercusiones en niños y adolescentes, hasta organizaciones seculares de carácter ¿progresista? abocadas a denunciar la influencia de las complejas relaciones entre gobiernos y poder económico en los flujos informativos.

Finalmente, puede afirmarse, utilizando la tipología propuesta anteriormente en este artículo, que tanto los observatorios estadísticos y/o *think tank* ¿centrados en las industrias y las políticas culturales, y en la Sociedad de la Información? como los observatorios tipo fiscal ¿consagrados a los contenidos de los medios masivos de comunicación? son de crucial importancia para construir un cuadro más equilibrado en el contexto iberoamericano. Como se puede apreciar, la creación de observatorios responde en la región a una diversidad de intereses y cuestiones en juego. Sólo una actuación sostenida en el tiempo y la articulación de los mismos develará la incógnita sobre si éstos pueden llegar a convertirse en verdaderos agentes dinamizadores de la necesaria democratización de las estructuras de la información, la comunicación y la cultura en la región.

Ver anexo (*) Tablas 1, 2 y 3.

Bibliografía

ALBORNOZ, L. A.: «Políticas públicas e industrias culturales: El desafío de la diversidad en

Iberoamérica», *Anuario ININCO*, Vol. 17, núm. 2, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2005.

ALFARO MORENO, R. M.: «Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios», *Etcetera*®, octubre de 2004. Disponible en: www.etcetera.com.mx/pag57ne48.asp (consulta: 23 de marzo de 2006).

BELTRÁN, L. R.: «Observatorio de medios: ¿el quinto poder?», *La Prensa*, 17 de junio de 2005. Disponible en: <http://166.114.28.115/20050617/opinion/opinion04.htm>, (consulta: 15 de enero de 2006).

BROULLÓN PASTORIZA, G.; HERNÁNDEZ, T.; LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA, J.: «Los observatorios de comunicación», *Chasqui*, Núm. 90, Quito, 2005; págs. 38-45.

CHILE – Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, Universidad ARCIS. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003. Disponible en: www.cab.int.co/cab42/downloads/libro_impacto_cultura_economia_chilena.pdf (consulta: 15 de enero de 2006).

HERRERA DAMAS, S.: «Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina», *Sala de Prensa*, Núm. 84, Vol. VII, Año 3, octubre de 2005. Disponible en: www.saladeprensa.org/art638.htm (consulta: 28 de marzo de 2006).

DÍAZ NOSTY, B.: «La difusión de la prensa en lengua española», *El español en el mundo. Anuario 1999*, Instituto Cervantes, Madrid, 1999.

GETINO, O.: ponencia presentada en la sección «Observatorios de Políticas Culturales: experiencias locales y regionales» del II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural, Buenos Aires, 2004. Disponible en la web: www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio/index.php?menu_id=6933 (consulta: 28 de marzo de 2006).

JARQUÍN, A.: «Observatorio de medios: un contrapoder de la sociedad civil», *El Periódico y Editorial Nuevo Enfoque*, El Salvador, 2 de marzo de 2006. Disponible en: www.libros.com.sv/edicion54/index.html (consulta: 28 de marzo de 2006).

MAIORANO, J. L.: «Los observatorios de derechos humanos como instrumento de fortalecimiento de la sociedad civil», *Revista Probidad*, núm. 24, septiembre de 2003.

MATTELART, A.: «Experto belga pide observatorio de los medios», en I Foro de las Américas, Quito, 30 de julio de 2004. Disponible en: www.voltairenet.org/article121628.html (consulta: 24 de marzo de 2006).

———: «Novas frentes de luta na comunicação» entrevista de Dica Sitoni y James Gorgen, 28 de enero de 2005 (Disponible en: www.ipsterraviva.net/TV/WSF2005/viewstory.asp?idnews=135, consulta: 23 de marzo de 2006).

ORTIZ LEIVA, G.: «¿Por qué un Observatorio de Medios en Colombia?», *Sala de Prensa*, Núm. 37, Año III, Vol. 2, noviembre de 2001 (Disponible en: www.saladeprensa.org/art293.htm, consulta: 24 de marzo de 2006).

PNUD: «Experiencias comparativas – PNUD Honduras. Observatorios de Desarrollo Humano», Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) LAC SURF, Panamá, septiembre de 2004 (Disponible en: www.undp.org/surf/panama/docs/observatorios_dh.doc, consulta 22 de abril de 2006).

POBRETE MAUREIRA, P.: ponencia presentada en la sección «Observatorios de Políticas Culturales: experiencias locales y regionales» del II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural, Buenos Aires, 2004. Disponible en: www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio/index.php?menu_id=6933 (consulta: 28 de marzo de 2006).

RAMONET, I.: «Fiscalización ciudadana a los medios de comunicación: el quinto poder», *Le Monde Diplomatique*, octubre de 2003.

REY, G.: «Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina», 2003. Disponible en: www.veeduria.org.pe/articulos/rey.htm (consulta: 14 de marzo de 2006).

SANCHO GIL, J. M.: «Los observatorios de la Sociedad de la Información: evaluación o política de promoción de las TIC en educación», *Revista Iberoamericana de Educación*, Núm. 36, OEI, Madrid, septiembre/diciembre de 2004. Disponible en: www.rieoei.org/rie36a02.htm.