



**Ciencias de la
Información**



TRABAJO DE DIPLOMA

**Diseño de un Observatorio de medios de comunicación que aborden
temáticas poblacionales, para el Instituto Internacional de Periodismo
José Martí**

**Design a media watchers observatory about population issues, in the
International Institute of Journalism José Martí**

Autora: Lorena Ferrer Reina

Tutora: Dra. Deborah Torres Ponjuán

Consultante: Lic. Dixie Edit. Trinquete

Línea de Investigación: Sistemas y políticas de información y comunicación

La Habana, 2016

Dedicatoria

A la familia y amigos

Agradecimientos

A la profe Déborah por la extrema paciencia.

Al profe Alejandro que mostró su interés por ayudar todo el tiempo.

A Dixie y Ariel por estar siempre pendientes y disponibles.

A Rainer por el diseño.

A Grisell Rodríguez, por decir que si a la entrevista, sin dudarlo.

A la familia y amigos, por acompañarme en el proceso y hacer el aguante.

A todos los que me ayudaron en algún momento.

RESUMEN

Se aborda el diseño del observatorio de medios enfocado al tratamiento de temas de población en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Expone aspectos teóricos conceptuales ligados al diseño de observatorios. Se realiza un estudio descriptivo mediante la utilización del análisis documental clásico y caracteriza nueve observatorios Latinoamericanos en busca de buenas prácticas asociadas a la creación de los mismos, se identifican sus principales servicios y campos de observación. Se determinan la estructura de los contenidos, servicios del observatorio y los requisitos o pautas para el funcionamiento del mismo. Se exponen tablas, gráficos y anexos que ilustran el estudio realizado.

Palabras Claves

OBSERVATORIO DE MEDIOS, POBLACIÓN, DEMOGRAFÍA

ABSTRACT

The design of media observatory is focused on treatment of population issues for the International Institute of Journalism José Martí. This report exposes conceptual and theoretical aspects related to the design of observatories. A descriptive study was performed using the classic documentary analysis in nine Latin American observatories, in search of good practices associated with their creating. Main services and fields of observation are identified. The structure of the content, services observatory and requirements or guidelines for the operation thereof are determined. Tables, graphs and annexes are illustrated the study.

Keywords

MEDIA WATCHERS, POPULATION, DEMOGRAPHY

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	3
Justificación de la Investigación	4
Planteamiento del Problema	5
Pregunta de Investigación	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Marco teórico-conceptual	5
Estructura capitular	8
CAPÍTULO I. GENERALIDADES TEÓRICO-CONCEPTUALES ACERCA DEL DISEÑO DE OBSERVATORIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, VARIABLES DEMOGRÁFICAS Y COMUNICACIÓN	9
1.1. Los observatorios de medios de comunicación	10
1.2. Acerca del diseño de observatorios de medios de comunicación	15
1.2.1. Vigilancia Informativa	16
1.2.2. Monitoreo de Medios	19
1.2.3. Análisis de contenido	21
1.3. El monitoreo de Medios en América Latina	23
1.4. Comunicación en Población y variables demográficas	25
Conclusiones Parciales	29
CAPÍTULO II. ANÁLISIS REFERENCIAL Y METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1. El Monitoreo de Medios en Cuba.....	31
2.2. Variables Demográficas en la Cuba actual.....	32
2.3. Pasos metodológicos de la investigación.....	33
2.4. Caracterización de los principales periódicos de alcance nacional	36
2.4.1. Juventud Rebelde	36
2.4.2. Periódico Granma	37
2.4.3. Trabajadores	38
2.5. Análisis de Homólogos	38
2.5.1. Observatorio de Prensa. Brasil	39

2.5.2. Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios. Argentina	40
2.5.3. Observatorio de medios sobre la realidad indígena. Argentina	41
2.5.4. Observatorio de Medios, Fucatel. Chile	43
2.5.5. Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia	44
2.5.6. Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana. Colombia	46
2.5.7 Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada. Costa Rica	48
2.5.8. Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación. Nicaragua	49
2.5.9. Buenas prácticas identificadas	51
Conclusiones Parciales	53
<i>CAPÍTULO III. Propuesta de diseño de observatorio de medios para el Instituto Internacional de Periodismo José Martí</i>	<i>55</i>
3.1. Elementos generales para el diseño del Observatorio	55
3.1.1. Estructura organizativa del Observatorio de Medios	55
3.1.2. Arquitectura de componentes técnicos	56
3.2. Datos de proveedores y organizaciones que apoyan el Observatorio	57
3.2.1. Instituto Internacional de Periodismo José Martí plataforma para la creación del Observatorio de Medios	57
3.2.2. Centro de estudios demográficos (CEDEM)	58
3.2.3. Fondo de población de las Naciones Unidas (UNFPA)	58
3.3. Pautas organizativas del Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí	59
3.3.1. Objetivos	59
3.3.2. Misión	60
3.3.3. Visión	60
3.3.4. Funciones	60
3.3.5. Áreas fundamentales del Observatorio	61
3.4. Requisitos para el funcionamiento del Observatorio	61
3.5. Tipología documental	62
3.6. Desarrollo de colecciones	63
3.7. Recursos Humanos	63
3.8. Responsabilidades Administrativas	63
3.9. Usuarios	64
3.10. Servicios y Temáticas asociadas al Observatorio	64
3.10.1. Monitoreo de medios y noticias	64
3.10.2. Reportes de Vigilancia e Inteligencia	65
3.10.3. Guías de fuentes de información (Anexo 6)	67
3.10.4. Socialización de Información	67
3.11. Estructura del Sistema de etiquetado	69

Conclusiones Parciales	70
CONCLUSIONES GENERALES	72
RECOMENDACIONES.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	74
ANEXOS.....	82
Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada realizada a expertos.....	82
Anexo 2. Guía de entrevista semiestructurada realizada a expertos.....	83
Anexo 3. Principales medios nacionales de prensa	84
Anexo 4. Servicios y tipologías identificadas en Observatorio Latinoamericanos.....	86
Anexo 5. Apoyo o Respaldo de Observatorios Latinoamericanos	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Vigilancia Tecnológica (Escorsa Castells y Maspons Bosch, 2001).....	18
Figura 2. Monitoreo de noticias en relación al monitoreo de medios	20
Figura 3. Observatorio de Prensa. Brasil.	39
Figura 4. Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios. Argentina.....	40
Figura 5. Observatorio de medios sobre la realidad indígena. Argentina.	42
Figura 6. Observatorio de Medios Fucatel.....	44
Figura 7. Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia.....	45
Figura 8. Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana. Colombia.....	47
Figura 9. Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada. Costa Rica	48
Figura 10. Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación. Nicaragua.	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Autodefinition de Observatorios Latinoamericanos, adecuado de Villa (2011).....	13
Tabla 2. Servicios y contenidos del Observatorio del Instituto Internacional de Periodismo José Martí.	70

INTRODUCCIÓN

Con la culminación de los pasados años 90 y el inicio del siglo XXI, surgieron conceptos como *Sociedad de la información* que implicaron la adopción de nuevos patrones de comportamiento y viceversa.

El aumento de producción de información, socialización de información, la aparición de la web 2.0, “el nuevo papel de la Comunicación en la vida económica, política y cultural, como medio para el manejo de la opinión pública” (García Luis, 2013, p.25) lograron, entre otros factores que el consumo de medios aumentara, intentando romper con la dicotomía Público-Privado, permitiendo a los medios convertirse en escenario de creación de productos para las masas, en fuente de cultura, conocimiento y herramienta para la representación de la vida social, capaz de influir directamente sobre estas, lo cual muestra un marcado carácter pedagógico y hegemónico en los mismos, al dividir la sociedad en educadores y educados. Sería entonces rol fundamental de los medios no solo el entretenimiento si no, la representación social mediante la vigilancia y la respuesta de los intereses de la ciudadanía y no a su latente carácter hegemónico utilizado como espacio de manipulación.

En Cuba esta realidad es un poco distante, “nuestros medios representan el humanismo y los perfiles político culturales de nuestra sociedad; ejemplifican las virtudes, los valores, las actitudes, los criterios y formas de actuación que los cubanos consideran como intrínsecos a su propia condición” (García Luis, 2013, p.25) marcados por nuestro carácter socialista. Pero los esfuerzos en ocasiones no son suficientes, los medios deben ser examinados en busca de mejoras continuas, deben ser monitoreados y observados para que puedan cumplir verdaderamente su rol.

Existen en nuestro país temas que aún no son abordados en los medios con toda la profundidad y la claridad que se desearía, tal es el caso de los temas de corte demográfico, ante los cuales se muestran con poco o ningún interés y en los que son evidentes falta de claridad y conocimientos. Actualmente son pocos los periodistas que cuentan con una cultura demográfica, no existe un sistema capaz de proveerles información de este corte, a pesar de contar con espacios como la Cátedra de

Demografía del Instituto Internacional de periodismo José Martí y recientemente con la opción para el Curso Regular Diurno de Estudiantes de Periodismo la oportunidad de cursar una asignatura vinculada al periodismo y la demografía existen brechas de conocimientos, lo cual se evidencia en el artículo de (Trinquete, 2010) en el cual periodistas entrevistados afirman contar con falta de preparación en el tema .

Ante esta situación el Instituto Internacional de Periodismo José Martí con la colaboración del centro de Estudios demográficos (CEDEM) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas, (UNFPA) decide instaurar un Observatorio de Medios capaz de monitorear los temas de corte demográficos y que a su vez permita en un futuro la creación de metodologías orientadas hacia la crítica de medios.

Los temas de carácter demográfico incluyen las llamadas variables demográficas como la fecundidad, migraciones y mortalidad. Variables que sin duda alguna tienen un notable peso en la sociedad.

El impacto de la dinámica demográfica en la vida económico-social del país se nota cada vez más, aunque los altos niveles de envejecimiento de la población y la reducción de los nacimientos ya se hacían visibles en la consecuente reducción de personas en edad laboral activa desde varios años antes. (Hernández, Polanco, 2015, p.58).

Es evidente que el tema demográfico está tocando nuestras puertas sus transformaciones son indudables por lo que se hace necesario tomar partido y los medios deben corregir conductas ante esta situación.

En el año 1994 en el Cairo Egipto, se aprueba el Programa de Acción de las Naciones Unidas y manifiesta que:

Los países deberían tratar de sensibilizar a la población respecto de cuestiones prioritarias mediante campañas de educación del público. A esos efectos, los medios de difusión deberían desempeñar una importante función. Es especialmente importante que las estrategias de información, educación y comunicación guarden relación con las políticas y estrategias nacionales de población y desarrollo y con toda una serie de servicios de salud reproductiva,

incluidas la planificación de la familia y la salud sexual, y que los complementen, a fin de aumentar el uso de esos servicios y de mejorar la calidad del asesoramiento y de la atención. (CIPD, 1994)

Ante tal situación la creación de un Observatorio de Medios para el Instituto Internacional de periodismo José Martí facilitaría el acceso a información de resultados de Monitoreo de Medios, la socialización de información demográfica, identificar tendencias y advertir escenarios. En la siguiente investigación se estructuran los principales servicios y contenidos temáticos con que contará el observatorio, se pretende el diseño de una herramienta capaz de monitorear medios de comunicación impresos del país, en este caso Periódicos Granma, Trabajadores y Juventud Rebelde que permita la identificación y análisis de información para la toma de decisiones.

Antecedentes

En la identificación de los antecedentes de esta investigación encontramos algunas tesis de la Facultad de Comunicación:

- Benítez, Cabrera (2013). Diseño del observatorio de género en Cuba.

Expone aspectos teóricos-conceptuales relacionados con el diseño de observatorios y la relevancia de los temas de género en el entorno informacional. Son identificados ocho observatorios en América Latina, de los cuales se analizan y describen exhaustivamente sus productos y servicios de información. En éste se establece la cartera de los servicios informativos, se exponen los recursos que se emplean para ello y su resultado final. Es propuesto, en última instancia, un procedimiento para actualizar su cartera de servicios, identificando objetivo, alcance, nivel de acceso, definiciones y responsabilidades.

Puente, Márquez (2014): Propuesta de la Cartera de Servicios del Observatorio Cubano de Comunicación Social en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Aborda aspectos teórico conceptuales relacionados con la Comunicación como campo científico, las necesidades informacionales de su comunidad científica y los observatorios sociales como servicios de información. Se identifican experiencias

análogas de observatorios sociales de comunicación con vistas a identificar las mejores prácticas en este tipo de servicio web. Se caracteriza el dominio científico de la Comunicación en el país desde el enfoque de los Estudios de Usuarios. Se examinan las necesidades de información de los usuarios potenciales del servicio a partir de un estudio de caso en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana como centro rector del estudio de la Comunicación en el país. Se presentan las especificidades de la Cartera de Servicios propuesta.

- Reyes Ramírez, (2005). "Propuesta de un Centro Virtual para la Prensa cubana." (Tesis de Maestría). Universidad de La Habana: Facultad de Comunicación.

Aborda la creación, organización e implementación del Observatorio Cubano de Periodismo, así como las bases para la realización de la vigilancia informacional. Se estudian las fases de la vigilancia, los requerimientos de un sistema de gestión de contenidos para soportar la gestión de la información en el observatorio; así como su arquitectura de información. Expone las bases, la organización y el método para el diseño de los productos y servicios del Observatorio Cubano de Periodismo, en particular, de sus servicios de inteligencia informacional; así como los indicadores para su evaluación, según las exigencias de los directivos de la prensa y sus necesidades.

Justificación de la Investigación

El diseño de un Observatorio de Medios de Comunicación sobre temáticas poblacionales como Fecundidad, Envejecimiento poblacional, Mortalidad, constituirá parte de un proyecto desarrollado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, y auspiciado por el Centro de Estudios Demográficos (CEDEM) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). La ausencia total de una institución destinada al monitoreo y análisis de información sobre temas de Fecundidad, Envejecimiento poblacional, Mortalidad y Dinámicas poblacionales, abordados en los medios de comunicación limita el acceso a recursos de información que permitan a

periodistas y otros investigadores asociados visualizar y advertir tendencias en esta área de conocimiento. El observatorio de medios pretende solucionar estos problemas a partir del monitoreo y vigilancia del entorno informacional en una primera instancia.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, el Instituto Internacional de Periodismo no cuenta con un observatorio de Medios de Comunicación Nacionales Impresos que le permita determinar qué medios producen información sobre determinados temas de dinámicas poblacionales y el tratamiento que se les da a los mismos. Por este propósito esta investigación pretende diseñar un observatorio de medios capaz de capturar, procesar y medir la información sobre dinámicas poblacionales abordada por los medios cubanos.

Pregunta de Investigación

¿Qué elementos deben considerarse para el diseño de un Observatorio de medios impresos nacionales que aborden temas sobre variables demográficas del país en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí?

Objetivo general

Diseñar un Observatorio de medios impresos nacionales que aborden temas sobre variables demográficas del país en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

Objetivos específicos

1. Abordar los principios teóricos conceptuales sobre el diseño de Observatorios de medios de comunicación y las temáticas poblacionales.
2. Identificar el uso de buenas prácticas en Observatorios de Medios.
3. Determinar la estructura de los contenidos temáticos y los servicios asociados del observatorio propuesto.

Marco teórico-conceptual

Se sustenta en conceptos como Sociedad de la información, Vigilancia e inteligencia, Análisis de contenido y Observatorio de Medios.

- **Sociedad de la información:** Distintas definiciones apuntan al término Sociedad de la información como un simbolismo de sociedad encabezada por los medios, los

servicios de información y los avances tecnológicos, marcados por el aumento de la producción de información. Con la aparición de la llamada Web 2.0 el volumen de datos aumenta debido a la gran actividad de los usuarios en la web, dejando de ser una entidad pasiva para convertirse en entes activos capaces de gestionar y producir su propia información. Referente a la Sociedad de la información se señala:

Se entiende la Sociedad de la Información como un determinado nivel de desarrollo social, económico y tecnológico caracterizado por la participación de diversos agentes (gobierno, empresas, investigadores, centros tecnológicos, organizaciones sociales y ciudadanos) dispuestos a generar, difundir y usar la información para la producción de conocimiento económicamente útil (innovación) a los fines del desarrollo (Valenti, 2002, p. 22)

Se podría definir Sociedad de la información como todo el conjunto de acciones tecnológicas y sociales encaminadas a unificar esfuerzos con el fin de conseguir un nuevo conocimiento con un impacto económico notable.

El término Sociedad de la información y del conocimiento “es empleado particularmente en medios académicos, como alternativa de algunos a sociedad de la información” (Burch, 2006, p.9). por lo cual numerosos autores consideran sinónimos los términos Sociedad de la información y Sociedad del conocimiento, es posible encontrar indistintamente en la literatura estas dos variantes.

- **Análisis de Contenido:** permite adentrarnos el texto para concebirlo de una forma diferente, muestra lo que no es visible a simple vista, los elementos intrínsecos del documento, ideología del autor, causalidad. Es una “técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta”(Martín Martín, 2007)
- **Vigilancia y la inteligencia competitiva:** en el desarrollo de observatorios es el monitoreo, análisis, procesamiento y difusión obtenida del entorno inmediato ya sea social, tecnológico, científico o político para la identificación de presentes, futuras oportunidades y amenazas, así como una correcta toma de decisiones. Es el

estudio del entorno seguido por la difusión de la información capturada y procesada de forma útil para la toma de decisiones estratégicas.

- **Observatorio de medios:** La Crítica de medios nace como respuesta a la constante preocupación sobre el poder que poseen los medios de comunicación y la fuerte presión social que ejercen a partir de los intereses políticos a los cuales responden. Ésta es la razón que justifica el inicio del fenómeno de la crítica de medios, (...) los observatorios de medios constituyen un elemento más. En este sentido, los observatorios comparten con otras iniciativas la convicción de que los medios y sus profesionales se encuentran en una situación realmente crítica que demanda la llegada de nuevos actores que reivindiquen otra forma de entender la práctica periodística. (Herrera ,2005b, p.4)

Los medios deben ser analizados de la misma manera que ellos analizan los fenómenos, deben ser cuestionados y debatidos para lograr una actividad mediática cada vez más inclusiva, social y democrática, además de permitir el análisis a partir de la vigilancia e inteligencia que advierta posibles escenarios sociales y mediáticos.

- **Variables Demográficas:** Las variables demográficas están dadas por conceptos como Fecundidad, Migración y Mortalidad. "La Demografía se compone de la estructura, la dinámica y los componentes de la dinámica de las poblaciones humanas: la fecundidad, la mortalidad y la migración. La Demografía pretende describir estos tres aspectos y encontrar sus determinantes y consecuencias (sociales, biológicas, económicas, etcétera.)" (Welti, 1997, p. 17).

Fundamentación metodológica

- **Tipo de investigación:** Cualitativa-descriptiva

- **Método y técnicas a utilizar**

Análisis Documental clásico que permite consultar diversidad de fuentes bibliográficas constituyendo la base de un estudio meramente cualitativo descriptivo. Se utiliza el estilo bibliográfico *American Psychological Association* (APA).

Entrevista: Consiste en la consulta de expertos, seleccionados por su grado académico para conocer particularidades referidas a la Demografía en Cuba y la pertinencia de un Observatorio de Medios

- **Variables:** Sistema de información, observatorio de medios

Estructura capitular

Un primer capítulo dedicado a los principios teórico conceptual sobre el diseño de observatorio de medios y temáticas poblacionales. La Sociedad de la Información y su relación con la creación de observatorios de medios y la influencia e importancia de los sistemas de vigilancia tecnología y competitiva en los temas relacionados con dinámicas de población.

Capítulo dos, referencial metodológico, en el cual se indaga sobre experiencias cubanas en el diseño de observatorios y se examinan algunos casos de Latinoamérica en busca de buenas prácticas.

Un tercer capítulo donde se exponen los resultados de la investigación y se presenta una propuesta de servicios para el observatorio.

CAPÍTULO I. GENERALIDADES TEÓRICO-CONCEPTUALES ACERCA DEL DISEÑO DE OBSERVATORIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, VARIABLES DEMOGRÁFICAS Y COMUNICACIÓN

Los orígenes de la Sociedad de la Información se remontan a los pasados años 90 y alcanza su punto cúspide en el siglo XXI, existen autores como (Nora y Minc, 1980; Lacroix y Tremblay, 1995; Negroponete, 1995; Miège, 1998; Castells, 2000) que plantean que su verdadero inicio es en los pasados años setenta.

La Sociedad de la Información “está caracterizada por un modo de ser comunicacional, que atraviesa todas las actividades (industria, entretenimiento, educación, organización, servicios, comercio, etc.)” (Crovi, 2002). Es una sociedad compleja que abarca varios sectores y que puede estar en constante evolución, ofrece nuevos patrones de adquisición de información y conocimiento

Asimismo, la Comisión Europea la definió en 1997 como “aquella sociedad en la que se utilizan tecnologías de transmisión y almacenamiento de información y datos de bajo costo. Esta generalización del uso de la información y los datos viene acompañada por innovaciones organizativas, comerciales, sociales y legales, que están cambiando profundamente los diferentes ámbitos de la vida, el trabajo y la sociedad en general”. (Comisión Europea ,1997).

Con el advenimiento de las llamadas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) ha proliferado en gran medida la Sociedad de la Información, la cual se encuentra en constante evolución y a su vez la transformación tecnológica está basada en las tecnologías de la información (Castells, 1995). En ese sentido, su impacto social está determinado por la capacidad que posee ella misma de contribuir a la evolución tecnológica y ser aplicable a toda situación con costes cada vez más accesibles y a la generación de conocimientos, “que le otorgan carácter orgánico y sistémico a las organizaciones”. (Sander, 2003)

Es la información entonces un recurso altamente utilizado por el gran público y por las instituciones pues les permite ejercer sus derechos en la toma de decisiones, responsabilidades cívicas y mejorar su rendimiento y eficacia en el desarrollo de sus

actividades, articulando la democracia para cumplir con su objeto social, advertir posibles escenarios sociales y mediáticos, establecer una crítica de medios a partir del monitoreo de información con la participación ciudadana de manera más inclusiva y social, lo cual la convierte igualmente en una sociedad del conocimiento, una sociedad sabia, capaz de articular nuevas habilidades y volverse más críticas en el consumo de información.

1.1. Los observatorios de medios de comunicación

Observar siempre ha sido desde la antigüedad una de las herramientas más utilizadas por el hombre con el fin de adquirir nuevos conocimientos para realizar un análisis crítico y complejo de un fenómeno determinado. Permite la comprensión e interpretación de una realidad compleja. Es una herramienta pasiva que muestra un lado distinto del objeto de estudio.

Los Observatorios como medio de vigilancia permiten la observación, búsqueda, obtención y procesamiento de información, que se puede convertir en productos de inteligencia. Los observatorios muestran resultados evolutivos para un conocimiento completo y acertado sobre el tema vigilado, con el fin de lograr contribuir a la toma de decisiones los observatorios son parte del monitoreo constante, crean diagnósticos, evalúan y planifican.

Cuando se menciona el término Observatorio solemos pensar en observatorios de medios naturales, astronómicos, meteorológicos que predicen la evolución del universo. Esto se debe en parte a que “no haya sido recogido por enciclopedias o por diccionarios el término observatorio relativo a las Ciencias Sociales, ha proliferado un conjunto de estructuras que permite obtener una visión amplia de la evolución de determinados fenómenos y acontecimientos sociales” (Sancho y Gil ,2004)

Malheiro da Silva (2013, p.8) plantea que para los años 1500-1650 se utilizaba muy poco el término Observatorio, en la filosofía y la medicina. La palabra Observatorio comienza a ser utilizada para los años XVI, la mayoría de las veces en plural y referida a la construcción de observatorios astronómicos, el primero de ellos en 1576.

Existen observatorios de todo fenómeno cuanto el hombre pueda analizar y transformar, siempre que presuponga un riesgo social. Constan observatorios de toda naturaleza, de medios, de derechos humanos, de jóvenes, de migración y refugiados, tecnológicos, de género, entre otros. Permiten establecer comparaciones, identificar tendencias y buenas prácticas. “En un sentido más común el término Observatorio puede ser definido como un espacio de análisis de procesos y aplicaciones de generación de conocimiento y/o información (...) los observatorios cumplen con una perspectiva interdisciplinar y sirven para una variedad de funciones, dicho esto, los observatorios pueden generar resultados diferentes a lo esperado por sus creadores.” (Malheiro da Silva, *et.al*, 2013, p.9).

En cuanto a observatorios de medios (Herrera, 2005b) cita:

“En términos de criterios de análisis el equipo del observatorio entiende que la crítica de los medios debe funcionar como catalizadora de procedimientos para conseguir su perfeccionamiento. No se trata de mera identificación de deslices técnicos o de fallas éticas, tampoco una avalancha de opiniones sobre lo que es mejor o peor. El análisis de los productos mediáticos necesita apoyarse en valores del propio periodismo, ligados en principios que la sociedad consumidora de información considera relevantes. ¿Libertad de prensa y fidelidad al hecho son importantes? Sí, como también la pluralidad de las versiones, equilibrio en los relatos, precisión y corrección; contextualización, focalizarse en el interés público, visión amplia del mundo; imparcialidad, transparencia en las actitudes, respeto a las fuentes y a los derechos humanos.” (Christofolletti, 2006)

Esto nos hace pensar en un observatorio de medios de comunicación, capaz de analizar y tratar las representaciones que realizan este tipo de medios, es un espacio de investigación, análisis formación y divulgación.

Se proponen generar conocimientos para cierta comunidad científica, o no, por lo que en ocasiones suelen combinar distintas fuentes de información y con diferente procedencia. Su objeto de estudio es el proceso periodístico. “Este proceso tiene una serie de características propias de su hacer (práctica), una dimensión simbólica

(palabras, imágenes) y una dimensión institucional (la estructura empresarial, económica y laboral del medio)". (Villa, 2010)

Reyes (2007) los considera como un espacio virtual, dirigido a la entrega de productos y servicios, resultantes de un sistema de vigilancia informacional, para el apoyo a la toma de decisiones estratégicas, y destinado a ofrecer herramientas informativas que permitan la toma de decisiones.

Un observatorio de medios identifica, analiza y estudia problemas relacionados con los medios de comunicación. Considera como objeto de trabajo los procesos básicos de generación, emisión, circulación y recepción de información a través de los medios de comunicación. Usualmente, busca la relación entre los contenidos producidos y la función informativa de dichos contenidos.

Los observatorios son también herramientas de monitoreo para valorizar el avance de las actuaciones de manera sistemática con el propósito de orientar las políticas de intervención (Universidad Politécnica de Cataluña, 2008). Esto pudiera indicar que los observatorios pueden, en gran medida, trazar metodologías y pautas para la intervención.

Rodríguez y Correyero (2008) coinciden con Rey (2003) al apuntar que los Observatorios de Medios son dirigidos al bien social, a la educación de la sociedad y a la democratización de medios, tomando como punto de partida el trabajo mediático y la práctica cotidiana. Asumen los observatorios como medios para estrechar el vínculo entre los ciudadanos y la información.

Los observatorios hacen seguimiento de la información que proveen los medios, insistiendo más allá de los contenidos, en las relaciones que se establecen entre los ciudadanos y la información y tratando de eludir la simple reconstrucción de los ejercicios de representación que a diario hacen los medios de comunicación de los problemas más vitales de la sociedad. (Rey, 2003, p.7)

Los observatorios de medios son organismos que aportan una mirada crítica del sistema global de medios de comunicación, y se suele considerar que tienen como objetivo común la búsqueda de su democratización. Revisan de forma sistemática y

continuada del trabajo realizado por los medios de comunicación, informan a la sociedad y a los propios medios de sus buenas y malas prácticas, y educan a la población en el consumo crítico de los medios. (Rodríguez y Correyero, 2008).

Villa (2011) cita algunas autodefiniciones de Observatorios Latinoamericanos tomados desde sus propios sitios web, actualmente funcionales:

Tabla 1. Autodefinición de Observatorios Latinoamericanos, adecuado de Villa (2011)

Nombre	País	Definición
Observatorio de prensa http://observatoriodaimprensa.com.br/	Brasil	“Es una entidad civil no gubernamental que desea seguir el comportamiento de los medios”.
Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada http://www.conamaj.go.cr/observatorio/	Costa Rica	“Es una institución que parte de la iniciativa de varias entidades especializadas en el tema del refugio y la migración”
Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana https://observatoriomediosuia3.wordpress.com	México	“Es un espacio diseñado para promover una reflexión sobre el tratamiento periodístico de la información”.
Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación http://cinco.org.ni/	Nicaragua	“Es uno de los proyectos en el estudio de los medios como actores políticos”.
Red Latinoamericana de Observatorios de Medios http://www.calandria.org.pe	Perú y otros países	“Es una organización social cuyo propósito es la observación permanente de la información”.
Observatorio Global de Medios http://www.observatoriodemedios.org.ve/	Venezuela	“Es una organización social para la vigilancia y análisis de la información mediática”.

Como vemos, la gran mayoría de las definiciones se enfocan en los observatorios como herramienta de monitoreo de medios, en el tratamiento de la noticia y su impacto social. Todos tienen características y funciones intrínsecas, más allá de lo que en sí mismo representan.

Todo Observatorio busca dos propósitos elementales: investigar, revisar, describir, caracterizar, evaluar, discutir, cuestionar, sugerir los contenidos que aparecen en el espacio de observación pertinente a su área de interés; e informar a la comunidad los hallazgos que ocurren en ese proceso, o sea un observatorio tiene como funciones fundamentales investigar e informar. (Prieto, 2003).

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA, 2006), en coordinación con otras instituciones organizó en Caracas, Venezuela, en noviembre de 2006 el Primer Taller El Observatorio como Herramienta para la Gestión de la Información y del Conocimiento, que entre sus conclusiones enfatizan que: los observatorios están destinados a captar, organizar, evaluar y procesar información para poder difundir conocimientos. Generar información es el compromiso de muchos y distintos actores y no necesariamente la función de un observatorio. Los productos de un observatorio pueden servir, al menos, para:

- a. Caracterizar una situación o momento
- b. Apoyar la toma de decisiones coyunturales
- c. Formular escenarios a futuro.

Se podría afirmar entonces que, según SELA (2006), los observatorios se enfocan en la captura y procesamiento de información para la conformación de servicios informativos que tributan a la toma de decisiones y a caracterizar y advertir escenarios, mientras la generación de contenidos queda excluida de los observatorios pues se dedican a trabajar con contenidos ya creados anteriormente, en este caso con las noticias. Un observatorio funciona como organismo regulador de los medios, al crear metodologías, herramienta para la toma de decisiones y como instrumento de predicciones acertadas.

Los observatorios se enfocan fundamentalmente en tres puntos:

- ✓ análisis de coyuntura informativa, de las lógicas de producción y de recepción que generan los medios de comunicación
- ✓ diseño de un sistema de información permanente que permita a los medios y a sus usuarios miradas diversas frente a la realidad social

- ✓ trabajar lo referente a una pedagogía de medios a través de la sensibilización y movilización de los mismos frente a aspectos de su competencia como, por ejemplo, la responsabilidad social. (Téllez, 2005).

Téllez (2005) sostiene que los Observatorios de Medios son sistemas de información que analizan la información contenida, y educan a los medios en cuanto a responsabilidad e impacto social. En este caso, se estaría afirmando la condición sistémica de los observatorios y su rol pedagógico.

Education Observatories (2009), lo define como un proceso de construcción, que recopila y da acceso a información referente a los observatorios. Afirman que “el objetivo de estos proyectos es mejorar el conocimiento acerca de las innovaciones que se dan en el sector educativo, como consecuencia de la incorporación de las nuevas tecnologías y del concepto de aprendizaje para toda la vida”.

Pudiéramos concluir entonces que los observatorios de medios tienen como funciones fundamentales la captura y procesamiento de información, a través de su análisis para tributar a la toma de decisiones según procesos de gestión de información y el conocimiento hacia la caracterización y pronóstico de escenarios futuros, así como su función meramente pedagógica, encargada de educar a los medios como actores sociales.

1.2. Acerca del diseño de observatorios de medios de comunicación

Todo sistema o proceso necesita ser diseñado y proyectado antes de su creación e implementación, por lo cual los observatorios no escapan de esto, en el caso los observatorios de medios, no existe una metodología exacta para ello, pues está mediado por el fin que persigue el observatorio, la organización que lo respalda, el financiamiento y su público meta.

Suelen concebirse e implantarse además como sitios web con una alta gestión de contenidos, en tal sentido, es posible apoyarse para su diseño en lo elementos principales de las metodologías para el desarrollo de sitios web, considerando los postulados de la arquitectura de información y de la gestión de contenidos.

A propósito del diseño del Observatorio cubano de periodismo Reyes, (2007) plantea que se necesita además determinar y conocer los escenarios de trabajo en el cual debe actuar, establecer las características de la audiencia a la que se dirigen los servicios y productos de alto valor agregado, así como establecer los perfiles que interesan a esta audiencia especializada.

De lo anteriormente planteado se puede comprender que los observatorios desde su concepción y diseño se enfocan fundamentalmente en la audiencia a la cual se dirigen, pues “los enfoques de observación que se emplearán tendrán como objetivo fundamental determinar los criterios bajo los cuales se analizarán cada sujeto u objeto en el sistema” (Reyes, 2007). Para ello, es necesario la implementación de la vigilancia informacional, el monitoreo de noticias y medios, con la utilización del análisis de contenido, en pos de advertir escenarios futuros y lograr reportes de vigilancia e inteligencia que permitan la toma de decisiones a las personas implicadas en procesos periodísticos.

1.2.1. Vigilancia Informacional

Los cambios acontecidos en los años 1990, marcados por las nuevas tecnologías de la información y aumento del volumen de información, instaron a las organizaciones a tomar nuevas posiciones en cuanto al seguimiento de su entorno, surgiendo la Vigilancia de información.

La Vigilancia de Información permite gestionar información de manera, efectiva como apoyo a las decisiones estratégicas. En particular, la vigilancia sobre mercados, competidores, tecnologías, y tendencias, aporta informaciones de gran utilidad para la correcta elección de la estrategia. (Escorsa Castells & Maspons Bosch, 2001, p.3).

En cuanto a la formulación de estrategias de Vigilancia se afirma que:

Se necesita diseñar e implementar sistemas de vigilancia que comprendan los procesos de observación, análisis y difusión de información; independientemente del ámbito objeto de estudio; sea éste tecnológico, económico, comercial, militar

o social. Un Sistema de Vigilancia Informacional constituye el conjunto organizado y sistemático de los procesos de observación, análisis y difusión de recursos de información, en un infoárea determinada, utilizando técnicas y herramientas específicas, cuyos resultados constituyen un instrumento para el conocimiento y el apoyo a la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones, anticipándose a los cambios del entorno con un nivel mínimo de riesgos. La Vigilancia Informacional persigue ofrecer evidencias confiables, oportunas, eficientes y replicables para que las acciones puedan ser mejoradas sistemáticamente, a la vez que contribuye a la conformación de una guía metodológica de evaluación de impacto sobre el área de estudio. (García, 2013)

Se trata de un Sistema de Vigilancia que comprenda los procesos de observación, análisis y difusión de información; independientemente del ámbito u objeto de estudio; sea éste tecnológico, económico, comercial, militar o social.

Por otra parte, Palop y Vicente (1999) plantean que la vigilancia es el esfuerzo sistemático y organizado por la organización, para la observación, captación, análisis, difusión precisa y recuperación de información sobre los hechos relevantes del entorno económico, tecnológico, social o comercial, para poder estar alerta acerca de una oportunidad u amenaza para ésta. Requiere pues de una actitud de atención o alerta individual. En definitiva, se filtra, interpreta y valoriza la información para permitir a los usuarios de la organización decidir y actuar más eficazmente.

De igual forma, Escorsa Castells y Maspons Bosch (2001) formulan un modelo de observación enfocado hacia la Vigilancia Tecnológica en el cual se plantea que la búsqueda y difusión de información son procesos de vigilancia, mientras que el tratamiento, análisis y utilización son procesos resultantes de los primeros que conducen a la aplicación de la información escogida para la toma de decisiones.

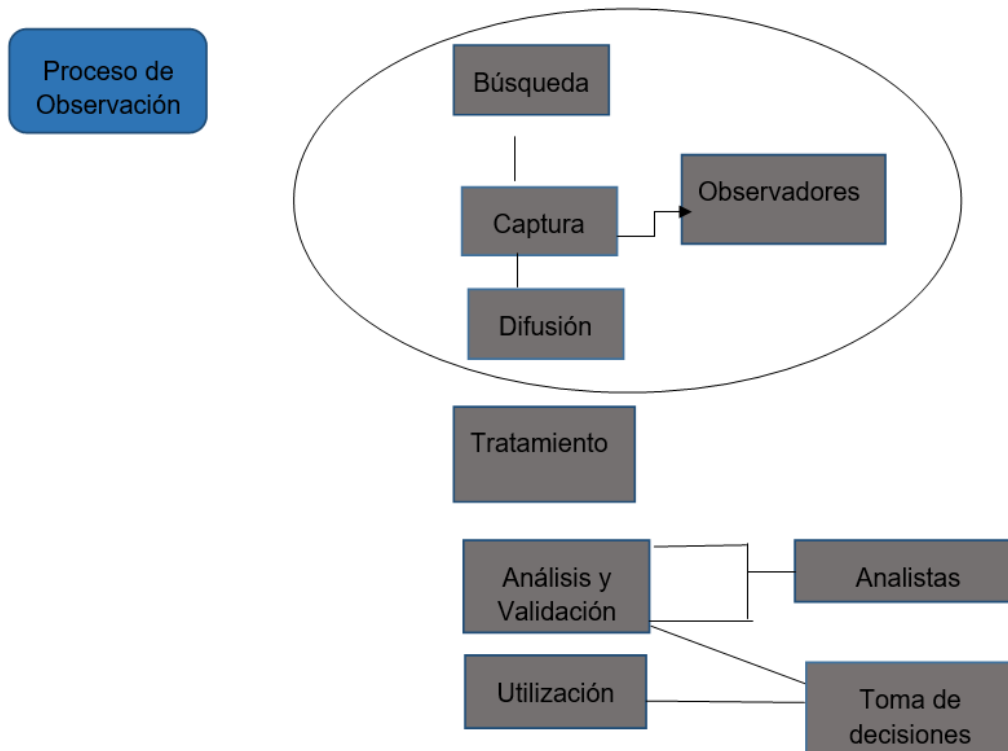


Figura 1. Modelo de Vigilancia Tecnológica (Escorsa Castells y Maspons Bosch, 2001)

Las consideraciones antes planteadas coinciden en que la vigilancia es un proceso continuo que tiene como salida principal el apoyo para la toma de decisiones.

La vigilancia debe ser focalizada, esto es, centrada sobre determinados aspectos de la organización y su entorno por razones de coste y tiempo de dedicación. Ninguna empresa puede dedicarse a vigilar y/o subcontratar todos los aspectos. Además de por los recursos, la empresa debe vigilar de acuerdo a sus objetivos estratégicos.

La vigilancia debe sistematizarse mediante un método que permita el seguimiento y explotación regular, tanto de los hechos que afectan a la organización, como del propio funcionamiento de la función vigilancia. Todas las organizaciones vigilan su entorno, pero es la aplicación de un método la que permite obtener mayores resultados de la misma, definir y delimitar correctamente la función vigilancia y garantizar la calidad, regularidad y homogeneidad de la misma. (Palop y Vicente, 1999, p.33)

De ahí que los éxitos de las organizaciones dependan en gran medida, del método de vigilancia y monitoreo del entorno que elijan poner en práctica.

La vigilancia informacional, persigue ofrecer evidencias confiables, oportunas y eficientes no sin antes aplicar el llamado análisis de contenido, en este caso análisis de contenido mediático, para establecer un sistema de vigilancia y monitoreo e se determina la matriz ideológica del documento así como su cobertura informativa hacia la resolución de conflicto y esclarecimiento de los mismos, debe “proporcionar buena información a la persona idónea en el momento adecuado” (Callon, Courtial y Penan, 1993).

1.2.2. Monitoreo de Medios

El Monitoreo de Medios es una técnica mediante la cual se “realiza el seguimiento y archivo de la *performance* mediática de un tema, una persona, una organización, una campaña publicitaria, una marca, etcétera, en medios impresos y digitales ya sean estos de alcance regional, nacional o local, para su posterior análisis cuantitativo y cualitativo”. (Comunicólogos, 2015)

Se podría decir que el Monitoreo de Noticias es una herramienta para el análisis cuantitativo y cualitativo que permite conocer la forma en que los medios de comunicación, manejan la información acerca de cierto tema, actor o acontecimiento. (Zúñiga, 2008).

El monitoreo de medios permite un acercamiento hacia los medios y hacia la noticia en sí, permite medir el impacto de la información ofrecida a los públicos, establecer tendencias de noticias y el tratamiento de estas así como la efectividad del método utilizado para comunicar, el monitoreo de medios posee características un poco más cuantitativas, pues permite el acercamiento a los medios de forma general ,mientras que el monitoreo de noticias se adentra en las noticias generadas por los medios, con un enfoque más marcado hacia lo cualitativo, ambos pueden compartir terrenos cualitativos y cuantitativos en dependencia del interés del analista pero en el monitoreo

de noticias está más orientado al análisis de contenido mediático. Lo cual posiciona al monitoreo de noticias como núcleo central del monitoreo de medios.

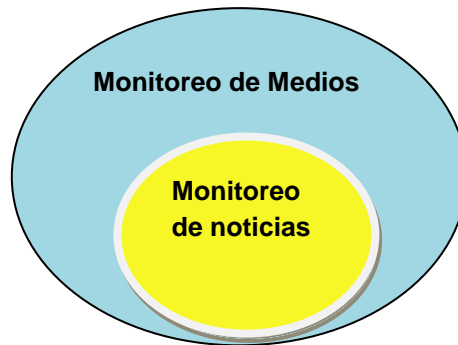


Figura 2. Monitoreo de noticias en relación al monitoreo de medios

Se pudiera comprender entonces el monitoreo de medios como una herramienta para la vigilancia que comprende procesos de observación partir de la Búsqueda, captura y difusión de información por parte de los observadores, de los cuales se obtiene como resultado información relevante para la toma de decisiones.

En el proceso de construcción de la noticia, o sea en el proceso periodístico, interfieren dos componentes de los cuales depende el enfoque y resultado final de la noticia, la objetividad-parcialidad, lo cual es denominado Intencionalidad Editorial (Villa, 2010):

- **Objetividad:** referencia a hechos susceptibles de ser confirmados y contrastados a través de diferentes tipos de fuentes.
- **Parcialidad:** toma de posición de cada medio, y de cada periodista, frente a esos mismos hechos.

El primero, se refiere al tratamiento de la noticia de manera directa sin incurrir en opiniones personales, criterios o valores.

Se dice que la limitación de los hechos garantiza la objetividad. Aunque se abstenga de formular opiniones personales, “todo corresponsal está inevitablemente bajo la influencia de valores prevalecientes en el medio ambiente en el que ha crecido o se lo ha educado, de las instrucciones que le da su jefe de redacción y de la política que sigue el editor (...). La idea de que hoy una actividad informativa ideal que no hace más que registrar hechos en forma imparcial, es insostenible”. (Haskovec, 1983)

Por lo cual podríamos asumir que toda noticia esta finalmente tratada por el enfoque e interés final del periodista o al medio de prensa al cual responde, de ahí que existan diferentes tipos de prensa, un periódico sensacionalista no trataría la noticia de portada de la misma manera que un periódico tradicional, aun tratando el mismo hecho en cuestión asumirían enfoques diferentes, los cuales responden a su política e intencionalidad editorial.

1.2.3. Análisis de contenido

Para la realización del proceso de vigilancia y análisis de contenido primeramente es necesario la captura de información, para su posterior análisis, lo que nos permite comprender la ideología del autor, mensaje directo y subliminal, características del comunicador, entre otros. O sea, el análisis de contenido nos permite adentrarnos en el texto y descubrir lo que a simple lectura no es visible, y mostrar más allá de lo obvio.

Según Martin (2007) el análisis de contenido es una técnica de investigación cuya finalidad es la “descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta”. Se observa que se le atribuye un valor totalmente comunicativo, donde el analista persigue como fin descifrar totalmente el mensaje en cuestión.

El análisis de contenido cuenta con tres enfoques:

En el primero de ellos, el investigador se interesa por las características del propio contenido.

En el segundo, trata de extraer inferencias válidas a partir de la naturaleza del contenido, respecto de las características de quienes producen el contenido.

En el tercero, interpreta el contenido con la finalidad de revelar algo sobre la naturaleza de los oyentes a quienes se dirige. (Martin, 2007).

Pudiéramos entender que para realizar un análisis de contenido, primeramente debe existir intencionalidad, el analista debe mostrar su interés por el manifiesto de comunicación, en segundo lugar es necesario determinar los elementos intrínsecos del documento, los cuales utilizaríamos en su clasificación, al trabajar con las propiedades más evidentes del documento y posteriormente realizar el análisis, donde se extraen los elementos más relevantes del manifiesto que proyectan su verdadera causalidad, que además contribuyen a la toma de decisiones y a la prevención de riesgos.

A propósito de la utilidad del análisis de contenido Martin (2007) afirma que el análisis de contenido es útil para.

- a) Identificar las intenciones e incluso las características de los autores de la comunicación verbal o conductual.
- b) Determinar el estado psicológico de un individuo o grupo.
- c) Obtener información estratégica analizando manifestaciones, movimientos, negocios...

Mientras, Giró (2008) define que el análisis de contenido mediático es para lograr:

- 1) Analizar la matriz ideológica del medio sobre el conflicto
- 2) Analizar la complejidad de la cobertura informativa
- 3) Comprobar el seguimiento de las orientaciones de un periodismo orientado hacia la paz o, de forma más amplia, hacia la resolución de conflictos.

A lo cual se pudiera agregar su valor altamente cuantificable en los procesos de vigilancia, la cual en el desarrollo de observatorios es el monitoreo, análisis, procesamiento y difusión obtenida del entorno inmediato ya sea social, tecnológico, científico o político para la identificación de presentes, futuras oportunidades y amenazas, así como una correcta toma de decisiones.

1.3. El monitoreo de Medios en América Latina

En América Latina la emergencia de prácticas en cuanto al monitoreo de medios coincide con las profundas transformaciones políticas experimentadas por diversos países en las últimas décadas del siglo pasado. Específicamente, en el deterioro de los regímenes autoritarios, tanto militares (Argentina, Chile) como civiles (México), ante el arribo de una fuerte corriente democratizadora que, con dificultades y logros, avances y retrocesos se ha venido consolidando en el continente, e intenta la participación de todas las corrientes políticas. (Aceves, 2004)

De ahí que la mayoría de los ejemplos de monitoreo de medios encontrados en la revisión previa de artículos tratan el monitoreo de medios en procesos electorales, y la gran mayoría de observatorios identificados son de procedencia Latinoamericana, en este contexto “el monitoreo de medios se ha convertido en un valioso instrumento en manos de organizaciones democráticas” (Aceves, 2004), lo cual muestra el marcado carácter político que ejercen los medios sobre las construcciones sociales.

Por otra parte (Herrera, 2006) atribuye el surgimiento del monitoreo de medios y de observatorios de medios a la necesidad de “vigilar a los que vigilan” partiendo de su hipótesis de que los medios deben ser criticados de la misma manera en que ellos critican al mundo. Lo cual incide en la variedad de metodologías para el monitoreo de noticias y modelos de gestión de observatorios, los cuales cabe destacar que no siempre se gestionan de igual forma, algunos utilizan la heterorregulación y otros la autorregulación.

- Heterorregulación: Regulación de los medios por parte de agentes externos a la profesión
- Autorregulación como respuesta a la ineficacia de la heterorregulación. Mediante este método los observatorios son gestionados por agentes internos.

Desde su aparición en Brasil a comienzos de los noventa, los observatorios han ido ganando lenta pero progresivamente una mayor presencia en el panorama mediático

del continente. Hoy entre los rasgos que comparten los observatorios latinoamericanos se encuentran (Herrera, 2005b):

- El reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia.
- La insatisfacción con la actual situación en la que se encuentran los medios
- La reivindicación de otra forma de entender la práctica periodística
- La reivindicación de otro público consumidor de medios
- El ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo
- Su intencionalidad revisionista y reformista
- Su carácter propositivo y una finalidad más prescriptiva que descriptiva
- La diversidad y creatividad en sus actuaciones
- La convicción de la importancia de divulgar su actividad
- La predilección por el empleo de las nuevas tecnologías y de una manera preferente por Internet.

Los observatorios de América Latina poseen todas las características que los distinguen, pero cuentan con rasgos comunes que permiten su caracterización en cuanto a:

- ✓ temática que investigan: observatorios generalistas y especializados.
- ✓ composición social: vinculados a gente de la profesión a facultades, a profesionales en activo, mixtos vinculados a gente de fuera de la profesión.
- ✓ cobertura de medios que analizan: observatorios que analizan medios locales, regionales, nacionales, internacionales, con cobertura geográfica múltiple
- ✓ tipo de medios que observan: observatorios que analizan prensa, radio, televisión, revistas y/o suplementos, internet, con cobertura de medios múltiple. Herrera, (2005c: 153-174)

Los observatorios en América Latina surgen como necesidad de democratizar los medios y aumentar la participación ciudadana en la toma de decisiones, la necesidad

de contar con un organismo que regule y vigile los medios, teniendo en cuenta la intencionalidad editorial de los mismos.

1.4. Comunicación en Población y variables demográficas

La Comunicación en Población es una disciplina que se encarga de crear los nexos entre la Demografía y la Comunicación, para brindar a la población la información necesaria para comprender los procesos demográficos.

Se encarga de explicar entre múltiples temas, las funciones del cuerpo humano, las relaciones sexuales y sus consecuencias; propiciar la planificación de la familia y facilitar el acceso a los métodos anticonceptivos, pero también difundir la historia de la población desde sus primeros asentamientos, su distribución, los factores demográficos que han determinado su crecimiento y eventos del curso de la vida como la edad en que las parejas se casan, los desplazamientos migratorios, el envejecimiento de las personas y la equidad en las relaciones entre los géneros, entre otros. Igualmente, se deben analizar las relaciones entre dinámica y estructura de población, teniendo en cuenta, además, los factores condicionantes sociales, económicos, ambientales y culturales (Benítez, 1999).

Intenta además fomentar una ciudadanía informada, educada y consiente de temas demográficos, lo cual los hace comprender de mejor manera los fenómenos que surgen a su alrededor y de los cuales son participes, convirtiéndose en sujetos más conscientes en cuanto a participación ciudadana y social, permite a las poblaciones enfrentar los retos demográficos existentes y los futuros, además de propiciar que los mensajes se extiendan con más facilidad a los pueblos debido al gran impacto social y la fuerte presión que ejercen los medios como mecanismo generadores de opinión.

La comunicación en población pretende elevar la cultura demográfica de la población.

Conlleva entre otros aspectos, la promoción de decisiones libres, conscientes, reflexivas e informadas, el conocimiento y ejercicio pleno de sus derechos humanos(...) El desarrollo de dicha cultura requiere apoyarse en procesos efectivos de información y educación y comunicación en población y cristalizar la adquisición de conocimientos,

actitudes y destrezas que habiliten a las personas a cuestionar las ideas falsas y los estereotipos que con frecuencia orientan a sus decisiones y comportamientos demográficos. (Tuiran, 1996)

Eleva la cultura demográfica a partir de herramientas concretas como la educación en población, la cual busca el “entendimientos de los fenómenos demográficos del país, que las personas conozcan sus causas y consecuencias”. (CONAPO, 2015).

La educación en población se inscribe en corrientes educativas integrales y transformadoras, ya que no puede remitirse a una mera asignatura o a un conjunto de asignaturas, sino que aspira a construir espacios pedagógicos integrales y participativos, que generen conciencia crítica y actitud propositiva hacia la realidad humana y social (Arriaga, 1997).

Nos referimos a educación en población a los métodos pedagógicos y educativos en pos de una cultura demográfica la cual se define como conocimientos resultante de un proceso cognoscitivo que propicie entre los ciudadanos “la toma de conciencia sobre la naturaleza, causas y consecuencias de los fenómenos demográficos; ponga en claro a partir de la propia cotidianeidad y las vivencias y experiencias de los sujetos que los “hechos de población” no son ajenos ni privativos de los demás sino asunto de todos y aliente la participación de la ciudadanía para impulsar los cambios demográficos definidos socialmente como favorables para promover el bienestar de la población” (Tupirán, 1996) son procesos que se encuentran transversalizados por la naciente comunicación en población la cual surge para gestar una cultura demográfica, por lo que es preciso hacer uso de la educación formal e informal, así como de la que imparten los medios de comunicación, buscando la apropiación profunda del sentido de los procesos demográficos ligados a la vida cotidiana de los individuos. (Trinquete, 2015)

La necesidad de generar una cultura demográfica en la población es una preocupación para muchos por el gran impacto social que ejercen las dinámicas poblacionales, resulta que los procesos sociales y de igual forma los poblacionales deben ser abordados y socializados por la prensa debido al gran poder que ejercen en las masas,

además de ser generadores de estados opinión, hecho que no está sucediente actualmente en Cuba debido a que, según Trinquete (2015):

- Falta un marco comunicativo institucional sistemático y oportuno: no existen políticas de población y de prensa explícita, bien definida, articulada.
- La carencia informativa es una seria limitante ante cualquier intento de educar a la población en temas que involucran cambios de comportamientos.
- Cuba, con una transición demográfica temprana y completa, tiene indicadores muy bajos de fecundidad y mortalidad, más saldos migratorios positivos que están impactando directamente en la estructura y dinámica de la población.
- A los Medios de Comunicación les correspondería desarrollar la temática mediante un trabajo informativo y de diálogo con el público; pero hoy no están cumpliendo ese rol.

Les corresponde a los Medios de Comunicación Masivos, en particular, desarrollar la temática mediante un trabajo informativo y de diálogo con el público, que debe partir de un conocimiento eficiente de los contenidos por parte de los emisores; pero también del estudio de las características y de las necesidades de los grupos receptores (Tupirán, 1996).

Es labor de los medios abordar la Fecundidad, la Migración y la Mortalidad de manera discursiva, elocuente, capaz de influir en su público meta, para lo cual es necesario trazar estrategias teniendo en cuenta las políticas editoriales del medio y sus receptores. Es vital la relación de periodistas con instituciones especializadas en áreas demográficas ya que, de acuerdo con Trinquete (2015), “la poco sistemática relación que mantienen con las fuentes de información y producción científica -institucionales, académicas-; y la ausencia de políticas de población y de prensa en el país, están impactando directamente en la ineficacia de los productos comunicativos en temas vinculados a las dinámicas demográficas, vitales para el funcionamiento de la sociedad cubana actual, como la fecundidad, las migraciones o el envejecimiento de la población, por solo citar algunos”.

Es necesario el establecimiento de políticas selectivas de audiencias a partir del tratamiento de estos temas. Los periódicos nacionales en Cuba definen sus audiencias

de acuerdo a sus objetivos principales y que en pocas ocasiones incorporan en su agenda mediática temas de población (Trinquete, 2011). No existen públicos específicos para éstos, porque constituyen además interés nacional para todas las audiencias.

Corresponde a los periódicos nacionales la flexibilidad y la selectividad, procesos asociados a los hábitos de consumo del público, según su ubicación geográfica y demográfica, y a la propia estructura comunicativa (Arana, 1993). Estos procesos son esenciales para la Comunicación en Población, puesto que permite determinar entonces el público meta y las audiencias predefinidas.

En el contexto cubano actual, comienzan a ser visibles retos en temáticas de población, más allá de los conocimientos demográficos que pueda obtener la población (Alvizu, 2013). Es necesario replantearse el rol de los medios en relación con su misión de educar e informar a la población, considerada ésta como un sistema compuesto por individuos que interactúan entre sí y con otros sistemas (Welti, 1997). La comprensión de estos temas es inaplazable, más aun cuando comienzan a ser visibles sus efectos sociales, por ello los temas de población son tratados como temas de desarrollo desde que quedó constituido en El Cairo, Egipto, por el Programa de desarrollo de las Naciones Unidas (Naciones Unidas, 1994).

El Diccionario Manual de la Lengua Española (2008) define la Demografía como la “ciencia que trata del estudio cuantitativo de la población humana. Estudia las características sociales de la población y su evolución en el tiempo”. Todo tema que involucre la evolución y características de la población es un tema demográfico. La estructura de la población, en tal sentido, se refiere a la composición o distribución de ese sistema de individuos, teniendo en cuenta aspectos como el sexo, la edad, el estado civil, la ubicación espacial, entre otros. Es por ello que las investigaciones demográficas suelen centrarse fundamentalmente en aspectos de carácter migratorio, fecundidad y mortalidad porque son los indicadores básicos que definen la estructura poblacional de un país (Hernández Polanco, 2015).

En Cuba, el intento de Comunicación en ocasiones se ve frenada por (Trinquete, 2015):

- ✓ Falta sistematicidad en la capacitación de periodistas y comunicadores.
- ✓ Carencias en la formación básica.
- ✓ Políticas de especialización débil y mal articulada.
- ✓ Desconocimiento de las audiencias.

Sería necesario replantearse entonces el trabajo de los medios, el conocimiento de estos profesionales acerca de la comunicación en población, los procesos demográficos y el acceso de éstos a la información relacionada con el tema como proceso social, el acceso a fuentes de información de sobre demografía, que en ocasiones no son consultadas porque los periodistas cuentan con un difícil acceso a las mismas y en ocasiones procesos burocráticos retrasan el trabajo. Los medios para la realización de entrevistas consultan en ocasiones instituciones especializadas como el Centro de Estudios demográficos, la Oficina Nacional de Estadísticas, el Fondo de Población de las Naciones Unidas y la Cátedra de Demografía del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Los trabajos realizados por Juventud Rebelde y Granma, entre los años 1995 y 2005 contaron con menos de 5 artículos por año. (Trinquete, 2010, 2011).

El observatorio de medios pretende aunar esfuerzos para facilitar el acceso a la información en temática poblaciones, así como conseguir un monitoreo de estos medios para lograr un adecuado tratamiento de la noticia incidiendo en la comunicación en población, la educación en población y, por ende, en la cultura demográfica de la población

Conclusiones Parciales

Antes lo anterior expuesto se puede concluir que

- ✓ Los observatorios de medios de comunicación se enfocan analizar y tratar las representaciones que realizan los medios, es un espacio de investigación, análisis formación, divulgación y procesamiento de información, hacia la caracterización y pronóstico de escenarios futuros, se encargan de educar a los medios como actores sociales.

- ✓ Los observatorios de medios de comunicación en su fase de concepción y diseño no cuentan con una metodología exacta, dependen fundamentalmente del fin que persigue, la organización que lo respalda, el financiamiento y su público meta, se enfocan en la audiencia a la cual se dirigen y su diseño se realiza a partir de esto. La vigilancia, el monitoreo de medios y el análisis de contenido, suelen ser procesos fundamentales de este tipo de observatorios.
- ✓ La vigilancia es un proceso continuo que tiene como salida principal el apoyo para la toma de decisiones, de ahí que los éxitos de las organizaciones dependan en gran medida, del método de vigilancia y monitoreo del entorno que elijan poner en práctica.
- ✓ El monitoreo de medios permite un acercamiento hacia los medios y hacia la noticia en sí, permite medir el impacto de la información ofrecida a los públicos, establecer tendencias de noticias y el tratamiento de estas así como la efectividad del método utilizado para comunicar.
- ✓ El análisis de contenidos es una técnica de investigación que pretende la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.
- ✓ Los observatorios de medios de comunicación surgen en América Latina como necesidad de democratizar los medios y aumentar la participación ciudadana en la toma de decisiones, la necesidad de contar con un organismo que regule y vigile los medios, teniendo en cuenta la intencionalidad editorial de los mismos.
- ✓ La comunicación en población pretende elevar la cultura demográfica de la población. Se encarga de crear los nexos entre la Demografía y la Comunicación, para brindar a la población la información necesaria para comprender los procesos demográficos y obtener una acertada cultura demográfica a partir de la educación en población.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS REFERENCIAL Y METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. El Monitoreo de Medios en Cuba

El desarrollo de observatorios de medios en nuestro país aún se encuentra en gestación. Durante el transcurso de la investigación se pudo constatar la existencia de proyectos que optan por la creación de Observatorios.

En el año 2007, se diseña el Observatorio Cubano de Periodismo en el cual según (Reyes, 2007) se hace uso efectivo de los sistemas de vigilancia, y ofrece las herramientas oportunas para desarrollar estrategias informativas e influir en la toma de decisiones del sector periodístico. Este observatorio está enfocado fundamentalmente a los ámbitos de la comunicación y el periodismo, el cual intenta “influir en la toma de decisiones del sector periodístico” (Reyes, 2007). Cuenta con servicios de inteligencia y evaluación, según las exigencias de los directivos de la prensa y sus necesidades, por lo cual se convierte en un observatorio para profesionales de la comunicación, el cual aborda distintas temáticas periodísticas, por lo que los contenidos que gestionan son esencialmente periodísticos.

Según Puente Márquez (2014, p.93) existe el Observatorio de la Internet para la Enseñanza Universitaria (ODIN-UH) creado el 16 de junio del 2006 en la Universidad de La Habana. Se enfoca en el debate y reflexión de problemas relacionados con la introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la Educación Universitaria y en su sentido más amplio en relación con las tendencias actuales de la docencia universitaria. Pretende gestionar contenidos asociados a las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el contexto universitario. Entre las líneas de investigación que siguen, se encuentran la Sustentación teórica del aprendizaje, las Tendencias de desarrollo y Materiales sobre Medio Ambiente. Además, ofrecen noticias variadas, novedades Tecnológicas, artículos originales y la posibilidad de suscripción al Boletín del Observatorio. Entre los recursos fundamentales se encuentran libros y artículos en formato pdf. Ofertan otros recursos a disposición del aprendizaje y la posibilidad del aprendizaje en línea. (Puente Márquez, 2014)

Existen además evidencias de un proyecto de Observatorio de medios en la Universidad de Holguín, enfocado fundamentalmente hacia la Comunicación y la Gestión Institucional. También existen antecedentes en el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) el cual realiza estudios de audiencias, pero no cuenta con un Observatorio de Medios. Pretende gestionar contenidos comunicativos y organizacionales.

Los proyectos antes mencionados, son de gran provecho porque permiten y evidencian la gestación de posibles Observatorios de Medios en Cuba, y muestran el interés en el mundo de la información por monitorear medios. Se encargan en su gran mayoría de gestionar contenidos mediáticos.

2.2. Variables Demográficas en la Cuba actual

La fecundidad es una de las variables demográficas que caracterizan la dinámica demográfica de un país, está asociada al índice o tasa de fecundidad, es un concepto demográfico encargado de medir el número de nacimientos por cada mil mujeres en un año. Es un concepto asociado a la vida reproductiva de cada mujer.

En Cuba, frente al reto poblacional actual con “transición demográfica temprana y completa, que comenzó a inicios del siglo XX, la mortalidad, y sobre todo la fecundidad, presentan valores muy bajos.” (Trinquete, 2014, p.11). En la actualidad Cuba cuenta con una fecundidad temprana, pero aún no cuenta con el remplazo poblacional necesario para evitar el envejecimiento poblacional esto se debe en parte a la influencia de factores migratorios el cual tiende a una feminización con incremento a partir de la nueva Ley de Migración de 2012 (lo cual provoca un continuo ascenso en la migración externa de la isla), la postergación de la maternidad y se suman factores sociales tales como, el nivel educativo, situación conyugal y condiciones de vida.

La mortalidad se encarga del estudio de las desapariciones físicas de las personas, o sea, la desaparición de la población en el tiempo, estudia las defunciones de un periodo determinado, proceso natural mediante el cual desaparece una población a lo largo del tiempo. Estudia las causas de muerte, edad característica como el nivel

económico y social, de manera que se pueda medir el comportamiento de los mismos.”Es un factor asociado al cambio de fecundidad natural que define la oferta de hijos”. (Medina, 2005)

Según Hernández Polanco (2015, p.58) en Cuba la mortalidad presenta valores muy bajos y está asociada, en ambos sexos, a enfermedades del corazón, tumores malignos, enfermedades cerebro vasculares y la diabetes *mellitus*, entre otros padecimientos, según datos del Anuario Estadístico de Salud (2013). También influyen notablemente las muertes provocadas por los accidentes de tráfico. No obstante, uno de los mayores logros del país en este sentido es la reducción de la mortalidad infantil. Al cierre de 2014, Cuba registró la más baja tasa de su historia, al registrar 4, 2 muertes por cada mil nacidos vivos; esta cifra la ubica entre las naciones del mundo con más bajo indicador.

2.3. Pasos metodológicos de la investigación

La investigación se condujo a partir de las siguientes acciones:

1. Se utilizó el Análisis Documental clásico, a partir de la identificación de fuentes en pos de obtener un estudio cualitativo descriptivo mediante la utilización de bases de datos y buscadores como Elsevier, Redalyc, Scielo y Google Académico, fuentes personales y documentos de la biblioteca de la Facultad de Comunicación.
2. Se caracterizaron brevemente los tres periódicos cubanos de alcance nacional con que trabajará el Observatorio en cuanto a servicios, números de tiradas semanales, secciones y público meta; puesto que los medios de comunicación son los encargados de reflejar la realidad demográfica del país. Les corresponde entonces a todos los medios tratar temas demográficos y de población, hecho que no siempre ocurre, debido a la falta de interés evidente en algunas ocasiones.
3. El análisis de homólogos resulta crucial para el desarrollo y diseño de una investigación, la revisión de experiencias similares permite asumir mejoras continuas en el proceso analizado, adaptándose a las características y

circunstancias de cada proyecto. Se examinaron algunos observatorios identificados por Castellano (2010, p.10), como los más influyentes de América Latina. Se analizaron sus sitios web identificando sus principales servicios, campos de observación, organismos que lo apoyan, e identificación web, siguiendo la metodología utilizada en investigaciones como Benítez Cabrera (2013) y Puentes Márquez (2014) que optan por el diseño de observatorios a partir de la identificación de buenas prácticas en cuanto a servicios de información y tipología documental (Anexo 4), e instancias que los respaldan como organizaciones no gubernamentales, lucrativas y sociedad civil (Anexo 5). La utilización del artículo de (Castellano Díaz, 2010, p.1) intenta mantener el nexo contextual de ambas investigaciones, en las cuales se demuestra la existencia de experiencias muy positivas en la región, aunque en algunos casos “es evidente un desacuerdo contextual”. (Castellano, 2010, p.1)

4. Como parte de la investigación se realizaron varias entrevistas semi-estructuradas: La primera (ver Anexo 1), a la investigadora Grisell Rodríguez Gómez, especialista en economía e investigadora de temas de fecundidad del Centro de estudios Demográficos, con el propósito de comprender:

- Preparación periodística sobre el tema a partir de la visita y participación en cursos de capacitación en Instituciones especializadas en demografía.
- Relación entre los medios y la demografía
- Pertinencia de la creación del observatorio
- Servicios de información que brinda el centro, al ser consultados por periodistas
- Método de monitoreo y seguimiento de trabajos periodísticos sobre el tema.

Para comprender más allá de las fuentes documentales, acerca de la creación de Observatorios de Medios en Cuba, se entrevistó al Director del Instituto Internacional de Periodismo Ariel Terrero, y a la Periodista Dixie Edith Trinquete. (Anexo 2)

En entrevista realizada a la investigadora del Centro de Estudios Demográficos (CEDEM) se pudo comprobar que el panorama actual de los temas de demografía en

ocasiones no es de conocimiento por los periodistas puesto que “normalmente las personas de los medios después de graduados se forman en áreas específicas” dichas áreas, en pocas ocasiones están relacionadas con la demografía para lo cual sugiere la “sensibilización de los medios es necesaria para el tratamiento de temas demográficos”. Confirma que el centro ofrece cursos de capacitación para trabajadores de los medios y la existencia de varios egresados de los mismos, plantea que son bastantes consultados por los medios para la realización de trabajos periodísticos en los cuales destacan periódicos como Granma, Juventud rebelde, Trabajadores, Revista Bohemia, así como la visita de medios locales y provinciales. El proceso de creación de los artículos parte de la concertación de una entrevista previa y culmina con una revisión de los investigadores del centro, hecho que no siempre sucede, ya que en muchos casos el artículo no retorna para ser evaluado y en ocasiones contienen “interpretaciones inadecuadas de los temas”.

Se confirma la existencia de proyectos de Observatorios en Cuba, lo que evidencia el interés por la utilización de esta emergente practica en el país.

5. Se realizó la planificación del observatorio, para determinar los elementos a tener en cuenta en la creación de este y regular las etapas del diseño. Permitted crear las bases para implantar el Observatorio de Medios a partir de:
 - Justificación del Observatorio de Medios. Definición del Observatorio a partir del establecimiento de su misión, visión, sistemas de objetivos, funciones, áreas fundamentales, pautas y requisitos del mismo.
 - Tipología Documental. Establecidas a partir del principio de procedencia de los documentos.
 - Equipo de Trabajo. Son los Recursos Humanos del Observatorio, todas aquellas personas que ejercen sus funciones en el mismo.
 - Proveedores de información. Los proveedores de información son todas aquellas personas o instituciones que producen y difunden información sobre Comunicación en Población y Demografía, a partir de reportes de investigaciones, publicaciones, culminaciones de cursos, talleres, tesis de maestrías y doctorados.

- Servicios que ofrecerá el Observatorio. El Observatorio en sí, es un servicio que prestará el sitio web del Instituto Internacional de periodismo José Martí, los cuales estarán disponibles las 24 horas del día.
6. Se elaboró la propuesta de diseño considerando los resultados de los pasos anteriores.

2.4. Caracterización de los principales periódicos de alcance nacional

2.4.1. *Juventud Rebelde*¹

Juventud Rebelde es un periódico de tirada diaria y es “un periódico destinado fundamentalmente a la juventud”, es por ello que se define a sí mismo, como el diario de la juventud cubana. Aunque tiene en cuenta temas de la agenda política o de la agenda institucional, aboga por que la agenda temática tenga un peso esencial en la agenda del medio, según Ricardo Ronquillo Bello, subdirector editorial de esta publicación, (comunicación personal, 28 de abril 2015). Su destinatario son los jóvenes, a pesar de que “las personas adultas, de la tercera edad son las que nos leen”, explicó A. Rodríguez, periodista de Juventud Rebelde (comunicación personal, 15 de mayo 2015). (Citado por Hernández Polanco, 2015)

Según (Hernández Polanco, 2015)”no existe seguimiento continuo por parte de este periódico sobre las Dinámicas Poblacionales, solo los temas se abordan la mayoría de las veces cuando se encuentra fechas específicas que lo ameritan”, como es el caso del Día Mundial de Población o principios del año como conclusión del año vencido en relación la fecundidad y mortalidad de la población en el año 2009. A continuación un ejemplo de ello.

Cuba termina el 2009 con un estimado de 11 millones 239 mil personas, lo cual representa una tasa de crecimiento de + 0,3 por mil habitantes” (...) En el año

¹<http://www.juventudrebelde.cu>

recién finalizado el número de nacidos vivos alcanzó la cifra de 130 mil 27, la más alta desde el 2004, mientras la tasa global de fecundidad estimada, que representa la cantidad de hijos promedio por mujer al final de su vida reproductiva, ascendió a 1,63. En el 2008 dicho indicador terminó en 1,59, precisa el rotativo. (Juventud Rebelde, 2010)

“Juventud. Rebelde realiza sus trabajos con escasa tendencia al análisis y corte esencialmente expositivo” plantea (Hernández Polanco, 2015)” Lo cual afirma (Trinquete, 2011) al investigar la producción del periódico en el periodo comprendido entre 1995 y 2005, en el que se “publicaron menos de cinco trabajos relativos a estos temas como promedio anual”.

2.4.2. Periódico Granma²

El Periódico Granma es un medio de prensa de carácter nacional, además de ser el periódico del Órgano Oficial del Partido, cuenta con una tirada diaria y es un periódico dirigido a la familia cubana en general, cuenta con una tirada diaria y es el periódico por excelencia de los cubanos. Ofrece información sobre acontecer nacional e internacional, ciencia, salud, cultura deportes y opinión. “Es un periódico que acude poco a las fuentes de información de tipo documental, como las investigaciones realizadas en los espacios académicos u otras instituciones. También es reducido el espectro de consultas en profundidad a expertos diversos.” (Trinquete, 2011). Este periódico trabaja poco los temas poblacionales afirma (Trinquete, 2011) al investigar la producción del periódico en el periodo comprendido entre 1995 y 2005 en el que se “publicaron menos de cinco trabajos relativos a estos temas como promedio anual”, con igual cifra que el periódico Juventud Rebelde. Al igual que Juventud Rebelde aborda los temas en fechas señaladas como los fines de años.

Al concluir 2010 seremos 11 millones 240 mil 841 ciudadanos, lo que reduce en mil 787 los pobladores del Archipiélago cubano, rumbo que comenzó en el 2006

²<http://www.granma.co.cu>

y que, con excepción del pasado año, los demógrafos prevén que continúe en los próximos 10 años, reporta la AIN. (Granma, 2010)

2.4.3. Trabajadores³

El periódico Trabajadores es el Órgano de la Central de Trabajadores de Cuba, cuenta con acceso a noticias de acontecer nacional e internacional, salud, deportes, cultural y de opinión. Es un periódico de tirada semanal, en el cual su público meta es el proletariado cubano, encargado de reflejar las realidades y necesidades de estos. En consulta realizada se pudo comprobar que este periódico cuenta al menos con cuatro artículos referidos al tema de la mortalidad de enero 2016 a la fecha, mientras que asociado a la fecundidad se encuentran solo dos artículos en el igual periodo, en cuanto a envejecimiento poblacional solo se recuperó un artículo y de temas migratorios no se muestran resultados en el actual año. El tema más abordado fue el de la mortalidad con un total de cuatro artículos, todos referidos a la mortalidad infantil, por lo cual se puede inferir que en este periódico, la mortalidad como fenómeno general en la población no ha sido tratada aun en el actual año. Al igual que Granma y Juventud Rebelde la elaboración de la noticia se asocia a fechas específicas como principios de año, en el que se realizan resúmenes del año vencido. Un ejemplo del tratamiento de los temas demográficos se encuentra en la edición publicada el 9 de enero en el cual se aborda la mortalidad:

Por octavo año consecutivo, la nación caribeña está a la vanguardia de América y entre las primeras 20 naciones del mundo al registrar una tasa de mortalidad infantil por debajo de cinco por cada mil nacidos vivos. (Trabajadores, 2016)

2.5. Análisis de Homólogos

La identificación de homólogos resulta crucial para el desarrollo del Observatorio de medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. A continuación se identifican un total de nueve observatorios de medios latinoamericanos en los cuales se

³<http://www.trabajadores.cu>

identifican sus objetivos principales servicios, campos de observación y organizaciones que los apoyan, en pos de identificar las buenas prácticas en cuanto a servicios de información, apoyo organizacional y tipologías documentales.

2.5.1. Observatorio de Prensa. Brasil

El Observatorio de Prensa de Brasil, está apoyado por la Fundación Ford. Se caracteriza por ser un foro de opiniones que busca objetividad mediante el contraste de opiniones diferenciadas. Observa la radio y la televisión, cuenta además con 10 años de experiencia. Se define a sí mismo como “Un proyecto de acompañamiento de la prensa”.



Figura 3. Observatorio de Prensa. Brasil.

Los objetivos que se propone son los siguientes:

Realizar un seguimiento, del rendimiento de los medios de comunicación brasileños. Actuar como foro permanente en el que los usuarios de medios, lectores, oyentes, televidentes, usuarios de Internet, organizadores de asociaciones no vinculados a creación periodística, puedan manifestarse y participar activamente.

Como servicios, aparecen en su sitio web: servicios de biblioteca y acceso a ediciones anteriores del foro, así como servicios de Net banca.

Su campo de observación es el desempeño de los medios ante noticias destacadas en la prensa

2.5.2. Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios. Argentina⁴

Propicia el debate de diferentes actores sociales como los jóvenes que responden a prácticas y demandas ciudadanas de estos, actividades de extensión e investigación universitaria. Promueve el conocimiento crítico, el debate y la interdisciplinariedad mediante políticas de intervención.



Figura 4. Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios. Argentina

Los objetivos que se propone son los siguientes:

⁴<http://perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/>

- Promover un espacio de encuentro y articulación entre las actividades de extensión, gestión e investigación, de manera que las prácticas y problemáticas juveniles en Argentina puedan ser abordadas desde una mirada integral.
- Contar con una base de datos actualizada y permanente, y con un observatorio de medios en relación al tratamiento discursivo de las temáticas de juventud.
- Diseñar y llevar adelante proyectos de investigación en torno a las prácticas juveniles.
- Detectar y diagnosticar las problemáticas y las demandas de los jóvenes.
- Formular planes de acción conjuntos dando respuesta a las demandas juveniles en el marco de propuestas de programas y proyectos.
- Dar a conocer en diversas publicaciones las producciones teóricas y prácticas realizadas en el marco del Observatorio.

Como servicios, aparecen en su sitio web: acceso a revistas, reseñas, entrevistas, datos estadísticos y enlace a instituciones aliadas.

Sus campos de observación son:

- Derechos de los jóvenes y políticas públicas
- Consumo cultural de los jóvenes
- Participación política
- Agencias de control
- Configuraciones mediáticas sobre juventudes

Este observatorio está apoyado por la Facultad de Periodismo y Comunicación social de la Universidad Nacional de La Plata, por la Revista Argentina de Estudios de la Juventud, por el Observatorio de Políticas de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires, y por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

2.5.3. Observatorio de medios sobre la realidad indígena. Argentina⁵

⁵ Dirección electrónica. Dirección. <http://endepa.org.ar/>

ENDEPA es un equipo eclesial católico al servicio de los Pueblos Indígenas con espíritu y búsqueda constante de una práctica ecuménica y de diálogo interreligioso. Este es un observatorio de medios que se dedica a temas de la realidad indígena.



Figura 5. Observatorio de medios sobre la realidad indígena. Argentina.

Sus objetivos se enfocan en:

- Contribuir a la toma de conciencia para que haya una sociedad argentina más justa basada en la aceptación de la diversidad de los Pueblos y Culturas donde se hagan efectivos los Derechos Humanos y en particular los Derechos de los Pueblos Indígenas., asumiendo esta realidad pluricultural reconocida por la Constitución y leyes nacionales e internacionales y las Constituciones y leyes provinciales.
- Apoyar la lucha por la conservación de los bosques, el medio ambiente y un desarrollo sustentable para alcanzar niveles de vida digna. Sensibilizar y comprometer a nuestra Iglesia con la realidad y la diversidad de los Pueblos Indígenas en Argentina, con espíritu ecuménico e interreligiosa

Sus principales servicios son de asesoría jurídica, boletín de noticias, acceso a documentos revistas y publicaciones, educación bilingüe, acceso a multimedia.

Sus campos de observación son:

- Juventud indígena
- Espiritualidad
- Realidad social de pueblos indígenas

Es apoyado por Miembros de Pastoral Aborigen Latinoamericana

2.5.4. Observatorio de Medios, Fucatel. Chile⁶

El Observatorio de Medios FUCATEL es un centro de estudios independiente cuyo principal objetivo es la reflexión sobre las transformaciones sociales y el impacto público de los medios de comunicación en las modernas sociedades democrática promueve espacios de encuentro para generar un debate público sobre el rol de los medios en nuestra sociedad. Genera investigaciones que luego convocan la discusión de los principales actores que integran los medios en el Chile. Observa radios comunitarias, Canal 13, Chile visión, Internet, Medios Públicos, Megavisión, Prensa Escrita, Televisión Digital, Televisión Cultural, TVN, TV Pública y Twitter.

Sus objetivos se enfocan hacia la promoción de espacios de encuentro para generar un debate público sobre el rol de los medios en la sociedad.

Ofrece servicios de monitoreo de medios, acceso a artículos y documentos especializados según diferentes temáticas, así como entrevistas, columnas y noticias.

⁶Dirección. <http://www.observatoriofucatel.cl/>

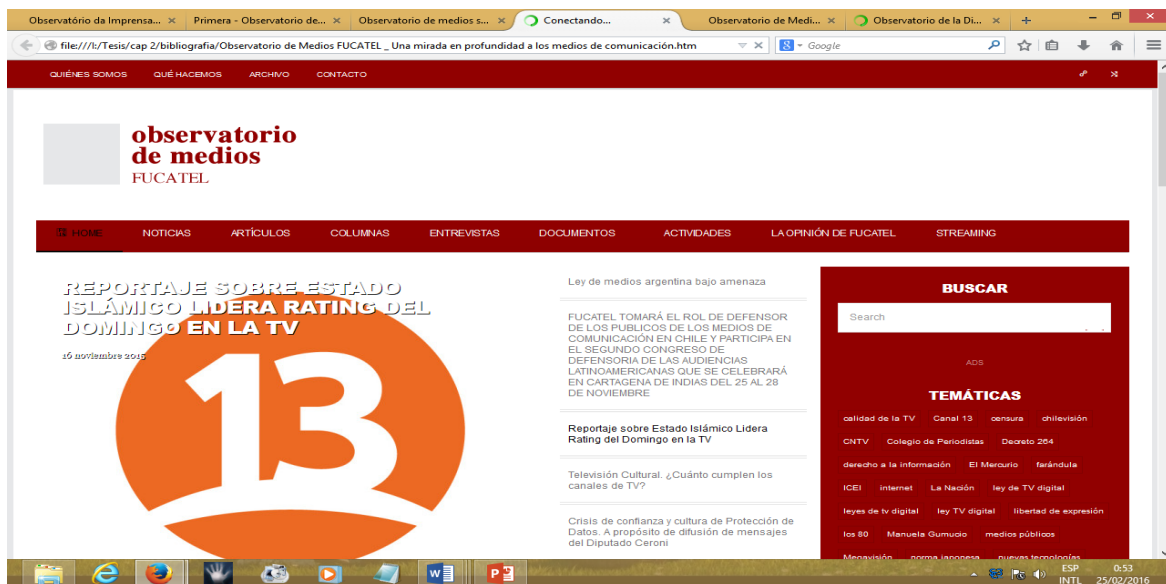


Figura 6. Observatorio de Medios Fucatel

Cuenta con campos de observación variados, a continuación, algunos de ellos:

- Calidad de la Televisión
- Censura
- Derecho a la información
- Libertad de expresión y
- Regulación de medios
- Nuevas Tecnologías
- Radios Comunitarias

Es apoyado por miembros de la Sociedad civil chilena

2.5.5. Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia⁷

⁷Dirección <http://www.unipamplona.edu.co/>

El Observatorio de Medios de la Universidad de Pamplona se enfoca fundamentalmente en investigación social y práctica de los medios en el departamento Norte de Santander, potencia el consumo crítico de los medios y el rol académico de la Universidad en este sentido.

El observatorio tiene como fin y novedad generar el espacio propicio para crear la liga de consumidores de medios para la defensa del receptor, aspecto que se viene adelantando con la CNTV y ASCUN, desde el diplomado en televidencia crítica en el departamento Norte de Santander.



Figura 7. Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia.

Sus objetivos se enfocan fundamentalmente en:

- Recoger las voces de las mayorías y las de las minorías.
- Integrar los partidos políticos y sus líderes a los procesos de generar opinión pública desde los medios.
- Activar temas que hasta ahora han sido negados en las nuevas agendas que reclaman las comunidades y consolidar un diálogo permanente con la academia y su enfoque analítico de la cultura en sus múltiples manifestaciones.

Sus servicios son: directorio de Medios, monitoreo semanal y monitoreo de radio, televisión, Internet, prensa y publicidad, posee además actualización de noticias, cuenta con un boletín de actividades y convocatorias, además de trabajos investigativos.

Sus campos de observación son los siguientes:

- Monitoreo de medios.
- Análisis de Contenidos.
- Defensor del consumidor de medios
- Medición y Opinión Pública para la construcción y seguimiento de agendas ciudadanas
- Investigación orientada a la producción de contenidos responsables en los medios masivos de comunicación.

Esta apoyado por: Televisión Caracol, RCN televisión

2.5.6. Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana. Colombia⁸

El Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana surge el 9 de febrero del año 2000 y tiene como propósito fundamental incidir en la agenda mediática del país. Aporta una mirada reflexiva y crítica hacia el periodismo y la visión de los ciudadanos ante determinados procesos sociales. Miden la perspectiva ciudadana ante procesos sociales como la negociación de paz. El Observatorio de la Sabana cuenta con convenios Internacionales con países como Ecuador donde se intentan realizar posibles réplicas de esta experiencia, y la iniciativa del presidente Mexicano Luis Felipe Calderón de firmar acuerdos con su país.

⁸ Dirección. <http://www.unisabana.edu.co/grupos-de-investigacion/observatorio-de-medios/secciones/pagina-principal/>

Cuenta con espacios de debate e investigación eventos académicos como los realizados todos los 9 de febrero en conmemoración a la circulación del papel periódico, este evento es dirigido por el cubano Manuel del Socorro Rodríguez, la semana de la Comunicación, en octubre el cual constituye escenario para aportes y debates de investigaciones provenientes de todas las latitudes.

El Observatorio se consolida como un grupo con mirada reflexiva sobre los medios, teniendo en cuenta la realidad de periodistas colombianos, en ocasiones amenazados y sin una total libertad de prensa.



Figura 8. Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana. Colombia

Sus objetivos son:

Invitar a que el público exija a los medios de comunicación el cumplimiento de principios constitucionales y democráticos, tales como independencia, equilibrio, responsabilidad, veracidad y solidaridad.

Contribuir a que los ciudadanos tomen decisiones con mayor libertad.

Sus campos de observación son:

- Comunicación pública y participación ciudadana
- Libertad de Prensa y Derecho a la Información
- Sistemas informativos

- Tratamiento periodístico de la información

Cuenta con servicios de acceso a documentos, revistas y libros e investigaciones.

Es apoyado por el ministerio de Educación Nacional

2.5.7 Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada. Costa Rica⁹

Parte de la iniciativa de varias entidades especializadas en el tema del refugio y la migración. Se enfoca en la Observación de medios que tratan temas relacionados con la vida de los migrantes y refugiados, derechos legales y humanos.

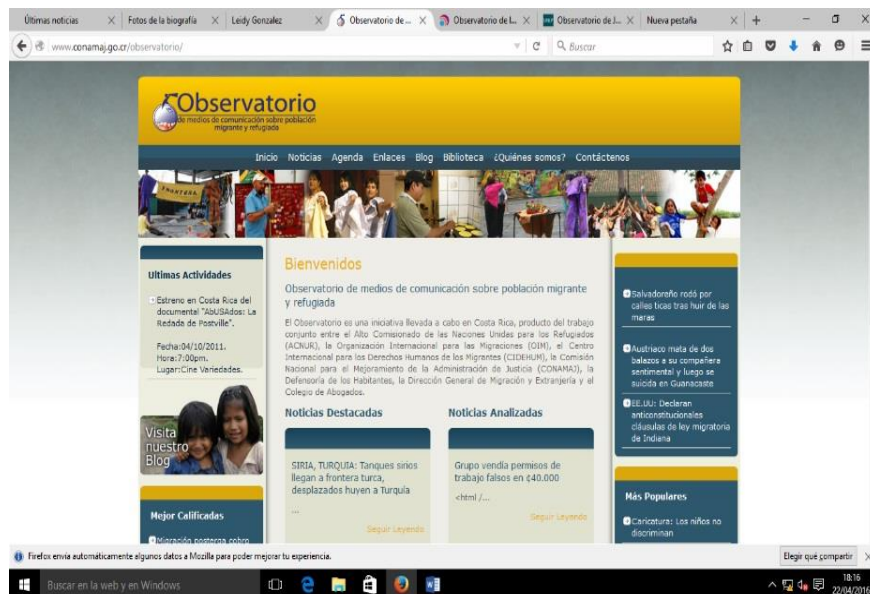


Figura 9. Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada. Costa Rica

Sus objetivos se enfocan en.

- Monitorear noticias nacionales e internacionales sobre migración y refugio.
- Capacitar y sensibilizar a estudiantes de universidades públicas y privadas.

⁹ Dirección. <http://www.conamaj.go.cr/observatorio/>

- Coordinar espacios informativos en medios de circulación nacional para la promoción y respeto de los derechos humanos de las personas migrantes y refugiadas.
- Apoyar instituciones para realización de diversas actividades.

Cuenta con servicios de Boletín de noticias, Biblioteca, Blog, Agenda

Sus campos de observación se enfocan hacia.

- Discriminación de Migrantes
- Leyes de migrantes y Refugiados
- Igualdad, equidad y derechos humanos para migrantes

Es apoyado por

- ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados)
- OIM (Organización Internacional para las Migraciones)
- Centro Internacional de los derechos humanos para los Migrantes(CIDEHUM)
- Comisión Nacional para el Mejoramiento de la Administración de Justicia. (CONAMAJ)
- Defensoría de los habitantes
- Dirección General de Migración y extranjería
- Colegio de Abogados

2.5.8. Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación. Nicaragua¹⁰

Se enfoca en el análisis medio como actores políticos. El Centro de Investigación de la Comunicación, CINCO, es una institución de la sociedad civil nicaragüense

¹⁰ <http://cinco.org.ni/>

especializada en estudios de comunicación, cultura, democracia y opinión pública, con especial énfasis en el estudio de los medios de comunicación, su rol social y político en la construcción de la democracia. Fue creada en 1990 y desde 1995 funciona como una asociación sin fines de lucro.

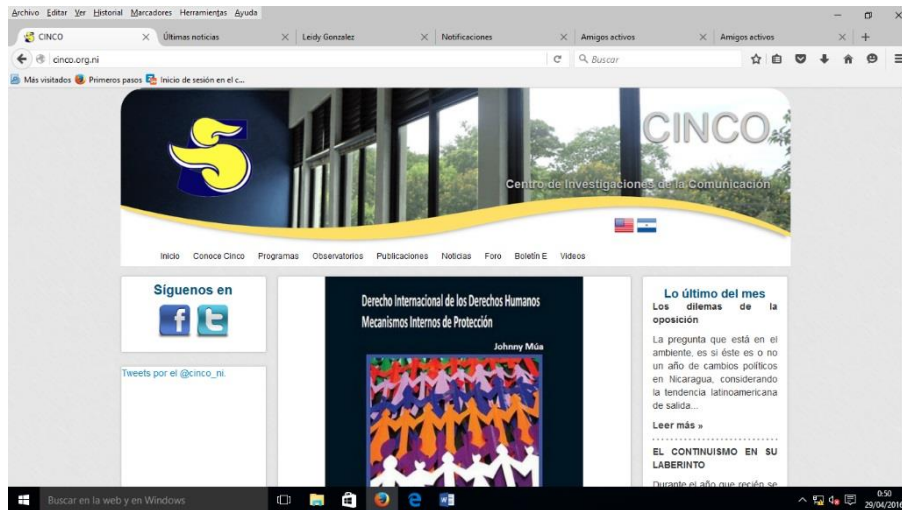


Figura 10. Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación. Nicaragua.

Sus objetivos son.

- Producir conocimientos para los actores
- Crear nuevos espacios de comunicación

Cuenta con servicios de acceso a Observatorios de Democracia y Observatorios de medios de Comunicación Gobernabilidad, publicaciones, boletín de noticias, foros y acceso a videos.

Sus campos de observación son.

- Relación ciudadanía y estado
- Igualdad, libertad y justicia para el desarrollo humano
- Fiscalización al poder
- Democratización de la sociedad
- Derecho a la información

Es apoyado por los usuarios que con una firma se unen a CINCO

2.5.9. Buenas prácticas identificadas

Se pudo identificar como buenas prácticas que el total de Observatorios identificados (nueve en este caso) cuentan con:

- Acceso a documentos, no siempre con interés académico (en algunos casos investigaciones, en otros artículos, revistas o libros), pero todos los observatorios tributan información a sus usuarios, principalmente investigativa. Los reportes propios generados por el observatorio no siempre son accesibles.
- Servicios de Boletín de Noticias, consulta de audios y videos, y promoción de actividades y convocatorias (Anexo 4).
- Suelen estar apoyados por organizaciones académicas y por organizaciones no gubernamentales
- Todos usan Buscadores y Meta buscadores, y en menor medida el acceso a datos estadísticos y consulta de expertos.
- Todos los observatorios analizados tienden al tratamiento y monitoreo de medios específicos como es el caso de la Radio, Televisión e Internet, dejando en segundo lugar el monitoreo de prensa impresa.
- la tipología documental de los observatorios está basada fundamentalmente en documentos provenientes de la información obtenida del entorno sea interno o externo a éstos, generados por los observatorios en investigaciones, pero en todos los casos no se incluyen los reportes del observatorio.
- En su mayoría son partes de proyectos institucionales o Académicos, aunque tienen un gran componente político

Todos los observatorios contaban con documentos electrónicos autogenerados y solo tres con documentos de audio y video. Lo cual indica que El observatorio que más tipologías documentales tiene es el Observatorio y Monitoreo ciudadano de Medios, A.C en el que se encuentran documentos investigativos, datos estadísticos y

documentos de audio y videos, todos en formato electrónico. De este observatorio se pudiera tomar, la variedad de tipologías documentales e implementarlas en el diseño del Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo. (Anexo 4)

El Observatorio más apoyado es el Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y refugiada, que cuenta con el apoyo de siete organizaciones, la mayoría de estas no gubernamentales, el apoyo de este observatorio esta dado en gran medida por su campo de observación, que es la Población migrante y refugiada, tema de interés de muchas organizaciones no gubernamentales como las Naciones Unidas. Este Observatorio también sería un referente de buenas prácticas en cuanto al respaldo o apoyo del Observatorio pues el Observatorio de medios también debe tratar temas relacionados a la migración, fecundidad y mortalidad, los cuales son de especial interés para las organizaciones no gubernamentales del Sistema de las Naciones Unidas. (Anexo 5)

Cuentan con el respaldo de organizaciones académicas un total de cinco observatorios, mientras que sólo dos están respaldados por organizaciones lucrativas, uno por organización no gubernamental y el Observatorio Cinco que incluía el respaldo y apoyo de la Sociedad Civil, o cual indica que estos observatorios no tienden a contar con la participación ciudadana. Se pudo comprobar que el observatorio que más servicios presta es el Observatorio y Monitoreo ciudadano de Medios, A.C que cuenta con accesos a publicaciones, datos estadísticos, audios y video, el cual podría ser un referente de buenas prácticas para el diseño del Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. El Observatorio que menos servicios presta es el Observatorio de Prensa de Brasil y el Observatorio de la Universidad de la Sabana.

Mediante la identificación de homólogos se obtuvieron evidencias de un exitoso desarrollo de Observatorios en países como, Brasil, Colombia y Chile, ya que cuentan en algunos casos con varios observatorios de medios valorados como los más influyentes de América Latina según (Castellano Díaz, 2010). Se demuestra que la práctica de observatorios de medios en América Latina está dada por un gran componente político, en el que se observan los medios como actores políticos y los observatorios pretenden pronunciarse como defensores de la democracia, “la crítica de

medios se considera a sí misma indispensable para mantener la democracia y basa sus principios en una serie de críticas contra los medios”. (Herrera Damas, 2006)

En la investigación realizada se observó que la mayoría de los observatorios consultados son gestionados o bien por periodistas y comunicadores o en una mayoría por agentes externos a la profesión conformados por equipos multidisciplinarios, lo cual está apuntando a una visión de los medios más integradora y completa.

Conclusiones Parciales

- ✓ Cuba, a pesar de carecer de una larga trayectoria en la creación de Observatorios, no está ajena a este fenómeno pues se evidencian proyectos en gestación, que justifican el interés por la utilización de esta herramienta. Posee una transición demográfica temprana y completa, iniciada a principio del siglo XX, la mortalidad, y sobre todo la fecundidad, presentan valores muy bajos.
- ✓ La investigación se realizó a partir de pasos metodológicos concretos como el análisis documental clásico, caracterización de periódicos cubanos de alcance nacional, identificación de homólogos en América latina, entrevistas semi estructuradas realizadas a expertos, planificación y diseño del observatorio de medios.
- ✓ Los periódicos nacionales presentan pocas publicaciones sobre los temas demográficos y al abordarlos se evidencia un enfoque altamente expositivo.
- ✓ Los Países de América Latina más avanzados en la implementación de Observatorios son Colombia, Brasil y Chile, puesto que cuentan con más de un Observatorio identificado por (Castellanos Díaz, 2010) como influyente.
- ✓ Se pudo identificar buenas prácticas asociadas a los observatorios analizados, como por ejemplo: servicios de Boletín de Noticias, Acceso a documentos tales como reportes, publicaciones, artículos e investigaciones. Actualmente los observatorios reciben respaldo de organizaciones asociadas a su trabajo de investigación, fundamentalmente universidades. Se demuestra que, la participación ciudadana es poca ya que solo un observatorio contaba con respaldo de la Sociedad civil, lo cual apunta hacia una socialización de la información concentrada

solo en el gremio periodístico con una tipología documental basada en su mayoría en documentos electrónicos propiciados por los Observatorios.

CAPÍTULO III. Propuesta de diseño de observatorio de medios para el Instituto Internacional de Periodismo José Martí

En el siguiente capítulo se describen los pautas organizativas, servicios y temáticas con que contará el observatorio es preciso destacar que para ello es necesario la utilización de normas y políticas pero “no existe una única forma de hacer porque la herramienta en sí a pesar de convertirse en una práctica bastante común en lo que respecta a develar las formas de su implementación tiene un desarrollo incipiente” (Puente Márquez, 2014, p.96). En este capítulo se caracterizan entonces algunos elementos que la autora considera indispensables para la creación y diseño del Observatorio, como la utilización de recursos, identificación de usuarios, sistema de objetivos, funciones fundamentales, misión y visión .

3.1. Elementos generales para el diseño del Observatorio

En el diseño lógico conceptual se estructuran los aspectos informativos básicos para el funcionamiento del observatorio.

- Estructura organizativa y metadatos
- Arquitectura de componentes técnicos

3.1.1. Estructura organizativa del Observatorio de Medios

De acuerdo a la variedad de tipologías documentales con que cuenta el Observatorio se establece la navegación global y local por listas numéricas y alfabéticas, lo cual brinda la posibilidad de buscar a texto completo. Se establece que la organización estructural de observatorio comprenderá.

- **Revistas y reportes de investigaciones.** Proviene de las organizaciones que apoyan el Observatorio. En los reportes están comprendidos informes de cursos, talleres y posgrados ofrecidos por las instituciones aliadas. Para ello contará con los siguientes metadatos.

-Autor

- Titulo
- Año
- Palabras claves
- Resumen
- Volumen y número de la revista o publicación.

- **Reportes de Vigilancia generados por el Observatorio.** Los reportes de vigilancia generados por el observatorio estarán disponibles solo para personales autorizados, específicamente tomadores de decisiones, los metadatos establecidos para estos son.

- Temática observada
- Titulo
- Autor
- Fecha

- **Artículos generados por los medios.** Los artículos generados por los medios, son todos aquellos que el observatorio capte que trataron temas asociados a fecundidad, mortalidad y migración.

Los metadatos para esta estructura serian

- Medio de Prensa
- Sección
- Titulo
- Autor

3.1.2. Arquitectura de componentes técnicos

La arquitectura de componentes técnicos debe estar conformada por:

- Una Interfaz que permita al usuario las búsquedas simples y avanzadas para navegar en el Observatorio.

- Interfaz para la recuperación. La Interfaz de recuperación deberá mostrar los resultados de la búsqueda mediante los metadatos descriptivos y un enlace directo al documento con la URL que lo contiene.
- Interfaz Administrativa. Esta interfaz permitirá la gestión administrativa para el desarrollo de colecciones, depositar documentos y asignar los metadatos para emplear en otras interfaces.
- Interfaz de autenticación de usuarios permite la autorización a los usuarios a acceder a los documentos.

3.2. Datos de proveedores y organizaciones que apoyan el Observatorio

Las organizaciones que se describen a continuación apoyan financiera e informacionalmente el Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, estas deben encargarse del financiamiento del observatorio, así como de facilitar información para él. El Observatorio es parte de un proyecto común de estas, además de ser actualmente las organizaciones rectoras de estos temas.

3.2.1. Instituto Internacional de Periodismo José Martí plataforma para la creación del Observatorio de Medios

El Instituto Internacional de Periodismo es un centro perteneciente a la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), auspiciado por la Federación Latinoamericana (FELAP), encargado de la superación de periodistas a nivel nacional y regional mediante Programas académicos que incluyen el intercambio de experiencias y promueven el debate de los principales retos del periodismo actual, convoca cursos con modalidad presencial y no presencial en la cual sus profesores pueden ser trasladados, si son solicitados.

El Instituto actualmente ha iniciado una línea de trabajo para el desarrollo gradual de observatorios que permitan estudiar la labor de los medios de comunicación en torno a temas y espacios relevantes en la prensa. En cuanto al Observatorio de medios y

temáticas poblacionales, se circunscribe en el marco de proyectos realizados por la cátedra de demografía del propio instituto e Instituciones aliadas.

3.2.2. Centro de estudios demográficos (CEDEM)

El centro de estudios demográficos de la Universidad de La Habana se especializa en estudios de población y fue creado en febrero de 1972. Desarrolla una importante labor en la investigación científica nacional y en proyectos de investigación internacional. Cuenta con una revista especializada *Novedades en Población* y una biblioteca especializada, ofrece además, cursos de posgrados y sensibilización en temas demográficos.

Actualmente el CEDEM carece de especialistas en comunicación o periodistas que encausen estos temas a partir de estrategias comunicativas concretas, aunque según Grisell Rodríguez, (Comunicación personal, mayo, 2016) (Anexo1) cuentan con una estrategia comunicativa pero no poseen personal capacitado capaz de llevarla a cabo. Aun así, el centro recibe frecuentemente visitas de profesionales de los medios en pos de realizar sus trabajos periodísticos, pero carecen de herramientas que les permitan monitorear las publicaciones que realizan los medios sobre demografía.

Sus actividades investigativas se enfocan en tres ejes fundamentales:

- ✓ la dinámica demográfica cubana
- ✓ Las poblaciones y su interrelación con el desarrollo
- ✓ Desarrollo teórico y metodológico de la ciencia demográfica

Cuenta con áreas funcionales que permiten segmentar sus ejes de investigación.

- ✓ Composición y dinámica de la población
- ✓ Relación población desarrollo y sus escalas
- ✓ Población y medio Ambiente

3.2.3. Fondo de población de las Naciones Unidas (UNFPA)

Agencia de las Naciones Unidas líder en temas de población y desarrollo, salud sexual y reproductiva y temas de género. Nació en julio de 1967 y en 1969 comienza a dar apoyo en temas de población. El UNFPA en Cuba inicia la cooperación a principio de los años setenta con un primer soporte para el desarrollo de un Curso Nacional de Demografía patrocinado por la Universidad de La Habana, pero no es hasta 1974 que se firma el acuerdo de cooperación. En su programa de país 2014 -2018 pretende:

- Fortalecer capacidades de las instituciones estadísticas y académicas para incorporar la dinámica demográfica en los programas de desarrollo
- Mejorar las capacidades de los servicios de salud nacional y local
- Fortalecer las capacidades de las instituciones de salud y educación en pos de una mejora en los programas de nacionales de salud sexual reproductiva
- Fortalecer las capacidades de instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil para implementar políticas y programas de igualdad entre géneros.

3.3. Pautas organizativas del Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí

Todo sistema debe contar con pautas y requisitos necesarios, para el esclarecimiento de sus propósitos, el orden en su funcionamiento, establecimiento de roles administrativos y estructura organizativa en general. A continuación se establecen las pautas organizativas necesarias para el Observatorio de Medios del Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

3.3.1. Objetivos

- **Objetivo General:** Observar, analizar y evaluar el desarrollo de temas demográficos en los medios impresos. El observatorio pretende cubrir las brechas en temas que asocien el periodismo y la demografía, para comprender su gestación, desarrollo y estado del arte en el tema
- **Objetivos Específicos:**

- ✓ Disponer de un Sistema que ofrezca a periodistas demógrafos, comunicadores y trabajadores de los medios el acceso a información sobre Demografía para los medios
- ✓ Permitir la comprensión y valor de los temas de población en la Sociedad
- ✓ Difundir la información generada por el Observatorio
- ✓ Crear pautas metodológicas para el tratamiento de temas de población en los medios.
- ✓ Apoyar la toma de decisiones en cuanto al tratamiento de los temas de población en los medios.
- ✓ Advertir escenarios futuros sobre comunicación y población.

3.3.2. Misión

El Observatorio de Medios es un espacio dirigido a la entrega de productos y servicios para la socialización de la producción de información científica sobre Comunicación en Población.

3.3.3. Visión

El Observatorio de Medios pretende convertirse en el centro de referencia Nacional para la socialización de Información sobre Comunicación en Población.

3.3.4. Funciones

El Observatorio de medios deberá cumplir las siguientes funciones.

1. Monitoreo de la realidad actual de los avances y brechas en Comunicación en Población en Cuba
2. Realizar la vigilancia sobre temas focos en cuanto a demografía.
- 4- Crear un sistema capaz de articular tendencias en Comunicación en población en Cuba.
- 5- Compilar y procesar información
- 6- Crear servicios de información que permitan la socialización de Información científica del tema.

3.3.5. Áreas fundamentales del Observatorio

El Observatorio de medios deberá contar con tres áreas de desarrollo fundamentales para su desarrollo.

- **Área de Vigilancia y Monitoreo Informativo.** En esta área se realizarán procesos de observación, seguimiento, análisis y evaluación de fuentes de información, con la utilización de Mapas Conceptuales, Análisis Documental, Minería de textos, Utilización de Metrias de Información y gestores de contenidos. Esta área estará conformada por dos profesionales de la información, dos Gestor de Información, uno encargado de la supervisión general de la vigilancia y monitoreo del Observatorio y el otro como Gestor auxiliar.
- **Área Investigativa.** Se encarga del soporte informativo del Observatorio, aporta análisis y contenidos que puedan aportar conocimientos, se encarga de definir las líneas investigativas. El Área investigativa estará conformada por un Analista de información encargado del programa investigativo del observatorio y dos analistas auxiliares.
- **Área tecnológica.** Se encarga de definir el funcionamiento y la infraestructura.

Se requerirá de un profesional de la información, especialista en Análisis de Sistemas que comprenda y estructure el Observatorio a partir de una visión sistémica. Un informático capaz de responsabilizarse con el funcionamiento informático y un comunicador encargado de la comunicación organizacional del observatorio tecnológica del Observatorio.

3.4. Requisitos para el funcionamiento del Observatorio

- ❖ Los servicios y productos del observatorio se ofrecerán en pos de un mejor uso por parte de los usuarios de los recursos de información
- ❖ Los servicios estarán organizados en la página inicio del sistema, estarán estructurados con elementos gráficos o textuales que permita un rápido reconocimiento por el usuario.

- ❖ El observatorio prestará servicio online las 24 h del día y de manera presencial en los horarios comprendidos en la jornada laboral.
- ❖ Los profesionales del observatorio deberán garantizar al usuario el acceso a información científica que cumpla con sus expectativas y siempre en un plazo de tiempo razonable.
- ❖ En caso de no poseer la información solicitada por el usuario, el personal del observatorio deberá informarlo al usuario e intentar cumplir lo mayor posible con su necesidad de información
- ❖ El trato hacia el usuario siempre deberá respetar normas de cortesía.
- ❖ El Boletín de Noticias sólo será enviado a usuarios que lo soliciten
- ❖ El boletín de Noticias sólo será enviado una vez por semana
- ❖ Para acceder a servicios que contengan información vulnerable o de alto impacto público como los informes de monitoreo o vigilancia los usuarios deberá estar autenticados o poseer previa autorización por los directivos del Instituto Internacional de Periodismo.

3.5. Tipología documental

El Observatorio de medios a partir de sus funciones debe contar con las siguientes tipologías documentales.

- Reportes de Investigación del Observatorio
- Artículos y Publicaciones de Instituciones aliadas o afines
- Reportes de trabajos realizados en cursos, talleres y posgrados.
- Publicaciones Nacionales e Internacionales sobre Comunicación en Población

Estos documentos siempre estarán en formato digital, disponible para los usuarios que lo necesiten, excepto los reportes de investigación del observatorio al que solo podrán acceder tomadores de decisiones anteriormente registrados.

3.6. Desarrollo de colecciones

La adquisición de información debe estar basada en los objetivos y fines del observatorio

Los documentos obtenidos deben encontrarse en formato digital procedentes de memorias flash, discos, CD, DVD externos, o impreso, con la utilización de salvadas para resguardarlos.

Utilización de formatos que permitan la migración del documento.

Proteger los documentos obtenidos.

El acceso del usuario a las colecciones se debe realizar de manera amigable, con la utilización de formatos de fácil acceso y conocidos por los estos.

Establecer alianzas con instituciones que puedan facilitar fuentes bibliográficas.

3.7. Recursos Humanos

El observatorio contará con un equipo multidisciplinario que contribuya al desarrollo sistémico y holístico del mismo. Poseerá profesionales de la Información para el soporte informativo del mismo, selección, procesamiento, edición y análisis de información, implementación de productos y servicios, comunicadores y periodistas que puedan aportar un punto de vista comunicativo, demógrafos instituidos en la Cátedra de Periodismo y Demografía del Instituto Internacional de Periodismo José Martí que aportan y cercioran al observatorio, Informáticos encargados de la infraestructura tecnológica del mismo, así como un diseñador gráfico convocado en momentos específicos .

3.8. Responsabilidades Administrativas

- Supervisor General: Es el encargado de que se lleven a cabo todos los procedimientos y requisitos.
- Coordinadores de Investigación. Encargados de llevar a cabo los procesos de vigilancia y monitoreo a partir de las líneas investigativas.
- Auxiliares tecnológicos .Encargados del funcionamiento infotecnológico.

3.9. Usuarios

El Observatorio contará con varios grupos de usuarios

- **Usuarios internos. Trabajadores** del Instituto Internacional de Periodismo José Martí
- **Usuarios potenciales externos:** Instituciones, organizaciones que forman parte de la red mediática del país y del campo demográfico.
- **Usuarios reales:** Todos los usuarios que de una forma u otra contacten con el Observatorio.

3.10. Servicios y Temáticas asociadas al Observatorio

En la caracterización e identificación de Observatorios Latinoamericanos se pudo constatar que todos los observatorios analizados cuentan con servicios de Boletín de Noticias, Acceso a documentos, publicaciones, reportes del observatorio, de los servicios más utilizados también destacan la consulta de Audio y Video además de que todos estos observatorios se dedican a observar fundamentalmente la radio, la televisión e Internet, dejando en un menor grado el monitoreo de medios impresos y Digitales. En este caso teniendo en cuenta que el observatorio de medios del Instituto Internacional de Periodismo se dedicará en primera instancia a Observar medios nacionales impresos el servicio de consulta de audio y video queda suprimido para incorporar por su relevancia e impacto social un servicio de Boletín de Convocatorias y actividades y se añadiría servicios de Repostes de Vigilancia e Inteligencia y acceso a Guías de Fuentes de Información. A continuación se detallan los servicios con que debe contar el observatorio y sus principales temáticas, o contenidos a tratar.

3.10.1. *Monitoreo de medios y noticias*

El propósito del servicio debe ser lograr análisis informativos que ilustren la calidad y complejidad de los artículos periodísticos. Para esto, se debe utilizar el análisis de contenido

Sus temáticas o Contenidos serían:

- ✓ Matriz ideológica del medio
- ✓ Complejidad de la cobertura informativa

El servicio de Monitoreo diario de Medios Nacionales impresos mediante el análisis de contenido, permite a los especialistas comprender el estado de los medios en relación a la comunicación en población, comprender que día tratan temas poblacionales y por qué, determinar la matriz ideológica asumida por estos ante el conflicto en cuestión, determinar la complejidad de la cobertura informativa para comprobar cuan explicativos y analíticos pueden ser los medios en cuanto a estos temas y la postura adoptada ante los mismos.

Entre los recursos asociados se pueden considerar:

- Recursos Informativos: Periódicos impresos y Digitales de alcance nacional.
- Recursos Materiales. Computadora con acceso a Internet para agilizar y facilitar el proceso de acceso a los periódicos, intranet para la comunicación entre especialistas, correo electrónico, impresora, fotocopidora y escáner.
- Recursos Humanos: Especialistas en Ciencias de la Información, encargado de analizar los contenidos
- Comunicador o Periodista que cumpla el rol de asesor para el Análisis de Contenido

Como servicio final resultante, se obtendría un servicio de especial interés para los decisores ya que su resultado final facilita la toma de decisiones. Documento impreso o Digital que muestra el estado diario de los medios impresos del país, determina la matriz ideológica de estos y la postura asumida por los mismos ante la noticia tratada.

3.10.2. Reportes de Vigilancia e Inteligencia

Este servicio tiene como propósito convertir el observatorio en centro de referencia para obtención de información referida al entorno demográfico y comunicacional. Mostrar estado actual y futuros escenarios en la Comunicación en Población. Utiliza la

vigilancia e inteligencia en medios impresos, vigila específicamente la comunicación, dinámica demográfica y cultura demográfica.

- **Comunicación y Dinámica Demográfica**

Temáticas o Contenidos

- ✓ Comunicación en población
- ✓ Fecundidad
- ✓ Mortalidad
- ✓ Migración

- **Cultura Demográfica**

Temáticas o Contenidos

- ✓ Educación en Población
- ✓ Población y Desarrollo

Descripción del servicio: Servicio informativo que se realiza a partir de procesos de Vigilancia e Inteligencia en medios impresos, vigila específicamente la Comunicación y la Dinámica Demográfica actual, así como la Cultura demográfica mediante el tratamiento de temáticas asociadas a la Comunicación en Población, Fecundidad, Mortalidad, Migración, Educación en Población y Población en Desarrollo.

Recursos materiales. Computadora con conexión a Internet para posible obtención de un mayor número de resultados exitosos, correo electrónico e impresoras que faciliten la socialización de la información obtenida del entorno.

Recursos Humanos. Especialista en Ciencias de la Información, Periodista, comunicador y demógrafo.

Su servicio resultante sería un informe cada seis meses del estado actual y posible estado evolutivo de los medios en relación a la Dinámica demográfica y la cultura demográfica, muestra las pautas a seguir para avanzar en el tema a partir de la identificación de posibles acciones a realizar.

3.10.3. Guías de fuentes de información (Anexo 6)

Las Guías de fuentes de información pretenden facilitar la búsqueda de instituciones que puedan contribuir a los trabajos investigativos, periodísticos. Utiliza los directorios de prensa en los que se puede constatar los medios de prensa nacionales, los directorios de instituciones especializadas y centros de investigación sobre demografía y población.

- Directorio de Prensa e Instituciones especializadas

Temáticas o contenidos

Centros de prensa nacionales

Directorio de Instituciones especializadas

✓ Centros de Investigación sobre Demografía y población.

Caracterización

Las guías de fuentes de información proveen al usuario los datos de los medios de prensa nacionales, direcciones web y ubicación de centros especializados que les pueden ser de utilidad para el desarrollo de sus funciones y que permitan el contacto directo con los mismos.

Recursos materiales. Computadora con acceso a Internet, Intranet para facilitar el vínculo, alianzas y enlaces directos con estas instituciones, correo electrónico que permita el contacto directo con los usuarios y organismos.

Recursos Humanos. Especialista en Ciencias de la Información

Con este servicio se debe obtener un documento impreso o digital con la guía de instituciones y medios de prensa nacionales actualizados solo cuando alguno de estos organismos sufra modificaciones.

3.10.4 Socialización de Información

La socialización de información pretende que los trabajadores de los medios visiten el Observatorio cada vez que necesiten información sobre Comunicación en Población y convertir el Observatorio en referente nacional para la obtención de esta información,

mediante el acceso a documentos y reportes generados por el observatorio y Acceso a Boletín de Actividades y Convocatorias:

- **Acceso a documentos y reportes generados por el observatorio**

Temáticas y Contenidos

✓ Vigilancia y monitoreo de medios

Acceso a Boletín de Noticias e Información Semanal.

- **Acceso a Boletín de Actividades y Convocatorias**

Temáticas y Contenidos

Cursos, talleres de formación y eventos

- **Acceso a publicaciones e investigaciones.**

Temáticas y Contenidos

Artículos y revistas publicados por Instituciones aliadas

La Socialización de Información Científica permite a los usuarios acceder a información generada por el observatorio, tales como reportes e informes, recibir un boletín de noticias, acceso a documentos y publicaciones e investigaciones lo cual les permite desarrollar mejor su trabajo. También les facilita los accesos a información sobre posibles eventos, cursos y talleres de formación que aumentan su cultura demográfica. Entre los recursos necesarios se encuentran:

- Recursos materiales. Computadora con conexión a Internet y amplia capacidad de almacenamiento, correo electrónico para enviar el boletín de noticias, espacio físico que contenga sillas, mesas, buena iluminación y estantería para documentos y publicaciones.
- Recursos Humanos. Profesional de la Información encargado del procesamiento de la información.

De este servicio debe resultar el acceso a documentos digitales o impresos actualizados siempre que el sistema lo prescinda que muestren el estado actual de los medios y la comunicación en población, así como las investigaciones en estos temas. Acceso a información de cursos y talleres de formación.

3.11. Estructura del Sistema de etiquetado

- **Quiénes Somos.** Ofrece una descripción general del sitio, sus principales objetivos, misión, visión y miembros
- **Boletín de Noticias.** Ofrece un informe semanal de las noticias más relevantes que tengan relación con la Demografía y la Comunicación
- **Actividades y Eventos.** Avisa al usuario de los próximos eventos, actividades o curso y posgrados a realizar, muestra también resultados de experiencias anteriores.
- **Producción Científica.** Facilita el acceso a documentos investigativos como artículos, investigaciones, acceso a reportes de monitoreo y vigilancia.
- **Enlaces de Interés.** Permite acceder de forma más rápida y directa a instituciones aliadas al observatorio, organismos de prensa, centro de investigaciones demográficas y, observatorios demográficos de otras provincias
- **Mapa del Sitio.** Permite al usuario comprender la estructura gráfica del sistema.
- **Contáctenos.** Permite al usuario intercambiar opiniones, de manera que facilita la retroalimentación con el equipo del observatorio.
- **Buscar.** Permite al usuario encontrar de manera directa información contenida en el sitio.

A continuación se recogen en una tabla los principales servicios y contenidos del Observatorio:

Tabla 2. Servicios y contenidos del Observatorio del Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

Observatorio de Medios Instituto Internacional de Periodismo José Martí		
Servicios	Temática o contenido	Temática o contenido
Monitoreo de Medios y Noticias	Ideología del Medio	Cobertura informativa
Reportes de Vigilancia e Inteligencia	Comunicación en población	Fecundidad Mortalidad Migración
Guías de Fuentes de Información	Centros de prensa nacionales	Centros de Investigación sobre Demografía y población.
Socialization de Información	Acceso a publicaciones e investigaciones	Cursos, talleres de formación y eventos

Conclusiones Parciales

- ✓ En el diseño del observatorio de medios de comunicación se consideraron elementos generales como la estructura organizativa, metadatos y arquitectura de componentes técnicos en los que se establecen los principales objetivos, funciones, recursos, misión visión, áreas organizativas, requisitos, colecciones, e interfaces
- ✓ También se recomienda que varias organizaciones apoyen o provean información y recursos económicos al observatori, como por ejemplo: el Instituto Internacional de periodismo José Martí, Fondo de Población de las Naciones Unidas, Centro de Estudios Demográficos.
- ✓ El observatorio debe contar con servicios de monitoreo de medios y noticias, reportes de vigilancia e inteligencia, guías de fuentes de información y socialización de información científica sobre comunicación en población que podrían incentivar la investigación en estos temas. Los servicios antes propuestos podrían constituir una

plataforma de socialización de información puesto que los usuarios del observatorio estarán concentrados fundamentalmente en el gremio periodístico y la comunicación, lo cual puede influir notoriamente en la educación en población en Cuba debido al gran impacto que ejercen los medios.

- ✓ La tipología documental del observatorio estará basada en reportes de Investigación del Observatorio, artículos y publicaciones de Instituciones aliadas o afines, reportes de trabajos realizados en cursos, talleres y posgrados y publicaciones nacionales e internacionales sobre comunicación en población, estos documentos se encontraran en formato digital.
- ✓ El sistema de etiquetado debe contar con las siguientes etiquetas: Quiénes Somos, Boletín de Noticias. Actividades y Eventos, Producción Científica, Enlaces de Interés, Mapa del Sitio, Contáctenos, Buscar

CONCLUSIONES GENERALES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se puede concluir que los observatorios de medios de comunicación son capaces de analizar y tratar las representaciones que realizan los medios, son un espacio de investigación, análisis formación y divulgación. Para ello se necesita de la vigilancia informacional y el monitoreo de medios y noticias como herramienta que comprende procesos de observación a partir de la búsqueda, captura y difusión de información por parte de los observadores, de los cuales se obtiene como resultado información relevante para la toma de decisiones. Este proceso se realiza mediante el análisis de contenido, el cual se define como la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta. Por tanto, se puede afirmar que los observatorios de medios de comunicación son espacios de análisis que utilizan el monitoreo de medios y noticias para la vigilancia, mediante el análisis de contenido.

En América Latina la creación de los observatorios están influenciadas por el factor político, puesto que la mayoría de los observatorios surgen en procesos electorales y en pos de vigilar la democracia, a pesar de esto es una región avanzada en esta práctica.

Se observan carencias en la implementación de Observatorios en Cuba, a pesar de contar con algunos proyectos que evidencian un periodo de gestación.

El análisis de homólogos demostró ser una importante herramienta en la investigación, pues ayudó a identificar que los países de América Latina más avanzados en la implementación de Observatorios son Colombia, Brasil y Chile, con más de un observatorio calificado como influyente. También permitió identificar buenas prácticas como: Acceso a documentos, no siempre con interés académico; servicios de Boletín de Noticias, consulta de audios y videos, y promoción de actividades y convocatorias; apoyo de organizaciones académicas y no gubernamentales; uso de buscadores y meta buscadores; acceso a datos estadísticos y consulta de expertos; tratamiento y

monitoreo de medios específicos (Radio, Televisión e Internet), dejando en segundo lugar el monitoreo de prensa impresa; la tipología documental se basa fundamentalmente en documentos provenientes de la información obtenida del entorno sea interno o externo a éstos, generados por investigaciones, pero en todos los casos no se incluyen los reportes del observatorio. En su mayoría son partes de proyectos institucionales o Académicos, aunque tienen un gran componente político.

Los elementos antes planteados sirvieron de base para el diseño del Observatorio de medios de comunicación para el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, pues se identificaron las buenas prácticas en cuanto a estos, y la necesidad de tener en cuenta el público al que está dirigido, y sus audiencias principales. Para el diseño de observatorios de medios de comunicación, no existe una metodología exacta por lo cual el diseño del observatorio estará mediado por elementos de la comunicación en población y el periodismo, en pos de crear los nexos entre la Demografía y la Comunicación, para brindar a la población a partir de los trabajos periodísticos la información necesaria para comprender los procesos demográficos. Por tanto, podría servir la propuesta como espacio para crear esos nexos y propiciar la socialización de información.

El Observatorio de Medios de Comunicación del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, contará con organizaciones de respaldo, que aportarán recursos económicos e informacionales. En su fase de diseño se establecieron sus componentes organizativos y la arquitectura de los componentes técnicos, necesarios para la organización del mismo, servicios y temáticas asociadas y tipologías documentales, con la intención de que se pueda convertir en un espacio de reflexión y socialización de información para informar a los ciudadanos de manera discursiva e imparcial.

RECOMENDACIONES

- Crear un sitio Web para el Observatorio, lo cual facilita el acceso al mismo y extiende su alcance.
- Actualizar periódicamente la información generada por el observatorio
- Replicar y consolidar la experiencia de este observatorio con otros temas de cualquier índole.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Aceves, F (2004). *Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de Comunicación de masas*. Comunicación y Sociedad (1). ISSN0188. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600105> . Consultado en Marzo de 2016
- Angulo, N (2009) *Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones. Innovación educativa*. (9) 47. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>. Consultado el 4 de octubre de 2015.
- Arana, R (1993). *Selectividad demográfica y demografía en los medios de comunicación publicitaria*. Disponible en http://www.maecei.es/pdf/n1/articulos/selectividad_geografica_y_demografica_en_los_medios_de_comunicacion_publicitaria.pdf. Consultado en marzo de 2016
- Benítez C, Y. (2013). *Diseño del Observatorio de Género en Cuba*. (Tesis de licenciatura, no publicada). Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación, La Habana.
- Burch, S. (2006). *Sociedad de la información / Sociedad del conocimiento*, Recuperado el 14 de septiembre de 2015, de: <http://www.analfatecnicos.net/archivos/76.SociedadDeLaInformacionYConocimiento-SallyBurch.pdf>
- Castellano, J (2010). *Los Observatorio de Medios: Bastiones de la Investigación Mediática*. Razón y Palabra. (73). Disponible en www.razonypalabra.org.mx. Recuperado en septiembre 2015
- Crovi, D. (2002) *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza*. Disponible en www.redalyc.org/ou. Consultado el 20 de mayo de 2015
- Castells y Masponch. (2012) *La vigilancia tecnológica un requisito indispensable para la innovación*. Disponible en www.eprints.rclis.org/16752/. Consultado el 20m de mayo de 2016.

- Conor, E (2012). An introduction to instructional services in Academic Libraries. Tomado de Biblioteca de la Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Christofoletti, R (2006) *Un caso brasileño de Monitoreo de Medios*. Chasqui(95). Disponible en <http://redalyc.uamex.mx>. Recuperado el 3 de marzo de 2016
- Christofoletti, R & Herrera, Damas (2006). Media Watchers a profile of press criticism in Latin America. Disponible en [www/bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/8](http://www.bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/8) Consultado en diciembre de 2015.
- Dalfaro, O (2009). *Sistema de Informacao Gerencial*. *Revista de Información Universitaria de America Latina* (2)1. Disponible en www.redalyc.org. Consultado el 16 de abril de 2016
- Da Silva, Malheiro et al (2013) *Construção do Observatório USP CONTECSI: Análise da dinâmica científica e impacto nacional e internacional de um congresso académico*. Disponible en <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/2539/pdf> . Consultado en marzo 2016
- De la Vega, Iván (2007). *Tipología de Observatorios de Ciencia y Tecnología. Los casos de América Latina y Europa*. *Revista Gestión Universitaria en America*. 2 (3) Disponible en www.redalyc.com . Consultado en febrero 2016.
- Escorsa et al (2000). Technology Mapping, Business Strategy and Market Opportunities, *Competitive Intelligence Review*. 11 (1). Disponible en www.redalyc.com. Consultado en marzo 2015
- Escorsa, P&Bosch, R (2001). La vigilancia Tecnológica, un requisito indispensable para la Innovación. Disponible en (www.iale.es) Consultado el 17 de mayo de 2016
- Espeche, (2009) *Intencionalidad Editorial. El sigilo y la nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas*. Consultado en www.ihm.com. Recuperado en marzo de 2016
- García (2009) *Observatorio Científico Tecnológico: Propuesta de un modelo para el sector empresarial cubano*. *Revista Digital Sociedad de la Información*. (16)

Consultado el 20 de mayo de 2016.

Disponible <http://www.sociedadelainformacion.com>.

- García, L (2013). *Revolución, Socialismo, Periodismo*. (P.20-60). Editorial Pablo de la Torriente. Unión de Escritores de Cuba.
- Hernández, C. (2015). *Comunicación y Demografía: vínculo necesario*. (Tesis de licenciatura, no publicada). Universidad de La Habana. Facultad de Comunicación.
- Herrera, S (2006) *Los observatorios de medios en América Latina*. *Revista electrónica de difusión científica*. Edición 10 Junio 2006. Disponible en: http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar_ Recuperado el 16 de septiembre 2015
- Herrera, S. (2005b). "Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina". *Sala de Prensa* [Revista electrónica], 84. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art638.htm>. Recuperado octubre 29 2015
- Hrvatín, B & Petković, B. (2003) *Regional Overview*. Media Integrity Matter. Disponible en mediaobservatory.net/sites/default/files/regional%20overview.pdf. Consultado en octubre de 2015
- Hilley, D et al. (2004) *TV Watcher: Distributed Media Analysis and Correlation*. Disponible en www.cercs.gatech.edu/tech-reports/tr2004/git-cercs-04-25.pdf. Recuperado en marzo de 2016
- Information Management (2012). Elsevier. Biblioteca de la Facultad de Comunicación
- Manjarré, A (2014). *Análisis para la creación de un observatorio tecnológico*. Disponible en www.upcommons.upc.edu. Consultado el 17 de mayo de 2016
- Matos, M (2015) *¿Sabemos Comunicar y Educar en población?*. Tesis de licenciatura no publicada. Facultad de Comunicación.
- McKelvey, K & Menczer, F. (2013) *Design and Prototyping of a Social Media Observatory*. cnets.indiana.edu/wp-content/uploads/truthy-wow.pdf

Medina, M. (2005) Trayectoria de paradigmas que explican la Fecundidad. Disponible en <https://core.ac.uk/download/files/153/6625448.pdf> .Consultado el 20 de abril de 2016

Montes, M. et al (2013).Disponible enhttp://www.altec2013.org/programme_pdf/907.pdf. Consultado el 18 de mayo de 2015

Naciones Unidas (1995) Programa de acción de la Conferencia Internacional Sobre la Población y el Desarrollo. Informe de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo El Cairo, 5 a 13 de septiembre de 1994. (p. 1-110) Nueva York (Versión digital)

Nonaka, I & Takeuchi. (1999)La organización creadora de conocimiento. Biblioteca de la Facultad de Comunicación.

Palop, F & Vicente, J (1999).Vigilancia tecnológica e Inteligencia Competitiva. Su potencial para la empresa española.<http://www.dte.eis.uva.es/Docencia/ETSII/ProyectosAEI/Documentos/Vigilancia%20tecnol%C3%B3gica%20e%20IC.pdf> .Consultado el 19 de mayo de 2016

Ponjuán, G et al (2004).Sistemas de Información. Principios y aplicaciones. Tomado de, Biblioteca de la Facultad de Comunicación.

Puentes M, Y. (2014) Propuesta de la Cartera de Servicios del Observatorio Cubano de Comunicación Social en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. (Tesis inédita de maestría) Universidad de La Habana Facultad de Comunicación, La Habana.

Observatorio de medios del Centro de Investigación de la Comunicación
<http://www.cinco.org.ni> Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio y Monitoreo ciudadano de medios. Disponible en
<https://observatoriomediosuia3.wordpress.com/> . Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio de medios, Comunicación y Jóvenes. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/> Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio de medios, Fucatel .En <http://www.observatoriofucatel.cl/> Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio de medios sobre la realidad indígena .En: <http://endepa.org.ar/> Recuperado el 18 de diciembre de 2015.Observatorio de Medios sobre población migrante y refugiada en <http://www.conamaj.go.cr/observatorio/>. Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio de medios .Universidad de Pamplona.
<http://www.unipamplona.edu.co/> Recuperado el 18 de diciembre de 2015.

Observatorio de Medios .Universidad de la Sabana. Disponible en <http://www.unisabana.edu.co/grupos-de-investigacion/observatorio-de-medios/secciones/pagina-principal>. Consultado el 3 de diciembre de 2015

Observatorio de Prensa, Brasil .Recuperado el 18 de diciembre de 2015.Disponible en <http://observatoriodaimprensa.com.br/>.

Rey, G. (2003). *Ver desde la ciudadanía Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina* .Revista Probidad, (24) ,7.Disponible en www.library.fes.de/pdf-files/.../04198.pdf

Rodríguez, M y Correyero, B (2008) *Los observatorios como agentes mediadores en la responsabilidad social de los medios de comunicación: panorama internacional*. En Sphera Publica Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación (8) ,23.Disponible en www.redalyc.org/pdf/297/29713032003.pdf

Rodríguez, G. (2006). La fecundidad cubana a partir de 1990. Las perspectivas sociales e individuales. Tesis de Doctorado. CEDEM. Universidad de La Habana, La Habana.

Rodríguez, G (2016).Comunicación personal. Consulta 18 de mayo de 2016.

- Rodríguez, G & Albizu-Campos, J (2015). La Dinámica demográfica cubana en el contexto actual. Colección Personal. Colección personal
- Rojas, E. (2015) *Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información. Revista de Conocimientos*. V/Abril, 2015 .Recuperado el 16 de septiembre 2015 <http://www.fundacionredes.org>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), 2006, Primer taller El observatorio como herramienta para la gestión de la información y del conocimiento. Disponible en <http://www.sela.org/sela/ltallerSELA-IICA.asp#Programa>.
- Sander, S (2003) La Sociedad del conocimiento en Paul Otlet. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. Tomado de Biblioteca de la Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Trinquete, E (2015) Comunicación Dinámica Demográfica .Propuesta de nexos múltiples .Presentación no publicada para (ICOM 2015).
- Trinquete, E (2014) Los desafíos demográficos en la mira del periodismo. Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Recuperado 24 de febrero de 2015 desde http://www.unfpacuba.org/ver_actividad.php?i=27
- Trinquete, E (2014) Mediaciones y Fecundidad. Tesis de maestría no publicada. Colección Personal.
- Tuiran, R. (1996) Comunicación en Población y procesos de difusión. Disponible en https://scholar.google.com/cu/scholar?hl=en&q=comunicacion+y+corrientes+demograficas&btnG=&lr=lang_en|lang_pt|lang_es. Consultado el 20 de mayo de 2016
- UNFPA (1994) La Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo El Cairo. Avances y desafíos en Costa Rica (Versión digital).
- Valenti, P. (2002). *La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICs y un nuevo Marco Institucional. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*, 2. Recuperado el 14 de septiembre del 2015, de: <http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm>

Vázquez, S (2015) .*Tecnologías de almacenamientos de información en el ambiente digital*.e-Ciencias de la Información. (5)2. .Disponible en <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v5i2.19762>.

Voutssás, J (2012) Observatorios Web y portales del conocimiento. *Investigación Bibliotecológica*, (26), 57, ISSN: 0187-358X.
www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187.

Webster, F (2002).La sociedad de la información revisitada. Disponible en <http://www.redalyc.org/articuloBasic.oa?id=28590105>. Consultado el 18 de mayo de 2016

Welti, C. et al. (1997) Demografía I. Curso Regional Intensivo de Análisis Demográfico. México. Edición: PROLAP-IIUNAM.www.cepal.org/

ANEXOS

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada realizada a expertos

Guía de Entrevista

Nombre _____

Labor que realiza _____

Título Académico _____

Fecha _____

Hora _____

1-Explicar el proyecto de trabajo, realización del Observatorio de Medios para el Instituto Internacional de Periodismo Jose Martí.

2-¿Posee el Centro cursos de capacitación para profesionales de los medios?

3-¿Son frecuentados en el centro por trabajadores de los medios para la realización de trabajos periodísticos?

4 -¿Cuenta el centro con alguna estrategia que les permita monitorear constantemente publicaciones de los medios nacionales sobre Demografía?

5-¿Qué importancia le concede a la creación de un Observatorio de medios ,capaz de monitorear el tema?

Anexo 2. Guía de entrevista semiestructurada realizada a expertos

Guía de Entrevista

Nombre _____

Labor que realiza _____

Título Académico _____

Fecha _____

Hora _____

1. Explicar el motivo de la entrevista
2. ¿Tiene conocimiento de la existencia de algún otro Observatorio de medios?
3. ¿A que se dedican fundamentalmente estos Observatorio?
4. ¿Están en total funcionamiento actualmente?

Anexo 3. Principales medios nacionales de prensa



Periódico Juventud Rebelde Edición electrónica

Dirección electrónica

<http://www.juventudrebelde.cu>



Periódico Granma edición electrónica

Dirección electrónica. <http://www.granma.co.cu>



Periódico Trabajadores edición electrónica

Dirección electrónica. www.trabajadores.co.cu

Anexo 4. Servicios y tipologías identificadas en Observatorio Latinoamericanos

Observatorio	Boletín de noticias	Acceso a documentos, revistas e Investigaciones	Acceso a Datos estadísticos	Consulta de Audios y videos	Boletín de actividades y convocatorias
Observatorio de Prensa.Brasil		X			
Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios.	X	X	X		
Observatorio de medios sobre la realidad indígena.	X	X		X	
Observatorio de Medios, Fucatel.	X	X			
Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia		X			X
Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana		X			
Observatorio y Monitoreo ciudadano de Medios, A.C	X	X	X	X	
Observatorio de Medios de Comunicación sobre	X	X			

población migrante y refugiada.					
Cinco	X	X		X	

Anexo 5. Apoyo o Respaldo de Observatorios Latinoamericanos

Observatorios	Fundaciones lucrativas	Organizaciones no gubernamentales	Sociedad Civil	Organizaciones Académicas
Observatorio de Prensa.	x			
Observatorio de Jóvenes. Comunicación y Medios.				x
Observatorio de medios sobre la realidad indígena.			x	x
Observatorio de Medios, Fucatel.				x
Observatorio de Medios. Universidad de Pamplona. Colombia	x			
Observatorio de Medios. Universidad de la Sabana				x
Observatorio y Monitoreo ciudadano de Medios, A.C				x
Observatorio de Medios de Comunicación sobre población migrante y		x		

refugiada.				
Cinco			x	

Anexo 6. Guías de fuentes de información

Prensa	Instituciones que tratan temas demográficos
Granma Diario. http://www.granma.co.cu	Centro de Estudios Demográficos – www.cedem.cu
Juventud-Rebelde. http://www.juventudrebelde.cu	Oficina Nacional de Estadísticas www.one.cu
Trabajadores. http://www.trabajadores.cu	Fondo de Población de las Naciones Unidas- www.unfpacuba.org.cu
El Economista de Cuba. http://www.eleconomista.cubaweb.cu	
Agencia de Información Nacional http://www.ain.cu	
Sistema Informativo de la TVC http://www.cubatv.cu	
Revista Bohemia. http://www.bohemia.cu	
La Jiribilla. http://www.lajiribilla.cu	
Cubahora. http://www.cubahora.cu	
Centros de Información para la Prensa – http://www.cip.cu	
Unión de Periodistas de Cuba- www.cubaperiodistas.cu	
Instituto Internacional de Periodismo José Martí www.periodismojosemarti.wordpress.com	