FUNDACIÓN GUSTAVO MOHME LLONA

LIMA,
NOVIEMBRE -DICIEMBRE
DEL 2016
AÑO 1 - Nº 3

LIBERTAD • IGUALDAD • TOLERANCIA • RESPETO

Monitoreo ciudadano

Observatorio Universitario de Medios (OUM) es una alianza entre la Fundación Mohme y la Universidad Ruiz de Montoya para analizar los contenidos de la prensa.

CONVENIO ACADÉMICO

Página 3

PROYECTOS EN MARCHA

Página 7

Editorial

Mirada crítica para formar ciudadanos

En la última década la sociedad ha asistido a la conformación de grandes corporaciones de medios de comunicación. Bajo un modelo de gestión empresarial han centrado sus objetivos en la rentabilidad, priorizando índices de lectoría o rating, sacrificando la calidad de contenidos. La noticia, convertida en producto de venta, se oferta a un público que toma sus decisiones de consumo lejos de la reflexión crítica. La naturalización de los medios bajo esta forma de consumo invisibiliza su rol como **agente formador de opinión pública**.

La **agenda mediática determina en gran medida la agenda pública**, tanto en sus temáticas, como en los procesos de debate que se gatillan a partir de los ángulos de la noticia. El concepto de **responsabilidad social del medio** ha terminado de diluirse, y hoy es hasta cuestionado dentro del propio círculo mediático.

La Fundación Mohme percibe, por un lado, la falta de espacios de reflexión en torno a los medios y su ejercicio; y por el otro, el poco desafío de los medios frente a un público que no demanda buen periodismo, conformándose con material informativo insuficiente y sin elementos formadores de análisis de la noticia.
En este contexto adverso, se ha buscado una alternativa que permita renovar la misión de la comunicación social a través de la recuperación de la deontología del oficio periodístico y el derecho a la comunicación de los ciudadanos. El ejercicio que nos permite cumplir con ambos anhelos institucionales es la creación de un Observatorio Universitario de Medios (OUM), que tiene como objetivo desarrollar en las nuevas generaciones de periodistas una **mirada crítica** a los contenidos que consumen, y que luego llevarán a sus futuros espacios laborales.

Por otro lado, la observación de medios busca iniciar un proceso de reflexión sobre la necesidad de que exista un mecanismo de monitoreo y vigilancia ciudadana ante el actual desempeño de las plataformas informativas, así como introducir a largo plazo en la agenda pública el debate sobre la calidad de los contenidos mediáticos.

Esperamos que el proyecto OUM nos permita acercarnos a estos objetivos; para completar nuestro trabajo desde el programa institucional **Periodismo para el Desarrollo** empezando por los periodistas en formación, para seguir acompañándolos con importantes talleres especializados en la praxis profesional. De esta forma seguimos aportando y construyendo ciudadanía desde el vital rol social y ético que desempeñan las mujeres y hombres de prensa con los que inició su trabajo formativo nuestro mentor Gustavo Mohme Llona.
Son sus convicciones las que animan este proyecto como todos los demás de la Fundación Mohme.

Índice

3
Una visión en común
Observatorio Universitario de Medios

4-5
OUM:
Un ejercicio necesario y urgente.

6
Opinión
Todo lo referente al OUM y su importancia.

7
Novedades
Actividades y noticias de la Fundación Mohme.

Publicación de
FUNDACIÓN GUSTAVO MOHME LLONA
Edición Nº 3
noviembre-diciembre del 2016

Fundación Gustavo Mohme Llona
Consejo Directivo
Stella Mohme Seminario
Helena Mohme Seminario
Claudia Cornejo Mohme

Consejo Consultivo
Hernán Lanzara
Pepi Patrón
Antonio Zapata
Úrsula Freundt-Thurne
Aurelio Loret De Mola
Martín Vegas

Redacción y edición:
Fundación Gustavo Mohme Llona

Diseño, diagramación, impresión y distribución:
Diario La República

Web: www.fundacionmohme.org
Contacto: info@fundacionmohme.org

'Fundación Gustavo Mohme Llona' es una publicación trimestral gratuita de la Fundación Gustavo Mohme Llona
Dirección: Av. Rivera Navarrete 788, piso 8 - San Isidro, Lima 27

ACUERDO. Stella Mohme, presidenta de la Fundación Mohme, y Ernesto Marco Cavassa Canessa, SJ rector de la Universidad Ruiz de Montoya.

ANÁLISIS DESDE LA ACADEMIA

UNA VISIÓN EN COMÚN

El Observatorio Universitario de Medios (OUM) es una plataforma de monitoreo ciudadano. Su trabajo es examinar los contenidos que conforman la agenda que los medios desarrollan.

En agosto pasado se presentó el Observatorio Universitario de Medios de Comunicación en la Universidad Antonio Ruiz de Montoya. En alianza con esta casa de estudios, la Fundación Gustavo Mohme Llona concreta con este proyecto una apuesta por contribuir al periodismo, tanto en la práctica reflexiva sobre esta profesión como en la tarea formativa para su ejercicio.

Ambas instituciones confluyen en esta iniciativa al compartir la preocupación por la calidad de los contenidos de los medios de comunicación y el ejercicio periodístico. Desde este punto de partida se despliegan múltiples posibilidades de análisis, como las de precisión y calidad de la información, la profundización en los temas, la presentación o ausencia de contexto y antecedentes, etc.

Mayores horizontes

A través de este esquema la Fundación Mohme busca poner de relieve la cuestión ética en la pericia cotidiana de los medios. Para eso plantea desarrollar el sentido crítico en los estudiantes, periodistas y ciudadanos que formen parte del observatorio.

Por eso también se promoverá la participación de usuarios externos en el observatorio: foros, reporteros ciudadanos, analistas y expertos, entre otros.

Por la naturaleza de las instituciones que impulsan el OUM, este observatorio funciona en base a un proceso de producción con sentido formativo para el beneficio de los estudiantes participantes.

El objetivo a mediano plazo es poder generar vasos comunicantes entre los medios, los profesionales del periodismo y los estudiantes, propiciando el feedback a los medios monitoreados desde la sociedad civil. También se tiene la visión de ir sumando más instituciones del mismo perfil, para que se integren a la actividad de fiscalización, y de esa manera ampliar la gama de medios examinados.

UARM ES UN FIRME ALIADO EN EL PILOTO DEL OBSERVATORIO UNIVERSITARIO

La carrera de Periodismo, dirigida por Franklin Cornejo, y el equipo de asesores docentes, Paul Maquet y Virna Valdivia, han hecho posible las primeras dos observaciones del OUM. Gracias a su compromiso y aporte profesional se ha podido examinar contenidos en versión web y de la televisión con fines políticos y de actualidad. Se analizó casi todo el espectro de la producción nacional.

OBSERVATORIO UNIVERSITARIO DE MEDIOS. UN EJERCICIO NECESARIO Y URGENTE

Futuros periodistas y egresados entrenaron su sentido crítico mediante el monitoreo ciudadano de algunos medios de comunicación en diferentes soportes. Su objetivo es próximamente ampliar su espectro de análisis.

Los focus groups realizados con estudiantes de comunicaciones, de periodismo, y con jóvenes egresados que ya trabajan, arrojaron dos principales hallazgos: la alarmante falta de sentido crítico de los jóvenes sobre los contenidos que se difunden en los medios, y su creciente consumo de noticias vía redes sociales y medios web, abandonando masivamente los diarios impresos y la televisión.

Este resultado marcó un primer foco de atención: los medios en su versión web. Luego sumaríamos en el ejercicio de observación a los programas periodísticos semanales de TV, que resultaban ser completamente ajenos y nuevos para los estudiantes observadores.

Comenzando a hacer camino

El OUM se da en el marco de los cursos Periodismo y Desarrollo Humano del profesor Paul Maquet y Teoría Política de la profesora Virna Valdivia, que se dictan en la carrera de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya.

En cada curso se reflexionó en torno a todo lo que el observatorio podría monitorear, desde temas coyunturales como las elecciones, a ejes permanentes como la discriminación, la cultura de violencia, la calidad en los contenidos, etc.

Durante la primera experiencia de monitoreo se analizaron los contenidos de las ediciones web de diversos medios como *La República, Exitosa, El Comercio y La Mula,* así como el análisis de los programas televisivos "Sin Medias Tintas", "Día D", "Panorama", "Cuarto Poder", y "Reporte Semanal", "Punto Final" y "En Agenda", de ediciones dominicales.

Los medios bajo la atenta mirada y el análisis de los estudiantes universitarios.

Para la experiencia piloto, se definió que el eje temático serían las elecciones generales en la fase de segunda vuelta. Para este fin se organizó el contenido observable en dos grandes campos: (1) Contenidos

generados por cada medio: precisión y calidad en la fundamentación de la información, profundización en los temas, presentación de contexto y antecedentes, características de la cobertura a los actores, uso del lenguaje: inclusivo o discriminador, tendencioso o manipulador, si hay opinión expresa o entre líneas; y (2) Redes Sociales, páginas oficiales de Facebook y Twitter: mecanismos de priorización de contenidos, *streaming*, circulación y rebote de visuales (fotos, videos, gifs, memes). Seguimiento a la evolución de las noticias desde *hashtags* y *trends* generados desde los medios.

Foco en el proceso

Para el análisis cuantitativo se desarrolló una ficha de observación y establecieron las categorías. Durante las clases se analizó la información observada y recogida a través de ese instrumento a lo largo de la semana. Con este insumo se desarrollaba la discusión de los temas de actualidad mediática. Posteriormente, cada alumno eligió un tópico para la redacción de un artículo interpretativo específico.

También fueron desarrollados de manera complementaria protocolos de observación de tipo cualitativo. Cada semana los estudiantes compartían en clase los resultados del análisis y sus reflexiones. Todo este material sirvió de base para la redacción de un informe final que se publicó en el blog: http://fundacionmohme.org/observatorio/2016-08-26-proyecto-piloto-observatorio-universitario-de-medios.

Se espera que con el tiempo el OUM se convierta en un referente de reflexión crítica sobre los contenidos mediáticos periodísticos. Pensando a mediano plazo se buscará generar alianzas con otras universidades.

Parte del proceso incluyó la visita y asesoría de expertos analistas. Sandro Macassi, Santiago Pedraglio, Hernán Chaparro y la reportera web Jaisia Amaro de La República estuvieron presentes para compartir sus apreciaciones y reflexiones en torno al universo electoral y el comportamiento mediático.

Próximas observaciones

El primer proceso nos permitió obtener aprendizajes y lecciones. Gracias a esto se ha podido realizar un segundo proceso de observación cuyo tema central de análisis es el **enfoque de género en los noticieros de televisión**. Se ha mejorado la herramienta de monitoreo e integrado curricularmente la práctica de observación al currículo de tres cursos de la parrilla de formación académica de pregrado.

La experiencia viene siendo sistematizada a través del blog de consulta con todo el material recopilado. Se espera que con el tiempo el OUM se convierta en un referente de reflexión crítica sobre los contenidos mediáticos periodísticos. Pensando a mediano plazo se buscará generar alianzas con otras universidades y escuelas de comunicación. La intención es involucrar a una mayor diversidad de futuros comunicadores y periodistas en este interesante ejercicio formativo. Se seguirá buscando contar con la participación de profesionales invitados y colaboradores en las clases, pero además se les convocará para publicar en el blog.

Finalmente, es también una tarea pendiente convocar a mesas de diálogo entre los miembros del observatorio y expertos invitados, así como a los medios observados, con el fin de abrir el diálogo entre estos y la sociedad civil. De esta manera buscamos contribuir a la calidad de los contenidos que se producen y que todos necesitamos para ser ciudadanos plenos en la sociedad del conocimiento y la información.

ESTUDIANTES MONITORES OPINAN

Marcia Abanto.
“Este observatorio me ha permitido visualizar la calidad de información que los medios televisivos presentan (qué es información verídica, qué tanto es especulación) y cómo aquello se involucra con la cuestión de la ética y la responsabilidad periodística”.

Carlos Guillén, Louis Fox.
“Se sabe que *El Comercio* no es un enemigo declarado al fujimorismo, siendo estas elecciones una prueba más de ello. Así, aunque estaba clara la consecuencia de las iniciativas mediáticas de sus publicaciones, nunca atacó a Keiko sin nada que no hubiera sido ya mediatizado, confirmado y rebotado”.

Rosa Aguirre, Karla Gutiérrez.
“El diario *La República* inició una campaña en pro de la democracia sumándose a las campañas de la sociedad civil en contra de Fujimori. Es el único medio que presentó investigaciones, en conjunto con Ojo Público y Calandria, acerca del caso DEA/ Joaquín Ramírez y otros. La credibilidad de las denuncias generó que fuera uno de los más consultados durante este proceso electoral”.

Diego Oregón, Esteffania Arias.
“La cobertura de LaMula fue trascendental para difundir el mensaje de que sí se podía detener el regreso del fujimorismo. Ha sido bastante crítico y ha publicado mucho sobre los antecedentes del partido fujimorista; ha mostrado una actitud activista”.

Opinión

Nuevos contrapesos para el creciente poder mediático

En un contexto de partidos debilitados, sistemas electorales copados por caudillos y outsiders, y una ciudadanía descreída de las reglas democráticas, está surgiendo un nuevo consenso a nivel internacional: los medios de comunicación ocupan un lugar más central en la política.

Sandro Macassi Lavander (*)
IOP-PUCP

El creciente poder mediático en la política se ha reforzado, además, con una mayor concentración de medios, pero también con leyes que permiten conglomerados que aglutinan medios, servicios de cable, telefonía y acceso a redes sociales. Eso tiene como consecuencia que hay demandas sociales que están en la sombra de la agenda pública, en la disminución del debate ciudadano, el exiguo periodismo de investigación y el desplazamiento de la información política por la crónica roja y la farándula.

Sin embargo, en Latinoamérica la legislación ha sido, en general, muy laxa ante este fenómeno apostando a una autorregulación que no funciona bien. En los sistemas democráticos todo poder requiere de contrapesos, el poder mediático en la democracia peruana carece de esos contrapesos.

Frente a esta situación la reacción de la población no ha sido pasiva, diversos colectivos ciudadanos se expresaron en contra de la compra de las líneas editoriales durante el fujimorismo, recientes marchas han rechazado la "televisión basura" y hay un creciente activismo en las redes sociales en contra del poder mediático.

Al mismo tiempo, otros actores de la sociedad civil han desarrollado observatorios como Calandria en los 2000 y más recientemente la fundación Mohme en asociación con la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM). Este último esfuerzo es importante, pues vienen aportando un análisis riguroso y estadísticas confiables que muestran las debilidades de la cobertura mediática en procesos electorales o en temas sociales como el tratamiento de la mujer en la cobertura mediática.

En países latinoamericanos ya hay observatorios mediáticos que desarrollan un diálogo constructivo con los productores y periodistas. Este esfuerzo de la Fundación y la UARM aporta un contrapeso muy necesario para el creciente poder de los medios.

DOMINIO. Es necesario enfrentar la preponderancia de algunos grandes conglomerados de medios.

La legislación ha sido, en general, muy laxa ante este fenómeno apostando a una autorregulación que no funciona bien.

* Psicólogo social con estudios de maestría en Comunicación Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú, con especialización en comunicación y prevención de conflictos por el Institute for conflict analysis and resolution de la George Mason University y de la Facultad de Comunicación Internacional de la Complutense de Madrid.

Novedades

APRENDIZAJE. Periodistas del país asistieron a importante jornada de capacitación.

CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES DESDE LA COBERTURA PERIODÍSTICA

Las fundaciones Mohme, Eberth y la carrera de periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya coorganizaron el II Taller Nacional de Periodismo de Investigación en la ciudad de Lima.

Dos días intensos de capacitación en la temática socioambiental a cargo de dieciséis expertos nacionales en un programa que incluyó una mesa redonda abierta al público fue el resultado positivo de esta actividad. Treinta periodistas de todo el país fueron los seleccionados por un jurado calificador que logró elegir entre más de un centenar de postulantes.

Las jornadas analizaron los principales conflictos socioambientales de los últimos 25 años para extraer las experiencias con la guía de expertos en la materia así como delinear principios, normas y herramientas para mejorar la calidad de la cobertura periodística en materia socioambiental en el Perú.

De esta forma se logró fortalecer la capacidad profesional de los periodistas participantes en las coberturas especializadas en esta temática.

ESTUDIO DIFUNDIDO ENTRE LAS COMUNIDADES EDUCATIVAS DE LIMA METROPOLITANA

Los resultados y principales reflexiones pedagógicas del estudio “La ciudadanía desde la escuela”, elaborado por el Instituto de Estudios Peruanos y la Fundación Mohme en cinco ciudades del país, fueron compartidos entre los especialistas, formadores, directores y docentes de Lima Metropolitana en alianza con la Dirección Regional de Lima Metropolitana. Los espacios escogidos para estas presentaciones fueron los círculos pedagógicos y el congreso metropolitano de docentes realizado todos los años en noviembre. Aportar al debate es el principal interés de esta investigación en el marco de la formación ciudadana desde las aulas.

PROYECTO #CULTURADIGITAL.PE: EDUCACIÓN Y LA CIUDADANÍA EN LA SOCIEDAD RED

¿Cómo somos los ciudadanos en esta nueva cultura digital? ¿Qué debe o qué hace la escuela para seguir formando ciudadanos que puedan navegar sin perderse en esta sociedad-red? ¿La tecnología puede amplificar la buena pedagogía? Esas fueron las preguntas motivadoras de este espacio de discusión organizado por la Fundación Mohme, el Instituto para la Sociedad de la Información y la carrera de periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya.

Sandro Marcone, Patricia Salas O´brien, Fernando Villarán, Juan Bossio, Sandro Venturo y José Alejandro Godoy motivaron el debate con sus reflexiones en torno a los temas creándose un espacio de reflexión sobre el tipo de educación que demanda la era digital y la naturaleza actual del ciudadano integrante de una sociedad red.

Una educación involucrada con los cambios tecnológicos pero también llamada a recuperar el análisis, reflexión y juicio crítico en medio del torrente informativo es uno de los mayores retos. Una ciudadanía que recupera el sentido moral, ético y político de su ejercicio como individuo pero también como comunidad virtual aprovechando la herramienta como movilizador social. Todos los recursos sobre los temas se encuentran en www.culturadigital.pe

El debate es esencial.

“Si en 1981 era imposible creer que un diario con nuestras características prosperaría, hoy lo es pensar cómo sería el Perú si no existiéramos”.

GMLL

La República, 35 años del lado del pueblo.

GUSTAVO MOHME LLONA
Fundación

www.fundacionmohme.org