



CONTENIDO

- OMCIM busca contribuir a mejorar la calidad de la comunicación pública
- Estudio de caso: Debate sobre el monitoreo de medios IFE/ UNAM
- Internet, nuevo campo de batalla en las campañas mexicanas

I. ¿Qué es OMCIM?

En la extraordinaria influencia de los medios de comunicación y en sus efectos en la vida social y en el funcionamiento de las instituciones públicas está el origen de los observatorios de medios en el mundo. Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios OMCIM es una fundación impulsada por el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Surgió en diciembre de 2005 con el propósito de promover el análisis y la discusión sobre la calidad profesional del tratamiento informativo de los medios. Su objetivo último es apoyar e impulsar el cumplimiento del principio universal que ampara el derecho de la gente a estar bien informada.

OMCIM no pretende, por otra parte, erigirse en juez ni en mentor de periodistas ni de las empresas informativas. Lo que desea es poner a disposición de lectores, audiencias y medios, un espacio para el cotejo de los materiales informativos con las normas del rigor profesional y los compromisos de autorregulación y co-regulación adoptados por las propias organizaciones mediáticas.

Es un espacio abierto a la participación del público, de los profesionales de la comunicación y de los académicos, a manera de un sistema de puentes de diálogo y discusión, pero también de entendimiento, en busca de la elevación de la calidad de la esfera pública mexicana.

II. Cobertura de campañas electorales

OMCIM participó por primera vez en la observación de las elecciones federales de 2006, específicamente en lo relacionado a la cobertura periodística del proceso. Y con las lecciones recogidas de esa experiencia emprende ahora la observación del proceso electoral México 2009, centrándose en una serie de aspectos cualitativos de la cobertura informativa que no cubren otros ejercicios, concentrados más en lo cuantitativo .

Esta empresa incluye el seguimiento de la aplicación de un nuevo marco legal que obliga a medios, autoridades, partidos, candidatos y particulares. Pero no puede dejar de lado la discusión a la que sus normas y su aplicación continúan sometidas en los medios. De allí que el primer estudio de caso incluido en esta entrega se dedique al seguimiento del monitoreo ordenado por la ley al IFE y encargado por éste a la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM.

OMCIM se pone al servicio de las audiencias más activas lo mismo que de los medios más receptivos a los reclamos de esas audiencias. De allí que no pretenda distanciar al ciudadano de los medios, sino que se propone una aproximación más consciente y verdaderamente interactiva. Para ello, recibiremos, procesaremos y encauzaremos las aportaciones de todos los interesados en participar en este ejercicio, empezando por audiencias y lectores y siguiendo con los actores de la vida pública y los propios exponentes de los medios aquí observados. Más información en:

<http://omcim2009elecciones.wordpress.com/mision-de-omcim/>



III. Estudio de caso: ¿Cómo monitorear, o cómo cubrir el monitoreo?

Lo más destacado de la cobertura que hicieron los medios durante la semana que se analiza, no fue -quizá por su irrelevancia- el seguimiento de los pasos, los hechos y los dichos de los candidatos y los partidos en campaña, sino la discusión de las normas que obligan al IFE a monitorear los acontecimientos informativos de los medios sobre el proceso electoral, así como su instrumentación a cargo de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM.

Casi todos los medios aquí analizados coincidieron en criticar la primera entrega del monitoreo universitario, pero por diferentes razones y con distintos argumentos, como se puede apreciar a continuación:

Pedro Ferriz, (Noticias Cadena Tres, 25/05/09) describió los resultados obtenidos del monitoreo de las campañas de los partidos políticos que realizó la UNAM, haciendo énfasis en los tiempos dedicados por la radio y la televisión. Reforzó su noticia con la intervención del Consejero Virgilio Andrade, quien consideró que: "la información tiende a ser equilibrada en cuanto a cantidad y calidad informativa". Por su parte Joaquín López Dóriga, (Radio Fórmula 27/05/09) leyó la carta que la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión envió al IFE y con ello cuestionó que el monitoreo siempre lo han hecho discrecionalmente y subjetivo.

Sin embargo, Carlos Puig en su programa Hoy Por Hoy (W Radio 26/05/09) utilizó la entrevista al Consejero Virgilio Andrade para cuestionar ¿quién había hecho el monitoreo que el IFE había puesto en su página de Internet?, porque, en su caso, el monitoreo "no correspondía a lo que pasó en la semana que se reporta".

Abierto el debate, Carlos Puig (27/05/09) cuestionó la metodología utilizada en el monitoreo e invitó a su programa a Benito Nacif y Virgilio Andrade, Consejeros del IFE, así como a Fernando Castañeda, Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, con el fin de aclarar el objetivo del monitoreo y los criterios que utilizan para evaluar la información.

Después de la discusión Carlos Puig dejó en claro que su "preocupación es que no se están monitoreando programas que no son noticiosos, programas de espectáculos".

Por su parte Denisse Maerker (Radio Fórmula 28/05/09) conversó con el experto electoral Jorge Alcocer; éste hizo énfasis en que las cifras del monitoreo de la UNAM no cuadran. Le dijo que "es como si se nos estuvieran desmontando poquito a poquito las cosas que ya se habían hecho. Yo esta vez no le entendí al monitoreo. Antes me servía de referencia".

Maerker indicó que con el nuevo COFIPE "nos costó trabajo imaginar cómo podríamos entrarle a las campañas porque no ha sido fácil", a lo que Alcocer respondió: "yo lo que quiero es ilustrar... que entender al monitoreo ahora resulta tarea...de super-especialistas... Si hay gente -desde luego que debe haberla- que tenga mucha mejor experiencia que yo en estas cosas, ojalá nos lo explique".

Transcripciones, audios y videos, en:

<http://omcim2009elecciones.wordpress.com/10-estudio-de-caso-debate-sobre-el-monitoreo-ife-unam/>



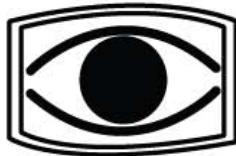
IV. Los partidos descubren Internet

Al observar en retrospectiva las elecciones de 2006, confirmamos que el medio actual de comunicación más dinámico: Internet, concentra gran actividad electoral. OMCIM mantiene un acervo de piezas o posts en blogs ligadas a los partidos políticos. Hasta el 31 de mayo se han recopilado más de 11,000 piezas. Mantenemos un seguimiento a blogs, páginas oficiales de partidos políticos, sitios con videos y redes sociales; analizando sus contenidos en términos cuantitativos y cualitativos.

- 10.8% de los candidatos a una diputación tienen presencia en Internet; mediante perfiles en redes sociales, páginas propias, artículos en sitios especializados.
- Predominan los sitios de los candidatos del Partido Acción Nacional (21%), el Partido Revolucionario Institucional (19%) y Partido de la Revolución Democrática y la Alianza “Salvemos a México” (13%).
- En general, en el norte del país se ha recurrido más al uso de espacios en Internet.
- Más de 300 piezas con contenido electoral aparecen diariamente en Internet. Predominan contenidos relacionados con los partidos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática y Nueva Alianza.

Las nuevas tecnologías son cada vez más utilizadas por los partidos políticos. Actualmente, (en México) todos ellos cuentan con una página Web en la que se expone su historia, lineamientos y estatutos, su forma de trabajo, las propuestas para las elecciones, plataformas políticas, noticias, ligas a sitios de interés o relacionados con el partido, entre otros.

Llama la atención como los partidos políticos buscan el contacto con la gente. Ya sea compartiendo audio y video, encuestas o por medio del contacto a través de redes sociales. La páginas, son por hoy, una manera imprescindible para difundir las propuestas de los partidos, y para dar a conocer a los candidatos en pos de la construcción de una democracia cada vez más plural y transparente.



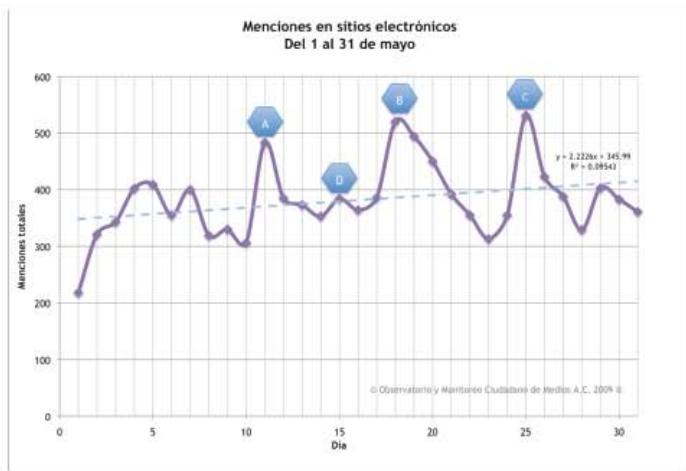
	PRD	PAN	PRI	PVEM	PSD	PANAL	PT	CONV
VIDEO	X	X	X	X	X	X	X	X
MUSICA	X	X	X					X
LINKS DEL PARTIDO	GOBIERNOS ESTATALES Y MUNICIPALES	REVISTAS	REVISTAS Y PERIÓDICOS		PIENSA - LIBRE.ORG	IFE, IFAI, GOBIERNO FEDERAL, TRIFE	COMISIÓN COORDINAD ORA EDOMEX	REVISTA IMAGINACIÓN SOCIAL- DEMÓCRATA
LINKS GUBERNAMENTALES. INSTITUCIONALES. ETC.	UNAM, POLI			GREEN PEACE, SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE, Y PARTIDOS VERDES ALREDEDOR DEL MUNDO		RELIAL, FÜR DIE FREIHEIT, LIBERAL INTERNACI ONAL		FUSDA
USO DE WEB 2.0								
FACEBOOK	X	X		X	X	X		
HIS	X		X	X		X		
YOUTUBE	X	X	X	X	X			
TWITTER		X						
Flickr	X				X			
MY SPACE		X	X	X		X		
BLOGGER			X	X				
SONICO				X				
PICASA					X			

Tabla 1. Contenido de la Páginas de Partidos Políticos.

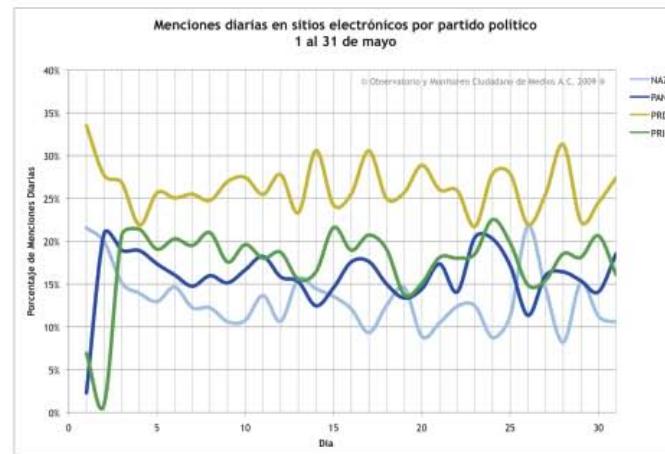
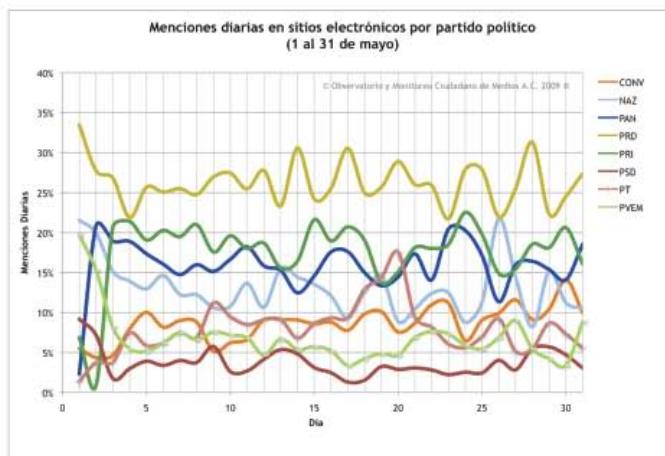


V. Análisis Cuantitativo

Se recopilaron participaciones en sitios electrónicos (blogs) relacionadas con el proceso electoral federal de 2009. Nuestro acervo contiene más de 11,800 piezas de análisis. Durante el mes de mayo, diariamente se han identificado más de 350 piezas con este contenido. La tendencia observada hasta el final de mayo es creciente. La gráfica en la siguiente figura, muestra cuatro momentos clave donde aumentó el número de menciones. En el caso de los momentos A,B,C, no es posible relacionarlo con algún evento reportado en otros medios (TV, radio, periódicos). En el caso del evento D, podría estar relacionado con las declaraciones de los expresidentes Carlos Salinas de Gortari y Miguel de la Madrid Hurtado. A diferencia de lo observado en 2006, en este periodo pre-electoral se observan conversaciones generadas al interior del medio y no transcodificaciones de otros medios.

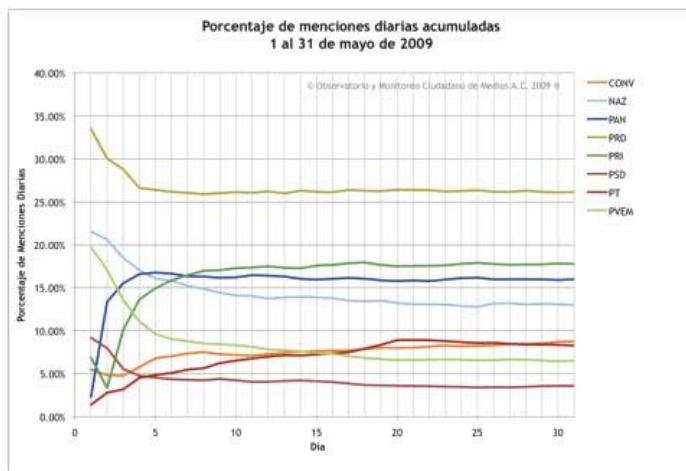


La desagregación de las menciones, muestra una preponderancia del contenido relacionado con los partidos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática y Nueva Alianza. Las siguientes gráfica muestran la tendencia, sin una correlación aparente entre las curvas correspondientes a cada partido.





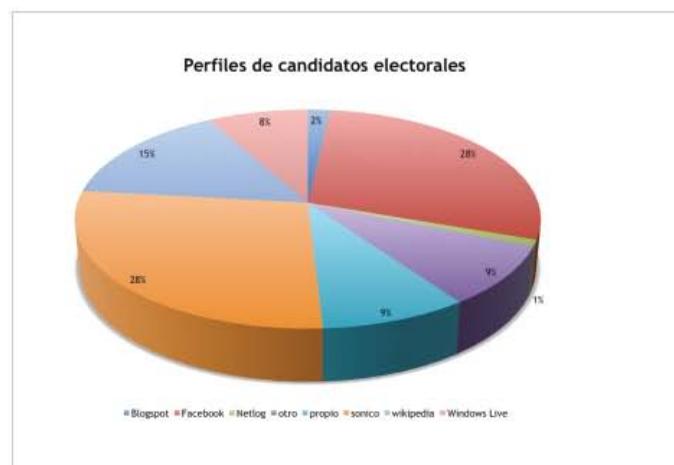
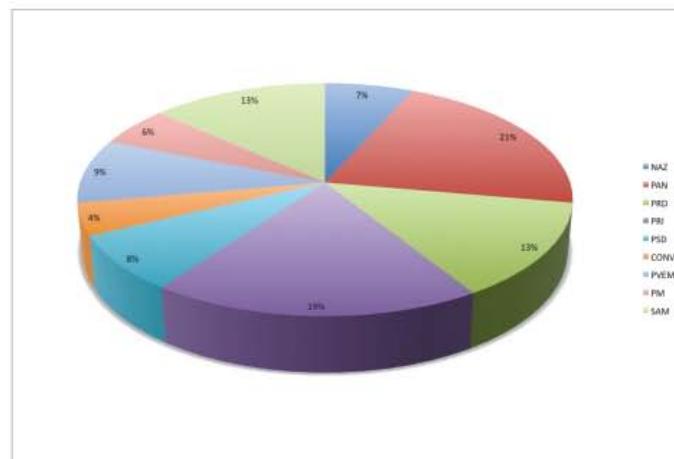
El registro de las menciones diarias acumuladas por partido, nos muestra que después de que inició el proceso electoral, se mantiene una preponderancia de menciones sobre el PRD, seguido por el PRI, PAN y Nueva Alianza. Aún se deberán valorar estas menciones., lo cual será reportado el próximo 4 de junio.



II. Páginas de Candidatos a Diputados

Utilizando la lista de candidatos a Diputados de Representación, se buscaron las páginas ó perfiles en Internet de estos actores políticos. Se encontró que el 10.8 % de ellos cuenta con alguna presencia en Internet (página personal, perfil en una red social, artículo en la Wikipedia). Dentro de este conjunto, predominan los candidatos del Partido Acción Nacional (21%), el Partido Revolucionario Institucional (19%) y Partido de la Revolución Democrática y la Alianza “Salvemos a México” (13%). Los candidatos que cuentan con esta presencia, principalmente utilizan tecnologías de redes sociales, una vez que sólo el 9% tiene una página propia (con dominio propio), el 15% cuenta con un Blog y el 2% utiliza sitios que en amplia definición no corresponden a una red social.

Las tecnologías de redes social más utilizadas son Facebook y Sónico.



Réplicas, rectificaciones y comentarios al sitio:
<http://omcim.org/>