



Observar los medios en México. Alcances y limitaciones de la ROM-CONEICC en quince años de trabajo

Observing the media in Mexico. Scope and limitations of ROM-CONEICC after fifteen years of work

Blanca Nahayeli Gómez Aguilera
Universidad Panamericana
bngomez@up.edu.mx

Paola Eunice Rivera Salas
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
paola.rivera@correo.buap.mx

Ruth Ildebranda López Landeros
Universidad Anáhuac Mayab
ruth.lopezl@anahuac.mx

RESUMEN

Introducción: En México, son pocas las instancias que han logrado analizar la cobertura mediática, especialmente atendiendo a los vertiginosos cambios que ha implicado la convergencia de medios y los nuevos soportes comunicativos. **Objetivo:** Analizar la trayectoria de la ROM-CONEICC (2012-2027) desde el seguimiento sistemático de los medios y la construcción de una agenda pública sobre comunicación en México. **Metodología:** Diseño de tipo mixto, longitudinal, basado en investigación documental y el método biográfico-narrativo de información recuperada sobre la ROM-CONEICC. **Resultados:** La ROM-CONEICC ha generado una amplia propuesta metodológica para la observación de medios, resultado de la vinculación nacional e internacional. Su incidencia se ha visto en la formación de capital humano y como semillero de observatorios. **Conclusión:** La ROM-CONEICC es un referente de la observa-

ción en América Latina que ha sido muestra de cómo la academia puede contribuir al mejoramiento del ejercicio profesional de la comunicación.

Palabras clave

observatorios de medios; ROM CONEICC; democracia; audiencias; investigación.

ABSTRACT

Introduction: In Mexico, few institutions have managed to analyze media coverage, especially considering the rapid changes brought about by media convergence and new communication platforms. **Objective:** To analyze the trajectory of the ROM-CONEICC (2012-2027) through the systematic monitoring of media and the development of a public agenda on communication in Mexico. **Methodology:** A mixed-methods longitudinal design was used, based on documentary research and the biographical-narrative method of information retrieved about the ROM-CONEICC. **Results:** The ROM-CONEICC has generated a broad methodological framework for media observation, resulting from national and international collaboration. Its impact has been seen in the development of human capital and as a breeding ground for other media observatories. **Conclusion:** The ROM-CONEICC is a benchmark for media observation in Latin America, demonstrating how academia can contribute to improving the professional practice of communication.

Keywords

media observatories; ROM CONEICC; democracy; audiences; research

INTRODUCCIÓN

Los observatorios de medios han adaptado sus agendas de investigación, docencia y vinculación a las transformaciones del ecosistema mediático contemporáneo. En la actualidad, los medios tradicionales compiten con una amplia diversidad de

plataformas y productores de contenido, tanto locales como nacionales, que generan y distribuyen grandes volúmenes de información en un entorno altamente digitalizado (Pérez García, 2023). Sin embargo, parte de estos contenidos responde a lógicas de inmediatez, carece de procesos rigurosos de verificación o proviene de fuentes poco confiables, lo que incrementa los riesgos de desinformación y erosiona la calidad del debate público.

En este escenario, los observatorios de medios desempeñan un papel fundamental al monitorear críticamente el desempeño de los medios, promover su profesionalización y contribuir a la defensa de los derechos de las audiencias (Larrosa-Fuentes y Paláu Cardona, 2014). Asimismo, han ampliado su campo de estudio hacia fenómenos emergentes como la desinformación, la plataformización de la comunicación, la gobernanza algorítmica y el uso de la inteligencia artificial en los medios tradicionales y digitales, tanto en coyunturas democráticas como en contextos que emergen del debate público.

En el ámbito internacional existen numerosos observatorios de medios con enfoques y propósitos diversos. En México, este campo se caracteriza por una amplia pluralidad de iniciativas impulsadas por universidades, grupos de investigación, organizaciones de la sociedad civil y observatorios ciudadanos, que contribuyen a la defensa de los derechos de las audiencias, a la visibilización de grupos históricamente marginados y al análisis crítico del poder mediático. En este contexto, destaca una iniciativa de alcance nacional que ha logrado articular el trabajo de decenas de observatorios: la Red de Observatorios Mediáticos del CONEICC (ROM-CONEICC). Próxima a cumplir quince años de trayectoria, la Red ha consolidado un espacio de colaboración académica orientado a la producción de conocimiento, la formación de investigadores, la alfabetización mediática y el fortalecimiento del análisis crítico de los medios entre estudiantes, periodistas, docentes y sociedad en general.

Por ello, en este artículo nos proponemos analizar la trayectoria de la ROM-CONEICC durante el periodo 2012-2027, describiendo su evolución organizativa, las metodologías implementadas y sus principales aportes al campo de la comunicación, particularmente en la formación de jóvenes investigadores, el seguimiento sistemático de los medios y la construcción de una agenda pública sobre comunicación en México. Este trabajo constituye una primera etapa del proyecto de reconstrucción histórica de la red, por ello los hallazgos presentados se sustentan en el análisis de los documentos institucionales y archivos históricos a los que ha sido posible acceder.

MARCO HISTÓRICO CONCEPTUAL

La incursión de los observatorios de medios está profundamente vinculada a la primera mitad del siglo XX y al auge de los medios masivos de comunicación, así como a su trascendencia en las esferas política, económica y cultural. Después de la Primera y la Segunda Guerra Mundial, con la propaganda electoral emitida masivamente, aumentó su importancia en la producción de conocimiento y vigilancia mediática. En este contexto fueron surgiendo paulatinamente distintos observatorios de medios, de acuerdo con los diferentes contextos geopolíticos e históricos, con enfoques teóricos variados. Su única similitud era que analizaban el papel de los medios en la sociedad.

Castellanos Díaz (2010) identifica cuatro contextos históricos para explicar el origen de los observatorios de medios. El primero se ubica en los Estados Unidos de América durante la década de 1940, cuando los estudios de Lasswell buscaron medir la influencia de los medios en la opinión pública y su capacidad de persuasión política. El segundo surge en el contexto de la Guerra Fría, cuando la creciente mercantilización de los medios impulsó mecanismos de supervisión orientados a evaluar su responsabilidad informativa y su contribución al bien común. El tercer momento corresponde al impulso institucional derivado del Informe MacBride de 1976 en la UNESCO, que denunció

la concentración del poder mediático en las grandes potencias y promovió la creación de observatorios para documentar y visibilizar las desigualdades comunicativas a escala global. Finalmente, Castellanos Díaz ubica el origen de los observatorios universitarios en los centros de investigación, donde el estudio de los medios evolucionó desde perspectivas funcionalistas hasta enfoques estructuralistas y tecnológicos.

Por último, se ubican aquellos observatorios que tuvieron origen en las universidades, de acuerdo con el tipo de estudio que desarrollaban o con los centros de investigación que crearon y que, en muchos casos, aún operan. Estos observatorios aparecieron según:

...los estudios y teorías sobre la vida y desarrollo de los medios de comunicación han variado según el tiempo, desde los acercamientos de corte psicológico de la escuela funcionalista, pasando por la escuela estructuralista europea, hasta la instrumentación de la escuela de Toronto que estudió el tema desde una perspectiva tecnológica. Sin embargo, estos trabajos de análisis y reflexividad siempre han estado anclados a centros de investigación social, en particular de países como Estados Unidos, Inglaterra, Canadá o Alemania, y pocas veces trascendieron socialmente los pasillos de las universidades (Mattelart y Mattelart, 1997; citado en: Larrosa-Fuentes, 2012, p. 174)

En un contexto latinoamericano, los estudios científicos de la comunicación impulsaron esfuerzos para la creación de observatorios de medios. De acuerdo con Herrera (2006):

Desde su aparición en Latinoamérica, a mediados de los 90, los observatorios han ido ganando —lenta pero progresivamente— una mayor presencia en el panorama mediático del continente. Hoy, se trata de realidades ciertamente versátiles que, no obstante, todavía ensayan “su propia figura” y cuyos trazos no están aún totalmente perfilados. (Herrera Damas, 2006, p. 3)

Esto significa que el surgimiento de los observatorios de medios nace como una respuesta crítica al poder y a los discursos de los medios de comunicación. Algunos autores, como Martín-Barbero (2002), argumentan que su nacimiento se vincula con el desarrollo de la democracia en algunos países de América Latina, especialmente después de las dictaduras militares de los años 70 y 80 en Sudamérica. Estos observatorios emergen como una posibilidad de expansión de la democracia y de fortalecimiento de las sociedades civiles, al analizar críticamente el papel de los medios en la política (Herrera Damas, 2006).

Uno de los observatorios pioneros fue el de la Universidad Central de Venezuela, fundado en 1995, después le siguieron iniciativas en países como Argentina, Brasil, Colombia y México, varias de ellas impulsadas por universidades, organizaciones no gubernamentales o instituciones públicas. Estos espacios se convirtieron en referentes para el análisis del discurso mediático, el monitoreo de la cobertura electoral, la representación de género y derechos humanos, así como para la alfabetización mediática (García Canclini, 2006; Mateus, 2016; Romero-Rodríguez et al., 2020).

OBSERVATORIOS DE MEDIOS

Los observatorios de medios (OM) son espacios de vigilancia crítica y mediación entre la academia y la sociedad civil, orientados a evaluar el desempeño del sistema mediático, promover la pluralidad informativa, la ética periodística y el derecho a la información (Rosique Cedillo y Barranquero Carretero, 2016). Funcionan como laboratorios de análisis que monitorean tanto medios tradicionales como digitales mediante el análisis de contenido, incorporando recientemente herramientas de clasificación automatizada y de fact-checking, lo que fortalece la transparencia y la credibilidad informativa (Grkeš Tošović *et al.*, 2025).

Su origen responde a diversas tradiciones vinculadas al ombudsman, a la defensa de los derechos humanos, a los movimientos sociales y a la investigación crítica de los medios

desarrollada en las universidades (Paláu Cardona y Larrosa, 2014). Por ello, no existe una definición única: los observatorios pueden adoptar la forma de instituciones académicas, organizaciones ciudadanas, proyectos de investigación o instancias de supervisión mediática, aunque comparten el propósito de observar, analizar y cuestionar críticamente el desempeño de los medios (Castellanos Díaz, 2010, citado en Pérez Bonfante y Uribe Metrio, 2020; Larrosa-Fuentes, 2012). Asimismo, pueden especializarse en problemáticas específicas, como la violencia, la discriminación o los derechos humanos, atendiendo a las necesidades de sus contextos locales (Paláu Cardona y Larrosa, 2014). Como señala Rey (2003), su valor reside en la complementariedad de las perspectivas y en el reconocimiento de los límites de toda observación.

Las funciones de los OM varían según el contexto geográfico. En Europa predominan los estudios sobre políticas públicas de comunicación; en Estados Unidos de América, la evaluación de la práctica periodística y la calidad informativa; mientras que en América Latina se orientan principalmente a la denuncia de problemáticas sociales, la defensa de derechos y la democratización de la comunicación (Larrosa-Fuentes, 2012). En México, el desarrollo de los OM ha respondido a la alta concentración mediática y a la necesidad de fortalecer la responsabilidad social de los medios en un contexto democrático (Sánchez y Díaz, 2014, citado en Pérez Bonfante y Uribe Metrio, 2020).

Pese a su diversidad, los observatorios comparten cuatro rasgos fundamentales: mantienen una postura crítica frente al sistema mediático, difunden públicamente sus hallazgos, promueven la pluralidad teórico-metodológica y buscan contribuir a la transformación democrática de la comunicación (Larrosa-Fuentes, 2012). Además, cumplen un importante rol social al monitorear los medios, incidir en la agenda pública, formar audiencias críticas, promover el derecho a la información y fomentar la participación ciudadana (Rey, 2003).

No obstante, diversos autores advierten que muchos observatorios enfrentan problemas de sostenibilidad, escasa articulación en redes, limitada incidencia en las políticas públicas y una reducida vinculación con la ciudadanía, lo que restringe el impacto social de sus investigaciones (Rosique y Barranquero, 2016, citados en Pérez Bonfante y Uribe Metrio, 2020). Aun así, la expansión de Internet y las plataformas digitales ha ampliado su campo de acción hacia fenómenos como la desinformación, los discursos de odio, la inteligencia artificial y las nuevas dinámicas de participación en línea, fortaleciendo la colaboración entre instituciones y la difusión abierta del conocimiento (Romero-Rodríguez et al., 2020).

En el contexto mexicano, y como sujeto de análisis de este artículo, se destaca a la Red de Observatorio de Medios del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (ROM CONEICC), que tiene más de una década de vigencia y ha sido fruto del esfuerzo de sus integrantes. Esta red está inscrita en el Consejo Nacional de manera formal. A continuación, explicamos sus orígenes y sus regulaciones.

METODOLOGÍA

La presente investigación se encuentra en una etapa inicial. Consta de un enfoque mixto con un diseño longitudinal orientado a analizar la trayectoria de la Red de Observación de Medios (ROM CONEICC) durante el periodo 2012–2027. Mixto porque se adoptó una perspectiva cualitativa histórico-interpretativa, que permite reconstruir procesos institucionales y comprender su evolución en el campo de la comunicación.

La estrategia metodológica se basa en la investigación documental y en el método biográfico-narrativo. Se recabaron testimonios de actores clave —fundadores, coordinadores, líderes de proyectos y miembros activos— mediante entrevistas de carácter narrativo, con el fin de recuperar experiencias, decisiones y significados asociados al desarrollo de la red. La estrate-

gia metodológica es también cuantitativa porque se analizan corpus documentales integrados por actas, planes de trabajo, informes, publicaciones derivadas de los monitoreos, convenios de colaboración, registros digitales, integrantes y bases de datos generadas por la red.

El análisis se realizó mediante técnicas cualitativas de análisis de contenido y de análisis temático, lo que permitió identificar categorías emergentes relacionadas con la evolución organizativa, las metodologías de observación, las temáticas abordadas y su incidencia en la agenda pública. Este enfoque posibilita no sólo describir la trayectoria de la red, sino también interpretar críticamente sus alcances, limitaciones y contribuciones en el contexto nacional. En este documento se exponen las reflexiones iniciales del proyecto de investigación a 15 años de la creación de esta organización.

RESULTADOS

Historia breve de la ROM CONEICC

La articulación de la ROM CONEICC se gestó desde 2011 por las inquietudes de distintos miembros del CONEICC liderados por el Dr. Ángel Manuel Ortíz Marín (Universidad Autónoma de Baja California), quien manifestó la idea de monitorear los medios de comunicación tradicionales durante las coyunturas electorales, así como otras inquietudes nacionales, locales y globales. Cabe mencionar que fue hasta enero de 2012 cuando los presidentes de CONEICC, la Dra. María Concepción Lara Mirales (gestión 2009-2012) y el Dr. Jorge Hidalgo Toledo (gestión 2012-2015), generaron y firmaron formalmente el acta constitutiva, además de testigos de honor como el coordinador de la Lic. en Comunicación Social y el director de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, ambos de la UAM Xochimilco. De la ROM CONEICC se desprenden dos documentos fundamentales que describiremos a continuación: 1) el acta constitutiva y 2) el reglamento de aceptación y permanencia.

La constitución de la ROM CONEICC

La Carta de constitución de la Red de Observatorios Mediáticos de las Instituciones afiliadas al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (ROM-CONEICC) constituye el documento fundacional de esta red académica nacional. Los trabajos para su creación se iniciaron en octubre de 2011 con el propósito de articular un espacio de colaboración entre observatorios universitarios que permitiera analizar el proceso electoral federal de 2012 y, a partir de esa experiencia, consolidar proyectos conjuntos de investigación, formación y divulgación sobre comunicación mediática. En el documento se manifiesta que la iniciativa, impulsada por el CONEICC, buscó fortalecer la investigación, el monitoreo y el análisis crítico de los medios de comunicación mediante el trabajo colaborativo entre universidades públicas y privadas.

El documento fue suscrito por representantes de trece observatorios de medios pertenecientes a instituciones afiliadas al CONEICC, entre ellas la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (campus Monterrey y Estado de México), la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), la Universidad Autónoma de Coahuila (campus Saltillo y Torreón), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), la Universidad Justo Sierra, la Universidad Veracruzana, la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), la Universidad Iberoamericana, campus Ciudad de México, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y la Universidad Panamericana. Entre los académicos firmantes destacan Ángel Manuel Ortiz Marín, José Carlos Lozano Rendón, Francisco Javier Martínez Garza, Magdalena Sofía Paláu Cardona, Juan Sebastián Larrosa Fuentes, Claudia Benassini Félix, Blanca Chong López, Regina Santiago Núñez y María Concepción Lara Mireles, entre otros.

La carta formaliza el compromiso de estas instituciones de constituir una red de observatorios universitarios orientada a

articular esfuerzos institucionales, desarrollar investigación colaborativa, compartir metodologías, indicadores y resultados, formar recursos humanos especializados y consolidar una agenda nacional de observación mediática. Asimismo, establece como principios rectores la cooperación académica, el respeto a la propiedad intelectual, la pluralidad y la autonomía institucional, y contempla mecanismos de coordinación, la incorporación de nuevos miembros y responsabilidades compartidas para garantizar el funcionamiento de la Red.

Con la incorporación del directorio de las instituciones fundadoras y las firmas de sus representantes, el documento formaliza el compromiso colectivo de consolidar un espacio permanente de colaboración académica. Desde entonces, la ROM-CONEICC se ha constituido como una plataforma nacional para fortalecer la producción de conocimiento sobre los medios de comunicación, promover la formación de investigadores e incidir, desde la academia, en el análisis crítico de los procesos comunicativos y en el fortalecimiento del derecho a la información y la vida democrática en México. Cabe mencionar que actualmente la ROM CONEICC cuenta con 22 observatorios de medios y 91 integrantes entre investigadores y estudiantes.

La coordinación de la red ha tenido seis períodos desde el inicio de los monitoreos. El primero estuvo a cargo del Dr. Manuel Ortiz Marín, en su gestión se desarrolló el primer estudio sobre Campañas presidenciales. Durante el segundo momento, fue el Dr. José Antonio Meyer Rodríguez, en esta administración se integraron nuevos investigadores y observatorios. La tercera coordinación le correspondió a la Dra. Magdalena Sofía Palau Cardona, incorporando otros temas de interés distintos a las contiendas electorales, como fue el análisis de cambio climático y los estudios de género.

El cuarto ciclo, estuvo bajo la responsabilidad del Dr. Martín Echeverría Vértora, quien coordinó los análisis de las campañas incorporando nuevos equipos y temáticas propuestas por los

observatorios como fueron los estudios asociados a redes sociales y programas de entretenimiento. En el siguiente periodo se abrió la posibilidad de co-coordinación de la ROM-CONEICC, integrando a dos miembros de la red en estas funciones, la Dra. Paola Eunice Rivera Salas y el Dr. Rubén Flores González. En esta dirección se adecuaron los reglamentos, se incorporaron nuevas orientaciones a los temas estudiados e ingresaron nuevos miembros. En el ciclo actual, la coordinación recae en tres personas, la Dra. Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, la Dra. Paola Eunice Rivera Salas y la Dra. Ruth Ildebranda López Landeros.

La normatividad de la ROM

Con la instauración formal de la ROM-CONEICC se estableció un reglamento interno con el propósito de normar la incorporación, permanencia y funcionamiento de los observatorios integrantes, así como fortalecer el trabajo colaborativo entre las instituciones participantes. Este documento permitió consolidar una estructura organizativa común, definir los derechos y obligaciones de los miembros y establecer criterios para garantizar la continuidad y el crecimiento de la Red. Durante la gestión 2022-2025, el reglamento fue actualizado para responder a la expansión de la ROM-CONEICC, fortalecer los mecanismos de coordinación entre los observatorios y adecuar su funcionamiento a las nuevas dinámicas de investigación, colaboración académica y comunicación digital.

Entre las disposiciones más relevantes del reglamento, destaca el establecimiento de criterios de admisión y permanencia para las instituciones integrantes, que privilegian la calidad académica, la participación activa en las actividades de la Red y el compromiso con los objetivos del CONEICC. Para ingresar, las instituciones inscritas en el Consejo deben acreditar programas académicos o actividades de investigación en comunicación, presentar cartas de respaldo y someterse a un proceso de evaluación académica por pares especializados. Hay dos posibilidades para ingresar a la ROM-CONEICC, el primero es

con un observatorio universitario o un centro de investigación establecido, avalado por la autoridad académica de cada programa. La segunda forma es presentando un documento donde se exponga el interés por implementar un observatorio y solicitar el acompañamiento de la red.

Otro aspecto fundamental es la creación de un sistema de evaluación y acompañamiento, mediante el cual el Comité de Asuntos Académicos coordina comisiones de pares que emiten dictámenes, realizan visitas institucionales y formulan recomendaciones para fortalecer la calidad académica de los miembros, todo ello fundamentado en el Estatuto vigente del CONEICC. El reglamento subraya que estos procesos tienen un carácter formativo y de mejora continua, más que sancionador, y deben desarrollarse bajo los principios de imparcialidad, confidencialidad y ausencia de conflictos de interés.

Asimismo, el reglamento establece mecanismos claros para la permanencia y la baja de los asociados. Entre las causas de pérdida de membresía se encuentran la inasistencia reiterada a las asambleas, el incumplimiento de las cuotas, el incumplimiento de los requisitos académicos o la renuncia voluntaria. También contempla procedimientos para el reingreso de instituciones y académicos, garantizando la transparencia y la continuidad institucional.

En conjunto, este reglamento representa un instrumento clave para la consolidación de la ROM-CONEICC, ya que fortalece la gobernanza interna de la Red, promueve la colaboración entre observatorios universitarios y asegura estándares comunes de participación, calidad académica y responsabilidad institucional, principios que fueron reafirmados y actualizados durante la gestión 2022-2025.

Proyectos generados de la ROM CONEICC

Uno de los aportes medulares de la ROM ha sido su capacidad para impulsar proyectos de alto impacto en la cobertura mediática. El proyecto que más ha implicado un trabajo colaborativo y que, al mismo tiempo, se ha consolidado como una práctica eje de esta red es la observación de la calidad del desempeño de los medios en la cobertura de las elecciones presidenciales. Cabe señalar que este ejercicio evidenció la necesidad de establecer un abordaje común para todos los medios de comunicación. Así, hacia el proceso electoral presidencial de 2012, el escenario mediático incluía los spots televisivos y radiales de cada persona candidata, así como las notas de prensa. Los medios masivos estaban realmente posicionados en el país y, prácticamente, la televisión comercial era un espacio relevante para el posicionamiento de los partidos.

Este ejercicio se realizó en paralelo a otra iniciativa del CONEICC, que convocó a directores y líderes de centros de investigación de nuestro país para monitorear medios de comunicación en 8 ciudades de cinco estados (Martínez Garza, 2013). La observación de la cobertura realizada, que constituye prácticamente el primer trabajo de la ROM-CONEICC, fue coordinada por el Dr. Ángel Manuel Ortiz Marín, profesor adscrito a la Universidad Autónoma de Baja California. Además, entre los principales colaboradores figuran personas investigadoras de gran trayectoria como María Magdalena Sofía Paláu Cardona, José Antonio Meyer Rodríguez, Alejandra Acuña González, Antonio Calderón Adel, Karina Tobías Puente, Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor, Susana Gómez Loperena, Ana Elena Aguirre Yuen, Francisco Javier Martínez Garza, Blanca Chong López, Concepción Lara, Jorge Mirabal, Mónica Gutierrez Camacho, Ruth Ildebranda López Landeros e Isabel Muñoz Triana.

En el transcurso de los siguientes dos años se presentaron los resultados obtenidos por los observatorios al analizar el comportamiento mediático de los mensajes de los cuatro candidatos a

la presidencia de la república de aquel momento. El análisis se realizó en medios locales y nacionales, tanto en soportes análogos y digitales ya que las redes sociales y el microblogging comenzaban a posicionarse como soportes comunicativos para la consulta de noticias, así como para la difusión de información y el debate público. Este acercamiento se dio con la colaboración de siete universidades públicas y cinco privadas que, en aquel momento, conformaban la ROM (Ortiz Marín, 2014). Dicha diversidad propició que el análisis no se centrara solo en los medios nacionales, sino en un mapeo de notas informativas, artículos y las primeras planas de la prensa local, lo que proporcionó otra óptica de las elecciones presidenciales y de la labor periodística sobre los candidatos en los municipios y estados (Alanís Ramírez y Serrano García, 2014; Andrade del Cid y Martínez Armengol, 2014; Ortiz Marín y Santillán Briceño, 2014; Paláu Cardona et al., 2014).

Este proyecto se enfrentó a la observación, mediante técnicas como el análisis de contenido a través de la creación de libros de códigos diseñados específicamente para el contexto mexicano. No obstante, para 2014, un año antes de las elecciones intermedias, la reforma electoral propuso la creación del Instituto Nacional Electoral (INE), así como que ningún género pueda ocupar más del 60% de los escaños legislativos. También estableció que la compra de cobertura informativa en radio y televisión es causal de nulidad. Entonces, los medios estarían sujetos a un mayor escrutinio conforme a la nueva reglamentación (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, s. f.).

Es así como el ejercicio de 2015 requiere un compromiso más amplio por parte de los observatorios ante el proceso de las elecciones intermedias. Los trabajos de observación se centraron en verificar si los medios informativos habían adoptado una postura plural, imparcial y objetiva. Asimismo, se analizaron otros espacios que los candidatos utilizaron para posicionarse ante el electorado, como los programas de entretenimiento. Además, los observatorios desarrollaron análisis comparativos

respecto de la elección anterior (Echeverría Victoria y Ahuactzin Martínez, 2016). Sin duda, esta etapa permitió validar los instrumentos de investigación previamente diseñados y abarcar los ámbitos legislativo y estatal.

En lo sucesivo, la ROM-CONEICC haría observaciones electorales presidenciales e intermedias en 2018, 2021 y 2024. A lo largo del tiempo la red se adaptó a los nuevos entornos mediáticos, de tal manera que el foco de atención no solo estuvo en los medios masivos tradicionales (Echeverría Victoria et al., 2019), sino también en soportes digitales como las redes sociales (Andrade del Cid et al., 2020), los podcasts, las infografías, los videocasts y los sitios web de las candidaturas y de los partidos. Así, cada observatorio y célula de trabajo tuvo a bien desarrollar instrumentos y metodologías específicas para la medición de estos objetos de estudio, marcando una pauta en la observación de medios en el país. Asimismo, se abordaron no solo la Comunicación Política, sino también la conversación y las emociones presentes en las interacciones del electorado (Gómez Aguilera y López Aguirre, 2019).

La observación más reciente, en 2024, a nivel presidencial, mostró elementos muy relevantes para el seguimiento por parte de los medios. Por una parte, con la incorporación de la perspectiva de género y la comunicación responsable, se identificó una inequidad en la cobertura de las candidatas y del candidato. Además, se identificaron algunas áreas de oportunidad de la prensa en este momento ante las demandas de trato igualitario de las personas públicas. Esto demuestra la alta capacidad de la ROM ante los cambios sociales a los que el país se ha enfrentado en los últimos años, a pesar de ser una organización relativamente joven.

Hay que agregar que la ROM ha colaborado y coordinado otros ejercicios de observación en Comunicación Política, como el seguimiento del caso “culiacanazo” en 2019 (Hernández-Flores et al., 2020), que integró observatorios de la red de universi-

dades como Loyola del Pacífico (Guerrero), ITESO, Veracruzana y Autónoma de Coahuila. De manera conjunta, analizaron los medios de comunicación y a los protagonistas del suceso ante una posible crisis gubernamental.

Otros ámbitos de interés para las personas integrantes de la ROM incluyen la cobertura mediática de los temas ambientales, en particular los relativos al cambio climático, uno de los grandes problemas que enfrentamos a nivel mundial (Andrade del Cid et al., 2017; Andrade del Cid & Pablo Contreras, 2019). Estos trabajos fueron coordinados por la Dra. Patricia Andrade del Cid, de la Universidad Veracruzana, y se conjuntaron los esfuerzos de académicos de las Universidades Loyola del Pacífico y de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Las sinergias de la ROM CONEICC

Como parte de la colaboración internacional, varios integrantes de la ROM se han incorporado a los trabajos del Global Media Monitoring Project (GMMP). Este es un proyecto que se ha llevado a cabo cada 5 años desde 1995 hasta 2025, cuyo propósito es identificar indicadores clave de género en los medios de comunicación, como la presencia de las mujeres en el campo, los sesgos de género, los estereotipos en las piezas comunicativas, la representación de las mujeres en los contenidos, entre otros elementos (World Association for Christian Communication, s.f.). Al momento, participan 114 países alrededor del mundo, y en México ha sido coordinado por una de las integrantes de la ROM, la Dra. Sofía Palau del ITESO, a lo largo de quien integra a otros miembros de la red de universidades como UV, UABC, BUAP, Universidad Loyola y la Universidad Panamericana.

Los testimonios recuperados para la construcción de esta investigación coinciden en las grandes vertientes que han cimentado la ROM. En primera instancia, la red es un semillero de observatorios con incidencia local, nacional e internacional. Cabe destacar que, desde su fundación, se han incorporado 9

observatorios de instituciones públicas y privadas. Esto es producto de la difusión del trabajo que se realiza, pero también de la habilitación de profesores investigadores que se incorporan a título personal para conocer las funciones de un observatorio y sus alcances. Otra gran veta de la ROM es la formación de capital humano. En cifras estimadas, la red ha incluido a más de 500 estudiantes de nivel superior —de licenciatura, maestría y doctorado— como colaboradores observadores y becarios de observación (Gómez Aguilera, comunicación personal, 12 de mayo de 2026). Lo que ha llevado a que, gradualmente, se conviertan en miembros de los observatorios. Parte de la formación han sido los cursos de capacitación impartidos por los miembros expertos en metodologías o softwares que facilitan un mejor desempeño de las codificaciones.

Reflexiones iniciales

El análisis de la trayectoria de la Red de Observación de Medios (ROM-CONEICC) evidencia que, en un ecosistema mediático cada vez más fragmentado y complejo, los observatorios de medios se consolidan como actores estratégicos para la vigilancia crítica y la profesionalización periodística. Los resultados muestran que la ROM-CONEICC transitó, en poco más de una década, de una iniciativa impulsada por un grupo de académicos interesados en el monitoreo de la cobertura electoral a una red nacional formalmente institucionalizada, con un acta constitutiva, un reglamento interno, mecanismos de incorporación, evaluación y permanencia, así como una estructura organizativa que ha permitido su crecimiento sostenido. Este proceso confirma lo señalado por Castellanos Díaz (2010), quien identifica a los observatorios universitarios como una etapa de consolidación de la investigación crítica sobre los medios, al trascender el análisis individual para convertirse en espacios organizados de producción de conocimiento y vigilancia social.

En este sentido, la ROM-CONEICC no solo observa el comportamiento de los medios de comunicación, sino que institucio-

naliza la observación mediática como una práctica académica permanente y sólida en espacios universitarios. Además, destacamos que la existencia de reglas compartidas vigentes, procedimientos de evaluación, y mecanismos de coordinación, evidencia que la observación de medios dejó de depender exclusivamente de iniciativas aisladas para convertirse en una política académica de colaboración entre instituciones de educación superior.

En cuanto a la producción de conocimiento, uno de los principales hallazgos de esta investigación es la capacidad de la ROM-CONEICC para articular universidades públicas y privadas en torno a proyectos comunes de investigación. La elaboración compartida de libros de códigos, el diseño conjunto de metodologías de observación y la coordinación de ejercicios nacionales durante distintos procesos electorales muestran que la producción de conocimiento ha sido resultado del trabajo colectivo más que de esfuerzos individuales.

Estos resultados dialogan con la propuesta de Rey (2003), quien sostiene que el valor de los observatorios radica precisamente en la complementariedad de perspectivas y en la posibilidad de construir análisis colectivos sobre fenómenos mediáticos complejos. En el caso de la ROM-CONEICC, esta diversidad institucional permitió trascender el análisis de los medios nacionales e incorporar la cobertura realizada por periódicos y medios regionales, enriqueciendo la comprensión de las dinámicas informativas del país. Asimismo, la construcción de metodologías comunes fortaleció la comparabilidad de los estudios desarrollados por los distintos observatorios, lo que consolidó una agenda nacional de investigación sobre comunicación política y medios, al ser instrumentos colegiados y discutidos por investigadores del país.

Con relación a la observación mediática, los proyectos desarrollados por la ROM-CONEICC muestran que esta práctica sistemática de las coberturas electorales ha contribuido a eva-

luar prácticas del periodismo y su incidencia en la democracia, como la pluralidad, la imparcialidad y el equilibrio informativo. Además visibilizó la necesidad de una mayor atención de los medios a variables asociadas al cambio climático y la incorporación de la perspectiva de género, no solo en proyectos internacionales que muestran el tratamiento de información sobre las mujeres, sino también en proyectos locales que diagnostican el uso de un lenguaje inclusivo. Lo que genera conocimiento actualizado para mejorar la calidad del debate público.

Estos hallazgos coinciden con las reflexiones de Martín-Barbero (2002) y Herrera (2006), quienes vinculan el surgimiento de los observatorios latinoamericanos con los procesos de democratización y con la necesidad de fortalecer la participación de la sociedad civil frente al poder de los medios de comunicación. En este sentido, la ROM-CONEICC puede entenderse como un mecanismo de vigilancia democrática que genera evidencia académica para evaluar la calidad de la información pública. Los resultados obtenidos durante la observación de las elecciones de 2024, en donde se identificaron diferencias en la cobertura mediática de las candidaturas presidenciales desde una perspectiva de género, ilustran cómo la Red ha incorporado nuevas demandas sociales e innovaciones a sus agendas de investigación; ampliando el alcance de vigilancia mediática más allá de las teorías tradicionales de cobertura, así como logrando la vinculación con entes internacionales como el proyecto GMMP en dos ocasiones.

Distinguimos otro aspecto relevante que emerge de los resultados es la capacidad de adaptación metodológica de la ROM-CONEICC frente a las transformaciones del ecosistema mediático. Mientras que los primeros ejercicios de observación se concentraron en la televisión, la radio y la prensa escrita, los proyectos posteriores incorporaron el análisis de redes sociales, emociones y polarización, sitios web, podcasts, infografías y otras formas de comunicación digital. Por consiguiente, esta

evolución confirma lo planteado por Romero-Rodríguez et al. (2020), quienes sostienen que los observatorios contemporáneos han ampliado su campo de acción hacia las plataformas digitales, la circulación de contenidos y las nuevas formas de interacción ciudadana. De modo que, más que sustituir los objetos tradicionales de estudio, la ROM-CONEICC diversificó sus metodologías para responder a un entorno comunicativo cada vez más híbrido y complejo. La incorporación del análisis de emociones, conversación digital y nuevas narrativas políticas demuestra que la Red ha mantenido una capacidad constante de innovación metodológica.

Quizá uno de los hallazgos más significativos de esta primera etapa de investigación, es el papel desempeñado por la ROM-CONEICC como espacio de formación de investigadores. Los testimonios recuperados muestran que la Red ha funcionado como un semillero de observatorios universitarios y como un espacio de formación para cientos de estudiantes de licenciatura y posgrado que posteriormente se incorporaron como investigadores o coordinadores de nuevos proyectos.

Este resultado amplía las funciones tradicionalmente atribuidas a los observatorios de medios por Larrosa-Fuentes (2012) y Paláu Cardona y Larrosa (2014). Más allá del monitoreo de contenidos, la ROM-CONEICC ha contribuido a la formación de capacidades metodológicas, al aprendizaje de técnicas de análisis de contenido y al fortalecimiento de comunidades académicas especializadas en estudios de medios. En consecuencia, la Red no sólo produce conocimiento sobre comunicación, sino que también participa en la reproducción y renovación del campo académico mediante la formación de nuevas generaciones de investigadores, aspecto que explica, en parte, su crecimiento institucional y la incorporación constante de nuevos observatorios.

Finalmente, los resultados sugieren que la ROM-CONEICC ha evolucionado desde una iniciativa de monitoreo electoral ha-

cia una red académica nacional institucionalizada, capaz de articular investigación colaborativa, la formación de capital humano, la innovación metodológica y la incidencia pública. Esta trayectoria confirma varios de los rasgos atribuidos a los observatorios de medios latinoamericanos por Martín-Barbero (2002), Herrera (2006) y Rey (2003), particularmente su vínculo con la democratización de la comunicación y la vigilancia crítica del poder mediático. Sin embargo, el caso de la ROM-CONEICC también aporta elementos que complejizan la literatura existente: frente a las dificultades de sostenibilidad señaladas por Rosique y Barranquero (2016), la red muestra mecanismos de gobernanza, evaluación y cooperación interinstitucional que han favorecido su permanencia y expansión. Su adaptación progresiva hacia la observación de plataformas digitales y nuevas formas de comunicación política coincide con la transformación del ecosistema mediático descrita por Romero-Rodríguez et al. (2020).

A partir de este análisis resaltamos que el estudio de un pasado reciente permite acceder a grandes datos, tanto desde el aspecto del archivo como desde el del testimonio. Asimismo, señalamos que, pese al corto período de la ROM CONEICC en comparación con el Consejo que la abriga, la red ha destacado en la enseñanza de estudiantes, y la formación de jóvenes investigadores que después se han convertido en investigadores consolidados con incidencia local y nacional. Aunado a ello, la producción científica y la contribución académica han sido fructíferas. Rastrear los aportes de la red se ha convertido en un desafío para encontrar, identificar, archivar y procesar en categorías en común. No obstante, la flexibilidad metodológica de un estudio mixto ha permitido integrar la naturaleza de los datos materiales y los proporcionados por sus protagonistas.

REFERENCIAS

- Alanís Ramírez, J. M., y Serrano García, C. I. (2014). Análisis de prensa de la contienda electoral federal 2012 en Coahuila. En M. Ortiz Marín (Coord.), *De los medios a las elecciones. El proceso electoral mexicano a través de la Red de Observatorios Mediáticos* (pp. 105–127). CONEICC.
- Andrade del Cid, P., Flores González, R., y Mendoza Muñiz, F. de M. (2017). Fenómenos naturales y desastres humanos en la prensa impresa de México: De la información a la representación social. *Global Media Journal México*, 14(27), 124–148. <https://doi.org/10.29105/gmjmx14.27-7>
- Andrade del Cid, P., Flores González, R., y Pablo Contreras, J. (2020). Prácticas discursivas en Twitter durante la campaña electoral 2018 en México. En C. E. Ahuactzin Martínez y R. A. González Macías (Coords.), *Elecciones México 2018: Entre la comunicación y la polarización* (pp. 40–65). Montiel & Soriano Editores.
- Andrade del Cid, P., y Martínez Armengol, A. (2014). Elecciones y mediaciones: La prensa de Veracruz en la campaña presidencial 2012. En M. Ortiz Marín (Coord.), *De los medios a las elecciones. El proceso electoral mexicano a través de la Red de Observatorios Mediáticos* (pp. 81–103). CONEICC.
- Andrade del Cid, P., y Pablo Contreras, M. (2019). Los temas ambientales en prensa impresa y Twitter: De la información institucional a la interacción comunicativa. *UVserva*, 8, 29–42. <https://doi.org/10.25009/uvs.vi8.2625>
- Castellanos Díaz, J. (2010). Los observatorios de medios: Bastiones de la investigación mediática. *Razón y Palabra*, (73).
- Echeverría Victoria, M., y Ahuactzin Martínez, C. E. (Eds.). (2016). *Comunicación política y elecciones en México 2015*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

- Echeverría Victoria, M., Mani, E., y González-Macías, R. A. (2019). Cobertura negativa de la prensa mexicana durante las elecciones de 2018: Análisis de contenido. En C. E. Ahuactzin Martínez y R. A. González Macías (Coords.), *Elecciones México 2018: Entre la comunicación y la polarización* (pp. 155–175). Montiel & Soriano Editores.
- García Canclini, N. (2006). *La globalización imaginada*. Paidós.
- Gómez Aguilera, B. N., y López Aguirre, J. L. (Coords.). (2019). *Agenda sociodigital de la campaña presidencial de 2018: Temas, emociones y notas falsas que motivaron la interacción político-ciudadana*. Universidad Autónoma de Coahuila.
- Grkeš Tošović, I., Grabovac, A., y Hladilo, I. (2025). Croatian fact-checking in the context of the Mediterranean media system: Actors, standards, and practices of fact-checkers under the Točno tako platform. *Suvremeni Mediteran*, 4(1), 36–57. <https://doi.org/10.17818/SM/2025/1.3>
- Hernández-Flores, H. G., Rivera-Salas, P. E., y Navarro-Sequeira, M. G. (2020). Crisis gubernamental en la prensa mexicana: El tratamiento del caso Culiacán en medios nacionales. En A. Vicente y N. Abuín (Eds.), *Comunicación especializada del siglo XXI* (pp. 975–998). McGraw-Hill.
- Herrera Damas, S. (2006). Los observatorios de los medios en Latinoamérica. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, (10), 1–30.
- Larrosa-Fuentes, J. (2012). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: Una agenda pendiente. En R. Acosta-García (Coord.), *El diálogo como objeto de estudio: Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad* (pp. 171–190). ITESO. <https://hdl.handle.net/11117/5820>
- Larrosa-Fuentes, J. S., y Paláu Cardona, M. M. S. (2014). Los observatorios de medios como espacios de investigación, formación, comunicación, participación e incidencia pública. En M. M. S. Paláu Cardona y J. Larrosa-Fuentes, *Manual para la observación de medios* (pp. 15–21). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Martínez Garza, F. J. (2013). La contienda electoral federal 2012 en la prensa mexicana. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (15), 61–79. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n15/2448-4911-rmop-15-61.pdf>
- Mateus, J. C. (2016). Observatorios de medios en América Latina: Historia, retos y perspectivas. *Razón y Palabra*, 20(94).
- Ortiz Marín, A. M., y Santillán Briceño, V. E. (2014). Escenarios de la política mexicana en la prensa de Baja California. En M. Ortiz Marín (Coord.), *De los medios a las elecciones. El proceso electoral mexicano a través de la Red de Observatorios Mediáticos* (pp. 129–147). CONEICC.
- Paláu Cardona, M. M. S., y Larrosa-Fuentes, J. (2014). *Manual para la observación de medios*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Paláu Cardona, M. M. S., Vicencio Huerta, A., y Becerra Zendejas, J. R. (2014). La imagen de los candidatos a la presidencia de México en la prensa de Guadalajara durante el proceso electoral federal de 2012. En M. Ortiz Marín (Coord.), *De los medios a las elecciones. El proceso electoral mexicano a través de la Red de Observatorios Mediáticos* (pp. 59–80). CONEICC.
- Pérez Bonfante, F., y Uribe Metrio, O. (2020). Aproximación a los observatorios de medios de comunicación en Colombia. *Revista Lumen Gentium*, 4(1), 32–46. <https://doi.org/10.52525/lg.v4n1a2>
- Pérez García, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA.
- Rey, G. (2003). *Ver desde la ciudadanía: Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*. <http://www.veeduria.org.pe/articulos/reym.htm>

- ROMCONEICC. (2024). *La red*. Red Nacional de Observatorios de Medios. <https://rom.coneicc.org.mx/la-red/>
- Romero-Rodríguez, L. M., Aguaded, I., y Pérez-Rodríguez, A. (2020). Alfabetización mediática y observatorios de medios en América Latina. *Comunicar*, 28(64).
- Rosique Cedillo, G., y Barranquero Carretero, A. (2016). Radiografía de los observatorios de medios en España: Una herramienta ciudadana para la reforma mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 443–469. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1104>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (s. f.). *Reforma constitucional en materia política-electoral 2014*. <https://www.te.gob.mx/consultareforma2014/node/2898>
- World Association for Christian Communication. (s. f.). *Global Media Monitoring Project (GMMP)*. <https://waccglobal.org/our-work/global-media-monitoring-project-gmmp/>