



La alternativa del *Ombudsman*

Poner a un “hombre bueno” en la redacción, al que los lectores pueden dirigir sus quejas, ha resultado ser la aproximación más “marketinera” al control del trabajo de la prensa. CUADERNOS DE INFORMACIÓN entrevistó a dos *ombudsman*, que representan variedades de una institución que hizo que los gerentes se entusiasmaran con la ética periodística.

EDUARDO ARRIAGADA C.*



Los medios necesitan mayor credibilidad. Esto es más que un asunto de prestigio, dada la crisis de lectores de la prensa escrita. En el número anterior de CUADERNOS DE INFORMACIÓN, ejecutivos de medios chilenos reconocían que entre las causas de la crisis de lectores en nuestro país resaltaba la falta de credibilidad. Los principales diarios se vieron afectados indirectamente por el cierre de sus competidores en 1973. El primer número de la revista interna de la empresa *El Mercurio S.A.P.*, *Impresiones*, destacó esos mismos datos en su artículo “¿Dónde están los frentes de combate?”.

Pero la falta de credibilidad no sólo es un problema local. Jean-François Revel

dice que “la opinión pública fomenta que la prensa obligue a rendir cuentas al mundo de la política o de la economía, pero, al mismo tiempo, le irrita que muchos periodistas estimen que ellos no tienen que rendir cuentas más que a sí mismos”.

Las investigaciones sobre la arrogancia de los periodistas se vienen realizando en los Estados Unidos desde que el “*affaire Cooke*” fue la gota que rebasó el

vaso. “Puede muy bien ser que el público reaccionó acumulativamente con un juicio que la prensa veía venir”, dijo el ex-*ombudsman* del *Washington Post*, Robert McCloskey.

Independientemente del porcentaje de

*Periodista de la P. Universidad Católica de Chile, profesor de Empresa periodística en la Escuela de Periodismo en la misma Universidad.

rechazo de la prensa (Ver "Los Medios y las Personas" en CUADERNOS DE INFORMACIÓN Nº 6), nadie cuestiona el valor de la pregunta de siempre: ¿Quién vigila a los vigilantes? En marzo de 1967 el ya clásico crítico de la forma occidental de hacer periodismo, Ben H. Bagdikian, sugirió la figura del *ombudsman* como vigilante en un artículo en la revista *Esquire*.

Del *ombudsman* al *ombudsman* de la prensa

También llamado Defensor del Pueblo, Defensor de la Persona o Defensor de los Derechos Humanos, el *ombudsman* es una institución política con antecedentes en una ley sueca del siglo XVI cuya misión es defender a la persona de los abusos de la autoridad, cualquiera que ésta sea. Se lo considera como un guardián supremo de la ley y se entiende que ningún campo de la actividad pública escapa a su vigilancia.

La aparición del llamado Estado Social, donde el aparato estatal empezó a afectar más directamente la vida de los ciudadanos, fomentó la proliferación de figuras de *ombudsman* en Europa y en algunos estados norteamericanos.

Tres meses después de Bagdikian, un articulista de *The New York Times* propuso aplicar una figura similar al periodismo. En la misma semana, un editor de dos diarios de Louisville, con ese artículo en su escritorio, convenció a su asistente de dirección de que se convirtiera en el *ombudsman* de ambos diarios. Ya no se trataba de un Defensor del Pueblo, sino de un más modesto Defensor del Lector del diario. La moda se comenzó a extender y *The Washington Post* y *Los Angeles Times* siguieron el ejemplo.

Se difundió la figura que Clair Balfour, Presidente de la Asociación internacional de *ombudsman* y titular de dicho cargo en *The Gazette* de Montreal, definió como "un canal de escucha acce-

sible al que pueden dirigirse los lectores que se sienten ofendidos por una información, sin tener que pasar por la burocracia de una organización masificada".

Ventajas de su implantación

Pero las quejas de los lectores iban desde una falta de ortografía hasta la exactitud del relato de un hecho, pasando por citas falsas, fuentes omitidas injustificadamente, direcciones equivocadas o reclamos por los prejuicios implícitos en la redacción de una información.

No era fácil establecer formalmente que una persona pudiera examinar los artículos y criticar a sus colegas publicando dichas críticas en el mismo diario. Charlie Sieb, *ombudsman* de *The Washington Post* en 1978, se quejó de que "la

«La opinión pública fomenta que la prensa obligue a rendir cuentas al mundo de la política o de la economía, pero, al mismo tiempo, le irrita que muchos periodistas estimen que ellos no tienen que rendir cuentas más que a sí mismos»



gente de los diarios es muy sensible, pero muy sensible, a la crítica interna, especialmente la crítica impresa".

Para Balfour hay tres razones básicas para tener un *ombudsman*:

1. Mejorar la credibilidad de la publicación,
2. Evitar que la redacción se dedique a contestar reclamos, lo que, además de hacer mal, la distrae del trabajo, y
3. Ahorrar dinero en juicios.

El mal desempeño de los periodistas para responder las críticas fue calificada en el libro *Beyond Malice* por Richard Clurman como "la despectiva respuesta de los periodistas cuando son atacados, la más arrogante, pendenciera y cobarde forma de zanjar la discusión, la frase 'Reafirmamos lo publicado'".

El ahorro en juicios se debe a que si una queja se trata en forma rápida y eficiente se puede evitar un pleito. Gil Granberg, ex editorialista del *Des Moines Register*, estudió la incidencia del *ombudsman* en los juicios de un diario. Su trabajo muestra que la mayor parte de las personas se querrela contra los periódicos para recuperar su reputación y atacar a la publicación que lo dañó. Su trabajo señala que muchos demandantes no quieren que el asunto se complique; más bien, han visto la demanda como la única manera de llamar la atención del periódico.

En un estudio de 164 casos en los EE.UU., Granberg vio que el 93% culpaba más al trato que le dio el periódico cuando llamó para reclamar, que a la información misma como razón del enfado que los hizo realizar la segunda llamada: esta vez, a su abogado. En San Diego se realizó otro estudio sobre la percepción de los lectores de la figura del *ombudsman*, el que concluyó que se trata de una de las más efectivas herramientas de relaciones públicas, especialmente si la credibilidad preocupa a los propietarios del medio. Al fin y al cabo, el *ombudsman* es una clara muestra de que existe un compromiso institucional del medio con sus lectores.

En 1979, Suecia también lo aplicó al periodismo. Pero su solución fue distinta y original. En un país con mayor injerencia estatal, los medios de prensa crearon un *ombudsman* para relacionar más directamente a un ya existente Consejo de Prensa con el público de la totalidad de la prensa. (En ese país escandinavo, además del *ombudsman* "político" que ellos inventaron en 1809 y el de la prensa recién mencionado, también existen *ombudsman* para la libre competencia, para los consumidores, para la igualdad entre los sexos y para las minorías étnicas).

Pero no sólo en Suecia existe una relación fuerte entre el *ombudsman* y el Consejo de Prensa. En la mayoría de los países el Consejo de Prensa no acepta un caso de un diario que tiene *ombudsman* si antes el problema no ha pasado por las manos de dicho defensor del lector.

El caso de *El País*

En España se ha seguido la tradición norteamericana. El diario *El País* tiene desde 1975 un *ombudsman* para el diario. Un estatuto especial dice que está encargado "de garantizar los derechos de los lectores, atender sus dudas, quejas y sugerencias sobre el contenido del periódico, así como de vigilar que el tratamiento de las informaciones sea acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo".

El tercer periodista que ocupa el cargo, José Miguel Larralla, se cuida de no exagerar la importancia de su tarea actual. Fue editor de cultura durante 14 meses, hasta que el director de *El País* lo nombró Defensor del Lector. Todos los domingos, dispone de tres cuartos de página —en una posición privilegiada: inmediatamente después de los editoriales— para dar cuenta de las quejas de los lectores y —en algunos casos— informar sobre los errores que se cometieron en la elaboración de un determinado artículo que ha

«Hay tres razones básicas para tener un *ombudsman*: mejorar la credibilidad de la publicación; evitar que la redacción se dedique a contestar reclamos, lo que además de hacer mal, distrae del trabajo, y ahorrar dinero en juicios»

dado lugar a reclamos. En la sección se puede ver a editores y redactores consultados muy "periodísticamente" acerca de cómo realizaron tal o cual reporteo o por qué omitieron un dato, una fuente, etc. Por eso, Larralla prefiere definir su trabajo como el de "explicador":

—Me aseguro de exponer la queja del lector que se contacta conmigo y de que ésta tenga una respuesta razonable. Como en dichos casos existe un pleito entre diario y lector y se puede hacer la analogía, más que *abogado*, yo creo que es más efectivo describir el trabajo como de interlocutor.

Un estatuto acordado entre la empresa y los periodistas regula el trabajo del crítico. Las normas garantizan su autonomía e independencia. Así, Larralla, en vez de reportear la noticia, investiga cómo se trabajó periodísticamente el hecho noticioso hasta convertirlo en noticia. Un ar-

tículo del estatuto define: "Las investigaciones que realice serán confidenciales, así como el texto que elabore, hasta su publicación".

—**Los principales conflictos del *ombudsman* deben producirse con los periodistas...**

—Al ser nombrado, yo era un periodista. Después de dos años en el cargo de *ombudsman*, el estatuto contempla que vuelva a mi trabajo como redactor y editor. Pero es indudable que se producen conflictos con mis antiguos compañeros.

—**¿Porqué habla de "antiguos" compañeros?**

—Porque en estos momentos no soy parte de la redacción.

—**Eso dice el estatuto, ¿pero de hecho ya no se siente miembro?**

—Emocionalmente soy parte de ella, ahí tengo a mis amigos y bajo mucho a la redacción. Pero trabajo en otra parte del edificio y cuando hablo de estos temas con ellos ya no me considero parte. Paso todo el día viendo las críticas y quejas de los lectores. Incluso discuto con los periodistas por errores que yo mismo realicé como redactor. Mi sección fue criticada dos veces en la columna del *ombudsman* cuando era editor de cultura. Pero, a pesar de los problemas, la regla general es que los periodistas colaboran.

—**¿El conflicto termina siendo con el editor de sección?**

—En un periódico la responsabilidad está jerarquizada. La información que escribe un redactor es avalada por el jefe de sección, redactor jefe y, en último término, por el director. Como existe un sistema de responsabilidades jerarquizadas y compartidas, los errores tienen varios responsables. El periodismo es una cuestión de confianza; un editor no puede desconfiar constantemente de sus colaboradores, no podría publicar nada. Tiene que confiar y usar ciertos mecanismos de control, pero son controles muy relativos. Por eso al final el conflicto es con el editor, que aceptó que eso fuera trabajado, reportado y escrito de dicha forma.

87

—¿Existen choques con la gerencia, problemas por la publicidad, por ejemplo?

—El *ombudsman* se limita a la redacción, pero puede tocar el tema publicitario si interpela al director como responsable en la confección del periódico con derecho a veto sobre todos los originales que se imprimen. Está más difundida la imagen de que las presiones vienen desde las empresas que publicitan, pero en un periódico presionan todos: el primo del reportero que va a realizar una exposición de arte, las mismas simpatías del periodista, el sindicato, los partidos, el gobierno, los intereses económicos... A la larga, todas son presiones que afectan el correcto trabajo profesional, por lo tanto competen al *ombudsman*.

—Hay quienes piensan que el *ombudsman* y su columna no son más que un mirarse el ombligo por parte de los periodistas...

—También se dice que es una maniobra para aumentar la credibilidad del periódico. Yo desconfío de la gente que dice que no existe la justicia, que todo es mentira, porque al final eso justifica todo por ambos extremos. Prefiero las cosas mal hechas, imperfectas, pero que por lo menos tengan transparencia. El propietario de *El País* es Jesús de Polanco, la propiedad jurídica es suya, eso le permite ganar mucho dinero, pero si los lectores no lo compran, ese periódico no existe: el periódico es, entonces, de los lectores. Un periódico vale por sus lectores, personas con nombre y apellido. Como tales, ellos pueden exigir sus derechos y el periódico puede ser obligado por éstos a respetar ciertas normas.

—¿Qué pasa con la prensa popular?

—Lo importante es que las normas, sean cuales sean, estén claras ante los lectores. No critico a la prensa popular, pero ésta debe dejar claro a sus lectores lo que es: una prensa de entretenimiento con menos referencia a la realidad. Existe una especie de pacto tácito donde el lector

«En un estudio de 164 casos en los EE.UU., se vio que el 93% de los lectores culpaba más al trato que le dio el periódico cuando llamó para reclamar, que a la información misma como razón del enfado que los hizo realizar la segunda llamada: esta vez, a su abogado»



dice "si no es verdad no me importa, porque es entretenido". También es legítimo que un medio apoye a una tendencia determinada, incluso a un partido, a través del trabajo informativo; lo grave es que esa actitud es menos estricta ante la exactitud de la información se oculte.

—Llama la atención que un diario con un tinte "progresista" como *El País* se preocupe tanto de la ética...

—*Liberal* —corrige rápido, acentuando la *i*, como lo haría Edward Kennedy. — Para muchos el periodista sigue el estereotipo del escéptico caricaturizado en la película *The Front Page*. La verdad es que todavía hay muchos profesionales que se parecen, pero la mayor parte trabaja consciente de los abusos que puede realizar. Así como hay normas éticas en la medicina y en el derecho, también las hay en la información. Nosotros jugamos con la honra, la fama, el prestigio social de una persona como el médico con la salud y el

abogado con la libertad de su cliente. Pero, por otra parte, esa sensibilidad no debe paralizar a un trabajo que necesariamente se hace contra el tiempo. Cuando critico, yo sé que el exceso de celo mataría al periodismo. Es más fácil leer un diario con lápiz rojo que realizarlo diariamente.

Larralla reconoce la relación que existe entre su cargo y la tradición periodística norteamericana:

—Además de buscar la objetividad, la institución del *ombudsman* tiene un valor mercantil: evitar que se defraude al cliente que piensa distinto al diario en algo específico. Se ve al lector como un cliente, que tiene derecho a reclamar como lo hace en una empresa de servicios cuando no se le ha dado aquello por lo que pagó.

La manera sueca

Suecia es conocida por tolerar una gran libertad de prensa y de otros medios de comunicación. Si uno mira su ley "de la libertad de prensa", parece un país anárquico, donde la prensa prácticamente no tiene control legal. La solución sueca a los excesos de dicha libertad ha sido la imposición de una autodisciplina considerable.

Lo anterior hizo que en 1916 naciera el Consejo de Prensa, que sirvió como inspiración al más conocido *British Press Council* de 1953. El Consejo se maneja con un código de ética donde aparecen normas que en la mayor parte de los países son materia de ley. El sistema funciona: hoy existe sólo una revista que se niega a aceptar las decisiones del Consejo de Prensa.

Para darle más eficacia a esta autodisciplina, los medios de comunicación suecos hicieron otra adaptación de la figura del Defensor del Pueblo y crearon en 1969 el *ombudsman* de la prensa. Esta figura no tiene el carácter mercantil privado del símil americano, sino que se inserta en el sistema de autocontrol de la prensa sueca. Se encarga de todos los medios del

país y, en relación al Consejo de Prensa, que es un foro de apelación no legal, es una especie de juez de primera instancia y fiscal en caso de que el problema llegue al Consejo.

Thorsten Cars ocupó ese cargo por once años. De profesión juez, obtuvo un permiso del Estado para dejar sus funciones judiciales para dedicarse por ese tiempo al trabajo con la prensa. Luego de su tercer período reelegido, renunció al cargo y hoy nuevamente se desempeña como juez en Suecia.

Para él es fundamental que la prensa sea libre e independiente, “pero si es tan libre como en el caso de Suecia, se corre el riesgo de usar en forma equivocada esa libertad, dañando a la gente al criticarla o al invadir su privacidad. Debe hacerse un balance: o se amplía la legislación de prensa llevándola a no sólo proteger a los individuos de los delitos o se opta por un fuerte autocontrol ético. En Suecia preferimos el autocontrol ético porque es más flexible que la legislación. Los tribunales podrían ser un poco bruscos y afectar la libertad de prensa haciéndola declinar”.

—¿En qué consiste su trabajo?

—Yo no tengo una columna, pues no trabajo para un diario en particular. Cuando recibo una queja, investigo si es apropiado publicar la corrección o la réplica y, si es así, escribo o llamo por teléfono al director del diario para que lo haga. Pero no siempre basta con eso. Si, por ejemplo, se dice que cierta persona es un ladrón, no basta con decir al día siguiente: “mira, lo siento, no se trataba de él, no era el criminal o realmente no cometió ningún crimen”. Al afectado ya se le arruinó la reputación y no es suficiente pedir disculpas. Entonces yo decido si se debe reprender o criticar a la gente del diario por violar el código de ética. El sistema de autocontrol espera que el diario publique mi decisión en una parte destacada.

—¿Como una carta al director?

—No. Digamos que debiera estar en una de las páginas de noticias, con un titular en el que se diga que el *ombudsman*

ha criticado al diario. Se trata de un artículo escrito por mí donde indico lo que hizo el diario, y yo, como *ombudsman*, opino que ésta es una violación al código de ética. Luego, hay recomendaciones vagas, como, por ejemplo, que no se viole la integridad privada del individuo y que se sea especialmente cuidadoso en casos en los tribunales relacionados con la custodia de los niños, casos de divorcio, etc. Si el caso es más serio, envío mi investigación al Consejo de Prensa.

—¿Ese consejo puede dictar otras sentencias más graves para el diario?

«Además de buscar la objetividad, la institución del *ombudsman* tiene un valor mercantil: evitar que se defraude al cliente que piensa distinto al diario en algo específico. Se ve al lector como un cliente, que tiene derecho a reclamar como lo hace en una empresa de servicios cuando no se le ha dado aquello por lo que pagó»



—El mismo tipo de castigo; y, además, puede aplicar multas. Si se le llama la atención al diario, éste tendrá que publicar que el Consejo de Prensa le ha amonestado. Y, por supuesto, esto es una gran vergüenza para el diario: reconocer ante sus lectores que ha violado el código en forma grave.

—¿Cómo se garantiza su independencia?

—El *ombudsman* de la prensa es un empleado de las asociaciones de dueños de diarios y de periodistas, pero elegido por tres personas: el *ombudsman* sueco (Defensor del Pueblo), el presidente de la Asociación de abogados y un representante de las organizaciones de prensa. El cargo dura tres años y es renovable. Durante esos años las asociaciones que lo contrataron no pueden hacer nada sino aguantar a este *ombudsman*: ellos sólo pueden no volver a elegirlo.

—¿Le significó un problema el que no le renovaran el contrato?

—No, porque al ausentarme de los tribunales me garantizaron mi salario como juez cuando regresara, por lo que no me fue necesario ser complaciente con los medios de noticias para ganarme el pan de cada día. Por supuesto hubo directores en la prensa sueca que estaban muy contentos por mi renuncia, porque después de once años se aburrían de que uno los criticase en forma tan frecuente. Si yo hubiera sido un periodista me hubiera sido difícil obtener un trabajo en la prensa.

—Ya que su cargo implica tomar decisiones sobre ética profesional *periodística*, antes de asumir el cargo, ¿qué conocimiento tenía usted del trabajo de la prensa? ¿Era un típico lector de diario o tenía una relación más directa con la prensa?

—No tenía ningún contacto especial, salvo que estaba a cargo de algunos juicios que tuvieron una amplia cobertura de prensa, juicios de terrorismo, espionaje, etc. Por ellos tenía bastante contacto con la gente de prensa y de medios de comunicación. Dedicé mucho tiempo a confe-



90

rencias con la gente de los medios de prensa explicando el sistema de los tribunales, de lo que se trataban estos juicios y por qué el juicio seguía uno u otro curso, etc. Así que cuando estaba vacante el puesto de *ombudsman* pensé que también sería interesante ver los casos desde otro punto de vista.

—¿Usted lee el diario en una forma crítica buscando las faltas éticas o espera que las personas afectadas por una publicación acudan a usted?

—Es imposible leer todos los diarios; además, no se puede estar seguro de que lo que se ve es una historia tergiversada o falsa, porque, ¿cómo se sabe que una historia es incorrecta si no conoce el caso en particular?

—Una vez conocida la queja, ¿cómo actúa? ¿Habla con el periodista, con el director...?

—Siempre con el director. Si veo algún tema que me presenta dudas, puedo comenzar una investigación, pero si encontrase que algo es una violación del código que se debiera remediar, entonces

tendría que tener el permiso de la persona relacionada directamente y lo que hago es pedirle al director del diario o de la revista sus comentarios sobre la queja.

—¿Piensa que los periodistas entienden y creen en su trabajo?

—Sí. Mi experiencia después de once años es que me hice de muy pocos enemigos personales. Algunos pocos editores estaban muy enojados por mis críticas, pero, en general, en la mayoría de los casos no tuve mayores problemas. Incluso los periodistas me invitaban a las entrevistas con los sindicatos para discutir estos problemas y siempre eran reuniones muy amistosas. Obviamente, teníamos opiniones diferentes, pero era un ambiente amistoso. Tenían confianza en la institución. Ellos consideraban que era para su beneficio, porque el público en general podía tener más confianza en el sector de la prensa debido a que realmente intentaban controlarse ante mí. Yo formaba parte del sistema y los periodistas y la mayoría de los editores lo entendían así. 

