

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

D Palau-Sampio, JF Gutiérrez-Lozano, JL Gómez-Mompart (2016): “‘Ombudsman’ y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.344 a 1.364

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1149/69es.html>

DOI: 10.4185/RLCS-2016-1149

‘Ombudsman’ y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística

Ombudsman and active readers. Interaction concerning journalistic quality

Dolors Palau-Sampio [CV] [ORCID] [GGS] Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació. Universitat de València, UV, España dolors.palau@uv.es

Juan Francisco Gutiérrez-Lozano [CV] [ORCID] [GGS] Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga, UMA, España jfg@uma.es

Josep Lluís Gómez-Mompart [CV] [ORCID] [GGS] Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació. Universitat de València, UV, España josep.ll.gomez@uv.es

Abstract

[ES] Introducción: Esta investigación analiza el papel de los defensores de los lectores (*ombudsman*) a la hora de velar por la calidad periodística y responder a las quejas de los lectores activos. **Metodología:** Para ello se han analizado cerca de doscientos artículos publicados en nueve diarios internacionales de reconocida trayectoria, entre 2014 y 2015, partiendo de una metodología cualitativa y cuantitativa. **Resultados y conclusiones:** El artículo muestra la variedad de modelos de actuación de los *ombudsman*, tanto por las temáticas a las que dedican atención como por la forma de recoger las reclamaciones o de argumentar sus respuestas a los lectores activos. El *ombudsman* se erige antes como una figura de perfil diplomático que modera el debate o se convierte en interlocutor de los lectores que como un rol capaz de garantizar el cumplimiento efectivo de los criterios de calidad o de cuestionar las decisiones editoriales del medio.

[EN] Introduction: This article examines the role of the ombudsman in ensuring journalistic quality and dealing with complaints from active readers. **Methodology:** Based on a qualitative and quantitative methodology, about two hundred articles published in nine international newspapers of recognized trajectory have been analyzed. **Results and conclusions:** The study shows a variety of models of performance, both for the topics they focus on, as well as how they present or justify the answers to active readers. The ombudsman is shown more as playing a diplomatic role that moderate the debate or become a valid interlocutor with the readers rather than a guarantee to ensure the effective compliance with the journalistic quality criteria or to question the editorial decisions.

Keywords

[ES] Calidad; *Ombudsman*; Prensa internacional; Credibilidad; Lectores activos.

[EN] Quality; Ombudsman; International Press; Credibility; Active Readers.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión: El *ombudsman* como garantía de calidad. 3. Hipótesis y metodología. 4. Resultados y discusión. 4.1. Temas y calidad. 4.2. Gestión de las quejas. 4.3. Modelos de resolución. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Notas

[EN] 1. Introduction. 2. State of the art review: The ombudsman as a quality guarantee. 3. Hypothesis and methodology. 4. Results and discussion. 4.1. Issues and quality. 4.2. Complaints handling. 4.3. Models of resolution. 5. Conclusions. 6. References. 7. Notes.

Traducción de **Cruz Alberto Martínez-Arcos** (Profesor en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México)

1. Introducción

La figura del *ombudsman* [1] representa un mecanismo de autorregulación de los medios de comunicación y responde a la voluntad de transparencia y al objetivo de velar por la calidad del producto informativo que se ofrece a los lectores. El *ombudsman* explicita la asunción de la responsabilidad pública del medio y se presenta como un instrumento destinado a promover la confianza y la credibilidad. No es casual que su puesta en marcha, en dos periódicos de Louisville (Kentucky, USA) –*The Courier-Journal* y *The Louisville Times*– en 1967, fuese la respuesta a un momento de crisis de confianza en los medios. Desde entonces –pero especialmente a partir de la década de los 80–, la presencia del llamado *news ombudsman* se ha ido extendiendo por diversas latitudes y, aunque el término goza de un reconocimiento amplio, la denominación se ha adaptado a diferentes lenguas, en ocasiones con ciertos matices sobre su función: *defensor del lector* (España), *public editor reader's representative*, *reader advocate*, *public editor* o *listening post editor* (ámbito anglosajón), *médiateur* (Francia o Bélgica), *ouvidor* (Brasil), *provedor* (Portugal), *difensore civico* o *avvocato dei lettori* (Italia), *Leseranwalt* (Alemania), *Læsernes Redaktør* (Dinamarca), *leserombudet* (Noruega) o, entre otros, *Lezersredacteur* (Holanda) (Elia, 2007: 33-34).

Los defensores y las defensoras de los lectores y las lectoras están presentes en medios de referencia de todo el mundo, aunque no se trate de una figura universal. De hecho, llama la atención que no forme parte de algunos medios de prestigio internacional, o que su labor incómoda (Glasser, 1999; Aznar, 1999; Evers et al., 2010), se torne prescindible en un contexto de crisis económica, como así ha ocurrido en *The Washington Post*, a pesar de que la apuesta por un periodismo honesto y de calidad representa una inversión de futuro (White, 2015). En otras ocasiones, aunque el cargo se mantiene, la figura está sometida a una cierta discontinuidad, en particular en los momentos de cambio de titularidad, del propio responsable o en la dirección del medio.

La Organization of News Ombudsmen (ONO) cuenta con 56 miembros regulares de 24 países. Esta entidad atribuye a los defensores la capacidad de recibir e investigar las quejas de los lectores de prensa o los espectadores de televisión sobre la exactitud, la imparcialidad, el equilibrio y el buen gusto en las informaciones que publican, y señala que los *ombudsmen* y las *ombudswomen* se

encargan de recomendar propuestas de actuación o respuestas para corregir o clarificar las informaciones. Los autores que se han acercado a esta figura coinciden en la diversidad de sus tareas: escuchar las quejas, investigarlas y dar respuesta al lector o espectador, pero también mediar para dar a conocer el trabajo periodístico, corregir los errores, publicar las conclusiones de los casos más significativos, y de modo genérico, actuar como un supervisor en la autorregulación de los profesionales (Bertrand, 2000; Bernier, 2003; Goulet, 2004; Evers et al, 2010).

Más allá del marco general de actividad, la figura del *ombudsman* no se rige por patrones homogéneos. Como recoge ONO, “No two ombudsmen work exactly alike”. En la definición y cauces de actuación influyen numerosos factores, desde las características del medio hasta la propia personalidad de quien ocupa el cargo, de ahí la importancia de analizar esta figura y el desarrollo de su actividad para poder tener un conocimiento específico de la misma.

2. Estado de la cuestión: El ‘ombudsman’ como garantía de calidad

El rol del *ombudsman*, como intermediario entre la redacción y los lectores, está directamente ligado a la mejora de la calidad del medio. Las empresas se dotan de esa figura para recoger quejas de su audiencia, trasladarlas a los profesionales y disponer de portavoces acreditados para darles respuesta (Evers et al, 2010; Elia, 2007; Maciá, 2014). Esta posición no resulta precisamente confortable, puesto que el *ombudsman* trabaja en el seno de la estructura editorial, tratando de mantener su independencia respecto a los miembros de la redacción mientras desarrolla una doble función. Por una parte, destinada a promover la autorregulación, y por otra, a actuar como elemento crítico sobre lo que se ha publicado (Elia, 2007), ya sea a iniciativa propia o a demanda de los lectores.

En las últimas décadas diversos estudios han analizado la figura del *ombudsman*, fundamentalmente como uno de los mecanismos de autorregulación y de responsabilidad social (Aznar, 1999; Eberwein et al, 2011; Maciá-Barber, 2014; Fengler, 2015) y, en menor medida, para describir su rol en determinados países o medios, como es el caso de Canadá, Francia, Holanda o Suiza (Goulet, 2004; Van Dalen y Deuze, 2006; Agnès, 2008, Béal, 2008; Quixadá, 2010; Bernier, 2011), o para vincular el rol del *ombudsman* a la mejora de los estándares de calidad (Elia, 2007) a partir de una revisión general de sus tareas. Menos habituales son, sin embargo, los estudios que analizan la interacción con los lectores (Nemeth y Sanders, 1999; Nolan y Marjoribanks, 2011; Evers, 2012).

La existencia del *ombudsman* “no determina un ‘ser o no ser’ de la bondad deontológica de un medio de comunicación”, aunque sí “es un factor que puede contribuir a ella” (VVAA, 2013). El grado de personalización de esta figura, así como los elementos que permiten fortalecer su credibilidad (normas fijadas de funcionamiento, códigos deontológicos del medio, perfil profesional prestigioso de los responsables, etc.), la erigen en garante visible de la búsqueda de la calidad periodística o, al menos, en un actor simbólico de relevancia fundamental para dicha pretensión (VVAA, 2013). Los medios que han incorporado un *ombudsman* en su estructura persiguen, junto a la mejora de los estándares de calidad, incrementar la conciencia de los profesionales sobre la responsabilidad de su trabajo, permitir el acceso de los lectores y aumentar su credibilidad, gestionar internamente el proceso de quejas y evitar innecesarios y costosos trámites legales (ONO).

Distintos autores han sugerido la dualidad de una función que puede verse como genuinamente vinculada a la responsabilidad social, en el sentido del *ombudsman* como voz crítica (*public accountability*), o de una especie de relaciones públicas (*public relations*) (Ettema y Glasser, 1987). En ella inciden también Van Dalen y Deuze (2006) al presentar la dicotomía entre “reader’s

advocates” o “newspapers’ ambassadors” o Evers (2012), que contrapone la figura del guardián (*watchdog*) a la del pararrayos (*lightning rod*). De hecho, su misión no se limita exclusivamente al ámbito ético sino que tiene una dimensión estratégica, vinculada a la gestión de riesgos empresariales –un periódico como *The New York Times* implantó la figura del *public editor* tras el escándalo de plagio e invención de reportajes protagonizado por el periodista Jayson Blair–, para velar por la credibilidad (Nolan y Marjoribanks, 2011). Evers destaca que cuando se habla de temas de calidad “professional ethics inevitably is a stake, as the concept of ‘journalistic quality’ contains a number of normative notions as well: reliability, credibility, accuracy and responsibility” (2012: 226). La correlación entre calidad y credibilidad ha sido destacada por distintos investigadores (Hovland y Weiss, 1951; Schatz y Schulz, 1992; Russ-Mohl, 1994; Metzger et al, 2003; Maier, 2005) y sus efectos confirmados por estudios recientes del Pew Research Center, que destacan que los medios no son una excepción en la ecuación que vincula pérdida de calidad y *deserción* de los lectores de un medio (Enda y Mitchell, 2013).

Teniendo en cuenta el carácter globalizador de un concepto complejo como el de calidad, entendido como “la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad, de contraste y pluralidad”, además de la exigencia de variedad y originalidad, investigación, profundización e independencia (Gómez Mompert y Palau-Sampio, 2013: 35), no puede establecerse una distinción radical entre el producto informativo y las circunstancias de producción que lo han hecho posible. En este sentido, algunos estudios han puesto de manifiesto los efectos perversos de algunas fórmulas encaminadas a incrementar la rentabilidad en las ediciones digitales de medios de referencia, en el contexto de la búsqueda de un modelo de negocio viables (O’Donnell y McKnight, 2012; Ramírez de la Piscina et al., 2014; Palau-Sampio, 2016). A estos signos de devaluación creciente de la calidad se suma también la negativa percepción de los profesionales –una encuesta realizada en 2014 revelaba que el 81% de los periodistas españoles observa una pérdida generalizada de los valores capitales de la profesión (Gómez, Gutiérrez & Palau, 2015)– o la escasa de confianza de los lectores en la prensa – el Eurobarómetro de 2012, entre otros indicadores internacionales, revela que solo el 40% de los ciudadanos de la UE confía en ella (VVAA, 2012).

En este contexto, la figura del *ombudsman* se convierte en el primer receptor de las quejas y críticas de los lectores, y al mismo tiempo, en el canal autorizado para poner el acento sobre unas u otras cuestiones. En definitiva, para darles visibilidad en el debate público y ofrecer vías de resolución. Analizar su actividad permite conocer de primera mano las cuestiones que más preocupan a los lectores activos de la prensa internacional y cómo se da respuesta a ellas desde los medios.

3. Hipótesis y metodología

Esta investigación combina una metodología cuantitativa y cualitativa, para identificar los temas y codificar las características que presentan los textos publicados por los *ombudsman* de nueve periódicos internacionales –de reconocida trayectoria, procedentes de ocho países–, a partir de las quejas y sugerencias de los lectores activos, en una muestra de artículos publicados desde enero de 2014 a diciembre de 2015. Teniendo en cuenta la variada periodicidad de publicación, se ha optado por elegir el primer artículo mensual aparecido en cada periódico. Sin embargo, algunos periodos de inactividad del servicio, sea por vacaciones o por el relevo de las personas al cargo, sitúan la muestra final analizada en cerca de dos centenares de artículos (N=197). La siguiente tabla muestra los medios y responsables incluidos:

Tabla 1. Medios y defensores

Medios	Figura y año de creación	Responsable	Frecuencia publicación
<i>The New York Times</i>	<i>Public Editor</i> (2003)	Margaret Sullivan (2012-2016)	Quincenal /Variable
<i>The Guardian</i>	<i>Reader's editor</i> (1997)	Chris Elliott (2010-2016)	Semanal
<i>A Folha de São Paulo</i>	<i>Ombudsman</i> (1989)	Suzana Singer (abril 2010-abril 2014) Vera Guimarães Martins (mayo 2014-2016)	Semanal
<i>Le Monde</i>	<i>Médiateur</i> (1994)	Pascal Galinier (2011-2015, sep) Franck Nouchi (oct 2015)	Variable
<i>El País</i>	Defensor del lector (1985)	Tomás Delclós (2012-2014); Lola Galán (2014-)	Variable
<i>La Vanguardia</i>	Defensor del lector (1993)	Josep Rovirosa (2010-2015)	Quincenal
<i>Toronto Star</i>	<i>Public Editor</i> (1972)	Kathy English (2007-)	Variable
<i>O Público</i>	<i>Provedor do leitor</i> (1997)	José Paquete de Oliveira (2013-2016)	Semanal
<i>Tribune de Genève-Tamedia</i> [3]	<i>Médiateur</i> (1998)	Daniel Cornu (1998)	Quincenal

La investigación parte de las siguientes hipótesis y preguntas de investigación:

H1: La figura del *ombudsman* o defensor del lector tiene como objetivo velar por la calidad de la publicación, de modo que su labor se centra en cuestiones vinculadas directamente a ella. De ello deriva la siguiente pregunta de investigación:

PI1: ¿Qué temas le preocupan al lector modelo -dado que el defensor lo escoge como representativo- por ser activo y, en consecuencia, escribir su crítica?

H2: La actuación de los defensores y de los lectores muestra, por un lado, una cierta complicidad mutua dado que ambos sujetos comparten el objetivo de la calidad periodística del medio. Pero, por otro lado, los defensores presentan un grado de singularidad importante, que se analizará a partir de las siguientes preguntas de investigación:

PI2: ¿Quiénes proponen los temas tratados en las columnas, los lectores o el *ombudsman*, y cómo se les identifica en el texto?

PI3: ¿Cómo los lectores (re)presentados por el *ombudsman* muestran su interés y preocupación por fallos y desvíos de la buena información?

PI4: ¿Qué fuentes consulta el *ombudsman* para argumentar su respuesta a las cuestiones polémicas?

PI5: ¿Qué estilo de actuación sigue el *ombudsman* en la gestión de las quejas?

H3. Los *ombudsman* mantienen una posición equidistante respecto a la empresa editora y a los propios lectores, pero no llegan nunca a poner en cuestión la línea editorial del medio ni a criticar abiertamente aspectos sustanciales de este.

Para dar respuesta a las hipótesis y preguntas de investigación se considerarán los siguientes aspectos:

Tabla 2. Ficha de análisis

Categorías	Opciones
Tema tratados	Errores y aspectos formales / Contenido o línea editorial / Fuentes de información / Cuestiones deontológicas / Participación y calidad / Otros
Propuesta de temas, identificación del lector y referencia a la queja	<i>Ombudsman</i> / Lectores Identifica / no al lector Cita directa / Indirecta / Mixta / Otras (<i>ombudsman</i> plantea el tema)
Fuentes consultadas por el <i>ombudsman</i> para resolver las quejas	Periodistas y cargos directivos / Expertos externos (académicos e investigadores) / Citas de autoridad y textos legales y deontológicos / Mixto / Ninguna
Imagen del lector modelo a partir de las quejas	Inquisitivo / Responsable, con criterio propio / Puntilloso / Confía en la autoridad del <i>ombudsman</i> / Otros
Estilo de resolución de quejas	Explicativo / Conciliador / Personalista
Conclusión final del <i>ombudsman</i>	Critica abiertamente al medio / Reconoce el error y la necesidad de enmienda / Emite un deseo de mejora futuro / Lanza una reflexión abierta / Defiende la actuación del medio o de sus profesionales.

4. Resultados y discusión

4.1. Temas y calidad

A partir de las variables de calidad identificadas en trabajos anteriores (Gómez Mompart, Gutiérrez Lozano y Palau-Sampio, 2013; 2015), referidas tanto a la selección de temas por parte de los medios, como a la gestión de la información, tratamiento y escritura, se ha diseñado una ficha de análisis en la que se han diferenciado seis ámbitos vinculados directamente con ella:

Tabla 3. Tipología general de asuntos abordados por los ‘ombudsman’

Temáticas	Descripción
Errores y aspectos formales	Cuidado en el tratamiento de los datos para evitar errores de tipo factual. Imprecisiones que desvirtúan. Obviar detalles necesarios o importantes.
Contenido/ Editoriales	Relativos a la propiedad o no en el tratamiento o la cobertura de un determinado tema, así como a cuestiones accionariales. Tergiversaciones tendenciosas. Deriva hacia el androcentrismo.
Fuentes de información	Anonimato e identificación de las fuentes que aparecen en las informaciones. No acudir a todas la fuentes.

Cuestiones deontológicas	Derivadas del tratamiento de temas sensibles, como el suicidio, presunción de inocencia, privacidad, derecho al olvido. Uso inadecuado de fotos sensibles. Intromisión de la publicidad entre textos informativos. Subjetivismo informativo.
Participación y calidad	Referidos a la aportación de los comentarios de los lectores en las ediciones online y al enriquecimiento o empobrecimiento del debate.
Otros	Cuestiones no incluidas en los anteriores apartados.

Los resultados del análisis permiten observar que las temáticas vinculadas a la calidad centran el interés prioritario de los defensores de los lectores, aunque el grado de atención a unas u otras cuestiones varía sustancialmente, tanto en términos globales como de unos a otros medios. La preocupación relativa al contenido o a las cuestiones editoriales centra casi un tercio de las columnas analizadas y se convierte en tema preferente en periódicos como *Le Monde*, *A Folha de São Paulo*, *The New York Times* o el portugués *O Público*. Esta tendencia está especialmente marcada en el diario francés –presente en seis de cada diez artículos–, para abordar cuestiones como el tratamiento de la campaña electoral o la crisis generada por los cambios en la dirección del periódico. La mayoría de protestas de los lectores comentadas por las dos *ombudsmen* de *A Folha de São Paulo* también guardan relación con el tratamiento del contenido, por cómo se ha expuesto –información poco neutral que favorece a un candidato, como en “Apuração por telefone sem fio” (02.11.2014)–, porque se eluden cuestiones o porque se presta poca o excesiva atención a unos hechos determinados (10 de 24 columnas). De la exposición de las quejas y críticas al *Provedor do Leitor* de *O Público* se desprenden controversias, en ocasiones enconadas, entre los lectores y los periodistas, en relación con los principios fundacionales del diario o a temas que afectan a los contenidos o a su tratamiento. En *The New York Times* las quejas ante el tratamiento editorial (9 de 24) incluyen protestas por los perfiles desiguales ofrecidos sobre un policía y un adolescente negro en los artículos que narraron la muerte del segundo por un disparos del primero en Ferguson (“Meant as portraits, Seen as Hagiography”, 06.09.2014) o por los contenidos demasiado elitistas que ofrece el periódico (08.11.2014).

Errores y aspectos formales o de carácter deontológico representan, respectivamente, casi una quinta parte de las cuestiones abordadas. Los primeros constituyen el tema estrella en *The Guardian*, que dedica una decena de artículos a comentar quejas sobre errores numéricos o de interpretación de un estudio, derivados de la confusión de palabras homófonas o sobre la *americanización* del inglés. Aunque en menor medida, *La Vanguardia* y *Toronto Star* apuestan también por estas temáticas. En el caso del diario editado en Barcelona, un tercio de las columnas analizadas se centran en errores o incoherencias –por ejemplo, en pixelar o no una foto de policías en la misma edición, alegando que han mantenido el criterio de la agencia que la ha suministrado–. Josep Rovirosa reconoce (“La calidad periodística”, 11.05.2014) que son muchas la quejas que los lectores denuncian como pérdida de la calidad periodística en los últimos tiempos [4]. De las 21 columnas analizadas de la defensora del periódico canadiense, más de una cuarta parte están referidas a temas como la norma de transcribir completas palabras malsonantes, que se considera desfasada por la audiencia (14.04.2014); el dato inexacto de quién fue el primer jefe de la Policía de Toronto (24.04.2015); o la confusión en el nombre de dos ciudadanos llamados igual, pero uno culpable de fraude (“The unfortunate incident of two men with the same name”, 08.06.2015); e incluso fallos en los crucigramas publicados (“Crossword lovers cross with Star”, 06.11.2015).

Las cuestiones deontológicas son prioritarias para el *médiateur* de *La Tribune de Genève-Tamedia*, con nueve de los artículos analizados destinados a tratar la difusión de imágenes de actos criminales,

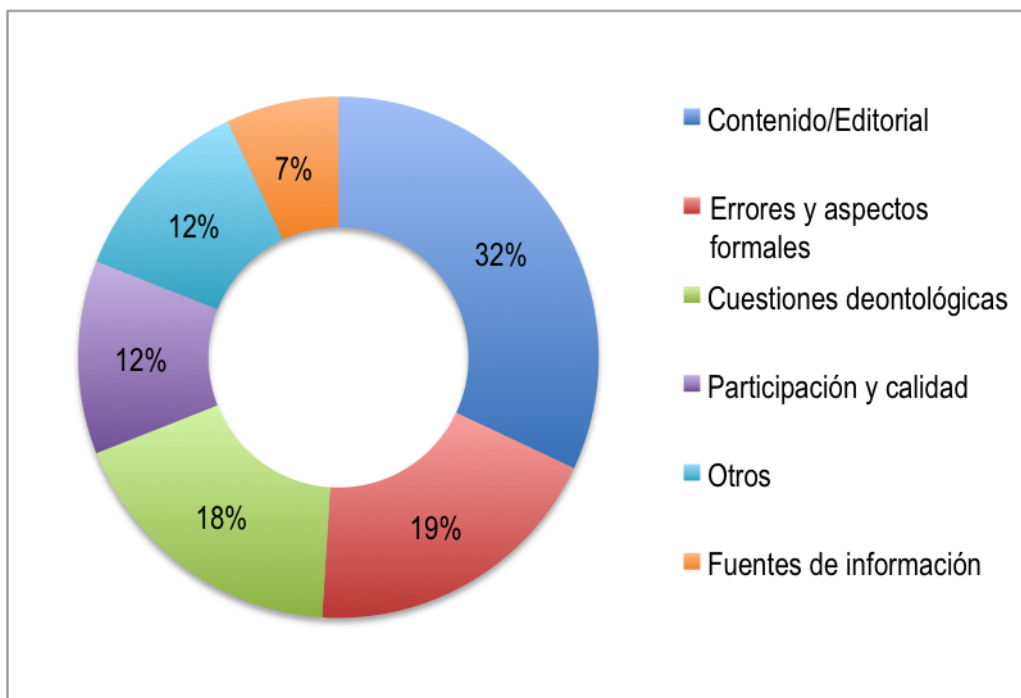
los límites de la sátira, la identificación de implicados en un crimen, el derecho al olvido, la connivencia entre periodistas y políticos o la información sobre suicidios. En *El País*, destacan también como prioritarios estos temas –en seis de las 20 columnas–, junto con los de contenido o editoriales, dedicados a cuestiones como la escasez de mujeres en la firmas de opinión o en el enfoque informativo (“Mujeres invisibles”, 23.02.2014), sobre artículos o reportajes de corte negativo hacia instituciones como las universidades públicas (“Críticas (de ida y vuelta) a la Universidad”, 14.12.2014) o los sindicatos, pero también los reproches de los lectores a distintas informaciones acerca de los líderes de Podemos (“¿Ansía Iglesias un programa de televisión? Polémica por un titular alusivo a unas declaraciones del líder de Podemos”, 02.11.2014; o “Las lecciones del ‘caso Monedero’. Aluvión de críticas a la noticia sobre el currículo del “número tres” de Podemos”, 01/02/2015) o el trato positivo recibido por la monarquía, ya sea por elusión de temas (“Quejas por la falta de información sobre la manifestación organizada coincidiendo con la visita de los Reyes a Oviedo”, 02.11.2014), o por la imprecisión en un titular acerca de una encuesta sobre la aceptación del futuro rey Felipe VI o la demanda de un referéndum sobre el modelo de Estado (“La interpretación de los datos”, 15.06.2014).

La calidad de la participación de los lectores en las ediciones electrónicas constituye el cuarto tema de atención, a partir de las quejas recibidas o de sus propias reflexiones de los *ombudsman*. Si bien cuantitativamente tiene menor peso que otras cuestiones, se trata de un asunto recurrente, al que todos los diarios –a excepción de *A Folha de São Paulo*– prestan alguna atención. Resulta llamativo, sin embargo, que un tema fundamental como el de las fuentes de información y sus implicaciones apenas suscite la atención del 7% de las columnas analizadas. De los medios incluidos en la muestra, *The New York Times* el más sensible a estas cuestiones.

Tabla 4. Cuestiones tratadas en las columnas

Medios	Errores y aspectos formales	Contenido /Editorial	Fuentes de información	Cuestiones deontológicas	Participación y calidad	Otros	Total artículos
<i>The New York Times</i>	4	9	3	4	4	0	24
<i>The Guardian</i>	10	3	2	4	3	2	24
<i>A Folha de São Paulo</i>	5	10	1	4	0	4	24
<i>Le Monde</i>	0	11	1	0	2	4	18
<i>El País</i>	3	6	0	6	3	2	20
<i>La Vanguardia</i>	6	4	1	3	2	2	18
<i>Toronto Star</i>	6	4	2	3	3	3	21
<i>O Público</i>	2	10	1	3	4	4	24
<i>Tribune de Genève</i> Tamedia	1	6	2	9	3	3	24
TOTAL	37	63	13	36	24	24	197

Gráfico 1. Distribución según las cuestiones tratadas



Fuente: Elaboración propia

4.2. Gestión de las quejas

La gestión de las reclamaciones por parte de los *ombudsman* analizados responde a distintas estrategias, que abarcan desde el origen de los temas tratados a la identificación o no de los lectores o la referencia directa o indirecta a sus palabras. Aunque las sugerencias de los lectores tienen un peso sustancial, es importante tener en cuenta que los *ombudsman* disponen de cierta autonomía a la hora de proponer cuestiones que les preocupan, que protagonizan una cuarta parte del total de las columnas analizadas. En este sentido, el *médiateur* de Tamedia impone su agenda en dos tercios de sus artículos, como también ocurre en el *Toronto Star*, donde la defensora, quizás porque cuenta con una sección propia de correcciones, apuesta sobre todo por tribunas libres sobre cuestiones éticas y retos de la información, con referencia a fuentes internas o códigos y medios internacionales. En publicaciones como *La Vanguardia* o *Le Monde*, la presencia de lectores como promotores de las intervenciones de sus defensores es prioritaria.

Tanto en *El País* como en *The New York Times* es habitual la identificación de los lectores –a menudo con la inclusión de manera directa sus palabras–, no solo con nombres y apellidos, sino a veces con procedencia y, dependiendo de los asuntos tratados, con la vinculación directa con respecto al tema objeto de la queja. En particular, es destacable la repetida identificación profesional de los lectores en muchos ejemplos que, de soslayo, introduce un elemento de prestigio asociado al perfil cualificado de sus audiencias. Ocurre así en *El País* en casos referidos a noticias críticas con sindicatos, partidos políticos o instituciones educativas como las universidades (“Críticas (de ida y vuelta) a la Universidad”, 14.12.2014).

A la hora de presentar a los lectores, *Le Monde* opta por incluir nombre, apellido y localidad de manera sistemática, además de citar textualmente sus palabras, algo común también en *The Guardian* y *La Vanguardia*. Sin embargo, el *ombudsman* de Tamedia, como los de *O Público* y *A*

Folha de São Paulo, solo excepcionalmente nombra a los remitentes o incluye sus palabras en una cita directa. En el caso del diario portugués, en dos ocasiones se trata de lectores “públicos”: uno es la Secretaria de estado de Administración Pública (02.04.2014) y el otro un grupo de políticos sin identificar (02.03.2015). En una ocasión, el ministro Edinho Silva es quien escribe a la *ombudsman* Vera Guimarães de *A Folha São Paulo* (03.07.2015) acusando al periódico de una información donde –según él– había “exclusiones y omisiones de palabras y alteraciones de hechos”.

Tabla 5. Origen e identificación de las quejas

Medios	Propuesta de temas		Presencia identificada de lectores		Tipo de referencia a las quejas o sugerencias en el texto			Otras
	<i>Ombudsman</i>	Lectores	Sí	No	Indirecta	Cita directa	Mixta	<i>Ombudsman</i> plantea el tema
The New York Times	5	19	17	7	2	8	9	5
<i>The Guardian</i>	6	18	4	20	1	16	1	6
<i>A Folha de São Paulo</i>	2	22	5	19	13	5	4	2
<i>Le Monde</i>	2	16	16	2	-	16	-	2
<i>El País</i>	3	17	16	4	-	11	6	3
<i>La Vanguardia</i>	-	18	18	-	-	14	4	-
<i>Toronto Star</i>	14	7	5	16	-	5	2	14
<i>O Público</i>	3	21	5	19	15	5	1	3
<i>Tribune de Genève Tamedia</i>	15	9	2	22	4	5	-	15
TOTAL	50	147	88	109	35	85	27	50

Las fuentes a las que acuden los *ombudsman* para fundamentar sus respuestas difieren en buena medida. Así, mientras los de *The Guardian* y *A Folha* optan por consultar a cargos y periodistas del medio –y en menor medida por resolver las quejas sin recurrir a ellos–, el *médiateur* de Tamedia se acoge a citas de autoridad, textos legales y deontológicos para fundamentar su argumentación, salvo en una minoría de casos en que tampoco recurre a ellas. *Le Monde*, por su parte, establece una fórmula mixta entre dar voz a la plantilla y recurrir, en menor medida, a citas de autoridad. La combinación de diversas fuentes se da de forma minoritaria en los tres medios citados. Es similar en cuanto a las fuentes *La Vanguardia*, aunque predominan las referencias a expertos externos mucho más que a profesionales de la plantilla del diario, al contrario de lo que sucede en *O Público*. En *The New York Times* es más habitual el contraste de fuentes o instituciones de autoridad de ámbito profesional o institucional, dependiendo del asunto, con las opiniones de los lectores y los responsables de las informaciones (presentes en casi la totalidad de las piezas), mientras que en *El País* abunda el contraste de juicios únicamente entre la audiencia y los responsables de las informaciones o del equipo directivo (en esta línea, por ejemplo, su director adjunto, David Alandete

aparece consultado por la figura del defensor en cuatro de las 20 tribunas analizadas). Como se ha indicado, la apuesta por tribunas más libres en el *Toronto Star* genera un espacio de reflexión predominante de temas abiertos, con variedad de fuentes utilizadas, sobre todo externas, para documentar la cobertura de los asuntos tratados.

Tabla 6. Fuentes consultadas para la resolución

	Periodistas y cargos directivos	Expertos externos	Citas de autoridad y textos legales o deontológicos	Mixto	Ninguna
<i>The New York Times</i>	13	-	1	10	-
<i>The Guardian</i>	16	-	-	4	4
<i>A Folha de São Paulo</i>	13	-	3	-	8
<i>Le Monde</i>	8	-	5	4	1
<i>El País</i>	12	-	4	3	1
<i>La Vanguardia</i>	4	10	-	1	3
<i>Toronto Star</i>	5	-	5	9	2
<i>O Público</i>	9	5	2	1	7
<i>Tribune de Genève Tamedia</i>	-	-	16	4	4
TOTAL	80	15	36	36	30

La información que incluyen los *ombudsmen* en sus columnas es el único recurso que ofrecen los defensores para conocer a sus lectores activos, ya sea a través de los datos que facilitan de ellos (identificación, ciudad de procedencia) o del modo de recoger sus palabras. Si bien esta información es limitada, por el filtro que imponen, permite distinguir algunos rasgos del tipo de lector que proyecta, sea de forma directa –cómo se pronuncia– o indirecta –cómo lo presenta. Aquellos temas que plantea el *ombudsman* se han catalogado, a falta de más referencias a lectores, bajo el epígrafe Otros, así como también las rectificaciones.

El perfil más habitual es el del lector responsable y con criterio propio, que se refleja en casi un tercio de las columnas de los *ombudsmen*, seguido del inquisitivo –una quinta parte–, del puntilloso, en un 13% de los casos, y de forma minoritaria, del que se muestra confiado en la autoridad del defensor para consultar o pedir consejo (7%).

Le Monde exterioriza el ejemplo más claro de un lector responsable, en buena medida auspiciado por el modelo de citación de diversos remitentes que muestran opiniones y matices diversos. En él se observa a un lector exigente que reclama calidad y, aunque en ocasiones también se muestra a alguno de los lectores citados en un mismo texto con un cierto aire inquisitivo o puntilloso, se incide en el carácter reflexivo. *A Folha de São Paulo* suele presentarlo como una persona con criterio propio, perfeccionista no solo en el uso de lenguaje, sino también en la crítica a cierto abuso del *off the record* (02.03.2014) y, de forma muy excepcional, como un receptor extremadamente obsesivo con la supuesta deriva política del periódico. Este es el caso de un lector que acusa al diario de “politizar el horóscopo” en período electoral, a lo que el *ombudsman* responde, tras ironizar sobre el asunto, que esta crítica airada “só revela o grau de irracionalidade e conflagração política” (01.06.2014).

Tanto en *La Vanguardia* como en *O Público* predomina el lector activo con criterio propio, pero también aparece el receptor puntilloso, que, como en el caso del periódico editado en Barcelona,

critica la falta de sensibilidad a propósito de una necrológica titulada “La juez que se dejó a un preso olvidado en la prisión” (14.09.2014). En ambos está presente la figura del lector que confía en la autoridad del *ombudsman*, como también en *A Folha de São Paulo* o en las columnas del *médiateur* de Tamedia. Aunque a menor escala, el *provedor* de *O Público* muestra la presencia de un lector con perfil inquisitivo, que acusa al medio de utilizar rumores en vez de informaciones basadas en hechos (06.10.2014), en contraste con otro que elogia al diario a propósito del tratamiento crítico de la selección portuguesa en el mundial de fútbol (03.07.2014). A partir de la cita de sus preguntas y quejas, periódicos como *The New York Times* o *El País* presentan a un lector que responde al perfil inquisitivo, a la hora de pronunciarse acerca de la cobertura informativa, en particular a los criterios editoriales que justifican la publicación de textos, opiniones y fotografías. En menor medida se da cabida a la exposición extensa de criterios diferentes a los de la redacción. Y aunque no hay presencia de parabienes o loas a la figura de intermediación, a veces estos sí agradecen los mensajes positivos por parte de la audiencia.

The Guardian ofrece una panorámica más abierta, en la que, si bien destaca el lector con criterio propio, también tiene un peso importante el puntilloso, que exige una atención mayor para evitar errores factuales y, aunque en menor medida, es destacable el modelo inquisitivo, con referencias a lectores capaces de replicar con varios correos electrónicos (21.12.2014) y otros que amenazan con iniciar una campaña contra el periódico (15.05.2015). La fórmula del *médiateur* de Tamedia o del *public editor* del *Toronto Star* solo permite conocer en detalle la actitud de los lectores en un tercio de las columnas. En estos se muestra a receptores que oscilan entre la confianza en la autoridad, a través de preguntas de carácter deontológico; el lector inquisitivo, que cuestiona posibles conflictos de intereses o que pide de forma compulsiva una rectificación; y el responsable, que plantea propuestas de homogeneización, por ejemplo, en la identificación de implicados en delitos. La defensora del *Toronto Star* se sitúa en una posición de intermediaria que subraya su papel institucional, incluso a través de tribunas que proponen “juegos” referidos a las quejas atendidas en el departamento de correcciones, como “When you where the editor” (10.01.2014) o “Are you smarter than a Star journalist” (04.09.2015). Al mismo tiempo se muestra a favor de su puntillosa audiencia cuando critica, por ejemplo, la elusión de la comprobación de un pasatiempos en la edición impresa (“Crossword lovers cross with Star”), afirmando: “Whatever production issues need to be resolved, the Star cannot let down any of its readers on any of it platforms” (06.11.2015).

Tabla 7. Imagen que se proyecta del lector a partir de las quejas recogidas

	Inquisitivo	Responsable, con criterio propio	Puntilloso	Confía en la autoridad del <i>Ombudsman</i>	Otros
<i>The New York Times</i>	10	5	2	-	7
<i>The Guardian</i>	3	8	6	-	7
<i>A Folha de São Paulo</i>	2	11	5	3	3
<i>Le Monde</i>	-	16	-	-	2
<i>El País</i>	9	4	4	-	3
<i>La Vanguardia</i>	1	9	4	4	-
<i>Toronto Star</i>	5	2	-	-	14
<i>O Público</i>	4	7	4	4	5
<i>Tribune de Genève-Tamedia</i>	4	3	-	2	15
TOTAL	38	65	25	13	56

Teniendo en cuenta las cuestiones anteriores, se ha optado por clasificar los estilos argumentativos de los *ombudsman* estableciendo una relación entre la propuesta de temas y su inclusión en la columna del defensor, las fuentes a las que apela para tratar de responder o el tipo de lector modelo al que se dirige. A partir de ellas se han identificado tres estilos de actuación: 1) Explicativo: busca respuestas de periodistas y cargos para dar explicación a la queja; 2) Conciliador: muestra diferentes posturas de los lectores o fuentes consultadas para mostrar los distintos puntos de vista en el debate; y 3) Personalista: desarrolla una amplia reflexión sobre el tema con distintas citas de autoridad, al estilo de un artículo de opinión.

El modelo más extendido es el explicativo, que puede identificarse en periódicos como *The New York Times*, *The Guardian*, *A Folha de São Paulo*, *El País* o *La Vanguardia*. En ellos las propuestas de temas a tratar suelen proceder mayoritariamente de las quejas y peticiones de los lectores, a las que responden, en buena medida, consultando a los cargos y periodistas del medio que son responsables del tema. La actuación de los *ombudsman* de *Le Monde* o *Toronto Star* entraría en la línea conciliadora, que aboga más por una reflexión de fondo sobre los temas, que suelen venir planteados por los lectores, en el primer caso, ya sea introduciendo las opiniones de estos o de otras fuentes, como ocurre mayoritariamente en el periódico canadiense, y que sirven para enriquecer el debate. Finalmente, la opción de *O Público* y *La Tribune de Genève-Tamedia* se encuadraría en un modelo personalista, por el carácter de las personas a cargo, ambos profesionales de larga trayectoria y prestigio, con experiencia docente, que abogan por columnas en las que gozan de gran autonomía para proponer los temas, para introducir citas de autoridad o reflexiones propias, en una línea próxima al articulismo de opinión.

Tabla 8. Estilo de actuación

Explicativo	Conciliador	Personalista
<ul style="list-style-type: none">• <i>The New York Times</i>• <i>The Guardian</i>• <i>A Folha de Sao Paulo</i>• <i>El País</i>• <i>La Vanguardia</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Le Monde</i>• <i>Toronto Star</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>O Público</i>• <i>La Tribune de Genève-Tamedia</i>

Fuente: Elaboración propia

4.3. Modelos de resolución

La tercera de las hipótesis señala que los *ombudsman* mantienen una posición equidistante respecto a la empresa editora y a los propios lectores, pero no llegan nunca a poner en cuestión la línea editorial del medio ni a criticar abiertamente aspectos sustanciales de este. A partir del análisis de las respuestas hemos clasificado en las siguientes opciones el balance que ofrece cada uno de ellos: 1) Critica abiertamente la actuación; 2) Reconoce el error y la necesidad de enmienda; 3) Emite un deseo de mejora futuro; 4) Lanza una reflexión abierta; 5) Defiende la actuación del medio o de sus profesionales.

Tabla 9. Tipo de conclusión

Medios	Crítica abiertamente la actuación	Reconoce el error y la necesidad de enmienda	Emite un deseo de mejora futuro	Lanza una reflexión abierta	Defiende la actuación del medio
<i>The New York Times</i>	5	8	-	6	5
<i>The Guardian</i>	-	2	6	7	9
<i>A Folha de São Paulo</i>	1	2	5	2	14
<i>Le Monde</i>	-		2	16	-
<i>El País</i>	1	8	4	4	3
<i>La Vanguardia</i>	3	3	9	-	3
<i>Toronto Star</i>	3	-	5	4	9
<i>O Público</i>	4	-	-	11	9
<i>Tribune de Genève</i> <i>Tamedia</i>	-		-	20	4
TOTAL	17	23	31	70	56

El análisis revela que los artículos de los *ombudsmen* están lejos de presentar un ataque directo contra la actuación de sus respectivos medios, por más crítica que sea la intervención de los lectores. Chris Elliot, de *The Guardian*, combina la defensa explícita de la actuación del medio –“I can’t find any evidence that the negative pieces outnumber the positive pieces by as much as “five to one” (...) Anyway (...) *The Guardian* should not be a fanzine for any side” (6.07.2015) o “The reader is right that the MDGs came in 2001 (...) But that does not reach the threshold of a ‘significant’ error as set out in the editorial code (...). I reject the complaint (5.10.2015)–; con la expresión de una voluntad de mejora futura –“Hopefully we can encourage a smoother journey in 2015” (4.01.2015) o “Now both stories will be amended, footnoted and a correction published. We hope we won’t have to do it again” (1.11.2015)–; y la opción de lanzar algunas reflexiones en abierto: “The issue is simple: trust. It is important that journalists adhere as closely to the guidelines as possible if we are to retain the credibility that gives us such domain authority, even if we are occasionally a little late to the party” (6.7.2015). En dos de los artículos, aunque se reconocen los errores y la necesaria enmienda, no se entra a fondo en advertir los fallos en la producción que los han motivado y que apuntan a una incorrecta revisión y verificación de datos.

Tampoco los mediadores de *Le Monde* presentan una actitud beligerante, pese al cuestionamiento de algunos lectores sobre el tratamiento de temas políticos y la inestabilidad de la dirección del rotativo. El *médiateur* hasta octubre de 2015, Pascal Galinier, opta por reflexiones en abierto –siguiendo la filosofía de que la última palabra les corresponde al lector: “Le médiateur s'autoriserait-il à invoquer Shakespeare: ‘Beaucoup de bruit pour rien’? A l'interrogatif, cela va sans dire... Car la réponse appartient aux lecteurs. Comme toujours” (17.11.2014)– al final de artículos que emulan un debate entre los lectores, en el que va encadenando breves citas de estos con la respuesta de algún responsable de la redacción y su intervención, introduciendo preguntas retóricas o frases de transición. Su sucesor mantiene el estilo discursivo, pero con conclusiones que apuntan a mejoras de futuro: “Sans trop tarder, une clarification, d'ordre éditorial s'entend, sera nécessaire” (20.11.2015) o el anuncio de la organización de foros con lectores que preguntan sobre la cobertura de la campaña electoral (21.12. 2015).

El modelo del *médiateur* de *La Tribune de Genève*-Tamedia, Daniel Cornu, tiende indefectiblemente a las reflexiones abiertas, no solo porque apuesta por tratar temáticas que, en una pequeña parte proceden de quejas de lectores y, por tanto, no afectan a los medios del grupo –algunas columnas se refieren al *Washington Post*, al *New York Times* o *Rolling Stone*– sino porque, cuando lo hace, opta por una consideración general: “Tout en précisant qu’une déclaration officielle, en soi, n’exempte pas le journaliste d’une réflexion éthique en situation et au regard des normes déontologiques de son métier” (3.03.2014). Una mínima parte de sus intervenciones representan una defensa de los periodistas del grupo –“Les rédactions lémaniques de Tamedia y sont exposées autant que d’autres. Malgré cela, le médiateur n’en voit aucune qui ne s’efforce à un équilibre raisonnable, acceptable par l’ensemble des lecteurs” (4.08.2014)– o de su propio honor –“Une caution? Pour le coup, c’est l’entendement du médiateur qui se trouve dépassé” (2.7.2015).

Como los dos anteriores, el *provedor* de *O Público* acostumbra a priorizar la reflexión de fondo en la mayor parte de sus columnas, pero también a defender la actuación del medio, con independencia de algunas críticas que considera débiles o poco justificadas. Se apoya en que algunas cuestiones pueden mejorar, pero discrepa abiertamente en los pocos casos que hay una crítica clara al periódico, como cuando afirma que el diario debe tener la libertad de cubrir la victoria de Syriza en Grecia frente a las urgencias hospitalarias portuguesas con el equilibrio que la dirección de la Redacción considere profesionalmente oportuno (16.02.2015).

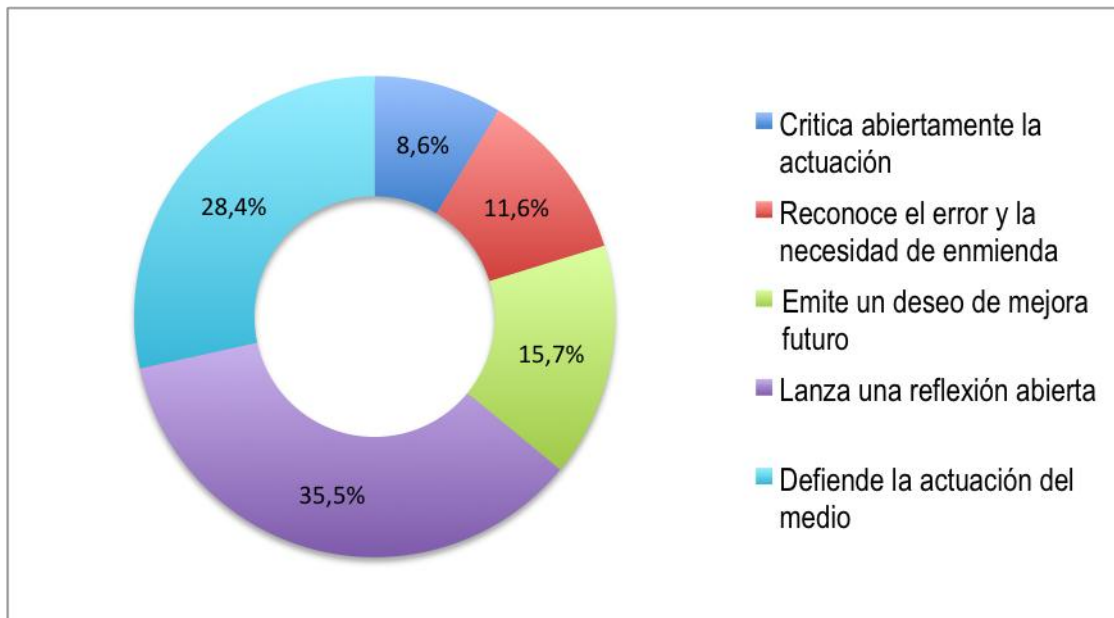
El defensor del lector de *La Vanguardia* se caracteriza por un estilo contemporizador, que apuesta por incidir en la mejora de la calidad y pocas veces llega a criticar al periódico de forma airada, salvo cuando, por ejemplo, un investigador se queja por cómo han banalizado su descubrimiento biomédico (09.11.2014). El defensor no tiene inconveniente, cuando a su entender procede, en reconocer los errores y, en consecuencia, la obligatoriedad de rectificar también en la edición digital, en la cual –explica– no se publica fe de errores (12.10.2014).

Las dos *ombudsman* de *A Folha de São Paulo* muestran una actitud en general conciliadora, pero sin renunciar a defender la actuación de su medio, tanto cuando alguna vez se reconoce un error y se acepta la necesidad de enmienda como cuando se encaja un crítica abierta y de fuerte tono. Así, por ejemplo, Vera Guimarães, tras señalar que la editora de política reconoce como un error entrecomillar “jovens liberais” –aunque sin intención de descalificar a los afectados–, explica que han recibido amenazas en las redes sociales digitales y concluye lo siguiente: “Presionar o jornal é regra do jogo democrático. Ameaçar a integridade do profissional é coisa de fascista, não de liberal” (01.02.2015). La misma *ombudsman* defiende “a soberania do direito de opinião” frente al enojo de la comunidad judía por una columna de opinión de Ricardo Melo, que afirmaba que “Israel es una aberración; los judíos no” y abogaba por la construcción de un estado único, donde árabes y judíos convivieran en armonía. Y en otra ocasión (01.03.2015), bajo el título de “Teoria conspiratória nº 8.667”, Vera Guimarães declara: “Uma das partes mais difíceis da função de *ombudsman* é separar o joio do trigo nas mensagens que recebe. Por joio entendam-se as reclamações dos militantes a soldo. O trigo são os leitores reais”.

Los modos de resolución que exhibe la defensora de *Toronto Star* recalcan su figura de defensora de la labor periodística, no tanto porque se alinee siempre con lo alegado por los profesionales del medio (hay una menor presencia de temas suscitados por los lectores que en otros medios) sino porque el contenido conciliador de sus tribunas intenta reforzar el papel desempeñado por el medio y su redacción y abrir vías de mejora a partir de la reflexión de asuntos delicados. Ello no obsta para que en algunos casos censure a la cabecera, como en un ejemplo de discriminación racial (“Hurtful stereotypes don’t belong in Toronto Star”, 08.05.2015). En su labor mediadora llega incluso a cerrar

filas con la decisión del periódico de eliminar los comentarios en su edición online, intentando no ahuyentar a los lectores desde su columna al responder a las quejas suscitadas: “The Star well understands this and has made clear that in shutting down comments on website articles, it is no shutting out conversation and reader engagement” (18.12.2015).

Gráfico 2. Tipo de resolución de los ‘ombudsman’



Fuente: Elaboración propia

Los dos medios que, numéricamente, según este estudio, más se decantan por la crítica y la asunción de necesidad de enmienda a algunas de sus publicaciones son *The New York Times* y *El País*. Sin embargo, la defensora del periódico estadounidense exhibe más rotundidad en algunas de sus críticas, como cuando censura la confusión entre información y opinión (“An Uneasy Mix of News and Opinion”, 10.01.2015), o cuando define cuáles son los límites de la agenda que debe perseguir la cabecera: “The upscale doughnut and the penthouse apartment –lofty as they may be- have nothing to do with The Time’s highest purpose” (08.11.2014).

En el caso de *El País*, la crítica más explícita responde a la exclusión en la información de una manifestación ocurrida con motivo de la entrega de los Premios Príncipe de Asturias: “Fue un error de valoración el no hacer referencia a la tradicional manifestación que acompaña a los premios (...) Efectivamente, las agencias, y otros medios, sí informaron de la concentración” (02.11.2014). En el resto de ocasiones, se intenta explicar el proceso de producción que condujo a una determinada edición, sin cuestionar criterios editoriales. Ocurre así en las repetidas ocasiones en las que responden a quejas sobre informaciones relativas a la formación política Podemos. La figura del defensor de *El País* analiza caso a caso las quejas respecto al partido y sus dirigentes, llegando incluso a enmendar alguna cobertura concreta (como cuando se cuestionó el currículum de su líder Juan Carlos Monedero: “Llevar el tema a portada era muy arriesgado. La única forma de atenuar el error hubiera sido publicar adecuadamente la puntualización y la carta de la Universidad de Puebla. Lamentablemente, no se hizo”, 01.02.2015). Pero no establece explicaciones de calado acerca de la línea editorial del periódico.

Por el contrario, en *The New York Times* hallamos una posición diferente. La defensora aborda en dos artículos el recurrente escándalo del uso por parte de Hillary Clinton de un servidor privado de correo en su etapa como Secretaria de Estado. Manifiesta su acuerdo con las quejas abiertas de los lectores hacia la posición crítica del periódico al cubrir este asunto. Y hasta advierte en dos ocasiones de la necesidad de vigilancia y enmienda: “There are lessons to be learned from this episode. As *The Times* continues to cover Mrs. Clinton into 2016, it will be dealing with dozens of dust-ups like this one (...). Attacks on the reporting will come no matter what. But *The Times* can do itself — and its readers — a lot of good by making sure that every story is airtight: solidly sourced, written with particular clarity and impartiality, and edited with a prosecutorial eye” (07.03.2015). Pese al aviso, las críticas de los lectores arreciaron, por lo que en otra tribuna (“The Tortured Tale of Hillary Clinton and *The Times*”, 01.08.2015) insistió en su postura defendiendo su labor como abogada de la audiencia: “Times readers (and on their behalf, I, too) will be watching and evaluating that over the next months. No one should expect a free ride for Mrs. Clinton. But she certainly deserves a fair shake”.

5. Conclusiones

La figura del *ombudsman* representa uno de los mecanismos de responsabilidad social de los que dispone la prensa, de ahí su importancia como instrumento para garantizar la transparencia, la independencia y la calidad de los contenidos. Sin embargo, dista de ser universal o resultar inmune a las incertidumbres empresariales. La importancia del *ombudsman* ha quedado plasmada en diversas publicaciones, sin embargo, apenas se ha incidido en un análisis comparado de la interacción real entre *ombudsman* y lectores activos. Desarrollarlo implica, de entrada, asumir la limitación de tener acceso, exclusivamente, a aquellas quejas que el *ombudsman* decide hacer públicas en sus columnas y al particular modo de hacerlo.

Si bien las conclusiones de este estudio ponen de manifiesto la centralidad de la calidad periodística en el debate, también muestran la diplomacia con la que se enfrentan muchas de las cuestiones, más con una actitud de defensa o de justificación que con una voluntad real de llegar al fondo y asumir ante los lectores la raíz de fallos o errores en cobertura de las noticias. En este sentido, aunque los temas de contenido o editoriales y los de cariz deontológico representan la mitad de las cuestiones que se ponen sobre la mesa, los modelos de resolución de quejas que priman moderan la respuesta de los *ombudsman* a críticas que, de entrada, pueden cuestionar fundamentos editoriales del medio.

No obstante, la imagen de los lectores activos que perfilan los defensores está lejos de resultar mayoritariamente hostil al medio. Predomina el lector con criterio propio, es decir, aquel que aporta visiones complementarias que enriquecen el debate, frente al inquisitivo, que exige explicaciones con rudeza, o el puntilloso y extremadamente perfeccionista, en particular en cuestiones formales y de expresión. El rol que desempeña el *ombudsman* se enfrenta a las limitaciones impuestas por su posición atípica entre la redacción y los lectores, figura de confianza de la dirección, con capacidad de pedir explicaciones a periodistas y cargos editoriales, de orientar modelos de responsabilidad; sus competencias quedan más en el terreno del voluntarismo que en el de la acción real, puesto que no tiene atribuciones sancionadoras. Esta circunstancia se evidencia también en los estilos de actuación, que convierten al modelo explicativo en el más frecuente, y en menor medida el conciliador y el personalista.

De cara al desarrollo de futuras investigaciones, un estudio longitudinal o la comparación del quehacer de distintos *ombudsman* en un mismo medio podrían contribuir a profundizar en el conocimiento de esta figura.

6 Notas

[1] La palabra *ombudsman*, de orígenes escandinavos –fusión de *ombud* (representante) y *man* (persona)–, apareció por primera vez en la Constitución de Suecia de 1809, para denominar –en un país exhausto por la guerra y las malas cosechas– al llamado defensor del pueblo, designado por el Parlamento para velar por los derechos generales e individuales (Nilsson, 1986).

[2] Falleció el 11 de junio de 2016.

[3] El *médiateur* de la Tribune de Genève se encarga de esta tarea en todos los periódicos del grupo Tamedia publicados en francés.

[4] Precisamente en su descargo, reseña el libro editado por los autores de este artículo (Gómez Mompart, Gutiérrez Lozano, Palau Sampio, 2013), poniendo de manifiesto las dificultades para alcanzar la excelencia profesional y el que definirla sea complejo, pero reconociendo –citando a los investigadores– que cualquier periodista intuye fácilmente cuándo y por qué una información o el tratamiento de un tema tiene o no calidad periodística.

7. Bibliografía

Agnès, Y. (2008). “Les médiateurs de presse en France”. *Les Cahiers du journalisme*, v. 18, n. 8, pp. 34-46.

Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*.

Barcelona: Ariel Comunicación.

Béal, F. (2008). *Médiateurs de presse ou press ombudsman. La presse en quête de crédibilité a-t-elle trouvé son Zorro?* Paris: FPH-Alliance internationale de journalistes.

http://www.alliance-journalistes.net/IMG/pdf/mediateur_int_exe_bat.pdf

Bernier, M.-F. (2011). “La crédibilité de médiateurs de presse en France chez les journalistes du Monde, de RFI et de France 3”. *Les Cahiers du journalisme*, v. 22/23, pp. 200-215.

<http://www.crej.ca/publications/credibilitemediateurs.pdf>

Bertrand, C.-J. (2000). *Media ethics and accountability systems*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Eberwein, T; Fengler, S; Lauk, E. & Leppik-Bork, T (Eds) (2011). *Mapping Media Accountability in Europe and Beyond*. Cologne: Herbert von Halem.

Elia, C. (2007). *Gli ombudsman dei giornali come strumento di gestione della qualità giornalistica*. PhD Tesis, Università della Svizzera italiana. <https://doc.rero.ch/record/7972/files/2007COM006.pdf>
Enda, J. & Mitchell, A. (2013). “Americans Show Signs of Leaving a News Outlet, Citing Less

Information”. En: *The State of the news media 2013. An anual Report on American Journalism*.
<http://stateofthemedias.org/2013/special-reports-landing-page/citing-reduced-quality-many-americans-abandon-news-outlets/>

Ettema, J. S., & Glasser, T. L. (1987). “Public accountability or public relations? Newspaper ombudsmen define their role”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, v. 64, pp. 3-11.

Evers, H. (2012). “The news ombudsman: Lightning rod or watchdog?”. *Central European Journal of Communication*, v. 5, n. 9, pp. 224-242. <http://cejc.wuwr.pl/preview/6739>

Evers, H.J.; Groenhart, H.P. & Van Groesen, J. (2010). *The News Ombudsman: Watchdog or Decoy?* Diemen: AMB.

Fengler, S. *et al.* (2015). "How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists". *European Journal of Communication* v. 30, n. 3, pp. 249-266. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0267323114561009>

Glasser, Th. L. (1999). “L'ombudsman de presse aux Etats-Unis”. En: Bertrand, C.-J. (Ed.). *L'Arsenal démocratique: Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris: Economica, pp. 277-284.

Gómez Mompart, J.Ll.; Gutiérrez Lozano, J.F. & Palau-Sampio, D. (Eds.) (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB/ UJI / UPF / UV.

Gómez Mompart, J. Ll. & Palau-Sampio, D. (2013). “El reto de la excelencia: indicadores para medir la calidad periodística”. En: Gómez Mompart, J.Ll.; Gutiérrez Lozano, J.F. & Palau-Sampio, D. (Eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB/ UJI / UPF / UV, pp. 17-38.

Gómez Mompart, J.Ll.; Gutiérrez Lozano, J.F. & Palau-Sampio, D. (2015). Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional, *Comunicar*, 45, pp. 143-150. Doi: [10.3916/C45-2015-15](https://doi.org/10.3916/C45-2015-15)

Goulet, V. (2004). “Le médiateur de la rédaction de France 2. L’institutionnalisation d’un public idéal”. *Questions de communication*, v. 5, pp. 281-299.
<https://questionsdecommunication.revues.org/7117>

Hartung, B.; JaCoby, A. & Dozier, D. M. (1988). “Readers' perceptions of purpose of newspaper ombudsman program”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, v. 65, n. 4, pp.914-919. Doi: [10.1177/107769908806500412](https://doi.org/10.1177/107769908806500412)

Hovland, C. I. & Weiss, W. (1951). “The influence of source credibility on communication effectiveness”. *Public opinion quarterly*, v. 15, n. 4, pp. 635-650.

Maciá-Barber, C. (2014). “How the News Ombudsmen Help to Create Ethical and Responsible News Organisations”. En: Wyatt, W. N. (Ed). *The Ethics of Journalism: Individual, Institutional and*

Cultural Influence. London: IB Tauris in association with Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, pp. 107-123.

Maier, S. R. (2005). “Accuracy matters: A cross-market assessment of newspaper error and credibility”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, v. 82, n. 3, pp. 533-551.
Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/107769900508200304>

Metzger, M. J. et al (2003). “Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment”. En: Kalfleisch, P. J. (Ed.). *Communication yearbook*. NJ: Lawrence Erlbaum, v. 27, pp. 293-335.

Nemeth, N., y Sanders, C. (1999). Ombudsmen's interactions with public through columns. *Newspaper Research Journal*, v. 20, n.1, pp. 29-42.

Nilsson, P.-E. (1986). “El Ombudsman, Defensor del Pueblo o qué”. En: Fix-Zamudio, H. *La Defensoría de los Derechos Universitarios de la UNAM y la institución del Ombudsman en Suecia*. México: UNAM, pp. 9-21.

Nolan, D. & Marjoribanks, T. (2011) “ ‘Public editors’ and media governance at The Guardian and The New York Times”. *Journalism Practice*, v. 5, n. 1, pp. 3-17.
Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2010.482764>

O'Donnell, P.; Mcknight, D. & Este, J. (2012). *Journalism at the speed of bytes. Australian newspapers in the 21st century*. Sydney: Walkley Foundation.

Organization of News Ombudsmen (ONO). <http://newsombudsmen.org/>
Palau-Sampio, D. (2016). “Reference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in *Elpais.com*”. *Communication & Society*, v. 29, n. 2.

Quixadá, C. (2010). *Newspaper Ombudsmanship in Canada: The Rise and Fall of an Accountability System*, Tesis de Máster. Carleton University.
https://curve.carleton.ca/system/files/etd/bb96db02-76b5-4ae8-a8d2-7ba24feb3f8c/etd_pdf/6a3822bc9c8e59845ee9045917d23729/quixad-newspaperombudsmanshipincanadatheriseandfall.pdf

Ramírez de la Piscina, T.; González Gorosarri, M.; Aiestaran, A.; Zabalondo, B & Agirre, A. (2014). “Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, v. 69, pp. 248-274.
Doi: [10.4185/RLCS-2014-1011](https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1011)

Ruß-Mohl, S. (1994). *Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa* [The I-Factor. Quality assurance in American Journalism]. Zurich: Edition Interfrom.

Schatz, H. y Schulz, W. (1992). “Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität [Quality of TV programmes. Criteria and methods for evaluating programme quality]”. *Media Perspektiven*, v. 11, pp. 690- 712.

Van Dalen, A. & Deuze, M. (2006). “Readers’ advocates or newspapers’ ambassadors? Newspaper ombudsmen in the Netherlands”. *European journal of communication*, v. 21, n. 4, pp. 457-475. Doi: [10.1177/0267323106070011](https://doi.org/10.1177/0267323106070011)

VV.AA. (2012). “Media use in the European Union”. *Standard Eurobarometer*, 78, Autumn 2012. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_first_en.pdf

VV.AA. (2013). “Los mecanismos tradicionales de autorregulación”, Documento de trabajo. Proyecto TRIP, Transparencia y Rendimiento de Cuentas de en la Información Periodística. GRP. Repositorio Universitat Pompeu Fabra, pp. 5-15. https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23594/TRIP%20PT1_informe%20final%20rep.pdf?sequence=1

White, A (Ed.) (2015). *The trust factor. An EJN Review of Journalism and Self-regulation*. London: Ethical Journalism Network.

Relacionados

Paul A. (2014): [Looking at, with, and through YouTube\(TM\)](#). Soukup, *Communication Research Trends* 33.3 (2014): 3-3

Berta García Orosa [Online Organizational Communication: The Communications Department Version 2.0 in Tech Companies](#)

López Torres, Bonifacio (2015), "[Destination Marketing Organizations' Stakeholders and Best Practices](#)". *General Human Environmental Sciences Undergraduate Honors Theses*. Paper 9. <http://scholarworks.uark.edu/ghesuht/9> - *University of Arkansas, Fayetteville*

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

D Palau-Sampio, JF Gutiérrez-Lozano, JL Gómez-Mompart (2016): “‘Ombudsman’ y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.344 a 1.364 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1149/69es.html>
DOI: 10.4185/RLCS-2016-1149

- En el interior de un texto:

... D Palau-Sampio, JF Gutiérrez-Lozano, JL Gómez-Mompart (2016: 1.344 a 1.364)...

o

... D Palau-Sampio *et al*, 2016 (1.344 a 1.364)...

Artículo recibido el 18 de noviembre de 2016. Aceptado el 14 de diciembre.
Publicado el 23 de diciembre