

Hacia una Genealogía de las Defensorías de Audiencias Mediáticas

Towards a Genealogy of Media Audience Ombudsmen

Karina Sánchez García
Universidad Nacional Autónoma de México

RESUMEN

El objetivo de este artículo es reconstruir la forma en que se ha entendido la figura de las defensorías de audiencias mediáticas a lo largo del tiempo. A partir de la revisión de la literatura se proponen dos grandes momentos: en el primero, se les caracteriza como uno de los mecanismos de autorregulación de la prensa (estadounidense y europea principalmente) y en el segundo, se les caracteriza en el marco de un modelo corregulatorio de medios de comunicación electrónicos –radio y televisión– públicos y/o privados (latinoamericanos). Posteriormente se plantean algunos de los retos a los que se enfrentan derivados de las transformaciones recientes en la configuración del ecosistema mediático.

Palabras clave: Ombudsman; regulación mediática; rendición de cuentas de los medios.

ABSTRACT

This article aims to reconstruct how the figure of media audience ombudsman has been understood over time. Based on a literature review, two major moments are proposed: in the first one, they are characterized as one of the self-regulation mechanisms of the press (mainly European and American)

and, in the second one, within the framework of a co-regulatory model of electronic mass media –radio and television– public and/or private (Latin American). Subsequently, some of the challenges they face are presented, derived from recent transformations in the media ecosystem's configuration.

Keywords: Ombudsperson; media regulation; media accountability.

INTRODUCCIÓN

Las defensorías de audiencias mediáticas son un mecanismo a partir del cual se prevé la garantía de los derechos de las audiencias¹ en México. Si bien para nuestro país su existencia es relativamente reciente² –primero como mecanismo autorregulatorio y, desde 2014, en un modelo corregulatorio–, sus antecedentes a nivel internacional datan de finales del siglo XVIII. En el presente documento se pretende aclarar las condiciones que han favorecido su existencia y funcionamiento, así como la forma en que se fundamentan y legitiman. La pregunta que ha guiado este análisis es: ¿cómo se ha construido la noción de defensorías de audiencias mediáticas?³ prestando especial atención a su fuerza de legitimidad.

1. Para Tron et al. (2016, p. 335), "son prerrogativas que tiene en su favor toda persona que se sitúa como receptor de la programación a través de la señal radiodifundida, en relación con la calidad y contenido de la misma, a efecto que no sólo responda al interés comercial de los medios de comunicación, sino que atienda, de manera preponderante, a los intereses de la población, así como a los fines que el Estado le ha atribuido al servicio de radiodifusión, en términos de lo dispuesto en el artículo 60. de la Constitución [Política de los Estados Unidos Mexicanos]". Con la promulgación de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2025) esta interpretación se amplía a los servicios de televisión y audio restringidos, pues en la definición de audiencias se reconoce que perciben y consumen contenidos en ambos tipos de servicios (artículo 3, fracción VII).

2. Omar Martínez y Virginia Bello Méndez lo atribuyen al diario Uno más uno en 1992, mientras que Ernesto Villanueva refiere que fue El Economista, en donde se nombró a Alejandro Avilés en junio de 1993 –quien se mantuvo en el cargo hasta su fallecimiento en 2005– (Pauwels, 2014b). En el terreno audiovisual las televisiones públicas Canal Once y Canal 22 fueron pioneras al crear la figura en 2007.

3. El documento forma parte de un análisis más amplio que se desarrolla como parte de la investigación doctoral que tiene como pregunta central de investigación ¿cómo ha sido el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas en México? en el Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales (Ciencias de la Comunicación) de la Universidad Nacional Autónoma de México.

A partir de la revisión de la literatura en la materia es posible ubicar la discusión sobre defensorías de audiencias en dos grandes campos: el de las políticas públicas y el del espectro que comprende la regulación, corregulación y autorregulación de los medios de comunicación.

En el primer caso, se les concibe como uno de los mecanismos e instrumentos de rendición de cuentas⁴ de la prensa a la ciudadanía (media accountability), enfatizando la responsabilidad de los medios de comunicación de masas frente a sus audiencias (Hormazábal, 2024). En las políticas públicas se reconoce su impacto como un sistema de infraestructuras, ya que individualmente cada instrumento puede ser demasiado débil y su impacto difícilmente mesurable. Se reconoce también su función preventiva y correctiva en la calidad del periodismo y las posibilidades que Internet proporciona a las audiencias: a través de los sitios web de defensores, estas pueden comunicar y comentar fácilmente sobre la calidad de los productos periodísticos en la esfera pública digital (Fengler et al., 2011).

Siguiendo a Eberwein et al. (2011) los trabajos sobre defensorías desarrollados desde esta perspectiva se concentran en Estados Unidos y Europa (véase Evers, 2012; Starc, 2010), mientras que su estudio ha sido limitado en África, Asia y América Latina; los autores mismos centran su análisis en: Austria, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Jordán, Países Bajos, Rumania, Suiza, Túnez y Reino Unido. En sus análisis se ha identificado que la historia del desarrollo de los medios en cada país y el establecimiento de la democracia juegan un papel importante: “una

4. Fengler et al. (2011, p. 20 traducción propia) los definen como “cualquier institución informal, en línea o no, realizada tanto por profesionales de los medios como por usuarios, que tiene como objetivo monitorear, comentar y criticar el periodismo, y busca exponer y debatir sus problemas: a nivel individual (p. ej. plagio, citas erróneas en un artículo), a nivel de rutinas de los medios (p. ej. aceptación de la corrupción entre periodistas), a nivel organizacional (p. ej. influencia de las relaciones públicas en las decisiones editoriales), y a nivel extramediaítico (p. ej. represiones estatales contra el periodismo)”, y sugieren distinguirlos según el grado de institucionalización (alto o bajo) y su anclaje en la profesión periodística (dentro o fuera). Por ejemplo: consejos de prensa; cartas al editor, casillas de corrección, blogs editoriales y otras actividades críticas de los medios en plataformas digitales.

tradición relativamente larga en el ejercicio de la libertad de prensa es necesaria para el autocontrol voluntario de los medios de comunicación” (Fengler et al., 2011, p. 17).

En el segundo caso, el del espectro que comprende la regulación, corregulación y autorregulación de los medios de comunicación, se les concibe en el marco de dos modelos distintos: autorregulación y corregulación. Esta última es el resultado de los cambios en la regulación de los medios de comunicación⁵ dependiendo del tipo de medio (prensa, radio o televisión), el momento histórico y lugar en que se les observe. Desde estas perspectivas se identifica que “el ordenamiento jurídico repercute de manera desfavorable en el desarrollo de mecanismos voluntarios de responsabilidad de la prensa” (Gutiérrez y Hormazábal, 2021).

Con base en lo anterior, este artículo está organizado en tres apartados. En el primero se abordan los orígenes y las distintas formas en que se nombra a las defensorías de audiencias mediáticas. Se refieren además sus funciones y características generales. En el segundo apartado se recupera el origen de las defensorías de audiencias mediáticas en un modelo de autorregulación cuyos casos se ubican en Europa y Estados Unidos de América (EUA) principalmente. En el tercer apartado, se analiza su presencia en un modelo de corregulación cuyos ejemplos se localizan en la región latinoamericana, México incluido. Finalmente, se presentan algunas consideraciones finales.

5. La discusión sobre regulación es propia de disciplinas como ciencia política, derecho, economía y sociología. Siguiendo a Alza Barco (2011), el enfoque politológico acentúa las estrategias para resolver problemas públicos; el jurídico, la infraestructura institucional, el conjunto de reglas jurídicas y mecanismos para lograr su exigibilidad, pues busca la satisfacción del interés general; el económico, los incentivos, contrataciones o concesiones para lograr eficiencia y superar fallas del mercado, interviniendo en la vida económica de los sujetos; y el social, el impacto del comando, control, incentivos o estrategias de política pública para la vigencia de los derechos. Estos varían según sus objetivos; los dos primeros ponen de relieve la presencia estatal, y los dos últimos, los alcances de la acción estatal.

El Nombre Importa: ¿defensorías de audiencias mediáticas?

Nombrar implica identificar, es un acto de categorizar. La forma en que se ha nombrado a las defensorías de audiencias mediáticas ha variado a partir del énfasis que se hace sobre el lugar en que se les coloca en la relación entre medios de comunicación y audiencias, la conciencia sobre los impactos que el uso del masculino genérico tiene en el lenguaje, el tipo de medio(s) del que forman parte y, por supuesto, el idioma dominante en un lugar determinado⁶.

Así, por ejemplo, se les ha nombrado: editor o editora, garante, proveedor o proveedora, proveeduría, representante, defensor o defensora, defensoría, o bien ombudsman u ombudsperson, siendo ésta la forma en que se les reconoce en la mayoría de los países del mundo. El término *editor(a)* enfatiza su ubicación dentro del medio de comunicación, por la relevancia que tales figuras tienen en el proceso de construcción de información noticiosa. Términos como *defensor/a/ía, garante, proveedor/a/uría o representante* enfatizan la situación desfavorable de las audiencias en relación con los medios de comunicación, particularmente los tradicionales⁷, y *mediador/a* les ubica como intermediarios entre medios y audiencias o incluso entre dueños de los medios y quienes participan en el proceso de producción de contenidos mediáticos⁸.

6. En idiomas distintos al español se les denomina: leseranwalt (alemán), public editor (inglés en Canadá), lytternes og seernes redaktoer, laesernes redaktoer, seernes redaktør (danés), varuhinja –guardián– (esloveno), médiateur/mediatrice (francia), difensore civico dei lettori (italiano), newsombudsman, reader's editor (inglés en EUA), ouvidor/a/ía (portugués), proveedor/ía do ouvinte/telespectador/dos leitores (portugués), tit-tarombudsman, läsarombudsman (sueco).

7. Siguiendo a Trejo Quintana (2019, p. 173), la noción es problemática pues “hay voces críticas que señalan que se trata de un término que arrastra una noción de audiencia minusválida a la que hay que titular”.

8. En el caso de los medios escritos, se refiere a periodistas y redactores; no obstante, para radio y televisión puede tratarse de periodistas, realizadores, programadores, responsables de emisión, operadores de cámara o productores.

Siguiendo a López Veneroni (2011), la mediación busca ser la forma por la que el medio se abre a cuestionar y discutir –a la luz de los puntos de vista de sus escuchas– la calidad de su trabajo, la confiabilidad y la claridad de los contenidos que ofrece, así como buscar el continuo mejoramiento de su oferta programática. Esta es una figura cercana a la intervención cultural de buena fe, que ayuda a canalizar y moderar los términos de un debate público, es decir, de un diálogo. El concepto de *defensor* está más ligado al campo jurídico.

Los términos antes enunciados se acompañan de elementos que se refieren a la audiencia según el tipo de medio en que se ubican. Cuando se trata del ejercicio desde la prensa escrita se les refiere como *del lector/a/es* (en Alemania, Chile, Colombia, Dinamarca, Ecuador, España, EUA, Guatemala, Inglaterra, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, Uruguay y Sudáfrica). Cuando ocurre desde la radio o la televisión, se acompaña de frases como *del oyente, radioyente* o radioescucha (en Argentina, Costa Rica, España y México), del telespectador (en España y Portugal) o *televidente* (en Colombia, Dinamarca y Ecuador), *de la(s) audiencia(s)* (en España, Chile y México) o *del público* (Argentina, Canadá, Kenia y Uruguay); y cuando se refiere a su presencia en medios de comunicación digitales, se acompaña de frases como *de los servicios de comunicación, gráfica, radio, televisión e internet* o *del usuario de los medios interactivos* (en Ecuador y España respectivamente).

De acuerdo con Aznar (1999, p. 1), “el significado más primitivo de *ombudsman* remite a la persona que comprobaba en las comunidades escandinavas que las calles y chimeneas estuvieran limpias”. Ottaviano (2018, p. 194), por su parte, explica que la palabra “Ombudsman” (Ombusdmänen) se refiere al “hombre que tramita”, una persona que actúa como representante y es atribuida al jurista sueco Hans Harta, quien integró la Comisión Redactora de la nueva Constitución. La historia del término remonta al año de 1809, momento en que el parlamento sueco

se constituyó como un órgano legislativo autónomo de la Corona y se trasladó al ámbito de la representación parlamentaria la figura del Canciller de la Justicia (Justitieombudsman), cuya función era recibir las quejas de los ciudadanos y protegerles contra posibles injusticias o abusos legales. Es decir, se pretendía equilibrar la figura del rey con una institución independiente que oficiara de contraparte “para asegurar el cumplimiento de las leyes” (Canal Once, 2022; Ottaviano, 2018).

Si bien el primer Defensor Parlamentario fue nombrado en 1810, con el gradual desarrollo y crecimiento burocrático su rango de acción se ha extendido y diversificado –incluso del ámbito público al privado–; no obstante, algunos principios que guían sus actividades son que:

1. Es un cargo del Poder Legislativo, no del ejecutivo. Sólo el Parlamento tiene la facultad de nombrar y, de ser necesario, remover a quienes ocupen las distintas oficinas que integran esta institución. Quienes las ocupen deberán rendir informes al Parlamento, al menos una vez al año, para dar cuenta de los asuntos que tratan y cómo se han resuelto.
2. Es un investigador imparcial, independiente no sólo de los partidos políticos o sus plataformas ideológicas, sino del propio Parlamento. Su cargo está regulado por la Constitución (un órgano constitucional autónomo). Una vez que da entrada a una queja, los representantes parlamentarios no pueden intervenir en el proceso de investigación.
3. No tiene la facultad para anular o revocar una decisión –a diferencia de los tribunales–, ni poder jurisdiccional directo sobre los tribunales o las instituciones administrativas. Sólo cuenta con la facultad de investigar y cuando advierte alguna vulneración de los derechos de los ciudadanos, puede emitir una recomendación para que ésta se remedie.

4. El método para iniciar su acción (que también puede ser por propia iniciativa) es, a diferencia de los procesos jurídicos, directo, informal, rápido y menos costoso que un juicio. Basta con que el quejoso envíe una carta sellada, que solo puede ser abierta por el propio *Ombudsman* (Canal Once, 2023, pp. 2-3).

Aznar (1999), Maciá (2006), Herrera (2007) y Calles y Monterroza (2019) también coinciden en que las defensorías de audiencias mediáticas se basan en la figura del defensor del pueblo (*ombudsman*). Su presencia en los medios de comunicación se identifica en dos momentos: primero como consejo de prensa y después como órgano unipersonal.

En el primer caso se ubican organismos colegiados que actúan al interior de los medios de comunicación impresos sin publicitar las gestiones o conclusiones de los asuntos examinados. Su estatuto de defensoría, tal como se entiende ahora, es disputado, pues se ocupaban de cuestiones de estilo principalmente. Son los precursores la Bureau of Accuracy and Fair Play de The New York World (EUA, 1913), cuyo objetivo era “mejorar los estándares periodísticos en un momento en el que el ‘periodismo amarillista’ campaba a sus anchas” (Hilligoss, 2014, p. 9); del ombudsman de la prensa, cargo público que formaba parte del Consejo de Prensa (Suecia, 1916) y de los Comités de examinadores de páginas y contenidos o Kijishinsa-shitsu⁹ (Japón, 1922).

The Louisville Courier-Journal sería el pionero, en 1967¹⁰ (Gutiérrez del Álamo, 2015; Hilligoss, 2014), del segundo caso, el om-

9. En 1922, el diario japonés The Asahi Shimbun (Tokio) estableció un comité destinado a recibir e investigar las quejas de los lectores. Le siguió The Yomiuri Shimbun que en 1938 constituyó un comité para controlar la calidad del diario y en 1951, este grupo se convirtió en un comité de ombudsman que todavía hoy sigue escuchando las quejas de los lectores sobre el diario y manteniendo encuentros diariamente con los editores del periódico (Herrera, 2008).

budsman como órgano unipersonal. Actualmente, esta es la forma más común en los medios de comunicación de diferentes países del mundo (Aznar, 1999). En ambos casos la figura del ombudsman se concibe en el marco de un modelo de autorregulación¹¹ acompañado de otras herramientas como los códigos éticos o deontológicos, manuales de estilo o estatutos de redacción, a partir de los cuales los medios que los implementan asumen públicamente un compromiso de respeto a principios éticos y de diálogo con sus destinatarios (Calles Mínero y Monterroza Matute, 2019). Se profundiza en sus funciones y características a continuación.

En la literatura es posible identificar tres funciones principales de las defensorías de audiencias mediáticas. Dvorkin (2005), Herrera Damas (2008) y Eberwein et al. (2011) refieren que se trata de trasladar los puntos de vista de las audiencias y, con ello, incrementar la calidad y prestigio del medio así como de crear y promover la responsabilidad y transparencia de las audiencias. Las y los defensores, entonces, actúan como críticos internos y en ello radicaría su fuerza de legitimidad. Maciá Barber (2006a) propone que la función de las defensorías de audiencias mediáticas es ocuparse del amparo y la protección del conjunto de derechos que poseen los públicos en tanto ciudadanos y destinatarios de la información; además de ser instrumentos de participación. Lo anterior implica fundamentalmente una función de mediación.

10. "Cuando se crea la figura se establece para dos diarios de Louisville de la misma empresa, The Courier-Journal y The Louisville Times, uno matutino y otro vespertino. Posteriormente los dos diarios se fusionarán en uno solo, The Louisville Courier-Journal & Times" (Maciá Barber, 2006a, p. 92).

11. Para Villanueva (2008) la autorregulación es un "sistema de reglas de conducta adoptado por los medios en relación con el Estado, la sociedad y la propia comunidad periodística, el cual se encuentra dotado de un órgano de ejecución y/o creación de normas sustantivas y procedimentales y tiene como objetivos preservar las libertades informativas con responsabilidad social". Esta supone una alternativa a favor de la independencia en el ejercicio periodístico en sociedades democráticas frente al peligro que representan la censura y el control gubernamental o político –incluso ante las presiones empresariales– (Hormazábal, 2024; Aznar, 1999; Campbell, 1999; Suárez-Villegas, 2015).

Estas funciones se desglosan en seis tareas principales: *a)* recibir, investigar y dar respuesta a las quejas, aclaraciones o peticiones presentadas por las audiencias¹²; *b)* revisar el contenido y la oferta del medio; *c)* publicar artículos o columnas semanal o mensualmente (en medios electrónicos esto se traduce en su presencia al aire en distintos formatos) en los que se hacen públicas las críticas a los medios; *d)* elaborar informes sobre las quejas recibidas; *e)* educar a la audiencia en el consumo crítico de medios; y *f)* contribuir a formar a periodistas y productores de contenidos mediáticos¹³ (Aznar, 1999; Dvorkin, 2005; Gutiérrez del Álamo, 2015; Herrera Damas, 2008; Maciá Barber, 2006b; Pauwels, 2014a).

Entre los límites de las defensorías de audiencias mediáticas se encuentran que no suelen ocuparse de juzgar las páginas de opinión “a menos que alguna haya resultado ofensiva o incurrido en algún error” (Herrera Damas, 2008, p. 128). Aunado a ello, a partir de la revisión de los estatutos de dos medios españoles, El País y La Vanguardia, Aznar (1999) identifica el derecho de los profesionales aludidos en una queja a ser escuchados y al secreto profesional, a la confidencialidad de la investigación que realiza el defensor, así como a evitar los juicios de valor en las respuestas a los lectores.

Se destacan tres características de principales de estas: *a)* gozan de una trayectoria profesional solvente y credibilidad –ello

12. Aznar (1999, p. 2) detalla esta tarea al referir que “una vez recibida la queja, la investiga, dirigiéndose a quien ha elaborado la información y solicitando una explicación o versión de los hechos. Contando con la versión o la opinión de ambas partes, toma una decisión guiada por el libro de estilo del medio, los códigos deontológicos o su propia experiencia y criterio profesionales. Para estos casos más relevantes el ombudsman suele elaborar una consideración que puede bien comunicar personalmente o por carta a los afectados o bien ser materia del artículo que la mayoría de los ombudsmen publica periódicamente en el propio medio”.

13. Martínez Águila (2023) analiza el trabajo realizado por las personas defensoras de audiencias en México vinculado con la alfabetización mediática en informacional (AMI) o literacia mediática, por ejemplo, la serie radiofónica “Introducción a los derechos de las audiencias y sus defensorías en México” de Radio Educación (2020) y los talleres en línea “¿Cómo leer a los medios?” de la Defensoría de Audiencias del IMER (2021-2022).

es posible pues los cargos han sido ocupados por periodistas veteranos o profesionales de los medios de comunicación–; b) requieren poder actuar con independencia; y c) carecen de capacidad ejecutora o sancionadora, pues su actuación se materializa en consejos, propuestas y sugerencias (Aznar, 1999; Eberwein et al., 2011; Gutiérrez del Álamo, 2015; Herrera Damas, 2008). Al respecto, Agnés (2008) destaca para el caso francés la importancia de cinco aspectos: la voluntad del empleador, la importancia del estatus, la personalidad del mediador, el que se trata de una posición difícil y arriesgada, así como que el anclaje público y el marco ético son fundamentales. Aznar (1999, p. 4), a su vez, sugiere que el perfil del candidato ideal sería alguien con “buen conocimiento del oficio, con capacidad para escuchar, tratar con la gente y manejar situaciones complejas con imparcialidad e independencia y con una piel dura para salir del paso de alguna situación tensa que pueda presentarse”. En México se ha desarrollado un estándar de competencia (EC-CICC-ILCE-0009) con la finalidad de fortalecer y profesionalizar a quienes fungen como defensores.

Una vez que se ha identificado la forma en que se nombra a las defensorías de audiencias mediáticas, sus funciones y sus características principales, conviene reconocer que su presencia en el mundo ha respondido a dos razones principales. Primero, ha fungido como un mecanismo de autorregulación implementado para recuperar la credibilidad de la prensa escrita en países con democracias establecidas. Segundo, ha sido un mecanismo corregulatorio a partir de la modificación de las leyes sobre medios de comunicación en países latinoamericanos, lo que impacta en su capacidad para ser aceptado.

Newsombudsman para Recuperar la Credibilidad de la Prensa

Las defensorías de audiencias mediáticas comenzaron como una medida de autorregulación de los medios de comunicación inscrita en el ámbito de la ética. Siguiendo a Herrera Damas (2007), su aparición es resultado de la confluencia de dos fenómenos: el *media criticism*, o revisión crítica de la actividad de los medios, y el poder cada vez mayor de las audiencias. Asimismo, las defensorías se inscriben en la búsqueda de la profundización democrática, pues pretenden la ampliación de mecanismos de participación ciudadana. En el sentido moderno del término,

“El primer Defensor del Lector fue nombrado en 1967 en el diario de Kentucky “Louisville Courier-Journal”, donde su legendario director Norm Isaacs aplicó las sugerencias lanzadas ese mismo año por el columnista del “New York Times” A. H. Raskin (11/06/1967) y por el crítico de prensa del “Esquire” Ben Bagdikian, quien, con el tiempo, llegaría a ser ombudsman de “The Washington Post”. Los dos observaban escandalizados el creciente deterioro de los contenidos de la prensa, la impunidad con que actuaban los jóvenes reporteros, la ausencia de contraste, la frivolidad y el desprecio por los controles de calidad, y pidieron un crítico interno para hacer valer las quejas de los lectores y mediar entre ellos y los profesionales de los medios de comunicación.” (Jiménez, 1999)

De acuerdo con Gutiérrez del Álamo (2015), el periódico en el que nace la figura es un diario de tradición en la defensa de las libertades. Su creación se enmarca en un contexto de crisis provocada por la intervención de Estados Unidos en Asia, la guerra de Vietnam, y los problemas raciales. Arthur Nauman (citado en Pauwels, 2014a) explica que en los años sesenta creció en Estados Unidos un sentimiento social “anti-prensa” causado, en general, por la falta de confianza en todas las instituciones y, en particular, como reacción a la concentración en la propiedad de los medios de comunicación. El mérito de hacer públicas las

críticas a los medios, a través de una columna semanal propia de los Ombudsman, le corresponde al diario The Washington Post (1970) pues las observaciones de Hershenroeder no se publicaban en Louisville, más bien se difundían internamente en la redacción (Pauwels, 2014a).

Posteriormente otros medios de noticias crearon sus defensorías y su número creció lenta pero progresivamente. En 1980 se creó la Organización de Defensores de la Prensa [Organization of News Ombudsmen (ONO)] con el fin de agrupar a los defensores de distintos países y extender la figura. Hoy en día, esta organización reúne a más de 70 periodistas de 25 países, tanto de medios impresos como audiovisuales. Aunque no es la única organización en la materia. En 2008 se creó la Fundación de Defensores de los medios de los Países Bajos [Stichting Media-ombudsman Nederland (NMOF)] para alzar la voz desde dentro del periodismo sobre la ética y los estándares de calidad a nivel nacional para los medios tradicionales y digitales. Asimismo, esta organización busca estimular y facilitar la investigación científica. En 2014 se crearon la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA) y la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID)¹⁴.

“El New York Times instituyó su primer ombudsman en 2003 después del escándalo de plagio de Jason Blair y [fue cuando] el papel del defensor se hizo más popular en todo el país” (Hilligoss, 2014, p. 1, traducción propia). Sobre el caso francés, Champagne (2000, citado en Eberwein et al., 2011, p. 71) en su

14. Estas tienen como objetivo “garantizar el cumplimiento de los derechos de las audiencias a partir de fortalecer, promover y estimular el ejercicio de la Defensoría de las audiencias en los medios de comunicación” (AMDA, 2014) y “fortalecer los lazos entre las Defensorías de las Audiencias de América Latina y otras instituciones comprometidas con el desarrollo de la comunicación audiovisual desde la perspectiva de los derechos humanos” respectivamente (OID, 2014).

estudio sobre *Le Monde* sugiere que el mediador apareció en 1994 como: *a)* un medio para legitimar los cambios que experimentaba frente a unos lectores escandalizados; y *b)* una manera de señalar las prácticas de otros para demostrar que todavía respetaba estándares más elevados de profesionalismo. De lo anterior destaca la importancia de las defensorías en la búsqueda de restituir la confianza en la prensa. Mutu (2024) sugiere que además de generar confianza en el periodismo profesional, las defensorías buscan mejorar la gestión de las redacciones.

En España, se creó la figura del *defensor del lector* en el diario *El País* en 1985. Le siguieron la revista *Interviú* (entre 1989 y 1992 el cargo recayó en el periodista Antonio Alvarez-Solís quien llegó a la conclusión de que “las discusiones sobre errores en procedimientos o mala praxis periodística debían desarrollarse dentro de las redacciones y en ningún caso de cara al público” (p. 119)), el *Diario 16* (de 1990 a 1996), *La Vanguardia* (desde 1994), *La voz de Galicia* (que contó con la columna “el amigo del lector”, un espacio dedicado a las opiniones de los lectores, pero no a la defensa de sus derechos ni a investigar posibles errores o mediar entre redacción, lectores o empresas) y los periódicos regionales catalanes *El Punt* (1995) y *Regió 7* (de 1996 a 2003) (Gutiérrez del Álamo, 2015). En el Anexo 1 se refiere a la creación de defensorías en países como Bélgica (2010), Canadá (1972), Dinamarca (2001), Eslovenia (2008), Francia (1990), Países Bajos (1990), India (2006), Inglaterra (1989), Israel (1985), Italia (1986), Kenia (2011), Portugal (1992), Sudáfrica (1997) y Turquía (1999).

A pesar a su crecimiento, de acuerdo con Herrera (2008) en la mayoría de los países el número de defensores es comparativamente bajo en relación con la cantidad de medios que existe y la extensión de esta figura en otros ámbitos del mundo empresarial (bancos, compañías de seguros, universidades, etc.). En Estados Unidos existe apenas una treintena de defensores para cerca de mil 600 medios de comunicación. En el otro extremo se encuentra Japón, donde cerca de la mitad de los diarios cuentan con la figura del ombudsman, entre ellos,

The Yomiuri Shimbun, el diario de mayor circulación mundial. Aunado a ello, Frédérique Beal (2008 citado en Pauwels, 2014a) refiere la dificultad de compilar una lista completa de defensores a nivel mundial ya que “mientras algunos medios inician la experiencia, otros al mismo tiempo le ponen fin”.

Un momento crítico para la figura de los newsombudman en Estados Unidos ocurrió al finalizar la primera década del presente milenio. Si bien han sido una minoría, se observó una baja en el número de integrantes de la ONO que se relaciona con la pérdida de espacios en los medios de comunicación por razones presupuestarias (Pauwels, 2014a). Una situación similar es descrita por Evers y Groenhart (2011) para el caso de Países Bajos: “una tendencia aún más reciente es la eliminación del cargo de *ombudsman* o representante de los lectores debido a la mala situación financiera de los periódicos; esta tendencia se da especialmente en los periódicos locales”. Sin embargo, como propone Pauwels (2014a), mientras decreció el número de defensores en los medios gráficos estadounidenses, aumentó la presencia de medios audiovisuales en la ONO.

McKenna (1993) refiere que en la década de los ochenta la cadena televisiva estadounidense CBS fue una de las primeras en construir esta figura en un medio audiovisual. En el mismo ámbito, pero para España, RTVA fue pionera en instaurar la figura. Le siguió Antena 3 (1997-2000), RTVE (2006) y la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (2008). En el siguiente apartado se profundiza en lo ocurrido para la radio y la televisión enfatizando el desarrollo en América Latina.

Defensorías de Audiencias para Contrarrestar el Poder de los Medios de Comunicación

Si bien las defensorías del lector son antecedentes a las defensorías de medios electrónicos y digitales, toda vez que los medios impresos se desarrollaron con antelación, Ottaviano (2018) identifica diferencias más profundas entre dos tipos de defen-

sorías. Las defensorías del lector se conforman como espacios de trabajo solitarios, reducidas a un solo medio de comunicación gráfica, en el marco de la autorregulación por voluntad de quienes se enuncian como “dueños” de los medios gráficos¹⁵; mientras que las *defensorías de las audiencias* (existentes en países como Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, México y Uruguay) están caracterizadas por haber surgido en los nuevos procesos regulatorios del audiovisual, aunque sólo algunas de ellas realizan la tarea con equipos de trabajo.

Los cambios en la regulación de los medios de comunicación, que han incorporado a las defensorías de audiencias como mecanismos para garantizar derechos de audiencias y contrarrestar el poder de los medios de comunicación en América Latina, han favorecido la creación de modelos corregulatorios. Es decir:

“esquema(s) basado(s) en la obligación legal para los medios de comunicación de nombrar un defensor de las audiencias, pero sin que éste tenga atribuciones vinculantes. El espíritu de la figura se mantiene en el ámbito de la autorregulación debido a que el titular es designado por el propio sujeto obligado y [sin] capacidad sancionatoria, emite recomendaciones y da seguimiento a los problemas detectados en el entendido que el medio por conciencia y responsabilidad social actuará expeditamente y sin un proceso judicial de por medio” (Solórzano, 2016, p. 95).

Defensorías con tales características denotan la imprescindible actuación del Estado para garantizar el derecho a la información, proponiendo un mecanismo para su ejercicio a disposición de la ciudadanía e imponiendo obligaciones a los medios electrónicos relacionadas con la veracidad, el respeto a los de-

15. Sobre el particular Maciá Barber (2006b) establece que existen dos modelos uno de tipo público como el sueco y uno de tipo privado como el que tuvo su origen en Estados Unidos.

rechos humanos, la pluralidad y la diversidad.(Solórzano, 2016). Así mismo, constituyen una fuerza de legitimidad que varía según el marco normativo que habilita su actuación.

La implementación de defensorías ha ocurrido desde la segunda mitad de la década de los noventa y, si bien no son exclusivos de la región latinoamericana –las leyes de medios de países como Portugal y Estonia también prevén la creación de figuras similares– (véase Cuadro 1), sí se ha traducido en un incremento significativo en el número de defensorías en la región. Para 2018, Ottaviano (2018) contabilizaba 40 medios electrónicos, 49 si sumamos los medios gráficos y las agencias de noticias.

Cuadro 1. Países que han establecido la creación de defensorías de audiencias mediáticas en las leyes que regulan a los medios de comunicación

Fecha	Lugar	Cambios en la regulación
1996	Colombia	En la Ley No. 335 (20 de diciembre de 1996) se estableció en su artículo 11 que los operadores privados debían reservar el 5% del total de su programación para presentación de programas de interés público y social. Uno de estos espacios debía destinarse a la Defensoría del Televidente. Cada operador privado del servicio de televisión definiría la forma de elección y designación de quien ejercería tal responsabilidad.
2007	Brasil ¹⁶	En la Ley No. 11.652 (7 de abril de 2008) se estableció un sistema de cuatro Ouvidores con competencias delimitadas por tipo de medio. Se nombró a Laurindo Leal Filho (2008-2011) como Ouvidor General y como sus adjuntos a Paulo Machado (para la Agencia Brasil), Maria Luiza Franco Busse (para TV Brasil) y Fernando Oliveira Paulino (para las emisoras de radio). Le han sucedido en el cargo Regina Lima (2011-2013) y Josefi Marques (2013-2015).
2012	Argentina	En la Ley No. 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (10 de octubre de 2009) se estableció la creación de la Defensoría del Público de la Argentina (primera de alcance nacional), logrando concretarse en 2012.
2013	Ecuador	En el artículo 73 de la Ley Orgánica de Comunicación se estableció la creación de la Defensoría de audiencias y del lector como una figura obligatoria de alcance nacional.
2013	Uruguay	En la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Art. 74-78) se establece la creación de la Defensoría del público (no concretada).

16. Oliveira Paulino (2014) refiere como funciones del/a Ouvidor/a: a) promover la participación de la sociedad en la gestión de la EBC, b) mediar y buscar respuestas para las críticas, reclamos y sugerencias de televidentes, oyentes e internautas, c) rendir cuentas al público a través de columnas publicadas en la página web de la Agencia Brasil y de programas semanales de 15 minutos que se emiten en la radio y en la TV Brasil, ofreciendo análisis, críticas y sugerencias para perfeccionar los contenidos y procedimientos.

Fecha	Lugar	Cambios en la regulación
2014	México	En el artículo 259 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014) se estableció la creación de la Defensoría de audiencia como mecanismo para garantizar los derechos de las audiencias mediáticas. La actual Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2025) regula las defensorías de audiencias, establece criterios para ser defensor y sus funciones en los artículos 253, 254 y 255.
2017	Costa Rica	El Consejo Ejecutivo del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) creó la Defensoría de las Audiencias de los Medios de Comunicación del SINART para velar por el derecho de la ciudadanía a recibir información veraz, independiente, plural y diversa; y a un entretenimiento acorde con los principios que rigen la actividad de los medios.
2006	Portugal	Ley No. 2/2006
2007	Estonia	La Ley de Radiodifusión Nacional (2007) estableció la figura de un Asesor Ético independiente para la Compañía Nacional de Radiodifusión de Estonia (Estonian Public Broadcasting Company). La ley otorga independencia al asesor; la dirección de la radiodifusión no tiene ningún poder sobre el cargo, que depende directamente del Consejo de Radiodifusión. El asesor ético se ocupa de las quejas de los oyentes y espectadores, supervisa los programas y hace propuestas adecuadas para resolver los problemas. El asesor titular no siempre actúa con total transparencia para el público en general, sino que a menudo pasa por alto los problemas y critica al resto de los medios de comunicación en lugar de llevar a la agenda pública las cuestiones éticas agudas de la radiodifusión pública. El asesor ético también forma parte del Consejo de Prensa de la ENA.

Fuente: Elaboración con base en Eberwein et al. (2011), Pauwels (2014b), Solórzano (2016), Ottaviano (2018),

A partir de las disposiciones normativas pueden distinguirse, en la región latinoamericana, cinco tipos o modelos de defensorías. I) Únicas de alcance nacional, como los casos de Argentina y Uruguay, con la diferencia de que la primera es una defensoría con autonomía, presupuesto e infraestructura propias, mientras que la segunda forma parte de la Defensoría del Pueblo. II) Por cada medio en el caso de México¹⁷. III) Por cada medio y solo para sistemas de televisión como en Colombia. IV) Para el medio público federal como en Brasil (ouviduría); y, en menor medida, V) bajo modelos autorregulatorios (Ottaviano, 2014, 2018; Solórzano, 2016; Sosa Plata, 2023).

Los diferentes diseños institucionales, que incluyen las formas de nombrar defensores(as), e impactan en sus funciones, capacidades y procesos para la toma de decisiones, permiten (o

17. La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014) permitía nombrar a un defensor(a) por grupo de medios de radio y televisión; sin embargo, la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2025) omite dicha posibilidad (véase artículo 253).

no) contribuir a corregir las asimetrías existentes. Dadas sus características técnicas, los medios de comunicación se han configurado históricamente como unidireccionales y han asumido un carácter predominantemente unilateral. En ellos ha prevalecido la comunicación en sentido vertical: de un emisor único a un público masivo, en el que los criterios del mercado han sido preponderantes.

Entre los mecanismos para la designación de defensor(a) en la región latinoamericana se encuentran: elección parlamentaria (Argentina), designación por concurso público (Ecuador) (Ottaviano, 2014), designación por el concesionario del medio de comunicación (México) y a propuesta de organizaciones no gubernamentales, gremios y universidades (Colombia) (Restrepo Yepes, 2014). Cada uno de ellos –aunado a si la designación ocurre por un tiempo determinado o períodos no establecidos– puede incidir tanto en la autonomía de la que goza el defensor o defensora como en su fuerza de legitimidad.

En el mismo sentido, defensorías constituidas como organismos autónomos pueden representar un mayor contrapeso que aquellas instauradas al interior de los medios de comunicación. El carácter unipersonal o grupal de las defensorías –como el caso colombiano que, a diferencia de otras experiencias de la región, nombra un comité de cinco miembros– puede ser un factor relevante para la deliberación e incidir en las resoluciones.

Pauwels (2014d) refería hace una década que, más allá de la forma en que han surgido las defensorías, hay factores clave que pueden contribuir a que se consoliden como espacios de ejercicio crítico y constructivo de la comunicación democrática. Estos son la independencia efectiva de quien ejerce el cargo en relación con la estructura que lo designa; la pedagogía constante sobre el alcance de la función que desempeñan; y el papel de las defensorías como generadoras de participación.

Esto ha favorecido el acceso a los contenidos mediáticos de las audiencias con discapacidad (Restrepo Yepes, 2014).

Lewin et al. (2024) destaca que las defensorías de audiencias mediáticas latinoamericanas son hoy en día puentes de diálogo cuyo poder se encuentra en la mediación y en la pedagogía. Estas buscan promover el diálogo, al adoptar medidas de reparación simbólica, así como emitir recomendaciones y promover la participación. Aunado a ello, su presencia en la región plantea diversas interrogantes: ¿Por qué, a pesar de la existencia de casos consolidados, el ejemplo no ha sido seguido por otros concesionarios de radio y televisión? ¿Se requieren defensorías con funciones y capacidades distintas para medios de comunicación de uso público, social o comercial? ¿Qué elementos favorecen la institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas? ¿La obligatoriedad de su existencia incide favorablemente en su institucionalización? ¿Cuál es el alcance de su fuerza de legitimidad?

CONSIDERACIONES FINALES

En este artículo se ha hecho un recorrido por la literatura sobre las defensorías de audiencias mediáticas distinguiendo la discusión en dos grandes ámbitos disciplinares: el de las políticas públicas y el de la regulación de los medios de comunicación. Ambos tienen en común la observación del fenómeno como uno de los mecanismos de autorregulación implementados por las empresas mediáticas.

El surgimiento de las defensorías en la prensa ha estado enmarcado por la intención de recuperar la credibilidad de las audiencias (lectoras) y pueden identificarse dos modelos: uno público y otro privado. Este último tuvo sus orígenes en Estados Unidos de América y ha sido recuperado en la mayoría de

los países. En Latinoamérica, su presencia ha ocurrido en mayor medida en medios electrónicos (radio o televisión) y como resultado de los cambios en la regulación de los medios de comunicación en la región, por lo que es necesario estudiar si la obligatoriedad de su existencia para el mantenimiento de las concesiones realmente favorece el ejercicio de sus funciones.

La presencia de las defensorías de audiencias mediáticas ha contribuido en, al menos, cuatro ámbitos. A que quienes trabajan en los medios asuman con mayor rigor su tarea; en el conocimiento de las audiencias –sus motivaciones e intereses, los temas que más despiertan su sensibilidad o que les motivan a participar y pronunciarse de forma activa–; en la generación de ingresos indirectos o difíciles de contabilizar, pues evita en algunos casos que las reclamaciones de los afectados acaben en los tribunales y ello redunde en el aumento en la fidelidad del medio (*ethics pays*) y; *d)* garantizando procesos de seguimiento a las denuncias cada vez más claros y respetuosos con las audiencias (Aznar, 1999; Restrepo Yepes, 2014).

Hoy en día resulta necesario comprender la presencia de las defensorías en un contexto donde el acceso a los contenidos comunicativos ocurre a través de plataformas digitales e internet. Su presencia en estos medios es aún escasa y se vincula con los servicios en línea de medios tradicionales. Se pueden enunciar los casos de la versión en línea del periódico *Le Monde* y *Getty Images* –una compañía global de imágenes que brinda sus servicios a periódicos, revistas, publicidad, películas, televisión, libros y sitios web¹⁸– (Francia), Radio Canadá, Setúbal na Rede (Portugal) así como, Radio y Televisión Española (Eberwein et al., 2011; Mutu, 2024; Pauwels, 2014a).

18. El cargo de Ombudsman lleva allí el nombre de Senior Editorial Advisor y su función es la de “mantener en lo más alto las normas editoriales de integridad en el fotoperiodismo”. Se designó a Cole Porter para el cargo, quien trabajó durante 28 años en el diario *Seattle Times*, como fotógrafo, editor y director de Fotografía (Eberwein et al., 2011).

Por lo anterior, no existe un concepto general del defensor *en línea* y su creación dependería de la voluntad de los medios de comunicación o bien del papel de los gobiernos. De acuerdo con Sosa Plata (2023, p. 6): “se recomienda a los Estados crear –o, en su caso, fortalecer–, Defensorías de las audiencias, del Público, Ombudsman o similares organismos de carácter no punitivo, ampliando sus competencias para defender y promover los derechos de las personas tanto en la radio y televisión analógicas, como en los nuevos servicios audiovisuales sobre internet”. Antes de ello es conveniente conocer su impacto.

Las capacidades pedagógica y dialógica de las defensorías, así como las experiencias en la formulación de políticas y marcos regulatorios efectivos, les permiten ejercer un papel clave en la educación digital al trabajar en colaboración con distintos actores (tanto del sector público como no gubernamentales) y al elaborar propuestas para abordar las problemáticas del entorno digital (Lewin et al., 2024). Ello abre la puerta a distintas líneas de investigación como el estudio de defensorías de audiencias mediáticas en medios de comunicación sociales y comunitarios. Así mismo, se pueden estudiar a los públicos y comerciales; las formas en que se construyen las normas que regulan a las defensorías, particularmente si estas son resultado de procesos dialógicos dentro y fuera de los medios de comunicación; y las relaciones entre audiencias y defensorías (observando sus interacciones y luchas de sentidos). Se pueden incorporar, además, estudios de caso, estudios comparados y métodos mixtos de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agnés, Y. (2008). Les médiateurs de presse en France. *Les Cahiers du journalisme* (18), 34–46. http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/18/03_agnes.pdf
- Alza Barco, C. (2011). ¿Qué se entiende por regulación? Enfoques y equivocidad. *Revista de Derecho Administrativo* 2(10), 317–328. <http://blog.pucp.edu.pe/item/30045/la->
- Aznar, H. (1999). El ombudsman, como mecanismo de autorregulación. *Revista Latina de Comunicación Social* (54). <https://doi.org/10.4185/rlcs-1999/07>
- Calles Minero, C., y Leida Monterroza, M. (2019). Las defensorías de las audiencias de los medios de comunicación en El Salvador. *Entorno* (67), 78–92. <https://doi.org/10.5377/entorno.v0i67.7503>
- Campbell, A. (1999). Self-regulation and the media. *Federal Communications Law Journal*, 51(3), 711–772.
- Canal Once. (2022). *Las y los defensores de los derechos de las audiencias como ombudspersons (primera parte)*. México. <https://canalonce.mx/defensoria/alfabetizacion-mediatica>
- Canal Once. (2023). *Las y los defensores de los derechos de las audiencias como ombudspersons (segunda parte)*. México.
- Dvorkin, J. (2005). La diaria tarea de un ombudsman. *Cuadernos de Información* (18), 42–47. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97117402005>
- Eberwein, T., Fengler, S., Lauk, E., & Leppik-Bork, T. (2011). *Mapping media accountability in Europe and beyond*. Köln: Halem.
- Evers, H. (2012). The news ombudsman: Lightning rod or watchdog? *Central European Journal of Communication*, 5(2), 224–242. https://cejc.ptks.pl/attachments/The-news-ombudsman-Lightning-rod-or-watchdog_2018-05-21_09-55-51.pdf

Evers, H., & Groenhart, H. (2011). The Netherlands: Bits of accountability in a sea of freedom. En T. Eberwein, S. Fengler, & T. Leppik-Bork (Eds.), *Mapping media accountability in Europe and beyond* (pp. 114–130). Köln: Halem.

Fengler, S., Eberwein, T., & Leppik-Bork, T. (2011). Mapping media accountability in Europe and beyond. En T. Eberwein, S. Fengler, & T. Leppik-Bork (Eds.), *Mapping media accountability in Europe and beyond* (pp. 7–21). Köln: Halem.

Gutiérrez Atala, F., & Hormazábal Durand, C. (2021). Chile: Double system of self-regulation and a few union organizations. En S. Fengler et al. (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 481–490). London: Routledge.

Gutiérrez del Álamo, L. (2015). *El defensor del lector de El País (1985–2010): Una experiencia pionera en España* [Tesis de doctorado, Universidad de Málaga].

Herrera Damas, S. (2007). El defensor de la audiencia: Claves para entender el contexto de su aparición. *Palabra Clave* 10(1), 25–35. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64910102>

Herrera Damas, S. (2008). El defensor de la audiencia como instrumento para la educación en medios. *Comunicar* 15(30), 125–130. <https://doi.org/10.3916/c30-2008-02-005>

Hilligoss, W. B. (2014). *The diminishing role of the ombudsman in American journalism* [Tesis de maestría, College of Journalism and Mass Communications].

Hormazábal, C. (2024). Media accountability en Chile: La “tradición oral” como instrumento de autorregulación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Dissertaciones”* 17(2), 1–18. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/dissertaciones/a.13219>

Jiménez, R. (1999, septiembre 5). Tras las huellas del primer “ombudsman”. *La Vanguardia*, p. 12.

López Veneroni, F. (2011). La lógica de la mediación y el principio de la auto-regulación: Reflexiones en torno de una experiencia en el Instituto Mexicano de la Radio. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* (116), 38–47.

Maciá Barber, C. (2006a). *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador: Los paladines contra el periodismo descaminado*. Madrid: Universitas.

Maciá Barber, C. (2006b). Un modelo de defensor del lector, del oyente y del telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio del periodismo en España. *Comunicación y Sociedad* 19(1), 47–66.

Martínez Águila, L. (2023). Literacia mediática y defensorías de audiencias en México. *Media Development*, 29–33.

McKenna, K. (1993). The loneliest job in the newsroom. *American Journalism Review* 15(2). <https://link-gale-com.pbsi.unam.mx:2443/apps/doc/A13696703/AONE?u=anon~60b0d7dd&sid=bookmark-AONE&x-id=d2a2b954>

Mutu, A. (2024). Enforcing ethical standards to safeguard the credibility and legitimacy of public media corporations: The role of news ombudspersons in Spain and France. *Journal of Infrastructure, Policy and Development* 8(4). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i4.2916>

Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID). (2014). *Acta de creación de la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID)*.

Ottaviano, C. (2018). *Las nuevas defensorías de las audiencias de América Latina como promotoras de las democracias comunicacionales...* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de La Plata].

Pauwels, F. V. (2014a). *Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina: La pedagogía del derecho a la información* [Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires].

Pauwels, F. V. (2014b). *Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina: La pedagogía del derecho a la información (Tomo II)* [Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires].

Pauwels, F. V. (2014c). Las defensorías de las audiencias en América Latina: Hacia un diálogo crítico y constructivo entre medios y públicos. En *GT18: Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación* (pp. 1–14). Argentina. <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/GT18-Flavia-Pauwels.pdf>

Real Rodríguez, E. (2008). Herramientas éticas y deontológicas para la excelencia informativa en el periodismo. Defensa del colegio profesional como base angular. En *El derecho a la información judicial: 6º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información* (pp. 433–456). Fundación COSO.

Solórzano, A. (2016). *El derecho a la información y las defensorías de las audiencias como mecanismo para su ejercicio*. <http://www.onctv-ipn.net/buzon/defensor/>

Sosa Plata, G. (2023). El papel de las defensorías del público en el entorno digital. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información* (23), 1–35. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385195.locale=en>

Starc, K. (2010). The news ombudsman: Viable or vanishing? En *Journalismus und Öffentlichkeit*.

Suárez-Villegas, J. C. (2015). Self-regulation of offline and online journalism in Spain in the experience of the Arbitration, Complaints and Ethics Commission. *Communication & Society*, 28(3), 135–149. <https://doi.org/10.15581/003.28.3.135-149>

Trejo Quintana, J. (2019). La alfabetización mediática y los derechos de las audiencias en el marco de la reforma en telecomunicaciones en México. En G. Sosa Hernández (Ed.), *Análisis de la reforma en telecomunicaciones 2013–2016: Alcances y limitaciones* (pp. 173–186). México: UNAM.

Tron, J. C., Pineda Núñez, A., y Pérez Ballesteros, R. (2016). Derechos de las audiencias y la obligación del IFT de garantizarlos (Caso Aristegui). *Revista del Centro de Estudios Constitucionales* (3), 323–378. https://www.sitios.scjn.gob.mx/cec/sites/default/files/publication/documents/2019-03/14_TRON%20PINEDA%20y%20PÉREZ_REVISTA%20CEC_03.pdf

ANEXO 1. NEWSOMBUDMAN

Año	País	Nombre del medio (tipo de medio)	Modelo
1809	Suecia	Ombudsman	Rango constitucional
1913	EUA	Bureau of Accuracy and Fair Play de The New York World (diario)	Autorregulación
1916	Suecia	Como parte del Consejo de prensa se nombra al Ombudsman de la prensa, una figura encargada de regular el contenido difundido por medio de los periódicos de todo el país	
1922	Japón	Comités de examinadores de páginas y contenidos o Kijishinsa-shitsu en The Asahi Shimbun (diario)	Autorregulación
1938	Japón	The Yomiuri Shimbun (diario) constituyó un comité para controlar la calidad del diario y en 1951, este grupo se convirtió en un comité de ombudsman que todavía hoy sigue escuchando las quejas de los lectores sobre el diario y manteniendo encuentros diariamente con los editores del periódico	Autorregulación
1967	EUA	The Courier Journal y The Louisville Times nombran a su Defensor del Lector. Posteriormente se fusionaron en The Louisville Courier-Journal & Times (Kentucky) (hasta 2008)	Autorregulación
1967 ó 1969	Suecia	Órgano unipersonal (Ombudsman)	
1970	EUA	The Washington Post (diario) nombró a su primer ombudsman: Richard Harwood	Autorregulación
1972	Canadá	Toronto Star (diario) nombró como Public Editor [Editor del público] a Mark Harrison	
1975	EUA	San Diego Union Tribune (San Diego, California) crea el cargo de Readers Representative Sacramento Bee (Sacramento, California) hace lo propio inaugurando el cargo de Public Editor Star Tribune de Minnesota	Autorregulación
1980	EUA	Se crea la Organization of News Ombudsmen The Orange County Register de California (diario) creó el cargo	Autorregulación
1983	EUA	The Kansas City Star de Missouri	Autorregulación
1984	EUA	The Hartford Courant de Connecticut	Autorregulación
1985	España	El País creó la figura Ombudsman, hoy Defensor del Lector	Autorregulación
	Israel	El periódico Maariv de Tel-Aviv nombró en 1985 a Avraham Tirosh como su primer Ombudsman	
1986	Italia	Il Messagero (diario)	
1989	España	Interviú (revista) nombró a su Defensor del Lector (Hasta 1992)	Autorregulación
	EUA	News-Sentinel de Illinois (diario)	Autorregulación
	Inglaterra	The Sun (diario)	

Año	País	Nombre del medio (tipo de medio)	Modelo
1990	España	Diario 16 nombró a su Defensor del Lector (diario) [hasta 1996]	Autorregulación
	Francia	Le Progrès (diario)	
	Holanda	De Gelderland (diario)	
1991	Canadá	CBC (radio, TV e Internet)	Autorregulación
	EUA	Chicago Tribune (Chicago, Illinois) (diario) Star Telegram de Texas (diario)	Autorregulación
	Italia	La Republica (diario)	
1992	Canadá	CBS/ Radio Canadá nombra un Ombudsman (radio)	Autorregulación
	EUA	Richmont Times-Dispach de Virginia (diario)	Autorregulación
	Francia	France 2 (TV) y France 3 (TV)	
	Portugal	El diario deportivo Record nombró por primera vez a David Borges "Provedor dos Leitores"	
1994	España	La Vanguardia nombró a Roger Jiménez como Defensor del Lector (diario)	Autorregulación
	Francia	Le Monde (diario) nombró a André Laurens Médiateur (1994-1996), le siguieron T. Ferenczi (1996-1998); Robert Solé (1998-2006); Véronique Maurus (2006-2014); Pascal Galinier (2011-2015) y Franck Nouchi (2015)	
1995	España	El Punt, periódico regional catalán nombra a su Defensor del lector RTVA (radio y TV)	Autorregulación
	EUA	The Salt Lake Tribune (Salt Lake City, Utah) (diario) St. Paul Pioneer Press de Minnesota (diario)	Autorregulación
	Israel	Maariv (diario) IBA (radio y TV) [sin fecha]	
1996	España	Regió 7, periódico regional catalán nombra a su Defensor del lector (hasta 2003) Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) (radio) nombra a María José Sánchez-Apellániz Defensora del Oyente	Autorregulación
1997	España	Antena 3 (TV)	
	Inglaterra	The Guardian (diario) creó el cargo de Reader's Editor nombrando a Ian Mayes The Mirror (diario) [sin fecha] nombró como Readers' editor a David Seymour	
	Holanda	De Volkskrant (diario) Eindhovens Dagblad (diario) [sin fecha] Brabants Dagblad (diario) [sin fecha]	
	Portugal	Diário de Notícias (diario) Público (diario)	
	Sudáfrica	Ombudsman como parte del Consejo de Prensa con competencias sobre la prensa gráfica.	
1998	EUA	The Akron Beacon Journal (Akron, Ohio) NBC News con sede en Nueva York WJAR-TV73, estación afiliada a la NBC y radicada en Warwick (Rhode Island)	Autorregulación
	Francia	France 2, France 3 (televisoras) y Radio France Internationale (RFI)	
1999	EUA	Journal Constitution de Atlanta	Autorregulación
	Francia	La Vie (semanario)	
	Turquía	Milliyet (diario)	
2000	EUA	National Public Radio (NPR) de Washington [Pública] nombra como Ombudsman a Jeffrey Dvorkin	Autorregulación

Año	País	Nombre del medio (tipo de medio)	Modelo
2001	España	La Voz de Galicia (diario)	
	Dinamarca	Politiken (diario) nombró a Henrick Kaufholz como Laesernes Redaktoer (Editor de los lectores) Danmarks Radio (TV y radio) [sin fecha]	
	Inglaterra	The News and Observer (diario) The Independet on Sunday (diario) [sin fecha] The News of the World (diario) [sin fecha]	
	Portugal	Jornal de Notícias (diario) nombró a Fernando Martins Provedor	
	Francia	La Dépêche du Midi (diario)	
	Sudáfrica	Die Burger (diario)	
2002	Francia	Radio France, RFO (TV) y RFI (radio)	
	Suecia	TV4 (televisión privada)	
2003	EUA	The New York Times creó el cargo de Public Editor	Autorregulación
	Suecia	Dagens Nyheter (diario)	
2004	Alemania	Main-Post (diario)	
	España	El Correo Gallego (diario)	
	Francia	Midi libre (diario)	
	Portugal	Setúbal na Rede (diario digital) designó João Palmeiro Provedor	
	Suecia	SVT (televisión)	
	Turquía	Sabah (diario) nombra a Yavuz Baydar Okur Temsilcisi Hürriyet (diario) [sin fecha]	
2005	EUA	Crearon el cargo de Ombudsman las cadenas Public Broadcasting Service (PBS), ESPN y la compañía proveedora de imágenes para medios, Getty Images, la primera en poner en funciones a un Defensor dedicado exclusivamente al área del Fotoperiodismo	Autorregulación
	Sudáfrica	Mail & Guardian (semanario) nombró a Franz Krüger como su Ombudsman	
	Suecia	SVT (televisión) nombra a Claes Gösta Elfsberg como "tittarombudsman" del canal	
	Turquía	Akşam (diario)	
2006	España	RTVE (radio, TV e Internet)	
	Francia	Paris-Normandie (diario) Se creó el Club de Médiateurs de la prensa francesa	
	India	The Hindu (diario) nombró a K. Narayanan Readers' editor	
	Portugal	Rádio e Televisão de Portugal (RTP) (radio y TV) nombró a José Nuno Martins Provedor do Ouvinte y a José Manuel Paquete de Oliveira Provedor do Telespectador	
	Turquía	Vatan (diario) Star (diario) [sin fecha]	

Año	País	Nombre del medio (tipo de medio)	Modelo
2007	Australia	Der Standard (diario)	
	Estonia	La Ley de Radiodifusión Nacional (2007) estableció la figura de un Asesor Ético Independiente para la Compañía Nacional de Radiodifusión de Estonia (Estonian Public Broadcasting Company).	
	Holanda	NOS (radio y TV)	
	Países bajos	La Nederlandse Omroep Stichting (NOS, organización de radiodifusión pública holandesa) nombró un defensor.	
2008	Dinamarca	TV2 (televisión) nombra a Lars Bennike Seernes redaktør (Editor del Televidente)	
	Eslovenia	Radio y Televisión de Eslovenia (radio y TV) nombró a Molk como Varuhinja (guardián)	
	España	Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (radio y TV)	
	Francia	France 5 (TV)	
2009	Francia	TF1 (TV) L'Est Républicain (diario) [sin fecha] Sud Ouest (diario) [sin fecha]	
	Sudáfrica	Grupo AVUSA (compañía de medios con competencia sobre 8 publicaciones: The Sunday Times, The Times, Sowetan, Sunday World, The Herald, Weekend Post, Daily Dispatch y Saturday Dispatch) nombró Thabo Leshilo como Public Editor	
2010	Bélgica	De Standard (diario) designó a Filip Verhoest Ombudsman	
	España	El Periódico (diario) nombró a Eva Peruga como Defensora de la Igualdad	
	Holanda	NRC (diario) designó a Sjoerd de Jong como Ombudsman	
2011	Kenia	Nairobi Star (diario) nombró a Karen Rothmyer Editora Pública (Public Editor)	

Fuente: Elaboración propia con base en Herrera Damas (2007); Herrera Damas (2008); Repoll (2012); Hilligoss (2014); Pauwels (2014c); Gutiérrez del Álamo (2015); Castellanos Gómez (2017); Ottaviano (2018)