

influyente al interior de las redacciones, con ello puede promover cambios en la forma que es producida la información que llega a la población.

## CONCLUSIONES

Esta investigación evidencia algunos obstáculos para la implementación del *ombudsman* de los medios salvadoreños. Algunos de ellos son los siguientes:

- Desconocimiento general de la figura del *ombudsman* de las audiencias y, por tanto, de los aportes en la mejora del trabajo periodístico en otros países.
- Poca o nula apertura de los medios de comunicación a la implementación de mecanismos de autocritica que los conduzcan a mejorar sus contenidos.

- Relación del concepto de *ombudsman* con un mecanismo de censura e injerencia y no como una forma de autorregulación.
- Ausencia de leyes específicamente en el ámbito de los medios de comunicación.
- Apatía de la población salvadoreña sobre la utilización de los mecanismos para exigir el respeto a sus derechos.
- Ausencia de normas de redacción y códigos de ética al interior de cada medio.

La investigación encontró que las personas consultadas no están satisfechas con los contenidos que les están ofreciendo los medios de comunicación, ni con la forma en que actualmente están presentando las noticias.

Se puede afirmar que los medios no muestran deseos de mejorar sus contenidos en función de las necesidades de las

audiencias. Por el contrario, ignoran su papel social, el cual implica difundir información fundamentada, evitando la descripción morbosa y aquellos datos que puedan menospreciar o socavar la dignidad de las personas.

La importancia del *ombudsman* en El Salvador radica en su papel como enlace entre los medios de comunicación y sus audiencias, lo cual permitirá que exista una forma efectiva para atender y solucionar las quejas de las audiencias sobre la falta a los principios periodísticos de exactitud, imparcialidad y equilibrio.

Este estudio da pie para crear sistemas de información más certeros en la población, para que conozcan sobre la figura del defensor de las audiencias y su utilidad.

## BREVE HOJA DE VIDA DE LAS INVESTIGADORAS

**Camila Calles Minero.** Investigadora de la Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec). Doctora en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, de la Universidad de Salamanca. Actualmente directora de Investigaciones de Utec. Trabajó como periodista en periódicos salvadoreños.

**Leida Monterroza Matute.** Licenciada en Comunicación y periodismo (1998, UCA). Actualmente es investigadora de la Universidad Autónoma de Santa Ana, en donde coordinar y ejecuta las investigaciones institucionales correspondientes a la Facultad de Ciencias Sociales.

### Autoridades Utec

**Dr. José Mauricio Loucel**  
Presidente

**Lic. Carlos Reynaldo López Nuila**  
Vicepresidente

**Ing. Nelson Zárate**  
Rector Utec

**Licda. Noris Isabel López Guevara**  
Vicerrectora de Investigación y Proyección Social

**Dra. Camila Calles Minero**  
Directora de Investigaciones

### OTRAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN UTEC

- Turismo
- Democracia y gobernabilidad
- Vivienda y desarrollo urbano
- Desarrollo e innovación tecnológica

### INVESTIGACIÓN EN BREVE

Es una colección de fascículos que resumen los resultados de las investigaciones realizadas por la Vicerrectoría de Investigación y Proyección Social.

*No hay enseñanza sin investigación ni investigación sin enseñanza*  
Pablo Freire

### VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

Calle Arce y 19ª avenida Sur n.º 1045, edificio *Dr. José Adolfo Araujo Romagoza*.  
San Salvador, El Salvador, (503) 2275-1013 / 2275-1011



[www.utec.edu.sv](http://www.utec.edu.sv)

Centro de Llamadas: 2275-8888  
Maestrías: 2275-2700



¡HAGAMOS LA DIFERENCIA

**Universidad Tecnológica  
de El Salvador**



n.º 16

JULIO 2018

INVESTIGACIÓN EN BREVE

**Universidad Tecnológica  
de El Salvador**



Vicerrectoría de Investigación y Proyección Social

## El *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación en El Salvador: factibilidad y aceptación

Investigadoras:  
**Camila Calles Minero**  
Universidad Tecnológica de El Salvador  
**Leida Monterroza Matute**  
Universidad Autónoma de Santa Ana

Esta investigación, de carácter cualitativo, tiene como objetivo principal analizar las percepciones sobre el derecho a la información y la libertad de expresión asociadas con la figura del *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación, así como establecer la factibilidad y aceptación de este en los medios de comunicación salvadoreños. Se realizaron entrevistas en profundidad y grupos focales con periodistas y líderes sociales del país. Este estudio también busca iniciar la discusión sobre la existencia, o no, del *ombudsman* en El Salvador para generar acciones concretas en el gremio periodístico y académico.



# El *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación en El Salvador: factibilidad y aceptación

## INTRODUCCIÓN

Cuando se habla del defensor de las audiencias de los medios de comunicación (*ombudsman*), surge el fantasma de la censura, del control, de la ausencia de libertad. Sin embargo, cuando se quiere hacer referencia al ejercicio del periodismo, desde parámetros técnicos y éticos, aquel se convierte en una figura indispensable. Existen múltiples ejemplos en América Latina, entre ellos, Colombia y México. Los más cercanos a El Salvador dan cátedra sobre la presencia de dicha figura. El país debe abrirse el camino para la discusión de crear o no un *ombudsman*. Esta investigación pretende iniciar esa discusión. Se muestra el conocimiento que hay del tema, así como la factibilidad de creación.

La importancia del *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación radica no solo en su labor como garante de la calidad del trabajo periodístico, sino también en que representa un mecanismo que garantiza la participación de la ciudadanía en la agenda noticiosa y en el resguardo de sus derechos como receptores de información.

Hasta la fecha, son pocos los medios de comunicación en El Salvador que cuentan con manuales de redacción o códigos de ética internos para el trabajo diario y para el abordaje de temas específicos como la infancia, la delincuencia, la mujer, la política, entre otros, que ameritan un tratamiento exhaustivo por la implicación que pueden tener ante la ciudadanía. Tampoco existen antecedentes de iniciativas para la creación de *ombudsmans* en el país o al interior de un medio de comunicación.

Javier Darío Restrepo, en su ponencia “El defensor en tiempos de crisis”, en el III Congreso Interamericano de Defensorías de Audiencias (México, explicó que los defensores de las audiencias derivan su nombre del *ombudsman*, un funcionario sueco que velaba por la limpieza de las calles y las chimeneas. Se relaciona con el intermediario que el rey Carlos XII creó en Suecia en 1713 para fortalecer su relación con el pueblo, convirtiéndose, en 1916, en un consejo de prensa que recibía las quejas de la población sueca contra cualquiera de los periódicos del reino. El *ombudsman* individual solo apareció hasta 1967, ante el fracaso del Consejo de

Prensa; y en el mismo año, dos periódicos de Louisville, en Kentucky, nombraron a John Herchenroeder como el primer *ombudsman* en Estados Unidos.

### Objetivo general

Determinar la factibilidad y aceptación del *ombudsman* de las audiencias de contenidos informativos en grupos sociales y medios de comunicación en El Salvador.

### Objetivos específicos

1. Conocer la percepción de los grupos sociales sobre el derecho a la información y la libertad de prensa.
2. Identificar la aceptación del *ombudsman* en las audiencias de los contenidos informativos de los medios de comunicación en grupos sociales.
3. Establecer la factibilidad de la utilización del *ombudsman* de las audiencias de los contenidos informativos en los medios de comunicación de El Salvador.
4. Indagar el perfil idóneo del *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación para El Salvador.

## METODOLOGÍA

Es un estudio cualitativo. Se utilizaron las técnicas de investigación: entrevistas en profundidad y grupo focal, las cuales se aplicaron a jefes de prensa, directores o propietarios de medios de comunicación y a los consumidores de información.

En total, se realizaron 29 entrevistas y 2 grupos focales (17 personas participaron en estos).

## ANÁLISIS

### DE LOS RESULTADOS

Las entrevistas y grupos focales se analizaron en Atlas Ti. En total, se examinaron 406 citas de las entrevistas en profundidad; y de los grupos focales se extrajeron 43 citas. De la inspección a

la totalidad de la citas, se concluye que, cuando se habla de derecho a la información y libertad de expresión en El Salvador, no puede haber una respuesta absoluta. Por un lado, existen las condiciones para que se puedan ejercer ambos derechos, y por otro, existe infinidad de medios de comunicación, ya sea formales (radios, televisoras y medios impresos) o informales (todos aquellos que surgen del internet, como blogs, Twitter, etc.). Además en el 2010 se aprobó la Ley de Acceso a la Información Pública, que permitió la creación del Instituto de Acceso a la Información Pública.

De acuerdo con los resultados de la investigación, los medios de comunicación salvadoreños están vulnerando, con sus publicaciones, algunos derechos y garantías constitucionales; uno de ellos es el artículo 2 de la Constitución salvadoreña, el cual garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, ya que dentro de sus contenidos predomina el sensacionalismo, evidenciado en imágenes de cadáveres, rostros sangrantes, exposición de personas en ruedas de prensa, ignorando así la presunción de inocencia y vulnerando con ello el honor y la reputación de dichas personas.

Los medios de comunicación salvadoreños se muestran renuentes ante cualquier iniciativa de mejorar la calidad de sus contenidos, tachando dichas iniciativas como atentatorias contra la libertad de expresión y de prensa. Si bien se inclinan a favor de la “autorregulación”, este concepto queda a discreción de cada empresa mediática; y no existen parámetros para garantizar que en realidad los medios estén aplicando medidas para mejorar sus contenidos, así como tampoco cuentan con manuales de estilo ni códigos de ética que deban seguir.

En vista del tipo y la calidad de contenidos que predominan en los medios, la serie de faltas que estos cometen, afectando la credibilidad y el trabajo periodístico, y siendo el *ombudsman* de las audiencias uno de los mecanismos de autorregulación, resulta necesario que haya iniciativas que lleven a la creación y fortalecimiento de esta figura, para velar porque los contenidos respondan a los intereses de las audiencias.

En El Salvador hará falta un proceso de información dirigido a la ciudadanía sobre la figura del *ombudsman*, mostrando sus beneficios de la garantía al derecho a la información y del control de un trabajo periodístico que resguarde adecuadamente elementos técnicos y éticos adecuados.



elpais.com

En lo que respecta a la aceptación del *ombudsman* de las audiencias de los contenidos informativos en grupos sociales, los resultados arrojan una amplia aceptación. Todos los sectores consultados coincidieron en la necesidad de esta figura para contribuir a la transparencia y democratización de los medios y mejorar la calidad de las noticias.

Sin embargo, esta figura en el ambiente salvadoreño ha sido muy poco o nada difundida. Como consecuencia de ello, muy pocas personas tienen conocimiento de sus funciones y del trabajo que realiza en otros países de Latinoamérica.

Concretamente en los medios de comunicación salvadoreños, el *ombudsman* de las audiencias es visto como un elemento innecesario, pues además de considerar que ya cuentan con procesos para garantizar la participación ciudadana, consideran que la labor particular de esta figura ya está siendo desarrollada por el editor del medio, y, por tanto, estiman que su trabajo cumple con los requerimientos éticos de la labor periodística.

La percepción general es que los medios de comunicación nunca aceptarían una figura como la del *ombudsman*, dada la polarización imperante en el país, y por el desconocimiento en la mayoría de sectores sobre la labor de este personaje en otros países, pero sobre todo por la naturaleza económica del sistema mediático que no admite instancias que los vigilen, los monitoreen y los señale; que les sugiera buenas prácticas en el manejo de la información. Tal como afirma Pauwels (2014), con la existencia del defensor de las audiencias los medios asumirían públicamente un compromiso de respeto a principios éticos y de diálogo con sus audiencias.

Según los resultados de las entrevistas y los grupos focales, en El Salvador no es factible la utilización del *ombudsman* de las audiencias de los contenidos informativos en los medios de comunicación de El Salvador, puesto que no hay disposición por parte de los medios de comunicación.

Sin embargo, se visualiza la necesidad de una instancia que regule el contenido que se transmite a través de los medios de comunicación, debido a que hay una percepción generalizada de que mucha de la información y bastante de los contenidos en general, que se publican no van acordes con los verdaderos intereses de la población.

Tanto en los medios de comunicación como en las personas que consumen información, existen la necesidad y urgencia de que se verifique lo que la radio, televisión, prensa e internet publican, pero están conscientes de que las estructuras no permitirán esa figura. Además, consideran que en El Salvador no hay una figura totalmente neutral para que funcione como *ombudsman*.

## EL PERFIL DEL OMBUDSMAN

### EN EL SALVADOR

En ese sentido, el perfil idóneo del *ombudsman* de las audiencias de los medios de comunicación para El Salvador, según los entrevistados y participantes de los grupos focales, tiene que ser el de una persona con conocimiento de la dinámica de los medios de comunicación y del periodismo, pero que no esté unido a ningún partido político.

El perfil del *ombudsman*, de las audiencias en los medios de comunicación salvadoreños, se podría resumir de acuerdo con los siguientes atributos:

- Ser totalmente independiente.
- Estar comprometido con la población.
- Conocer de periodismo e investigación.
- Conocer de leyes y derechos humanos.
- Poseer liderazgo.
- Poseer altos valores éticos y morales.
- Poseer un elevado perfil de credibilidad.
- No tener afiliación política.

Las personas que participaron en esta investigación no dieron un nombre concreto de quién podría ser el defensor de las audiencias en El Salvador. Sin embargo, y como lo plantea Guillermo Cid en su artículo “El defensor de la audiencia, un enlace entre el público y los medios de comunicación”, este cargo suele ser ocupado por periodistas de gran prestigio y con bastante experiencia en el medio, por lo que pueden servir de ejemplo para el gremio periodístico nacional; y, debido a su peso, su trabajo es más

