

La autorregulación extrínseca en la empresa periodística. La experiencia del Grupo 16

Extrinsic Self-regulation in Journalistic Ventures. The Grupo 16 Experience

Carlos Maciá-Barber¹

Resumen

Resulta infrecuente que un medio se dote de un sistema de autorregulación interno como es el *ombudsman* de prensa; una rareza, el nombramiento de alguien ajeno a la redacción (conforme al arquetipo propugnado por *The Washington Post*); y un acontecimiento excepcional, que la persona designada no pertenezca al colectivo profesional (como en *Il Messaggero*). Existió una experiencia pionera y única en España, bautizada como Corresponsal de los Lectores, en la corporación Grupo 16, que aunó ambos factores. Entre las bondades de la iniciativa destacó la naturaleza de la figura, la elección de quienes desempeñaron el cargo, la familiarización del lector con el quehacer periodístico y sus derechos en materia informativa, y el fomento de la interactividad con la audiencia; entre las carencias, la ausencia de regulación, cierta confusión en el ejercicio de la misión encomendada, la pobre participación del público, los insuficientes artículos que se publicaron, y el exiguo reflejo de las explicaciones de los directivos y redactores.

Palabras clave: *ombudsman*, autorregulación, deontología periodística, prensa, empresa periodística, Grupo 16, España.

Abstract

It is not often that a media organization equips itself with an internal system for self-regulation such as a press *ombudsman*. Rarely is someone appointed from outside the editorial department (consistent with the archetype advocated by *The Washington Post*), and the designation of a person who is not a member of the profession is an exceptional event (as in the case of *Il Messaggero*). There was a pioneering and unique experience in Spain that combined both these factors. Baptized as the Readers' Correspondent, it was brought about through the creation of Grupo 16. The benefits of that initiative included, among others, the nature of the position, the selection of those chosen to occupy it, readers' familiarization with the task of journalism and their right to information, and encouragement to interaction with the audience. The shortcomings concerned the absence of regulations, a certain amount of confusion in fulfilling the mission entrusted to the ombudsman, poor participation on the part of the public, not enough articles published, and the paltry manifestation of explanations provided by directors and writers.

Key words: *Ombudsman*, self-regulation, journalistic deontology, press, journalistic venture, Grupo 16, Spain.

1 Doctor en Periodismo. Profesor Titular, Universidad Carlos III de Madrid, España. carlos.macia@uc3m.es

El Corresponsal de los Lectores

Al periódico *Diario 16*, que perteneció a la corporación editorial Grupo 16, se le considera un icono de la libertad de expresión durante el periodo político histórico de la Transición española. De entre las refrescantes iniciativas que aportó este rotativo al periodismo de esta nación se destaca una experiencia pionera de autorregulación encomendada a personas ajenas a la empresa y a la profesión periodística, inspirada en la práctica propugnada por el rotativo estadounidense *The Washington Post*, que abogaba por considerar a su *ombudsman* como un "intruso" (*outsider*) en la redacción, compromiso que igualmente contrajo *The New York Times* con el indomable e independiente Daniel Okrent. La iniciativa, pese a ciertas indudables bondades inherentes a su naturaleza, jamás ha tenido paralelismo en el periodismo español. Lo que resulta revelador.

El anuncio de la creación de la figura del "Corresponsal de los Lectores"² del Grupo 16 se produjo en las páginas de *Diario 16* el 14 de octubre de 1990. Al mismo tiempo que se informaba de su implantación se daba a conocer el nombramiento de la persona designada para desempeñar el cargo recién instituido: Amando de Miguel, catedrático de sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Ocho días después, la revista *Cambio 16* se hacía eco de la génesis de la institución y del nombramiento del primer Corresponsal³.

2 Con el fin de evitar confusiones, aclaro que esta figura no guarda relación con la institución del Defensor del Lector que se implantó con posterioridad en *Diario 16*, entre el 1 de febrero de 1996 y el 4 de enero de 1997, cargo que desempeñó José Ventura Olaguibel, a la sazón miembro del Consejo de Administración del Grupo y presidente de la Fundación 16. Ni por la naturaleza de la iniciativa, ni por la vinculación laboral de quien ejerció el cometido, ni por la función encomendada, ni, en general, por la temática que abordó en su columna.

3 "La creación del cargo de Corresponsal de los Lectores supone una decidida apuesta por la calidad y un reconocimiento de la importancia de los lectores como partes integrantes del proceso informativo. El Grupo 16 quiere prestar la audiencia debida a sus lectores, lo que sin duda contribuirá a acercarlos a los autores y responsables del trabajo periodístico y a mejorar sensiblemente el contenido de sus publicaciones". Véanse *Diario 16*, 14-X-90, pp. 1 y 4, y *Cambio 16*, 987,

En ambos casos se publicó una exposición de los motivos que impulsaban a los órganos rectores del Grupo 16 a crear esta figura periodística en sus publicaciones, lo que constituía, al mismo tiempo, una fehaciente y valiosa declaración de principios por parte de la empresa editora. Pueden, en consecuencia, señalarse como fundamentos rectores básicos de la institución los siguientes principios: a) reconocimiento del valor intrínseco de los públicos como parte integrante básica del proceso informativo; b) acrecentamiento de la relación entre los sujetos emisores —los periodistas— y los sujetos receptores de la información —la ciudadanía—; c) ampliación del espacio destinado por el medio a la participación directa de los destinatarios y a la canalización de sus opiniones; d) el establecimiento de un control de calidad incrementado sobre el producto periodístico que se oferta.

El deseo de potenciación y mejora tanto de la cantidad como de la calidad de las relaciones existentes entre las publicaciones editadas por el grupo editorial con sus destinatarios se reiteró, en aquellas mismas fechas, desde los editoriales de *Diario 16*, destacándose el reconocimiento del receptor como participante real en el verdadero diálogo que debiera existir entre medios y ciudadanos, otorgándoles "categoría de interlocutores, cosa no frecuente, lamentablemente, en el mundo periodístico"⁴. Señalaba Justino Sinova, por entonces director del diario, que la incorporación de esta figura "se implantó para establecer un nexo de comunicaciones entre el periódico y los lectores", porque la gran batalla pendiente de los medios era facilitar un cauce de expresión a los receptores (San Andrés, 1992, pp. 10-11).

22-X-90, p. 4, respectivamente. Todas las referencias hemerográficas del presente artículo aluden a *Diario 16*, salvo indicación contraria.

4 Comentario aparecido en la sección *Al día* con el título "En defensa de los lectores" (12-V-91, p. 2). Una acotación del magistrado Xavier O'Callaghan, resulta significativa para la comprensión de la causa última de la aparición del cargo: el concepto que de *Diario 16* tuvo Sinova y que inspiró su actuación como director del diario, era, en esencia, el de "un periódico correcto en la información, plural en la opinión, sensato en sus apreciaciones". "Esto, precisamente, es lo que ha inspirado la idea de que exista el *ombudsman*, este corresponsal de los lectores", añadía (2-VIII-92, p. 6).

Naturaleza de una institución en defensa de los públicos

El sostén del Corresponsal de los Lectores — así como el de otras instituciones y modalidades de autorregulación similares que existen en medios de todo el mundo— deriva de un planteamiento, fundamental en opinión de sus valedores, para entender de modo correcto el ciclo comunicativo propio y característico de una sociedad democrática: su existencia se justifica como un mecanismo más de garantía para los públicos que contribuya a que el medio cumpla con plenitud la misión social que le corresponde en un Estado de derecho. La argumentación que propugna la existencia del *ombudsman* de la prensa es la siguiente⁵: el derecho a la información es un derecho del ser humano, reconocido y protegido en los Estados democráticos por las disposiciones legislativas de máximo rango. Existe una delegación tácita de este derecho por parte de los ciudadanos en los periodistas. La información, en consecuencia, no es una propiedad exclusiva ni de los reporteros ni de las empresas periodísticas. Por consiguiente, todo medio está obligado a facilitar aquella información que resulte imprescindible para que los ciudadanos puedan, de modo consecuente, por estar informados, participar de pleno en el sistema democrático. Para asegurar la consecución de este fin, evitar deficiencias o corregir desviaciones, resulta necesaria y deseable la existencia e implantación de cierto sistema de verificación que salvaguarde ese derecho y garantice la presencia activa y efectiva del

5 Una clarificadora síntesis del razonamiento aparece en el artículo de Sinova, "La hora del lector" (21-X-90, pp. 1 y 2), que se publicó el mismo día de la primera colaboración del Corresponsal de los Lectores. Por su parte, el entonces editor de *Cambio 16*, Juan Tomás de Salas, señaló al Corresponsal —y a través de él, a los lectores— como una inestimable ayuda en la tarea de alcanzar una información de calidad, a la vez que el ofrecer un fiable sello de garantía a los contenidos de la publicación: "Si nos equivocamos, rectificaremos; si abusamos o fuimos injustos, nos excusaremos. Lo importante es que usted sepa que todo lo que se publica en *Cambio 16* es tan cierto como honestamente los mejores profesionales pudieron confirmar. Y el Corresponsal del Lector va a ayudarnos en la tarea". Véase "La lámpara complutense", Nota del Editor 1, *Cambio 16*, 987, 22-X-90, p. 5.

La argumentación que propugna la existencia del *ombudsman* de la prensa es la siguiente: el derecho a la información es un derecho del ser humano, reconocido y protegido en los Estados democráticos por las disposiciones legislativas de máximo rango.

ciudadano en el proceso informativo (Jiménez, 1997, p. 28). Rasgos que entroncarían con el ejercicio característico de la función de la figura en Europa: el compromiso con el progreso social, el servicio público, los derechos de las personas, la pedagogía política en un Estado social y democrático de derecho, la crítica de la llamada "razón periodística", y la revisión de las funciones otorgadas tradicionalmente al periodismo (Casasús, 2001, p. 100).

Diario 16 destacaba que:

el Corresponsal de los Lectores de *Diario 16* tiene una característica básica que le hace muy diferente del defensor de los lectores que nació en la Prensa americana —figura que, por cierto, no ha proliferado por la tradicional resistencia de la Prensa a sentirse observada—: esa característica es su independencia, que se basa en que tal función es ejercida por alguien que no pertenece a la Redacción del periódico⁶.

En estos casos se procura que no se produzcan incompatibilidades —con magistrados o funcionarios— o conflictos de interés —con políticos— por lo que es frecuente que estén ya retirados (Aznar, 1999, p. 182), lo que no sucedía en este caso. Escasamente se ha investigado la postura de los periodistas ante la implantación de un control externo en la redacción. En el caso portugués, las posiciones aparecen encontra-

6 "O'Callaghan en *Diario 16*", en la sección Al Día, de las páginas de Opinión (2-XII-91, p. 2).

das: un 45% defendía la procedencia foránea, frente al 32% que apoyaba al candidato doméstico, preferencia manifestada por los directivos y reporteros veteranos. Apenas un 4% elegiría a alguien externo a la profesión (Fidalgo, 2002). En el caso latinoamericano se considera beneficioso que ejerza el periodismo, aunque no se estima imprescindible (Zeta y Herrera, 2005).

La Dirección del Grupo 16 previó que éste ejerciera sus funciones al margen de toda relación de subordinación laboral con la empresa. Éste no formaba parte de la jerarquía del diario y, por tanto, no estaba sometido a ella. De Miguel fue uno de los miembros del Consejo Asesor Editorial del diario que no pertenecía a la Redacción y así se especificaba, como mérito, por la propia Dirección⁷. Quien introdujera la figura del Corresponsal, y fuera responsable de los nombramientos no creyó que el que los escogidos fueran ajenos a la profesión periodística generara ningún problema específico ni fuera impedimento para el correcto desempeño de su cometido⁸. “Elegí dos personas que daban la talla. Tanto De Miguel como O’Callaghan son dos grandes profesionales en sus respectivas labores que, al mismo tiempo, tienen un perfecto conocimiento del trabajo del periodista y conocen a fondo cuáles son los problemas que envuelven esta profesión”, apuntaba Sinova (San Andrés, 1992, p. 11). Esta libertad moral de actuación permite un sano distanciamiento que posibilita una crítica genuina (Meyer, 2000; Maciá, 2006a, p. 275 y 2006b, p. 64) y significa un mayor compromiso con el punto de vista del público (Aznar, 1999, p. 183).

Advierte Marialuz Vicondoa (1995, p. 187) que estos profesionales, antes de colaborar con el

7 De fecha 11-XI-90, p. 4. Este compromiso de preservar la independencia se reitera con cada nombramiento (14-X-90, p. 1 y 4; 1-XII-91, p. 4).

8 El primer *Avvocato dei Leittori* italiano fue Giuseppe Branca (*Il Messaggero*, 1986), jurista de reconocido prestigio, de 78 años, ex presidente la Alta Corte Constitucional y profesor universitario de Derecho Romano. Entendía el diario que el candidato debía poseer un inequívoco prestigio y autoridad, ser ajeno a la Redacción y “estar por encima de las partes” (*El País*, 15-II-1986, p. 27, y 22-II-1986, p. 25).

El Corresponsal estaba ligado por un contrato a término fijo que la empresa no podía rescindir de forma unilateral.

El periodo mínimo de obligado cumplimiento era de un año. Además, el director de *Diario 16* renunciaba voluntariamente a controlar la acción del Corresponsal para que fuese más libre en la exposición de las demandas de los públicos.

medio, poseían ya un reconocimiento social y, en función de ese prestigio en su profesión, se les encomendó esta tarea, “pero en ningún momento dejaron las funciones propias de su profesión, ya que no tenían ni debían ejercer su nueva tarea en un régimen de exclusividad. Además, no comportaba el cumplimiento de un horario en el periódico ni el sometimiento a una disciplina interna”. Como muestra de su deseo de desvinculación de la empresa se resaltaba el ejercicio de su trabajo de Corresponsal en el propio despacho laboral, y que su único vínculo con la Redacción lo constituyeran el fax y el teléfono. O’Callaghan asegura que nunca tuvo ningún problema en el desempeño de su función, pese a no ser periodista y no pertenecer a la corporación (Vicondoa, 1995, p. 190). Según O’Callaghan, el que un periódico

tuviera una persona, que no es una empleada del mismo, sino persona ajena al personal y disciplina de la empresa, que recoja y se haga eco de los lectores, es algo, en sí mismo, muy bueno. Es muy bueno, aun prescindiendo de que sea más o menos útil o que reciba mayor o menor número de cartas o de llamadas de teléfono. No tanto hemos de pensar en la utilidad de un *ombudsman*, sino en lo que éste representa en un periódico. Y lo que representa es la protección de los lectores en todas aquellas quejas, protes-

tas, opiniones y versiones distintas de algo que se ha publicado en el periódico⁹.

El Corresponsal estaba ligado por un contrato a término fijo que la empresa no podía rescindir de forma unilateral. El periodo mínimo de obligado cumplimiento era de un año. Además, el director de *Diario 16* renunciaba voluntariamente a controlar la acción del Corresponsal para que fuese más libre en la exposición de las demandas de los públicos.

El primer Corresponsal, el catedrático de sociología Amando de Miguel, desempeñó el cargo entre el 14 de octubre de 1990 (una semana después apareció su primer artículo) y el 1 de diciembre de 1991, fecha de su última colaboración). No renovó en el cargo, a petición propia, tras cumplirse el periodo de su compromiso. De Miguel, con posterioridad a su nombramiento, pasó a formar parte del Consejo Asesor Editorial de *Diario 16* (desde el 11 de noviembre de 1990). Colaborador habitual en las páginas del diario, publicaba artículos mientras desempeñó su función y siguió colaborando tras concluir su labor. El mandato de su sucesor, el magistrado y catedrático de derecho civil Xavier O'Callaghan, abarcó el ciclo comprendido entre el 1 de diciembre de 1991 (a la semana siguiente inauguró su contribución) y el 13 de junio de 1993 (última colaboración en *Diario 16*). Al igual que su predecesor en el cargo no contó con un contrato escrito, sino verbal, revocable. No constan colaboraciones periodísticas suyas anteriores, simultáneas o posteriores a su ocupación.

Funciones del sistema de autorregulación

Desde un primer momento los órganos rectores del Grupo 16 facilitaron una descripción de la función y de los cometidos propios del Corresponsal de los Lectores: atender las críticas,

inquietudes y sugerencias de la audiencia y ocuparse de la representación de sus intereses. Como tal, estudiaría los casos que llegasen a su consideración, solicitaría explicaciones a los responsables cuando lo considerara pertinente e informaría sobre los mismos a los respectivos directores. A estas cinco funciones —representativa, investigadora, intermediadora, comunicativa y divulgativa— se alude paralelamente en *Cambio 16*¹⁰.

Con ocasión de la incorporación de De Miguel a la *Organization of News Ombudsmen* (ONO), *Diario 16* explicaba que la invitación suponía un espaldarazo al establecimiento de vínculos de comunicación con la audiencia, puesto que los lectores “pueden desde entonces manifestar libremente su opinión sobre el periódico con la seguridad de que será recogida en sus páginas y tenida en cuenta”. Y al producirse el anuncio del nombramiento de O'Callaghan como Corresponsal, se resaltaba que tendría a su cuidado la representación de quienes leían las publicaciones del Grupo y estudiaría los casos que llegasen a su consideración, solicitaría aclaraciones a los redactores y responsables, e informaría a los respectivos directores¹¹.

Puede señalarse, por consiguiente, que en la concepción de la dirección empresarial se asignaron las siguientes atribuciones al Corresponsal: a) función representativa: la encarnación de los lectores de las publicaciones editadas por el Grupo 16; b) función investigadora: la atención de las críticas, sugerencias, inquietudes y opiniones de los públicos sobre los contenidos difundidos; c) función intermediadora: la demanda, cuando fuera pertinente, de las correspondientes explicaciones a los redactores y responsables de los diferentes medios del grupo; d) función comunicativa: el informar a los respectivos di-

9 6-XII-92, p. 6.

10 *Cambio 16*, 987, 22-X-90, p. 4.

11 “Espaldarazo a *Diario 16*”, en la sección Al día, 18-VI-91, p. 2, y 1-XII-91, p. 4, respectivamente.

rectores de los casos planteados y el comunicar a los lectores el resultado de su labor; y e) función divulgativa: publicación periódica de los resultados de su quehacer.

Se insistió, bien por la Dirección del diario, bien por el Corresponsal, en el carácter comunicativo de la misión y la figura: “Esta es la tribuna de los que no tienen tribuna¹². Por lo menos reconocerán conmigo que se trata de un nuevo medio de comunicación¹³, aseveraba De Miguel. Éste señalaba que “la palabra *corresponsal* indica que la comunicación es horizontal¹⁴.”

No quiero —escribía— ser azote ni censor. Trato sólo de convertir en *interactivo* un medio de comunicación que en principio no lo es. Esto es algo más que las tradicionales *cartas al director*. Aquí las misivas se van a tramitar y llegarán a quien corresponda. La iniciativa de los lectores exige una respuesta individual o colectiva.

No en vano se apunta al poder de las audiencias como factor que explica el nacimiento del defensor de la audiencia (Herrera, 2007, p. 33).

La interactividad entre el diario y el público, por un lado, y la negación a considerar su cometido como un acto de condena, por otro, fueron dos ideas arraigadas con fuerza en De Miguel. Efectivamente, denominaba como *lectores interactivos* a aquéllos “que se molestaban en llamar o escribir¹⁵.” Y en otra ocasión, priorizaba la fun-

Se insistió, bien por la Dirección del diario, bien por el Corresponsal, en el carácter comunicativo de la misión y la figura: “Esta es la tribuna de los que no tienen tribuna. Por lo menos reconocerán conmigo que se trata de un nuevo medio de comunicación”.

ción de mediador sobre la de fiscal: “Hay quejas, mas no querellas. Esta es una sección muy amical, bastante crítica y nada violenta¹⁶.” “Aquí se dan cabida a las quejas o felicitaciones sobre lo mal o lo bien que se hace al escribir estos papeles cotidianos”, apuntaba¹⁷. “Cada comunicación que ustedes me envían sirve para que pulsemos la evanescente opinión pública [...], el estado de ánimo colectivo que queda después de leer los periódicos. No es algo etéreo; tiene consecuencias¹⁸.” De ahí que se afirmara que todas las cartas de los lectores del Corresponsal fueran beneficiosas “para el general propósito de conseguir que el periódico se escriba como respuesta a la sensibilidad de los que lo leen¹⁹.”

De Miguel, en diferentes ocasiones, se ocupó de exponer o aclarar el sentido y alcance de la misión que desempeñaba como Corresponsal, y evitar posibles confusiones con las propias de otras instituciones, como el Defensor del Pueblo²⁰. En su consideración, sus cometidos propios serían:

1. El establecimiento de un nuevo vínculo de comunicación con la audiencia: el convertir en verdaderamente interactivo a un medio de comunicación escrito.

12 Supone una certera síntesis de la misión y naturaleza de la figura del Corresponsal de los Lectores. Véase 9-VI-91, p. 4. Recogería y popularizaría la frase su sucesor en el cargo, O’Callaghan. Véanse 31-V-92, p. 6; 28-VI-92, p. 5; 13-IX-92, p. 8; 8-XI-92, p. 6 y 7-III-93, p. 16.

13 9-VI-91, p. 4.

14 21-X-90, p. 4.

15 4-XI-90, p. 4. En una de sus primeras intervenciones expuso: “Cada crítica que aquí se recibe, alguien puede interpretarla desde el periódico como una censura a su labor, como una atribución de culpa. No es eso. Mi puesto —efímero— consiste en corresponder con los lectores desde esta tribuna pública para asegurar que sus puntos de vista también cuentan. No soy el corresponsal de los redactores ni de los colaboradores del diario, aunque con ellos me sienta, lógicamente, más próximo [...]. No hay culpa por ningún lado. Yo no soy abogado defensor, tampoco fiscal; en todo caso, notario, escribano. Doy fe de lo que sucede en las huestes del lectorado” (18-XI-90, p. 4).

16 16-VI-91, p. 4.

17 13-I-91, p. 4.

18 2-XII-90, p. 4.

19 25-XI-90, p. 4.

20 24-II-91, p. 4, y 28-VII-91, p. 4.

2. La recogida y publicación de las críticas y de las felicitaciones de los lectores de las publicaciones del Grupo.
3. La aclaración de los errores, desvíos e incongruencias existentes en los contenidos periodísticos.
4. La tramitación de las cuestiones planteadas por los lectores a los respectivos redactores y cargos directivos.
5. La difusión pública, a través de las páginas de las publicaciones del Grupo, de los resultados de sus investigaciones y de las gestiones realizadas ante los respectivos responsables.

En una entrevista previa a su primera colaboración, su sucesor, O'Callaghan, afirmó que los lectores necesitaban de un Corresponsal "porque la prensa se puede meter con alguien o decir algo que sea injusto o que no sea cierto y el lector no tiene un periódico para poder defenderse"²¹. La frase empleada para resumir esta idea se repetiría con considerable frecuencia en sus sucesivas *Cartas* dirigidas a los lectores²² de *Diario 16* y de *Cambio 16*²³. "Entiendo —proseguía O'Callaghan— que la idea es que alguien le defienda, y que sea alguien que no dependa del periódico [...] Lo que creo es que siempre que el lector tenga la razón, hay que dársela"²⁴.

Su primera *Carta*, a modo de presentación personal, constituía una declaración de principios de cómo entendía O'Callaghan su encargo en relación con la prensa, el periódico y la ciudadanía. En relación con el primero de estos temas, explicaba²⁵ que los lectores podían suministrar

sugerencias y manifestar su disconformidad o descontento: "El Corresponsal debe atenderlas, hacer comprobaciones si es preciso (aunque no para llevar una especie de juicio), darle la razón si la tiene o, por lo menos, publicar su versión".

Entre sus atribuciones también figurarían la capacidad de iniciativa en la corrección o rectificación de informaciones, así como la potestad de suscitar el debate con la audiencia en torno a cuestiones planteadas por el Corresponsal²⁶, que "directamente puede salir al paso de una información errónea o incompleta, o puede incitar a los lectores a que le planteen una determinada cuestión".

Señaló que la gran misión del Corresponsal es "su presencia; no que resuelva grandes problemas, sino que el lector sabe que si se le plantean, lo tiene ahí"²⁷. Y añadía: "En todo caso, la resolución de cuestiones que son importantes para la vida diaria de los lectores es una función también trascendente y que justifica de sobra la presencia del Corresponsal". Y otorgó trascendencia a la figura por su independencia, el convertirse en voz de los lectores, el erigirse en defensor de los derechos del público al condenar los abusos que puedan cometerse y, en definitiva, el erigirse en garante a ultranza de la libertad de expresión.

En esencia, entendía que su labor consistía en la protección del ciudadano frente a extralimitaciones del propio periódico, recogiendo su versión o su opinión contraria a la publicada; también en transmitir ideas de los lectores sobre el mismo periódico; o llamadas de atención sobre errores²⁸. En su opinión, el Corresponsal no debía, por el contrario, de ninguna manera, convertirse en mero transmisor de opiniones

21 1-XII-91, p. 5.

22 1-XII-91, p. 5; 5-I-92, p. 6; 31-V-92, p. 6; 28-VI-92, p. 5 y 13-IX-92, p. 8.

23 *Cambio 16*, "Presentación e invitación a los lectores", 1.047, 16-XII-91, p. 8, y *Diario 16*, 1-XII-91, p. 5; 5-I-92, p. 6; 31-V-92, p. 6; 28-VI-92, p. 5 y 13-IX-92, p. 8.

24 1-XII-91, p. 5.

25 "Presentación", 8-XII-91, p. 4.

26 *Cambio 16*, 1.047, 16-XII-91, p. 8.

27 8-III-92, p. 6.

28 31-I-93, p. 14.

que versaran sobre asuntos ajenos a los contenidos del propio periódico²⁹.

No obstante, de forma excepcional, también podían tener cabida en la sección asuntos generales, ajenos a *Diario 16*. Efectivamente, en cierta ocasión explicaba que algunas veces tocan temas tan candentes y que salen tanto en éste y en todos los demás periódicos, que no se puede evitar la respuesta³⁰. Así sucedió cuando se ocupó, por ejemplo, del problema generado por la suciedad en Madrid. Con frecuencia, O'Callaghan, incansable, reiteraba su lamento por el escaso arraigo que, según su parecer, tenía entre los lectores españoles la figura del *Ombudsman* o Defensor de los Lectores. Daba a entender que ésta era precisamente la causa de que el lector recurriera poco a su intervención y que, en demasiadas ocasiones, planteara temas que no eran de su competencia³¹. Más de una vez denunció la escasa colaboración de los lectores, cuando señalaba que “el corresponsal lo es de todo el Grupo 16 (en la práctica, sus cartas siempre salen en *Diario 16*, algunas en *Motor 16* y poquísimas en *Cambio 16*, cuyos lectores apenas responden cuando el corresponsal les propone temas o cuestiones)”³². Esta incitación a la participación fue palpable en las páginas de *Cambio 16*, ya desde su primera colaboración³³.

La vigilancia por la integridad ética del producto periodístico constituía otra de las funciones que debía desempeñar. Ante la posible elaboración

de un código ético —redactado por periodistas, juristas y otros ciudadanos— cuya aplicación corriera a cargo de comisiones mixtas, afirmaba que “cuando uno piensa en esta idea, parece la más lógica y la más correcta. ¿Se da cuenta, lector, que sería algo parecido a la función que desempeña en el periódico el corresponsal de los lectores?”³⁴. Al parecer, también cabía la posibilidad de que el Corresponsal colaborara en cuestiones externas, ajenas propiamente al Grupo 16, relacionadas con los medios de comunicación en general o vinculadas con instituciones del ámbito periodístico³⁵.

El cometido del Corresponsal como eje transmisor en el seno del diario queda patente cuando explica que “varios comunicantes solicitan que un periodista de *Diario 16* se ponga en contacto con él: se les pasa su petición inmediatamente”³⁶. La función del Corresponsal como mediador interno en la empresa periodística aparece delimitada con motivo de la denuncia de un supuesto “colaborador” de *Diario 16* de Baleares (con posterioridad, se averiguó que aquel interlocutor, en realidad, se atribuyó indebidamente tal categoría), que creía lesionado su honor y dignidad como periodista, por una acusación que se le había hecho en el propio diario en que presuntamente colaboraba³⁷. No obstante, estaba alejada de su deseo la pretensión de convertirse en “justiciero” en el seno de la Redacción. Su función sería, en todo caso, realizar observaciones sobre incorrecciones. En definitiva, un *ombudsman* de la prensa lucha por el derecho de sus lectores y la libertad de los periodistas³⁸.

29 “Este Corresponsal [...] atiende y verifica lo que se ha dicho en el periódico, publica lo que —en forma imparcial— estime correcto; y es correcto publicar la versión del lector cuando no coincida con la aparecida. Está fuera de su misión emitir opiniones propias sobre algo que le pregunte un lector y que sea ajeno al contenido del periódico; está también fuera de su función el transmitir opiniones propias del lector que le escribe, sobre algo también ajeno al contenido del periódico”. Véase “Presentación”, 8-XII-91, p. 4. La idea se repite en sucesivas *Cartas* (22-XII-91, p. 6, y 12-I-92, p. 6).

30 20-IX-92, p. 6.

31 3-IX-92, p. 8; 18-IV-93, p. 18; 2-V-93, p. 14; 7-III-93, p. 16, y 28-III-93, p. 16.

32 5-VII-92, p. 6.

33 *Cambio 16*, 1.047, 16-XII-91, p. 8. Véase también “El lector opina y al lector se le invita a opinar”, *Cambio 16*, 1.064, 13-IV-92, p. 6.

34 5-I-92, p. 6.

35 Por ejemplo, su respuesta afirmativa para colaborar en la elaboración de un Código de Ética previa solicitud de Juan Roldán, por entonces presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid (12-VII-92, p. 6).

36 16-II-92, p. 6.

37 “Este corresponsal no puede mediar en un conflicto interno en un periódico, pero sí debe reclamar que se le escuche y se le permita defender”. “*Diario 16* se caracteriza —afirmaba el Corresponsal— por su defensa a ultranza de la libertad de expresión; si un colaborador del periódico es objeto de una acusación de la que no se le deja defenderse, ello supone una privación constitucional del derecho a esta libertad y en esto, el corresponsal debe intervenir”.

38 25-X-92, p. 6.

La función que O'Callaghan atribuye al Corresponsal, comprendería:

1. La defensa a ultranza de la libertad de expresión, condenando los abusos que pudieran cometerse contra los derechos informativos del ciudadano e, incluso, de los colaboradores.
2. La protección de los lectores, al recoger todas aquellas quejas, protestas, opiniones y versiones distintas de lo publicado que llegaran a su conocimiento.
3. La corrección de cuantos errores hubieran sido detectados. Capacidad de actuación de oficio.
4. Ante la Dirección del diario, alertar sobre las sugerencias, el planteamiento de problemas y el ofrecimiento de soluciones, aunque careciendo de poder coercitivo.
5. El servir de cadena de transmisión en el seno de la empresa, al poner en contacto a los profesionales requeridos con los comunicantes que pudieran solicitarlo.
6. La potestad de incitar al lector a dar su opinión sobre determinados temas planteados por el propio Corresponsal.
7. La posibilidad de colaboración en cuestiones ajenas al Grupo 16, relacionadas con los medios en general o ligadas con instituciones del ámbito periodístico.

La sección "Carta del Corresponsal de los Lectores"

Desde el nacimiento de la figura se postuló que para canalizar la opinión de los lectores se publicaría en cada medio del Grupo 16 una sección periódica con las aclaraciones, correcciones o rectificaciones que considerara necesarias. Dicha sección debía aparecer en *Diario 16* todas las semanas, preferentemente los domingos³⁹. Hay

39 14-X-90, p. 4.

que destacar que se incumplió con frecuencia el primer compromiso. El segundo, se siguió a rajatabla. Se denominó, en sus orígenes, como Carta del Corresponsal de los Lectores y adquirió un marcado carácter epistolar ("Querido lector:"⁴⁰) que, de modo paulatino, se abandonaría. Mantuvo esta designación hasta producirse un cambio en la distribución y diseño general del diario (20 de diciembre de 1992). A partir de entonces la cabecera de presentación de la sección rezaba "Corresponsal de los Lectores"⁴¹. No obstante, O'Callaghan seguiría, en ocasiones, denominándola como Carta del Corresponsal de los Lectores⁴².

La colaboración del Corresponsal apareció siempre encuadrada en la sección de Opinión. No sucedió lo mismo, sin embargo, con relación a su ubicación, aunque sí pueden señalarse unas pautas generales durante el periodo de su publicación. Existe un predominio casi absoluto (97,7%) de la sección en las páginas pares de *Diario 16* (tabla 1), frente a las impares (2,3%)⁴³, y se situó siempre en el margen superior de la hoja. Durante las primeras apariciones, su localización —de modo irregular— podía ocupar el margen superior izquierdo o derecho, pudiendo extenderse hasta la base inferior de la página. Con el tiempo, se regularizó su enclave y ocupó la franja media superior. Durante la etapa de O'Callaghan no dejó de ser esa su disposición. Jamás ocupó únicamente la zona inferior.

Nunca se reprodujo gráfico o fotografía algunos, aun cuando fueran motivo de ocupación del análisis o comentario del Corresponsal.

40 21-X-90, p. 4.

41 20-XII-92, p. 24.

42 21-III-93, p. 14.

43 Entre las excepciones se cuentan dos colaboraciones de O'Callaghan: unas reflexiones en torno a la doctrina informativa contenida en el artículo 20 de la Constitución española de 1978, y una queja del autor por la escasa colaboración de los lectores. Aunque en ambos casos la materia, por su carácter, es de la máxima trascendencia, no consta que su ubicación responda a esta causa. Quizá haya que buscarla en la mera subordinación de la sección a la distribución de las páginas de Opinión.

Tabla 1.
Frecuencia y distribución de la sección

Número de página	4	5	6	8	12	14	16	18	24
Amando de Miguel	28	–	4	1	–	–	–	–	–
Xavier O’Callaghan	3	2	39	2	2	6	4	4	1
Total	31	2	43	3	2	6	4	4	1
Porcentaje	32,3	2,1	44,8	3,1	2,1	6,2	4,2	4,2	1,0

Fuente: elaboración propia.

Cabe advertir que en más de una ocasión se avisó que la publicación de la resolución de la labor del Corresponsal estaba supeditada a que ésta se elaborara. Lo explicaría O’Callaghan:

Cuando no aparece mi artículo, puede ser por tres motivos: que, por problemas de espacio (la tipografía en el periódico es tanto como la burocracia en la Administración), no se publica un concreto domingo; que una semana entera yo estoy fuera de Madrid y me es muy complicado escribir y, la última y menos frecuente, es el caso que no haya contenido y ninguna carta de lector y este corresponsal no sepa qué escribir⁴⁴.

Ninguna de las tres justificaciones cabe admitir, por cuanto comportan: el incumplimiento del

acuerdo formalizado con el lector, en beneficio de otros contenidos, cualesquiera que fuesen; la inobservancia de la obligación implícita en el contrato formalizado; y la inadvertencia de que todo quehacer periodístico es perfectible, por lo que invariablemente hay tema y faena en que ocuparse.

Durante el ejercicio de De Miguel la extensión de la superficie destinada a la Carta del Corresponsal de los Lectores era variable, oscilando entre el 45 y el 65% de la hoja. Pero, generalmente, comprendía entre el 50 y el 55% de la misma. Tras el nombramiento de O’Callaghan se apreció un ligero incremento en la extensión (en torno al 55-65% de media) (tabla 2).

Tabla 2.
Porcentajes de publicación y superficie de la sección

Porcentajes	Absoluto		Real	
1990	8/11	72,7	8/11	72,7
1991	29/52	55,8	32/52	61,5
1992	44/51	86,3	48/51	94,1
1993	15/24	62,5	15/24	62,5
Total	96/138	69,6	103/138	74,6
Amando de Miguel	32/59	54,2	35/59	59,3
Xavier O’Callaghan	64/79	81,0	68/79	86,0

44 13-VI-93, p. 18.

Fuente: elaboración propia.

En los primeros momentos resultó frecuente, casi diaria, la inserción de faldones promocionales. En los mismos se facilitaba la dirección del diario y un número de contestador telefónico, a la vez que se animaba al lector a ponerse en contacto directo con su Corresponsal⁴⁵. Su tamaño equivalía, aproximadamente, al 25% de la página. La aparición de este tipo de publicidad fue habitual durante la primera etapa (de octubre de 1990 a diciembre de 1991). Durante ese periodo el número de inserciones decreció de forma progresiva hasta desaparecer por completo después de la elección de O'Callaghan (diciembre de 1991). En ocasiones esporádicas se ofrece en la propia sección, al final del texto, a modo de recordatorio, el número de teléfono de contacto⁴⁶.

La razón de este recurso publicitario obedece, en primer lugar, a que en la sección no se facilitaba ningún modo específico de comunicación con el Corresponsal, aunque sí empezó a aparecer, desde el 14 de noviembre de 1990, un número de contacto en la mancheta de *Diario 16*⁴⁷. En segundo término, servía lógicamente como recordatorio e incitación a la participación del lector.

Contenidos doctrinales: ética, autocritica y derechos de los públicos

La ética sería rentable económicamente, ante la evidencia de que “un periódico, ante sí mismo y ante sus lectores, debe moverse dentro de la honestidad y de la veracidad, y esto el lector también lo aprecia, lo valora y redundando en la aceptación, difusión y —qué duda cabe— en sus beneficios económicos”⁴⁸. Para alcanzar este objetivo, O'Callaghan entendía inadecuada la

regulación a través del código penal y la protección del derecho civil. Lo deseable era la autorregulación: “La seriedad de la Prensa, la protección del lector y la libertad de expresión no pasan, ¡desde luego!, por un código penal, no es la protección de derecho civil [...] la solución óptima, si no que lo es la autorregulación que hagan los propios periodistas”⁴⁹. “Que los periodistas —señalaba en otra ocasión— fijen sus propios límites. Con un criterio de buena fe y principios éticos correctos”. Un código “está bien, plagado de muy buenas intenciones. Nos queda la pregunta final: ¿cómo se hará cumplir? Si todos son buenos, no hay problema, ¡ojalá! Pero ¿y si no lo son?”⁵⁰.

Respecto a *Diario 16* —y podría hacerse extensible a cualquier medio—, De Miguel afirmaba que “este periódico se empeña en dar calidad con el papel. La calidad empieza con la autocrítica. En ello estamos”⁵¹. Un caso paradigmático de autocritica lo constituyó el problema suscitado con uno de los canales de comunicación con el Corresponsal puestos a disposición del lector: el contestador de llamadas telefónicas. Su contenido se transmitía mecanografiado al Corresponsal; tras una reorganización de personal en el diario, dejaría de recibir copia del mismo. Por ello, desde el 18 de mayo de 1992, no podía atender las consultas telefónicas: “*Diario 16* está preocupado y buscando una solución, que espero será rápida, pero nada humano es perfecto y el lector puede recordar la Carta del Corresponsal [...] cuyo título era ‘Los errores de la Prensa’: este es un error continuado que pronto será subsanado”⁵². En su siguiente colaboración, el 12 de julio de 1992, anuncia que todo se ha arreglado⁵³. El 8 y 29 de noviembre de 1992, se abordó de nuevo el fallo en la transcripción, aspecto que se reiteraba en la colaboración del

45 Valga como muestra, por todas, la publicada en 2-XI-90, p. 4. El texto rezaba: “Envíe sus críticas o sugerencias a [dirección]. Reseñando en el sobre ‘Corresponsal de los lectores’. Si lo prefiere, grabe sus comentarios en el contestador automático [teléfono]”.

46 31-I-93, p. 14, y 28-III-93, p. 16.

47 14-XI-90, p. 5.

48 20-IX-92, p. 6.

49 8-XI-92, p. 6, y 24-I-93, p. 14.

50 22-XI-92, p. 6.

51 7-IV-91, p. 4.

52 5-VII-92, p. 6.

53 12-VII-92, p. 6.

6 de diciembre de 1992. Ante esta persistencia un lector se preguntaba “si no le hacen caso al corresponsal en este asunto ¿qué caso van a hacer a los simples lectores? [...] Es admirable que el periódico deje quejar a este corresponsal en el propio periódico de cosas que no funcionan en el mismo”. “Es un buen ejercicio de la libertad de expresión”, añadía⁵⁴. El 31 de enero de 1993, se anunciaba una ligera mejoría en el sistema de transcripción⁵⁵.

Otro motivo para la queja de O’Callaghan ante la empresa, y que manifestó en una de sus colaboraciones, se encontraba en los cambios —sin mediar consulta— del texto original, aunque no afectaran a su contenido: título, colocación de los párrafos, entradillas, puntuación⁵⁶.

En otra ocasión, la denuncia venía motivada por lo que O’Callaghan consideró una muestra de minusvaloración, por el propio *Diario 16*, de la figura del Corresponsal y, de manera indirecta, de sus lectores:

En la revista que editó *Diario 16* para conmemorar los dieciséis años se recoge una serie importante de firmas, pero no la de este corresponsal, que es la voz de los lectores y la referencia de los mismos. Por lo menos hubiera valido para insistir en la función del corresponsal [que ha contado] siempre con total colaboración de la redacción de *Diario 16*⁵⁷.

Tampoco faltó una autocrítica que afectara directamente a los lectores: “No se puede decir que haya mucha respuesta por parte de éstos frente al periódico, dirigida al Corresponsal”⁵⁸, lamentaba O’Callaghan. También aparecen apelaciones en contra del conformismo: “Y usted lector, no se conforme con lo que lee en la Prensa: polemice

con el artículo publicado o la opinión expresada; no tiene usted un periódico para mantener una polémica, pero sí tiene al Corresponsal de los lectores”⁵⁹. “En este país, en que se lee tan poco —escribía—, debe agradecerse públicamente al lector crítico e incisivo”⁶⁰. Y afirmaba que “jamás un lector da la lata a este Corresponsal, que triste estaría si no recibiera ninguna carta, lo que le haría pensar que su función es a extinguir, cuando lo cierto es que sería bueno que todos los periódicos, e incluso instituciones (que ya las hay), tuvieran su defensor del ciudadano, del lector o del cliente”⁶¹.

“Es humano equivocarse y es inevitable que la Prensa, en general, cometa errores. Por la trascendencia de ésta se hace necesario corregirlos, pero, salvado un error, se sabe que no será el último”⁶². Como tantas veces se recuerda, en relación con el error humano, que lo cardinal es siempre levantarse tras un tropiezo. Porque, es cierto, como indicaba O’Callaghan, que el enemigo de la libertad de prensa se agarra a un desacierto para “pretender machacar a Prensa y periodista”⁶³. Y, con acierto, De Miguel, explicaba que el espíritu de la sección era que los errores enseñan⁶⁴.

Sobre los propios desaguizados del Corresponsal no faltó la entonación de un *mea culpa*: “Empiezo por mí mismo, que soy el pecador que tengo más cerca [...]”, reconocía De Miguel, para a continuación recoger las críticas recibidas a comentarios y datos de un artículo suyo⁶⁵.

Vigilar por la pureza y corrección del lenguaje y la sintaxis de la lengua castellana fue uno de los cometidos más recurrentes del Corresponsal, que en buena parte de sus colaboraciones se encargó de recoger las indicaciones de los lec-

54 29-XI-92, p. 6.

55 31-I-93, p. 14.

56 6-XII-92, p. 6.

57 3-I-93, p. 12.

58 6-XII-92, p. 6.

59 5-I-92, p. 6.

60 9-II-92, p. 6.

61 1-III-92, p. 6.

62 Xavier O’Callaghan, 21-VI-92, p. 6.

63 31-V-92, p. 6.

64 17-III-91, p. 6.

65 28-IV-91, p. 4.

tores que detectaban errores. De Miguel llegó a utilizar un esclarecedor apelativo para aquéllos: “Son muchos los lectores que se aprestan voluntarios a las acciones de la ‘Brigada Quevedo’, encargada como está de poner a punto el lenguaje periodístico”⁶⁶. Con todo, este mismo Corresponsal reconocía que “las erratas son la sal de los guisos periodísticos”⁶⁷.

Paralelamente a la aparición del Corresponsal se creó un Comité de Calidad del Lenguaje, cuya misión sería la de “velar por el empleo dinámico, moderno y correcto del castellano en *Diario 16* y en las revistas del Grupo”⁶⁸. Esta iniciativa, además de mantener la “corrección más absoluta en el empleo del castellano”, se encargaría de incorporar a las publicaciones del Grupo las modificaciones y mejoras que sobre el uso de la lengua adoptara la Real Academia Española. Una tercera e interesante labor supondría el tratar de “acercar el lenguaje periodístico — a veces no suficientemente cuidado debido a la urgencia con que se producen las noticias — a las normas del buen uso de la lengua española”⁶⁹.

“El lector, todo lector, es la razón de ser de un periódico, y se le da mucha, muchísima importancia”, sentenciaba O’Callaghan⁷⁰. A los que con asiduidad se dirigían a De Miguel, éste llegó a denominarles “colaboradores honoríficos”⁷¹ y “lectores de plantilla” del diario. Daba a entender, así, que mediante “la lectura con lupa que hacen del periódico”⁷², sus sugerencias y correcciones contribuían, en buena medida, a

Vigilar por la pureza y corrección del lenguaje y la sintaxis de la lengua castellana fue uno de los cometidos más recurrentes del Corresponsal, que en buena parte de sus colaboraciones se encargó de recoger las indicaciones de los lectores que detectaban errores.

la adecuada marcha de *Diario 16*. No obstante, como recordó O’Callaghan “se pretende que los lectores sean algo más que ‘simples correctores de pruebas’ y que opinen sobre lo que se publica”, aunque “no que pretendan publicar lo que opinen”⁷³. Por su parte, entendía De Miguel que “los lectores tienen derecho a saber cuáles son las simpatías o antipatías de los que escribimos en los papeles”⁷⁴.

No puede considerarse un derecho del lector dentro de los márgenes de la libertad de expresión el que se publique una Carta al Director remitida al diario⁷⁵. Ante la queja de un lector que contestó un artículo publicado con otro de colaboración que no le fue publicado, recordaba O’Callaghan que “en nuestro derecho no existe una regulación de la réplica en el sentido de una opinión [de un lector] en la que se muestra disconforme y quiere contestarla. Existe el derecho de rectificación por la publicación de un hecho que le afecte y pueda causarle perjuicio”⁷⁶.

El lector sólo puede manifestarse “a través de las secciones de Cartas al Director o de colaboraciones. Quizá sea discutible, pero creo que un medio de comunicación tiene su organización, su jerarquía y su plantilla y sería insólito que los destinatarios pudieran ser los propios autores”⁷⁷.

66 24-III-91, p. 4.

67 21-IV-91, p. 4.

68 14-X-90, p. 4. El Comité de Calidad del Lenguaje del Grupo 16 estuvo integrado por Gregorio Salvador, académico de la Lengua; Juan Tomás de Salas, presidente del Grupo 16; Luis Díaz Güell, director de *Cambio 16*; Justino Sinova, director de *Diario 16*; Amando de Miguel, *Corresponsal de los Lectores*; José Miguel Ullán, adjunto a la presidencia del Grupo 16 para asuntos culturales; y Daniel Samper Pizano, redactor de *Cambio 16* y Premio Rey de España por sus informaciones sobre la lengua española.

69 *Cambio 16*, 989, 5-XI-90, p. 4.

70 19-IV-92, p. 6.

71 3-III-91, p. 4.

72 2-VI-91, p. 4.

73 12-I-92, p. 6.

74 24-II-91, p. 4.

75 5-VII-92, p. 6.

76 2-VIII-92, p. 6, y 20-IX-92, p. 6.

77 12-I-92, p. 6.

Y, ante la sugerencia de que un diario debiera aceptar colaboraciones de ciudadanos anónimos, el mismo Corresponsal le daba la razón “pero, aparte de la plantilla de un periódico, las colaboraciones se publican no tanto por la importancia del autor, sino por el interés del texto y la corrección de la escritura”⁷⁸. Por último,

“algunos lectores —explicó De Miguel⁷⁹— coinciden en la simpática sugerencia de que aquí se creara una sección para publicar las colaboraciones espontáneas de los lectores, una especie de ‘Tribuna popular’. He consultado la iniciativa con el director y él me señala lo siguiente: ‘en principio, el diario no se compromete a publicar, sin más, colaboraciones no solicitadas. Lo contrario crearía notable confusión’. Los artículos que se publican —proseguía— tienen que reunir algunas cualidades: han de reflejar estados de opinión interesantes; tienen que estar documentados; el periódico viene obligado a saber quién es el autor”.

Con todo —concluía—, si una colaboración no pedida cumple esas condiciones, el diario la publicaría. “No se ve, de momento, que pueda constituirse una sección fija para ese menester”.

Bondades de la iniciativa

La creación e implantación por parte del Grupo 16 de una figura periodística encaminada a establecer una comunicación efectiva entre los lectores y el diario, orientada al ejercicio de la autocrítica y dirigida a la mejora del producto periodístico para el verdadero cumplimiento de los fines del periodismo debe ser considerada, en sí misma, como altamente valiosa. El Corresponsal de los Lectores constituye una muestra palpable, sin duda, de un deseo de mejora real de la labor periodística para ponerla al servicio del ciudadano a través de una voluntad de compromiso público con el destinatario de la información.

⁷⁸ Xavier O’Callaghan, 21-VI-92, p. 6.

⁷⁹ 18-XI-90, p. 4.

El Corresponsal de los Lectores constituye una muestra palpable, sin duda, de un deseo de mejora real de la labor periodística para ponerla al servicio del ciudadano a través de una voluntad de compromiso público con el destinatario de la información.

Característica estimada resulta, de igual modo, el deseo de otorgar al Corresponsal una debida y necesaria independencia respecto del diario para facilitar su siempre delicada labor. Resultan acertadas las dos medidas adoptadas por la dirección del Grupo: la no pertenencia de la persona elegida a la plantilla de la empresa informativa, y la limitación temporal en el ejercicio del cargo. Con ello, de un lado, se impide que surja un deseo de complacencia o una conducta servil poco deseables; por otro, se impide la tentación de aferrarse al cargo. O quizá se encamine, como en *The New York Times*, a garantizar la mera supervivencia del designado ante la feroz lucha interna empresarial y profesional que afronta (Fernández, 2005).

De igual modo, resulta un acierto la designación de las personas para desempeñar el puesto basada en los criterios del prestigio profesional —que implica, entre otras virtudes, la rectitud de intención, el trabajo serio y esforzado, y la honradez personal y profesional— y el conocimiento, pese a no pertenecer a la profesión, del mundo periodístico —que evita la existencia de ligazones amistosas o profesionales peligrosas y, a la vez, libra de posibles errores resultado de una particular apreciación o fruto de la ignorancia—.

La figura del Corresponsal se constituye en órgano interno de vigilancia destinado a la detección y corrección de los errores y desviaciones existentes en las publicaciones del Grupo 16 con la fi-

nalidad de coadyuvar a la mejora de la calidad de producto periodístico y corregir las desviaciones que las alejaran del cumplimiento de los verdaderos fines del periodismo y del respeto estricto de los derechos de los públicos. La existencia del Corresponsal implica que el emisor —en este caso, el consorcio periodístico Grupo 16— reconoce, de manera pública, los derechos que asisten y el relevante papel activo que corresponde al receptor —a los lectores de sus publicaciones, y, en general, a cualquier ciudadano—.

Gracias a la sección del Corresponsal se incrementó el espacio destinado a la expresión libre de la opinión de los receptores a la vez que se fomentó la participación activa de los públicos mediante el ejercicio de sus derechos y su implicación directa en el perfeccionamiento del producto periodístico.

En ocasiones, las quejas o reclamaciones de los lectores encuentran un erróneo fundamento fruto del desconocimiento de la tarea profesional del periodista, o del funcionamiento y la organización propios de las empresas periodísticas. Esta ignorancia conduce a veces a que el público exija o espere unos servicios o demande unos resultados imposibles de satisfacer. La labor del Corresponsal ayudó a conocer en sus justos términos algunas facetas apenas conocidas del quehacer y la organización periodísticas que ayudaban al público a emitir un recto juicio ajustado a la realidad. Por otro lado, conseguía familiarizarle —y, por tanto, a que valorase con mayor propiedad— con los problemas que se afrontan, las inquietudes que poseen y el esfuerzo que realizan, tanto el profesional de la comunicación como la empresa periodística.

La columna publicada periódicamente por el Corresponsal supuso un esperanzador incremento del espacio físico en las páginas de *Diario 16* y *Cambio 16* destinado de modo específico a recoger la opinión y los puntos de vista de

la audiencia, que se sumó al que tradicionalmente se le tiene reservado en medios escritos (Cartas al Director).

El Corresponsal y los lectores colaboraron de manera activa en la mejora de la calidad del trabajo y del producto periodístico uniendo su esfuerzo al resultado de los filtros de control de calidad habituales en un medio (correctores, periodistas, redactores jefe y director).

Además de constituir para la Dirección una provechosa fuente de información sobre la opinión y el sentir del lector respecto a sus publicaciones, la figura del Corresponsal posibilitó la canalización directa de las propuestas, demandas, sugerencias, ideas, solicitudes y peticiones que, orientadas a la mejora del servicio que se les prestaba, exponían los lectores.

El resultado de las investigaciones se insertaba en la sección de Opinión, la más significada del medio. Localización que denota la trascendencia otorgada por los órganos de dirección del Grupo 16 no sólo a esta figura periodística sino también la importancia de recoger y plasmar el parecer del lector. Situar la columna del *Corresponsal* en la parte superior de la página, un espacio de la mayor relevancia, puede interpretarse como indicio de la alta consideración en que se tuvo la labor que desarrollaba. En idéntico sentido, figuró en la macheta del diario la forma de contacto con el Corresponsal. Revela el deseo

La existencia del Corresponsal implica que el emisor —en este caso, el consorcio periodístico Grupo 16— reconoce, de manera pública, los derechos que asisten y el relevante papel activo que corresponde al receptor —a los lectores de sus publicaciones, y, en general, a cualquier ciudadano—.

Cierta discontinuidad en la publicación de las colaboraciones del primer Corresponsal (De Miguel), aun cuando pudieran estar justificadas, entrañaron el riesgo de convertirse en un obstáculo añadido que pudo dificultar la implantación de la figura, además de restar eficacia a su servicio.

de animar al receptor a participar de manera activa facilitándole y recordándole la forma de lograrlo. De ahí que se recurriera a la promoción publicitaria de la institución, para recordar su existencia e incitar, al mismo tiempo, a la participación activa del lector, un indicador de la verdadera voluntad de consolidar el ejercicio de la autocrítica.

La mayoría de los temas que se abordaron poseían entidad y ofrecían interés. Por un lado, respondían a la misión fundamental del Corresponsal (detección y solución de errores y la autocrítica de la labor periodística). Por otro lado, analizaron cuestiones fundamentales para los públicos (derechos fundamentales, participación del lector). Finalmente, informaban el funcionamiento interno de la empresa periodística (toma de decisiones, resoluciones, ediciones, distribución, publicidad, etc.), y familiarizaron al receptor con la práctica profesional del periodismo (problemas y dificultades, normas, reglas, peculiaridades, comportamientos, técnicas, etc.), lo que posibilitaba un conocimiento y comprensión mutuos.

Deficiencias de la experiencia

Aun cuando desde el inicio existieron unos principios normativos de la figura del Corresponsal que se notificaron públicamente (perfil, vinculación con la empresa, función, duración

del mandato), la falta de un Estatuto regulador específico de la figura desdibuja en parte sus funciones, características y normas de procedimiento, limitándola y, en consecuencia, restándole efectividad.

Vicondoa (1995, p. 193) esclarece las circunstancias que rodearon el desvanecimiento de la institución. Por un lado, el derecho de veto del director (que, según O'Callaghan, fue ejercido en numerosas ocasiones) y el dejar de pagar "cuando la figura dejó de interesar al director, José Luis Gutiérrez (podía porque no existía ningún contrato laboral que le obligara)", arrastraron a O'Callaghan a poner fin a esa tarea.

Existió cierta confusión sobre el carácter y la misión del Corresponsal. De Miguel y O'Callaghan tuvieron que reiterar el esclarecimiento, en demasiadas ocasiones, del verdadero carácter y de la misión encomendada a esta figura periodística por los órganos rectores del Grupo 16. Se constata que a sus lectores les llevó tiempo el comprenderlos. La explicación hay que encontrarla, por una parte, en la escasa tradición de tal institución en el panorama periodístico español (Maciá, 2002 y 2006a); de otra, en las lógicas dificultades que encuentra una novedad de cualquier clase para abrirse camino en la sociedad hasta su plena implantación.

Por estas mismas razones, a las que podría añadirse cierta abulia arraigada, por lo general, en el receptor, la respuesta de los lectores —sobre todo de *Cambio 16*— no fue la esperada ni deseada. Lo que corroboran las apelaciones a la participación realizadas por los Corresponsales y sus lamentos públicos al respecto en sus columnas. Hecho que acrecentaría la sensación de soledad que puede asentarse en el *ombudsman* de prensa (McKenna, 1993; Mesquita, 1998)

Cierta discontinuidad en la publicación de las colaboraciones del primer Corresponsal (De Mi-

guel), aun cuando pudieran estar justificadas, entrañaron el riesgo de convertirse en un obstáculo añadido que pudo dificultar la implantación de la figura, además de restar eficacia a su servicio. A diferencia de lo acontecido en *Diario 16*, la escasez de colaboraciones en *Cambio 16*, cuestiona la existencia de una verdadera y correcta defensa de los derechos de los lectores de la revista.

Si se tiene en cuenta la periodicidad semanal de las colaboraciones de los Corresponsales, y la superficie media total del diario y la revista, el espacio destinado a la sección fue excesivamente reducido: una media relativa sensiblemente inferior a una página semanal, en páginas pares, de menor relevancia. Las *Cartas* ocuparon a lo largo de toda su existencia, salvo en contadas excepciones, una colocación demasiado secundaria en ambas publicaciones.

Resulta llamativa la sistemática ausencia de reproducciones de fotografías o gráficos en la sección. A falta de una confirmación oficial, esta carencia puede atribuirse más a una continuada escasez de espacio que a una improbable infalibilidad, perfección y corrección en el uso y tratamiento de estos recursos periodísticos por parte de los profesionales de las publicaciones del Grupo.

Apenas los Corresponsales recogieron en su columna el punto de vista, la explicación o la disculpa de un redactor o un responsable de área ante una queja, demanda o sugerencia de los lectores. Lo mismo ocurrió con relación a los miembros de la Dirección o a los representantes de la empresa periodística cuando el caso planteado o analizado les afectaba. Omisiones autocríticas que suscitan el recelo de la audiencia ante el que cabría denominar "embajador del diario" (Van Dalen y Deuze, 2006). En consecuencia, se privó al lector de una información relativa al ejercicio

del periodismo o a la toma interna de decisiones en la empresa a las que tenía derecho y que le resultarían provechosas.

Referencias

- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- Casasús, J. M. (2001). Los periodistas y el defensor de los lectores, en López, X. (dir.). *Jornadas sobre tendencias en el periodismo*. Madrid: Montecorvo. pp. 93-105.
- Dalen, A. van y Deuze, M. (2006). Readers' Advocates or Newspapers' Ambassadors?: Newspaper Ombudsman in the Netherlands. *European Journal of Communication*, 21, 457-475.
- Fernández, J. (2005). La (casi) imposible misión del redentor. *Cuadernos de periodistas*, 2, enero, 131-138.
- Fidalgo, J. (2002). O Provedor do Leitor visto pelos jornalistas. *Sala de Prensa*, IV, 2, 42. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art331.htm> [Fecha de consulta: 17 de diciembre de 2002].
- Herrera, S. (2007). El defensor de la audiencia: claves para entender el contexto de su aparición. *Palabra Clave*, 10 (1), p. 25-35.
- Jiménez, R. (1997). Media Accountability in Spain: The Spanish Press Ombudsman, en Sonnenberg, U. (ed.). *Organising Media Accountability. Experiences in Europe*. Maastricht: European Journalism Centre. pp. 27-32.
- Maciá, C. (2006a). *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Los paladines contra el periodismo descaminado*. Madrid: Universitas.

Maciá, 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.

Maciá, C. (2002). La autocrítica en el periodismo español mediante el defensor periodístico (1985-2000), en Almuiña, C. y Sotillos, E. (coords.). *Del periódico a la Sociedad de la Información*. Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio. pp 275-285.

McKenna, K. (1993). The Loneliest Job in the Newsroom. *American Journalism Review*, 15, marzo, 41-44.

Mesquita, M. (1998). La médiation solitaire de l'ombudsman de presse. *Recherches en Communication*, 9, 83-92.

Meyers, C. (2000). Creating an Effective Newspaper Ombudsman Position. *Journal of Mass Media Ethics*, 15 (4), 248-256.

San Andrés, M. T. (1992). Abogados del diablo. *Periodistas*, 51, enero, 4-13.

Sinova, J. (1990). La hora del lector, *Diario 16*, 21-X-90, 1-2.

Vicondoa, M. (1995). La independencia del ombudsman español. *Comunicación y Sociedad*, 8 (2), 185-195.

Zeta, R. y Herrera, S. (2005). Situación del ombudsman en Latinoamérica. *Sala de Prensa*, VI, 3, 76. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art587.htm> [Fecha de consulta: 5 de febrero de 2005].