

**Documento de Trabajo N° 60**

**La responsabilidad de los diarios y el  
Defensor del lector en el Paraguay**

Sergio Ferreira  
Fernando Moreno

Base Investigaciones Sociales  
Asunción, Paraguay  
Abril, 1994



**investigaciones sociales**

Ayolas 807 esq. Humaitá - Casilla de Correo 2917 - Asunción, Paraguay  
Tel: (595 21) 451 217 - Fax: (595 21) 498 306 - [baseis@baseis.org.py](mailto:baseis@baseis.org.py)

## Contenido

Introducción.....	3
1. El por qué del trabajo.....	5
2. Derivaciones principales del ombudsman.....	7
2.1 Defensor del pueblo.....	7
2.2 Defensor del lector.....	10
3. Un Defensor del Lector en la prensa paraguaya.....	24
3.1 Condiciones legales vigentes.....	24
3.2 Actitud de la prensa escrita paraguaya de su situación actual y la aparición de un defensor del lector.....	29
3.3 Receptividad del público.....	41
3.4 Canales vigentes de comunicación entre el público y los diarios.....	45
3.5 Errores más comunes en la prensa paraguaya.....	47
3.6 Manipulación en el tratamiento periodístico de la información.....	52
4. Conclusiones.....	57
4.1 La responsabilidad en la prensa escrita paraguaya.....	57
4.2 Sugerencias finales.....	59
Bibliografía.....	66
Anexos.....	68

## Introducción

En Asunción se publican cuatro diarios que pertenecen a grupos empresariales fuertes e influyentes: *ABC Color*, de Editorial AZ, dirigido por Aldo Zuccolillo; *Hoy*, de Editora Hoy, bajo la dirección de Hugo Oscar Aranda; **Noticias El Diario**, publicado por Editora Continental, integrante de la Red Privada de Comunicación (RPC), bajo la presidencia de Néstor López Moreira, y *Ultima Hora*, de la Editorial El País, dirigido por Demetrio Rojas. Estos diarios suelen convertirse en medios de expresión de sus propios intereses<sup>1</sup>.

Cuando la noticia es un reflejo de los intereses de la empresa periodística que la publica, el verdadero contexto del acontecimiento es presentado de una manera deliberadamente parcial. Debido a esto, el público no puede tener una visión clara, a través de la prensa escrita, de lo que acontece diariamente. Al tratar la noticia sobre un aspecto del acontecimiento, el que afecta a los intereses de la empresa periodística, se está intentando crear una opinión pública que concuerde con los intereses del periódico, antes que ofrecer un servicio informativo al público.

Por otro lado, los lectores no solo están expuestos a las tergiversaciones hechas a favor de los intereses de la empresa periodística, sino también a los errores cometidos en la redacción de la información y que son presentados como datos verdaderos. Existen fallas de todo tipo, desde ortográficas hasta en la forma de recolección de la noticia (recurriendo a la fuente de información equivocada, por ejemplo).

En algunos diarios existe una persona encargada de defender los derechos del lector (el de recibir una información correcta, más que nada). Este periodista critica los errores de las publicaciones del diario y cuida el derecho de respuesta del lector. Es un cargo creado en respeto al público. Ese puesto es el del **defensor del lector**, una variación del ombudsman o defensor del pueblo aplicada a la prensa. Goza de una independencia real, que se garantiza al no poder ser despedido mientras ejerce la función, ni por un año después de dejar el cargo.

Partiendo de esta figura relativamente nueva (fue creada hace 26 años en los Estados Unidos), en este trabajo se pretende estudiar la responsabilidad que asumen los diarios de Asunción con respecto a lo que publican en sus ediciones.

---

<sup>1</sup> Aldo Zuccolillo pertenece a una familia cuyas empresas más conocidas son Nueva Americana, Inmobiliaria del Este, ZUSA S.A., La Perseverancia S.A., Asunción Super Centro. Editora Hoy forma parte del grupo empresarial más grande en construcciones civiles de nuestro país: Conempa-CIE. La RPC integra el holding formado por Nicolás Bó, junto con Tabacalera La Vencedora S.A., Hotelera Sudamericana S.A. (Hotel Excelsior), Shopping Excelsior, Ingalplast SACeI y Nicolás Bó S.A. (representante de las marcas FIAT, Lancia, camiones IVECO y de los neumáticos Pirelli). Demetrio Rojas está relacionado con la Empresa de Transporte "Nuestra Señora de la Asunción", supermercados Economax 1 y 2, Shopping El Sol (actualmente en construcción) entre otros.

De esta manera, se ha entrevistado a periodistas, a directores de diarios y al sindicato de periodistas acerca de la situación actual de la prensa escrita paraguaya y la inclusión del ombudsman en la prensa paraguaya. También se ha investigado sobre la función del ombudsman en otros países, su origen, el Defensor del Pueblo y la Defensoría Vecinal de la Municipalidad de Asunción, una función similar que fue tenida en cuenta en este trabajo para verificar la respuesta que ha tenido en la comuna de Asunción. Además, se ha recurrido a estudios sobre manipulación y niveles de confiabilidad y de lectura de los diarios asuncenos.

De si este trabajo será útil o no, dependerá si todas aquellas personas que de una u otra forma están vinculadas al proceso diario de producción de noticias encuentren datos que puedan ayudarles a mejorar sus actividades diarias, o, en el mejor de los casos, sea el punto de partida para futuras investigaciones sobre la prensa de nuestro país.

No es nuestra intención olvidarnos de aquellas personas que de una u otra manera han colaborado para la realización de este trabajo. La memoria juega a veces en contra nuestra, pero a continuación quisiéramos nombrar a algunas de esas personas: Tomás Palau Viladesau (nuestro tutor), Mario Vitor Santos (ex ombudsman de *Folha de S. Paulo*), Darío Elías (corresponsal del diario *ABC Color* en Washington), Rolando Natalizia, Alcibiades González Delvalle, Eduardo Báez Galeano, Marta Rossi, Yasuyo Kajimoto (Agregada Cultural de la Embajada del Japón), Luis Alfonso Resck, Leni Pane de Pérez Maricevich (Defensora Vecinal de la ciudad de Asunción), José Luis Simón (ombudsman del diario *Hoy*), Marielle Palau, Rocío Galiano, David B. Shedden (investigador de The Poynter Institute for Media Studies) y Catherine Turnbull (del Departamento de Administración de la Editorial Beacon Press).

Nuestros agradecimientos también a los señores directores de los diarios *ABC Color*, *Hoy* y *Ultima Hora*, a César Coll y al Dr. Gerónimo Angulo Gastón (de la asesoría jurídica de *ABC Color*), al Dr. Atilio Gómez Grassi (asesor jurídico de *Ultima Hora*) y a los jefes de redacción y los periodistas de los cuatro diarios.

A todos ellos, muchísimas gracias.

## **1. El por qué del trabajo**

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en su artículo 19, se estableció el derecho de las personas a la información, que garantiza la libertad de opinión y de expresión, y que es esencial para lograr otras libertades fundamentales.

Pero las personas tendrán algún día que reconocer un derecho aun más amplio y quizás más importante: el derecho a la comunicación, que les permita actuar en forma activa en el proceso comunicativo y no ser solamente un receptor de flujos informativos.

Esta concepción dará una visión desmonopolizadora de la industria y la profesión periodística como exclusivos emisores o difusores de información. Parte de esta concepción fue concretada dentro de la prensa escrita a finales de los años '60, cuando en dos diarios norteamericanos fue instaurado el primer ombudsman o defensor del lector.

Esta nueva función dentro de la estructura de un diario emula las actividades del defensor del pueblo, figura concebida e instaurada por vez primera en Suecia en el siglo pasado. Su principal función es la de ser el representante de la comunidad ante los detentadores de la administración pública.

Esta preocupación válida sobre el manejo de la cosa pública, que inspiró al país nórdico la instauración del representante del pueblo, no fue tenida en cuenta por los otros países, sino hasta el comienzo de este siglo; época que se vió convulsionada por dos grandes guerras mundiales y transformaciones muy aceleradas de la sociedad como consecuencia de un incontrolable crecimiento tecnológico.

Y la comunicación en todas sus formas no quedó inmune a este avance de la tecnología; muy por el contrario, llegó a obtener de la misma más poder de influencia del que poseía. Y ante este acelerado y desmesurado crecimiento de los medios de comunicación masiva, la figura del hombre, como individuo dentro de una sociedad, fue disminuyendo hasta el punto en que hoy pareciera solo formar parte de una masa amorfa, que puede ser controlada a través de los mensajes emitidos por los medios de propagación masiva.

Nuestro país tampoco está exento de esta oleada tecnológica, y tiene el agravante de ser un país subdesarrollado cuyas implicaciones son varias: van desde un alto grado de analfabetismo hasta una débil estructura de red comunicacional a nivel nacional.

La frágil formación cultural de gran parte de la población del Paraguay hace del paraguayo un individuo altamente vulnerable ante los mensajes difundidos por los medios de comunicación. Y los diarios son componentes de esa red de medios.

La falta de estudios analíticos sobre la prensa escrita en nuestro país, el carácter corporativo de cada una de estas empresas periodísticas que le obliga, en determinados casos, a defender sus propios intereses en detrimento de los de la comunidad; la estructura

verticalista/autoritaria vigente en las mismas, y la falta de atención más eficiente de parte de los periódicos ante los reclamos de los lectores, son algunas consideraciones que se tuvieron en cuenta para la realización del presente estudio.

Ante esta situación, se creyó oportuno poner a conocimiento de muchos la existencia de un defensor del lector como una instancia válida para lograr que la difusión de noticias, a través de la prensa escrita, sea lo más correcta y ecuánime posible. No pretendemos la desaparición completa de los errores en los diarios, pues sería como mirar el cielo en una noche despejada y no querer encontrar estrellas.

Solo deseamos que esta instancia permita a los lectores lograr una mejor canalización de sus quejas o sugerencias, y que esto ayude a los diarios a adoptar una actitud de mucha mayor autocrítica y una mayor exigencia ante el producto que elaboran diariamente.

## **2. Derivaciones principales del ombudsman**

### **2.1 Defensor del pueblo**

#### **2.1.1 Concepto, orígenes y funciones**

La función del ombudsman se remonta a los años de la antigua Roma, pero no estaba relacionada al área de la comunicación sino al derecho. Su asociación con la comunicación, específicamente con el periodismo, es muy reciente; se inicia en 1967. Pero es importante nombrar las experiencias anteriores, ya que sin las mismas, el defensor del lector no existiría.

El ombudsman (palabra de origen sueco que significa "representante del hombre") es un defensor intermediario entre un colectivo de personas y una institución que puede actuar en diversos segmentos de la sociedad. Ese es el concepto moderno que tenemos del cargo, pero una función de representación popular ante los estamentos de poder ya fue instituida por el emperador romano Valentiniano en el año 368 con el título de Defensis Plebis, que en latín significa "defensor del pueblo" y cuyo deber era defender y proteger a la población romana y cuidar de la tutoría de los menores. Esta figura jurídica fue potencializada por el emperador Teodosio en el año 397.

En el 568, cuando se implantó el reino de los visigodos en la península ibérica, el rey Recaredo estableció el Defensor Civitatis, en cuya elección intervenían los obispos y era una instancia importante de defensa de los ciudadanos.

Esa fue la primera oportunidad en que se instituía una figura de representación y defensoría del pueblo ante el gobierno en la península ibérica. Luego, en ocasiones posteriores, surgiría nuevamente con otras denominaciones o con algunos cambios en los roles, pero, en esencia, el cargo reuniría las mismas características.

Ya en la Edad Media, en 1196, Pedro II de Aragón instituyó el Abogado de los Pobres y de los Huérfanos, para defender a las personas más necesitadas o indefensas. Estos precedentes luego tienen alguna implantación en diferentes reinos ibéricos. En las tradiciones jurídicas de los reinos pireneicos, como el Síndico Procurador de Alava, y en los territorios vascos de influencia castellana fueron implantadas figuras jurídicas relacionadas con la defensoría del pueblo.

Entre los representantes del pueblo de los diferentes reinos ibéricos se destaca la figura del Justicia Mayor de Aragón, como defensor de los derechos y libertades de los ciudadanos y de los fueros aragoneses.

Esta institución tuvo una gran importancia en el reino de Aragón, que continuó luego en la unión con Castilla, y tuvo una gran trascendencia e influencia en las instituciones jurídicas destinadas a defender al ciudadano y asegurar el imperio de la ley.

Los Reyes Católicos Fernando de Aragón e Isabel de Castilla dispusieron en 1494, por una Real Ordenanza, la elección de los Procuradores del Común, quienes hasta el siglo XVIII fueron representantes directos del pueblo en los cabildos. Y posteriormente, por Real Provisión del 5 de mayo de 1776, se estableció la nominación del Diputado del Común, que tenía por misión la defensa de las libertades públicas frente a los excesos del poder, con la independencia garantizada para su actuación.

El sistema municipal en todas las ciudades españolas, incluso en las iberoamericanas, tenía vigencia y aplicación en los cabildos. En Paraguay tenemos un caso ejemplar en la historia del continente, que es uno de los antecedentes de la independencia de los países latinoamericanos: la Revolución de los Comuneros, en la que se actuó en defensa del "común", del pueblo, en contra de las arbitrariedades cometidas por los estamentos de poder de la colonia.

Si bien en la península ibérica y en los países iberoamericanos el representante del pueblo (en sus diferentes variantes) tuvo mucha trascendencia, es en Suecia donde se consolidó tal como es conocido actualmente. Inclusive, es allí donde adoptó el nombre de ombudsman.

Su origen se remonta al siglo XVIII, pero surgió oficialmente en la ley constitucional sueca del 6 de junio de 1809. A partir de entonces, la función adquiría status ministerial. El ombudsman legalmente fue reconocido como un funcionario nombrado por el gobierno para defender a la población, escuchar sus quejas, sus denuncias de irregularidades, verificar reclamos de ciudadanos perjudicados por el gobierno o por funcionarios públicos. Durante cien años, el ombudsman funcionó como institución solo en Suecia, sin traspasar sus fronteras y sin ser incorporado a otras legislaciones.

Finlandia fue el segundo país en tener su ombudsman. Este país, que antiguamente formó parte de Suecia, se convirtió en Gran Ducado Constitucional como parte del Imperio ruso en 1809, y en donde se nombró un Canciller de Justicia, antecedente inmediato del primer ombudsman parlamentario creado por la Constitución de 1919.

Dinamarca fue el siguiente país en adoptarlo a través de su Constitución de 1953, y es gracias a su primer ombudsman, el Dr. Sthephan Hurwitz, hombre de reconocido prestigio intelectual, y a sus numerosas obras sobre su experiencia en ese cargo, que esta función adquirió gran difusión a nivel internacional.

También las organizaciones internacionales de los derechos humanos, especialmente las Naciones Unidas, tuvieron gran influencia en la institucionalización a nivel mundial de la figura del ombudsman, a través de los diferentes seminarios y conferencias internacionales en los más diversos países. En 1978, con la creación del Instituto Internacional del Ombudsman, con sede en la Universidad de Alberta (Canadá), se institucionalizó el movimiento mundial pro-ombudsman.



En 1962 fue instaurado en Nueva Zelanda, donde se vio la gran versatilidad que tenía esta función para su adaptación a regímenes jurídicos bastante diferentes al escandinavo. Posteriormente, Inglaterra, específicamente en marzo de 1967, lo introdujo a su legislación bajo el nombre de Delegado Parlamentario para la Administración y cuyo funcionamiento se apartó sensiblemente de los modelos nórdicos originales. Israel lo instituyó en 1971 con el nombre de Comisionado para las Quejas del Público, y lo ejerce el contralor del Estado.

En Francia fue incorporado en 1973, bajo la denominación de Mediador, y fue establecido para mejorar la relación entre los administrados y los administradores. La primera experiencia en tierras americanas ocurrió en Canadá hacia 1962, pero no fue instaurado con jurisdicción en todo el país, sino en algunas provincias como Alberta, New Brunswick, Quebec, Manitoba, Saskatchewan, Ontario, Terranova y British Columbia. Este es también el caso de Italia.

En Portugal es nombrado por primera vez en 1975, y sus funciones están reguladas por una ley orgánica promulgada en 1977. El 6 de abril de 1981 es sancionada la Ley Orgánica del Defensor del Pueblo en España.

Otros países que ya han instaurado esta figura en sus respectivos sistemas jurídicos son: Guyana, Venezuela, Ghana, Mauricio, Tanzania, Indonesia, Samoa, Hong Kong, Fidji, India, Holanda, Malta, Islandia, Irlanda, Chipre, Filipinas, Malasia, Pakistán, Bangladesh, Uganda, Zambia, Trinidad y Tobago, entre otros.

En Latinoamérica, es Guatemala el primer país en introducir la figura del ombudsman con rango constitucional en 1986. Seis años más tarde, Colombia también lo instituye, y ese mismo año (1992), en noviembre, Costa Rica lo introduce dentro de su sistema jurídico.

En nuestro país queda consagrada en la nueva Constitución Nacional de 1992 la figura del Defensor del Pueblo, cuyas funciones deberán ser reguladas por ley, la cual todavía no fue promulgada, aun teniendo en cuenta que en el Parlamento nacional ya fueron presentados varios proyectos de ley sobre el mismo.

### **2.1.2 Características**

Las condiciones para ejercer el cargo no son especiales. Deben reunir casi los mismos requisitos necesarios para el ejercicio de una función pública y algunas veces para las funciones judiciales, pero siempre se exigen solvencia moral y una transparente trayectoria administrativa y política. Preferentemente se busca a personas con título universitario, por lo general de la rama de derecho. En los países de mayor tradición legal y en donde existe la figura del ombudsman, se puede notar que la mayoría de los mismos son personas con suficiente experiencia administrativa y legal.

Entre las diversas funciones que debe cumplir un ombudsman, debido a sus más diversas adaptaciones a regímenes jurídicos de los diferentes países en donde se ha

instaurado, citaremos las más comunes e importantes:

- i. Protección y garantía de los derechos y libertades fundamentales contra los abusos de las autoridades.
- ii. Controlar la administración pública y las Fuerzas Armadas.
- iii. La competencia se extiende, en general, a todos los funcionarios administrativos y judiciales de carácter nacional o local.
- iv. En su jurisdicción se incluyen todas las agencias estatales, incluyendo a sus agentes y otras personas que han sido designadas para ejercer funciones públicas.
- v. Igualmente, supervisar las organizaciones semi gubernamentales o privadas que brindan servicios públicos.
- vi. Toma decisiones con total independencia tanto del Gobierno como del Parlamento; puede actuar de oficio, cuando tiene noticias de una cuestión, por intermedio de la prensa, como resultado de sus investigaciones o como consecuencia de sus quejas.
- vii. Recabar informaciones.
- viii. Convocar a funcionarios públicos para que den explicaciones sobre sus actuaciones.
- ix. Asistir a las deliberaciones de organismos judiciales y administrativos, y, aunque no puede anular o revocar los actos administrativos que surjan de aquellas, puede formular sugerencias para que puedan ser modificados.
- x. Puede dar recomendaciones sobre las normas dictadas por el Parlamento o el gobierno, dando así un significativo aporte para el avance legislativo.
- xi. Debe dar un informe anual al Parlamento.
- xii. Tiene competencia para fiscalizar tanto las oficinas dependientes del Poder Ejecutivo como del Poder Judicial, aunque en este último caso no puede suspender las actuaciones de los tribunales de justicia ni atacar la cosa juzgada.

## **2.2 Defensor del lector**

### **2.2.1 Orígenes**

La idea de crear un ombudsman en la prensa surgió de dos periodistas estadounidenses y de la iniciativa del director de dos periódicos del estado de Kentucky, que supo captar esa idea.

En marzo de 1967, el periodista estadounidense Ben H. Bagdikian, en un artículo publicado en la revista *Esquire*, manifestó su preocupación de que cada vez más diarios tradicionales e independientes eran comprados por cadenas poderosas, hecho por el cual él creía que era necesario una instancia que escuche a los lectores y que frene los intereses de la empresa que escapan del hecho periodístico y que puedan afectar negativamente al público.

El 11 de junio de ese mismo año, el editorialista de *The New York Times*, Abe H. Raskin, escribió en la revista dominical del diario neoyorquino el artículo titulado "¿Qué funciona mal en los diarios estadounidenses?". En el mismo, analizaba la situación en que se

encontraba la prensa de su país en ese entonces, sumida en una crisis de confianza. Señalaba que esta situación se debía a que los periódicos tenían una gran confianza en sí mismos y se manifestaban indiferentes hacia lo que pueda venir de fuera de la empresa, lo que a la larga se convertiría en una amenaza. Para afrontar este problema, él hallaba correcto que lo producido en el periódico debía ser confrontado por un departamento de crítica interna "para comprobar la rectitud y suficiencia de su cobertura informativa y sus comentarios" (Raskin: 1967).

El editorialista sugería que se instituya un ombudsman para el lector. Proponía el perfil ideal para la función: alguien con experiencia y autoridad para oír reclamos y actuar de alguna manera, investigar y resolverlos.

Norman Isaacs, el editor ejecutivo de los diarios *Louisville Courier Journal* y *Louisville Times* de la ciudad de Louisville (Kentucky), creó el puesto de ombudsman para ambos periódicos, ocho días después de la publicación del artículo de Raskin. Nombró a John Herchenroeder para el cargo, quien se convirtió así en el primer defensor del lector de la historia de la prensa.

Dos años más tarde, el diario *The Washington Post* adoptó la función del ombudsman, lo que aumentó la credibilidad de la institución en los Estados Unidos y en el mundo.

Veinticuatro años más tarde, el cargo ha sido adoptado por periódicos de Estados Unidos, Canadá, Gran Bretaña, España, Italia, Japón, Israel, Sudáfrica, Brasil, Colombia y de nuestro país. El diario *Hoy* presentó al primer ombudsman de la prensa paraguaya a mediados de noviembre de 1993.

### 2.2.2 Concepto y funciones

El defensor del lector es el encargado de recoger y atender las quejas de los lectores de sus respectivos diarios sobre lo que se publica. Verifica si el tratamiento informativo del acontecimiento que da el diario a cuanto sucede en su país de origen y en el mundo, es correcto y acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo.

"Es imposible hacer un diario sin errores. Los ombudsmen están para ayudar en la tarea de ganar la batalla contra el error y la desinformación. La conversación diaria con la víctima del error, el lector, solo puede ayudar. No importa si se trata del lector común, que señala el empleo equivocado de una regla gramatical o de un ministro de Estado, víctima de la distorsión de sus declaraciones a la prensa. Importa ser el lector", dice Caio Tulio Costa, primer defensor del lector del diario brasileño *Folha de S. Paulo*, en su libro "*O Relogio de Pascal*" (1991).

"El ombudsman se ata a una coherencia rígida, que opone con vigor (a veces un rigor extremado) el periodismo a la ficción; busca reglas claras y objetivas que, antes de enseñar

cómo es que se hace un periodismo dinámico e inventivo, buscan los límites para que el dinamismo y la inventiva no se vuelvan contra el propio periodismo y su lector" (Costa: 1991). Pues "el periodismo no puede ser entendido apenas con la "técnica" de la que habla Caio Tulio; puede ser "un arte", un "género literario", como prefiere Alceu Amoroso Lima, por ejemplo, y aun así tendrá que sujetarse a una ética transparente para el lector", afirma el periodista brasileño Eugenio Bucci en la reseña que escribió sobre el libro "*O Relógio de Pascal*", de Caio Tulio Costa, y que fue publicada por la revista brasileña *Imprensa* (Bucci: 1991).

El ombudsman desarrolla su trabajo crítico con completa independencia en el diario en que trabaja, a pesar de que eventualmente pueda estar en contra de determinadas campañas o posturas que el diario asume.

"El ombudsman no puede mejorar un diario, pero puede ayudar a los editores a mantener un contacto más productivo con los lectores", dijo Joseph Laitin, ex ombudsman del *Washington Post*, en una entrevista realizada y publicada el martes 15 de octubre de 1991 por *Folha de S. Paulo*.

La función del defensor del lector en el diario paulista es atender a los lectores del diario, sea por carta, telefónicamente o personalmente. Escucha sus quejas y sugerencias y las encamina a la redacción. También produce diariamente una crítica interna de la edición del día, en donde apunta los errores de todo tipo: ortográficos, de información y edición, siempre teniendo en cuenta el manual general de la redacción del diario.

Al realizar su trabajo, el ombudsman indirectamente contribuye también a que el lector vaya conociendo cómo se hace el periódico y descubra las dificultades que se tienen a la hora de elaborar este producto.

También publica una columna semanal, en la que explica los errores y aciertos y relata las quejas importantes de los lectores, además de criticar a los otros medios de comunicación. Es decir, su campo de acción no solo abarca el medio en el que trabaja, sino que a todos.

El trabajo es casi el mismo en todos los diarios que poseen el cargo. Según Caio Tulio Costa, el 80 % de los diarios publican la columna semanal de sus ombudsmen y el 60 % de ellos hacen 'media criticism', es decir, la crítica a los demás medios de comunicación. *El País* y el *Diario 16*, ambos de Madrid (España), no critican a otros medios de comunicación. En el diario estadounidense *Arizona Daily Star*, el ombudsman se ocupa también de las quejas sobre la circulación y la publicidad.

También, generalmente, el defensor del lector es nombrado por la dirección del diario por un período inicial de un año, renovable por apenas otro año más, si ambas partes (dirección y redacción) estuviesen de acuerdo. Pero el ombudsman no puede ser despedido en ese período y goza todavía de estabilidad en la empresa por un año después de dejar el

cargo. Todo esto para preservar su independencia. En algunos diarios los mandatos son mayores. Existen ombudsmen que ejercen la función en un mismo diario hace más de diez años.

En el caso del diario *El País*, el trabajo está amparado por un estatuto que fija sus derechos y obligaciones y garantiza su independencia laboral. Marca las reglas del juego a las que debe atenerse.

El estatuto fue elaborado por la dirección del diario y el comité de redacción. Consta de 13 artículos que garantizan su independencia, explican los requisitos que el candidato a ombudsman debe reunir para ocupar el puesto, sus funciones y características de su trabajo, que, en definitiva, es ser "el vigilante del cumplimiento de las normas del *Libro de Estilo* de *El País*, que, en general, son reglas muy amplias y, en algunos aspectos, muy detalladas. En función de esta 'Biblia' por la que se rige la Redacción y, por tanto, la vida del periódico, el defensor del lector analiza las quejas que los lectores plantean al periódico por las informaciones publicadas. También puede actuar de oficio. No necesita que los lectores manifiesten una queja para que, si ve en las páginas del diario que no ha sido respetado el *Libro de Estilo*, pueda intervenir también", dijo Jesús de la Serna, ex defensor del lector del diario madrileño, en una entrevista publicada por la revista española *Periodistas* (1991).

Algo interesante que está consignado en este estatuto es que el defensor del lector no puede interferir en su acción el derecho al secreto profesional de los periodistas ni los otros derechos, individuales o colectivos, de los redactores del diario, reconocidos en el estatuto de la redacción.

### **2.2.3 Desarrollo**

En 1980 fue creada en los Estados Unidos la ONO, Organization of News Ombudsmen (la organización de los ombudsmen de prensa), que actualmente tiene más de cincuenta miembros activos en diferentes países del mundo. La sede actual de este organismo está ubicada en Jacksonville, Florida, donde trabaja Mike Clark defensor de los lectores del diario *Florida Times Union*.

La organización mantiene contacto con los defensores de los lectores de todas partes y organiza una conferencia anual, que se realiza en una ciudad en donde exista un ombudsman y en la que se discuten prácticas laborales.

Los objetivos de la organización son establecer y definir líneas de acción de los asociados, fortalecer la función de la defensoría del lector en los medios de comunicación y promocionarla a través de conferencias, debates, distribución de publicaciones sobre el tema e intercambio de ideas con organizaciones relacionadas con la comunicación.

Existe una lista de directrices que fue aprobada por la ONO en 1982 y que define la línea de acción de los asociados. La misma es la siguiente:

Los objetivos de un ombudsman de prensa deben ser:

- i. Perfeccionar la equidad, exactitud y responsabilidad del diario.
- ii. Aumentar su credibilidad.
- iii. Empeñarse para mejorar su calidad.
- iv. Hacer consciente al periódico de las preocupaciones y problemas de las comunidades a las cuales sirve.

Los deberes del ombudsman deben incluir:

- i. Funcionar como crítico interno.
- ii. Representar al lector que hace reclamos, sugerencias, cuestionamientos o quejas.
- iii. Investigar todas las quejas y recomendar una acción correctiva cuando sea el caso.
- iv. Alertar al director de redacción sobre todas las quejas.
- v. Hacer conferencias o escribir para el público sobre las líneas, las posiciones y las actividades del diario.
- vi. Defender el diario, públicamente o en particular, cuando sea el caso.

Haciendo una comparación entre las directrices de la ONO y el Estatuto del Ombudsman del diario *El País*, se ve que las primeras tienen un enfoque más ético, general y deja en claro que es un cargo que fue creado para apoyar al periódico al que pertenece y no ser una molestia. Una instancia para llamar la atención dentro de la empresa y no constuirse en una traba. El del diario español es más funcional y puntual sobre el cargo dentro de la empresa, como es de suponer, pero aun así es un parámetro que sirve para definir esta función en los diarios en otros países.

Actualmente existen en el mundo más de setenta diarios con ombudsman. Inglaterra es el país con mayor cantidad, debido a que el código de ética adoptado por los periódicos ingleses en 1990 exige que todos los diarios tengan un representante de los lectores en la redacción. La mayoría de los grandes diarios adoptaron la función, lo que elevó considerablemente el número de ombudsmen en el mundo. Solamente el *Financial Times*, que es considerado el más importante diario económico de Europa, vio que el director de redacción podría cubrir la función de representante de los lectores.

En los Estados Unidos, en cambio, solo el 3 % de los 1.700 diarios que se publican en el país tiene ombudsmen. Aun así, en esa minoritaria proporción se encuentran periódicos influyentes como *The Washington Post*, *Philadelphia Inquirer*, *Boston Globe* y *Chicago Tribune*.

Entre los componentes de ese 3 %, el diario de menor circulación es el *The Arizona Daily Star*, con una tirada de 90 mil ejemplares. *The Washington Post* tiene una circulación media de 900 mil ejemplares y *The Boston Globe*, 500 mil ejemplares. Están ubicados en los sétimo y decimoquinto lugares, en el ranking estadounidense, respectivamente.

El investigador Carlos Soria (catedrático de periodismo de la Universidad de Navarra, España), en un artículo publicado por la revista española *Nuestro Tiempo*, hace referencia a James S. Ettema y Theodore L. Glasser, quienes mencionan las causas de las dificultades para los defensores del lector en Estados Unidos: "La primera dificultad procede de los pequeños diarios: no pueden permitirse el lujo de aumentar sus gastos con la ampliación de la nómina. Los directores de los grandes diarios -que pueden no tener ese motivo- justifican su rechazo al ombudsman por dos razones: a) la presencia en la redacción de una persona que supervise y fiscalice el trabajo de los redactores puede crear graves problemas morales, y b) los directores y redactores que no tratan directamente con el público -porque el ombudsman está llamado a hacerlo- evaden una de sus responsabilidades importantes" (Soria: 1989). Para A.M. Rosenthal (editor principal de *The New York Times*), por ejemplo, el ombudsman "es poco más que un truco de relaciones públicas para sacar al director las castañas del fuego" (Soria:1989).

"El periodista Ben H. Bagdikian cree que la poca cantidad de defensores de lectores se debe a la visión estrecha de los editores", según señala Kate Mc Kenna en un artículo publicado por la revista *American Journalism Review* en marzo de 1993. Bagdikian comprende que la mayoría de los pequeños periódicos no pueden afrontar tener un ombudsman, pero no acepta que los grandes periódicos no lo tengan. "El público está cada vez más frustrado con la cobertura de los diarios, y es una situación que podría ser mejorada, pero la mayoría de los ejecutivos tienen paranoia de la crítica porque piensan que la controversia hará al diario menos atractivo para los lectores" (Mc Kenna: 1993).

Según datos de 1987, el perfil de los ombudsmen estadounidenses es el siguiente: Su labor en la función tiene una duración media de algo menos de cuatro años, una experiencia de veinte años como redactores y de diez como informadores. La edad media de los ombudsmen (55,4) es más alta que la de los editores (49,2) y los redactores (37,4). La mayoría trabaja en periódicos grandes: pocos son los que realizan su labor en diarios con una tirada inferior a los cien mil ejemplares. Casi todos los ombudsmen escriben una columna semanal en su periódico y todos están bien pagados (casi todos ganan más de cincuenta mil dólares al año).

Teniendo en cuenta la lista de asociados a la ONO, podemos consignar que en Canadá, por lo menos hay ocho empresas periodísticas que poseen ombudsman; en Italia, una (*La Repubblica*); en España, dos (*El País* y *Diario 16*); en Suecia, una (*Svenska Dagbladet*); en Israel, una (*Maariv*); en el Japón, una (*Yomiuri Shimbun*), y en Rusia, una (*Izvestiya*).

En el Brasil hay tres: *Folha de S. Paulo*, *Jornal Da Tarde* y en el diario *O Povo*, que se publica en el estado de Ceará. Y en Colombia tenemos conocimientos de dos: *El Tiempo* de Bogotá y *Vanguardia Liberal* de la ciudad de Bucaramanga.

#### 2.2.4 Situación actual

Actualmente el ombudsman sigue lidiando con dos grandes problemas: 1) su impopularidad en el ambiente profesional y 2) algo que afecta a todos los periódicos del mundo: la cada vez menor cantidad de lectores de diarios.

"En realidad -dice Kate Mc Kenna-, los investigadores piensan que los ombudsmen pueden ser una de las herramientas más eficientes en lo que se refiere a relaciones públicas que los diarios puedan tener. Pero lo cierto es que no es nada popular dentro de la redacción. Depende del individuo, pero no son gente popular, sobre todo porque los periodistas en general tienen la piel muy fina" (Mc Kenna: 1993).

Con respecto al alejamiento de las personas de la lectura de los periódicos, el ex ombudsman del diario español *El País*, José Miguel Larraya, menciona: "Los periódicos tienen problemas porque son aburridos y publican noticias irrelevantes para muchos ciudadanos. Ni siquiera la industria del escándalo -verdadero o falso, genuino o fabricado- asegura clientes en los puestos de venta o en el servicio de suscripciones. Este diagnóstico empieza a ser un tema común en las reuniones de periodistas" (San Andrés: 1992).

También una de las preocupaciones de los ombudsmen es que la función se convierta en una instancia de relaciones públicas, antes que de crítica. "Los ombudsmen estiman que lo más importante de su trabajo es 'realizar críticas realmente duras de la labor de los redactores', como también el 'intentar cambiar la forma de actuar de directores y redactores'. Lo que no se le oculta a nadie es que así como la tarea más ingrata que puede confiarse a un periodista es que entreviste a otro periodista -ninguno de los dos suele fiarse del otro-, así también, respecto a la figura de los ombudsmen, el problema más serio, en el fondo, es que 'los periodistas son muy sensibles a la crítica interna, y muy especialmente a la crítica en letras de molde'", según menciona Carlos Soria (1989).

Caio Tulio Costa (1991) dice que el "representante puede acabar transformándose en un mero paraguas entre el público y los periodistas. No en balde una cuidadosa lectura de ochocientas columnas de ombudsmen americanos (investigación hecha en 1984 y publicada por *Columbia Journalism Review*) mostró que, en su mayoría, los intransigentes defensores del lector estaban más preocupados en disculpar las fallas del diario o de los periodistas, explicar al lector sus dificultades, las difíciles condiciones de trabajo, que el producir crítica incisiva".

Finalmente, Kate Mc Kenna menciona en su artículo: "Para los ombudsmen y para la mayoría de sus empleadores, no es fácil ponerle un precio a la función. La ONO les pide que luchen por la justicia, exactitud y la responsabilidad, que refuercen la credibilidad de sus diarios y que informen a sus editores acerca de las cosas que se hablan en la ciudad, pero muchos admiten que en sus trabajos lo que hacen es ayudar a sus lectores en preocupaciones poco importantes" (Mc Kenna: 1993); y agrega las declaraciones del ex ombudsman del *Washington Post*, Richard Harwood: "La mayoría de lo que los ombudsmen escriben es pura



bosta. Los comics, los horóscopos ('te olvidaste de Aries') es más o menos el 90 % de las quejas'. No por quitarle importancia a estas cosas, Harwood deja de verlas como esenciales. Cuántas veces se deja fuera el horóscopo o se escribe mal el nombre de alguien. 'Si su diario está lleno de errores, eso resta credibilidad. Dan Quayle escribió mal la palabra potato y la gente enloqueció y, sin embargo, nosotros lo hacemos cien veces por día', dice Harwood" (Mc Kenna: 1993).

### 2.2.5 El defensor del lector en el Paraguay

A partir de noviembre de 1993 el matutino *Hoy* de Asunción instauró la función del ombudsman. El encargado principal de la sección internacionales, José Luis Simón, ocupa el cargo. Simón había ejercido la función de crítico interno en el matutino *ABC Color* en el año 1990, antes de ingresar a *Hoy*.

La noticia del ombudsman fue dada a conocer a los lectores el domingo 14 de noviembre a través de un aviso institucional -en el que aparece una foto de Simón, además de un texto informativo sobre sus funciones y como comunicarse con el mismo- y por medio del editorial, en el que se explican los motivos por los cuales se decidió crear el cargo en el diario, además de una muy resumida historia del defensor del lector y su labor específica.

"La función del 'Ombudsman' (sic) será fundamental para la credibilidad del diario (...).

"Ha llegado, por ejemplo, la hora de hacer retroceder el antiético procedimiento que utilizan algunos medios de prensa cuando publican denuncias arbitrarias y colocan a los afectados en la situación de tener que demostrar su honorabilidad, avasallando principios jurídicos universales como el de la presunción de inocencia hasta que exista sentencia judicial, y el que obliga al acusador a aportar las pruebas probatorias de las supuestas irregularidades y delitos (...).

"Desde hace mucho tiempo la ciudadanía está reclamando el 'saneamiento moral de la nación' y cada vez se escuchan más voces, aquí y en el mundo entero, que hablan de recuperar los valores éticos en todos los niveles de la realidad, desde la alta política hasta la vida cotidiana. A apoyar eso apunta la decisión de nuestro diario de dotarse de un 'Ombudsman' , que representa para la sociedad toda una garantía adicional contra la impunidad, específicamente contra la impunidad que hasta ahora ha beneficiado a quienes hacen del mal manejo de la información no un error humano sino un negocio indigno".

La función fue creada a iniciativa de Simón, quien encontró eco a sus propuestas en el director del diario, Hugo Oscar Aranda, quien vio en el ombudsman una manera de aumentar la credibilidad del periódico. Hay que tener en cuenta que es el diario de menor índice de confianza entre los que se publican en Asunción (ver cuadro dos del capítulo tres, parte 3.3.2).

El nuevo ombudsman empezó a publicar sus artículos a partir del domingo siguiente en una página entera y continúa ocupando la misma cantidad de espacio todas las semanas, siempre los domingos.

Simón atiende a los lectores de lunes a sábado, de 7:00 a 10:00. Diariamente se reúne con el director e informa los puntos flojos de la edición. El director comunica el informe de Simón a los demás integrantes de la redacción a través de la cadena de mandos en el diario (en sentido decreciente: jefe de redacción-jefes de secciones-periodistas), según lo que él considera qué es adecuado y qué no, según dijo el ombudsman a los autores de este trabajo. Los domingos publica una página en el que se refiere a errores del diario y en donde se hace eco de las quejas de los lectores. Hasta ahora ha publicado pocos artículos surgidos de la inquietud del público y más trabajos realizados por iniciativa propia.

En este subcapítulo existen dos entrevistas hechas a José Luis Simón: una realizada cinco días antes de que sea nombrado ombudsman y otra cinco meses después.

Simón, desde que asumió el cargo no solo se ha dedicado a la función de defensor del lector, sino también ha publicado columnas de opinión (cuatro columnas y dos entregas de una sección sobre análisis de la situación política titulado "El Observador Comprometido") e hizo una cobertura en el exterior. Viajó al Ecuador y Perú del 27 de enero al 1 de febrero de 1994, integrando la comisión que acompañó al presidente Juan Carlos Wasmosy, en carácter de invitado, como analista político, y no como representante periodístico del diario Hoy.

Ambas actividades no tienen relación con la función específica de un ombudsman. En otros países, donde la función está consolidada y reglamentada, el defensor del lector no debe publicar columnas de opinión como cualquier columnista. Su función específica es atender los reclamos del público y protegerlo de los errores y las manipulaciones publicadas. Debe dedicarse, completamente, al lector y mantenerse distanciado de la redacción para evitar involucrarse con el trabajo de sus compañeros de redacción.

Pero en el diario *Hoy* no existe un reglamento que especifique las funciones del ombudsman. Según Simón, el reglamento se irá haciendo en base a las experiencias de otros países. Se han solicitado los reglamentos a otros ombudsmen, además el diario ya se ha afiliado a la Organization of News Ombudsmen (ONO). "Mi contrato con este diario, en principio, es por un año. La idea es que cuando deje el cargo, quede algo estructurado aquí para que el que venga no tenga que empezar de cero".

"Esto surgió de una necesidad muy imperiosa y no tomamos la precaución de crear ese reglamento", dijo Simón en la segunda entrevista con los autores de este trabajo.

Por otro lado, haciendo una lectura de los artículos que ha publicado Simón en la "Página del Ombudsman", desde noviembre de 1993 a abril de 1994, se ha comprobado que nunca ha mencionado las "pautas de ética periodística y estilo" del diario en el que trabaja, y que fueron fechadas el 14 de junio de 1992. A pesar de lo básico que es este listado de lo que

"hay que hacer y lo que no hay que hacer para ofrecer un producto honesto al público" (el entrecomillado es nuestro), le podría haber sido útil como instrumento de prueba ante sus compañeros de redacción. En vez de citar, como una vez lo hizo, al *Libro de Estilo* del diario *El País* de Madrid, España (libro que no se encuentra en las librerías de Asunción y que muchos periodistas paraguayos no conocen), podría haber nombrado este texto, el cual los redactores de *Hoy* tienen la obligación de conocerlo, teniendo en cuenta que el director Hugo Oscar Aranda entregó a los autores de este trabajo como los "principios explícitos del diario", a pesar de que no tengan nada que ver con principios de una institución sino con lo que su nombre lo dice: nociones de ética periodística.

La falta de un reglamento, en el momento de empezar la función del ombudsman, no es el único déficit en el inicio de las gestiones de Simón. Además de eso, la redacción no fue adecuadamente informada sobre el nuevo trabajo que comenzaría a desempeñar quien fuera encargado de la sección Internacionales hasta mediados de noviembre de 1993. "Pensé que ese lunes siguiente a la publicación de la primera página del ombudsman, al llegar al diario, mis compañeros se iban a acercar a mí e íbamos a discutir sobre el tema, pero no hubo nada. Cometimos un error (Simón y Aranda) en el lanzamiento: el ombudsman no fue presentado a la redacción, antes de que apareciera la primera entrega. Solamente se publicaron un editorial y la página de propaganda", dijo Simón en la entrevista con los autores de este trabajo.

El martes 29 de marzo de 1994 se realizó la primera reunión entre los periodistas y el ombudsman en el diario *Hoy*. En la redacción se hizo un debate en el que se trató el trabajo de Simón, que contó con la participación, como moderador, de Hugo Oscar Aranda. Los periodistas no estaban conformes con el trabajo de Simón; inclusive algunos llegaron a sugerir "un ombudsman que defienda a los periodistas del ombudsman". La oposición de los periodistas al trabajo del defensor del lector es algo común en otras redacciones que cuentan con uno. Pero, más que nada, este debate fue una prueba de que los periodistas del diario *Hoy* no saben cuáles son exactamente las funciones del defensor del lector. "El periodista exige garantías, las mismas que él no da a las personas afectadas con las malas noticias que da. No necesita quien lo defienda si hace bien su trabajo, si no, ¿para qué lo vas a defender?. Más bien, lo más saludable es hacer la crítica de ese trabajo defectuoso para que ese periodista pueda crecer profesionalmente", dice Simón.

La instauración de un defensor del lector en el diario *Hoy* no fue discutida con el jefe de redacción y los jefes de área tampoco. "La decisión de tener un ombudsman en el diario *Hoy* tal vez no fue un paso institucional en el sentido de que la redacción nunca lo consideró necesario. Fui mucho más adelante que la redacción, porque si hubiese dependido de los periodistas, nunca se hubiese votado por un ombudsman. La dirección fue la que creyó en la necesidad de tener la función como un mecanismo autorregulador".

"En la reunión con la redacción dije que me llamaba la atención -a pesar de que realmente no era así porque estamos en Paraguay- que la redacción haya tardado cinco meses para reaccionar al tema del ombudsman. Creo que la misión del ombudsman aún no ha sido entendida en nuestro país. En todo el periodismo nacional, y eso sí me llamó notablemente la

atención, no apareció un solo artículo sobre el tema, ningún espacio periodístico en algún medio de nuestro país para analizar el tema del ombudsman. Pienso que eso es significativo. De alguna manera, creo que somos reacios con los cambios y, realmente, que esto tiene que ver con la autosuficiencia de la prensa. Los periodistas creemos que no tenemos que ser autocríticos, que no tenemos que tener contrapesos. El periodista, de alguna manera, se cree un nuevo poder fáctico, en algunos casos", afirma el defensor del lector del diario paraguayo.

José Luis Simón tenía las intenciones de ser ombudsman desde hace varios años. Antes de que sea nombrado defensor del lector del diario *Hoy* era crítico interno de *ABC Color*, en el año 1990. Según señala Simón en una entrevista previa a su labor de ombudsman, el director de *ABC Color*, Aldo Zuccolillo, le pidió que haga ese trabajo crítico para controlar la calidad del diario en comparación a los demás medios, y buscar los errores e intentar corregirlos: "Había constatado que en *ABC*, como en todos los diarios, los periodistas de la redacción no tenían tiempo de pensar en su trabajo, presionados por el compromiso de llenar páginas diariamente. Entonces, alguien tenía que hacer el trabajo de verificar lo publicado", afirmó.

Empezó haciendo el trabajo en su casa, en forma incógnita. Luego Zuccolillo le pidió que hiciera el trabajo en la redacción. "A mi me pareció mejor dar la cara, y me incorporé a la redacción. Mucha gente se sentía atacada, pero el problema no eran ellos, sino que el error, y eso era lo que yo trataba de transmitir. Creo que mucha gente terminó odiándome, sintiéndose ofendida y recibiendo la crítica como algo personal, y yo, sencillamente, ni sabía quién había escrito tal cosa".

Simón cuenta en esa entrevista previa que su trabajo consistía en ver la calidad periodística del material, la pertinencia periodística, si se trataba de un tema de interés nacional o no, el nivel de cobertura e información, si era un material interesante para editorializarlo, además de proponer y sugerir seguimientos; es decir, que exista una coherencia informativa (una de las cosas comunes era que aparecían temas y después no continuaban). También insistir en que se publiquen las dos versiones de un caso o una denuncia.

No sabía si se habían puesto todas las condiciones necesarias para que se asegurase que la noticia se publicara sin error alguno. "Me preguntaba si el diario había puesto las condiciones para que el periodista cumpliera correctamente sus funciones. Yo hacía estas aclaraciones porque no manejaba las variables salario, horas de trabajo, de desarrollo personal y profesional dentro de la empresa".

"Fue un intento de ombudsman para la redacción, que al final yo determiné cortar cuando le propuse a Zuccolillo que el diario tenga un ombudsman y él me dijo que todavía no era necesario eso en Paraguay, porque el diario y el país no estaban preparados para eso".

Esta entrevista en la que Simón menciona su actuación como crítico interno de *ABC Color* fue realizada por los autores de este trabajo unos días antes de que Simón fuese

presentado como ombudsman del diario *Hoy*, exactamente el martes 9 de noviembre. Los autores de este trabajo no sabían de su futura función. El encuentro fue marcado exclusivamente para tratar su función como crítico interno de *ABC Color*.

En la entrevista, Simón había afirmado que una de las causas del subdesarrollo del periodismo paraguayo es que no existe ningún defensor del lector: "No existe ningún medio de comunicación que tenga un ombudsman y yo creo que es así por nuestra cultura autoritaria que no admite la crítica. En este país la prensa no critica a la prensa excepto cuando los propietarios de los medios entran en peleas intestinas, por problemas personales. Un diario es una empresa muy particular, que es mucho más que un simple producto, porque la materia prima son la información y la conciencia, y eso implica que debe haber un control de calidad y de responsabilidad mucho más que la de cualquier otro producto".

En agosto de 1991 el diario *Hoy* dejó de ser propiedad de los Domínguez Dibb y fue vendido al grupo empresarial de Conempa CIE. Ya cuando el periódico estaba bajo esta nueva administración, se presentó José Luis Simón al diario *Hoy*. "Cuando llegué lo primero que hice fue proponerle al director Vicente Sarubbi Saldívar la instauración de un ombudsman en el diario, ya que estaba preocupado por la ética periodística. Él me dijo que le parecía una idea interesante y que había que seguir madurándola. Después dejó de ser director (en mayo de 1993) y vino el actual, Hugo Oscar Aranda. Hablamos en varias oportunidades de este tema, y llegó un momento en que el diario cometió varios errores, en sucesivas ocasiones. Eran errores periodísticos: excesos de mala información, liviandad en el manejo de la información, y eso le preocupó al director. Hablamos de eso en varias ocasiones y pensamos en introducir mecanismos de autorregulación, y allí apareció nuevamente el tema del ombudsman. Alguna gente pensó que esto no iba a servir de nada porque decía que se iba a publicar un comentario todas las semanas y aun los errores seguirían cometiéndose. Pero creo que la gente que más crítica al ombudsman es gente que lo lee y que algo habrá aprovechado de eso", dijo Simón en la segunda entrevista.

"Entonces, vas a tener como resultado no una masa crítica inmediata, remarcó, pero que sirve para legitimar la crítica y la autocrítica, y para crear una institución que antes no existía en nuestro país. Este diario no va a dejar de tener un ombudsman. Puedo abandonar el puesto, pero el diario seguirá teniendo".

Luego de cinco meses, Simón cree que la misión del ombudsman aún no ha sido entendida en nuestro país. "Ya llevo cinco meses en esto y habré tenido en este período entre treinta y cuarenta llamadas". El periodista menciona que hasta con la pronunciación de la palabra ha habido dificultades.

"Pero en estos cinco meses nunca he recibido la menor insinuación para enfatizar en algo, de parte de la dirección. Muchas veces, la dirección no ha compartido mis puntos de vista, en referencia al manejo de la redacción, que no hay periodistas especializados, el enfoque en ciertos temas, etcétera".

Pero a pesar de la poca respuesta o lo poco que ha repercutido el ombudsman, Simón cree que es algo importante para el fortalecimiento de la prensa paraguaya: "La prensa no se investiga a sí misma; eso es inmoral y antiético, y eso no ocurre solo entre los directores, sino en el ámbito de los propios periodistas, quienes saben que tienen colegas incompetentes y no objetan para nada que ese colega esté cubriendo una cuestión importante".

Simón enfatiza que "este es un país que no tiene el gran diario que merece. El mejor de todos tiene muchos defectos. Vendría a ser como el rey tuerto en el país de los ciegos, y eso afecta también el proceso político que vivimos. Nadie critica el valor de la prensa libre, sino lo que se exige es que esa prensa libre se maneje responsablemente".

"Nada queda sin ser investigado. Eso es algo muy importante. Lo que tenemos que hacer es controlar la calidad de la información. El público tiene derecho a estar bien informado. La garantía constitucional de la libertad de información es de ser informado de una manera seria, responsable y contrastable".

En la "Página del Ombudsman" de los domingos, Simón ha analizado la situación de la prensa escrita reclamando la falta de ética periodística. Ha hecho hincapié en la carencia de seriedad y responsabilidad y ha manifestado que su trabajo es por el bien de la prensa y que no hay que temer a la autocrítica, ya que la prensa es la que siempre critica a todo. Ha afirmado que la mala calidad de la prensa paraguaya se debe a las deficiencias educacionales del país (abril 3).

También, en lo que se refiere a la ética, ha publicado el Dodecálogo de Camilo José Cela, además comentó libros de ética periodística (enero 16), y se refirió a otros ombudsmen; reprodujo en parte la entrevista al ombudsman del *Washington Post* publicada por la revista *Somos* de Argentina y mencionó las inquietudes de otros ombudsmen acerca del fenómeno del denunciismo (denunciar por denunciar, de manera superficial y con la sola intención de llamar la atención del público) y la ética profesional (enero 9).

Ha criticado, en varias ocasiones, incoherencias en posturas editoriales y campañas periodísticas, la falta de constatación de las fuentes y los errores de sintaxis y de ortografía, a los que considera una falta de respeto a los lectores y a los periodistas mismos (enero 23).

También reclamó el trato que ha dado la prensa a las personas que son arrestadas como sospechosas de un crimen o un robo. Ha dicho que la prensa crucifica a estas personas antes de que la justicia dé su veredicto de si son culpables o no. En una ocasión aplaudió un artículo del semanario *La Opinión* que recordaba la injusticia cometida contra una persona que fue acusada de asesinar y violar a su propia hija y que finalmente fue declarada inocente (enero 9).

Entre los demás medios, el más criticado han sido *Noticias El Diario* y la Red Privada de Comunicaciones. Ha publicado artículos enteros dedicados a este matutino y la red a la que pertenece, dirigida por Néstor López Moreira. En una primera ocasión criticó el ataque que hizo la RPC contra Humberto Rubín, director de radio Ñandutí. El ataque contra

Rubín de la RPC se debía a que esta corporación defendía la Ley de Radiodifusión de Carlos Romero Pereira, mientras que Rubín estaba en su contra. *Noticias El Diario* llegó hasta a cuestionar si Rubín era stronista o no (diciembre 12). Simón hizo una enérgica defensa del hombre de radio.

Luego criticó el destaque que dio *Noticias* a las declaraciones hechas por una vidente argentina que dijo que Juan Carlos Wasmosy caerá de la presidencia (enero 2).

También criticó la campaña de *Noticias* de tratar de inculpar a Conrado Pappalardo Saldívar en el crimen del chileno Orlando Lettelier. Simón dice que esta campaña fue esgrimida con el único fin de hundir a Pappalardo y sin ninguna ética y objetividad. Ese mismo día critica la línea opositora fundamentalista de la RPC contra el gobierno Wasmosy (enero 30).

También el 27 de febrero objetó el tratamiento que dio *Noticias* a la información donde mencionaba que el barco Tendotá -que pertenece al consorcio Conempa-CIE- fue enviado al astillero de la Armada para reparaciones. Pero el tema de la semana era la marcha de los campesinos, al que le dio menos destaque en la página.

Ha criticado el mal uso de las páginas internacionales (dic. 19), pero en ningún momento ha reclamado la falta de inclusión en tapa de un tema tan importante como ha sido el levantamiento de los indígenas en Chiapas (México) contra el gobierno, a pesar de la importancia del acontecimiento en nuestro continente, ni tampoco reclamó el gran destaque que se dio al caso de Lorena Bobbitt en el diario *Hoy*. Diariamente era un tema publicado en tapa.

Tampoco mencionó la tapa sobre los campesinos armados publicada el 7 de febrero. En la misma decía que los campesinos estaban en guerra y aparecía la foto de dos campesinos armados. Pero recién en las páginas sobre el tema se mencionaba que los campesinos estaban en "guerra contra la miseria y el hambre" (el entrecomillado es nuestro).

Hasta aquí hemos mencionado algunos de los artículos de José Luis Simón sobre el tema del ombudsman. Se han analizado los artículos publicados entre la primera quincena de noviembre de 1993 y el 10 de abril de 1994, tiempo en el que se ha realizado este trabajo en toda su extensión.

El trabajo que ha realizado Simón ha estado bien para un ombudsman de medio tiempo -ya que el mismo no se dedica por entero a la crítica de los diarios y a atender a los lectores por tiempo completo pues desempeña también otras actividades extraperiodísticas- y que, además, recién comienza en la profesión.

### 3. Un Defensor del Lector en la prensa paraguaya

#### 3.1 Condiciones legales vigentes

Los diferentes aspectos legales que rodean a la prensa en general se han analizado buscando la exigencia o no de algún tecnicismo legal que no permitiera la existencia de un ombudsman en la prensa escrita, sin dejar de tener en cuenta que actualmente el diario *Hoy* ya cuenta con uno.

##### 3.1.1 Constitución Nacional

A continuación se transcriben algunos párrafos de la actual Constitución Nacional y se harán algunas críticas referentes a su posible interpretación o mencionar su real alcance.

**Art. 27: *Del empleo de los medios masivos de comunicación social***

*"La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer".*

Este artículo tiene un corte sexista y discriminatorio, ya que habla solamente de la protección de los derechos de la mujer y no menciona los del hombre; ha de suponerse que los redactores habrán pensado que tales derechos están implícitamente citados en los otros, pero si hubiera sido este el caso, ya no deberían haber agregado las últimas palabras "y de la mujer".

Esta parte de la ley se presenta también ambigua, ya que habla de publicidad en general y se sabe que no existe una sola publicidad, sino varias: comercial, institucional y política. Hay que tener en cuenta que en otros países, con legislaciones más adelantadas, no existe una ley reguladora de la publicidad. El Estado no interfiere en este sentido; lo deja a cargo de la asociación de profesionales publicistas que posee un consejo que regula y critica, cuando es necesario, los trabajos de sus asociados.

**Art. 28: *Del derecho a informarse***

*"Se reconoce el derecho de las personas a recibir información veraz, responsable y ecuánime.*

*Las fuentes públicas de información son libres para todos. La ley regulará las modalidades, plazos y sanciones correspondientes a las mismas, a fin de que este derecho sea efectivo".*

Es el primer párrafo de este artículo el más controvertido. Y fue muy polémico en el momento de su redacción. Según la opinión de personas conocedoras en materia de comunicación, este párrafo abre una rendija por la cual puede filtrarse no una ley de prensa, sino el criterio personal de algún juez que pueda "permitirse" el hecho de juzgar si una



"información es veraz, responsable y ecuánime".

Las fuentes públicas de mayor importancia para los profesionales de la prensa en general, en materia de generar noticias, son las oficiales o del Estado, y "teniendo la extensa lista de infinitivos que hablan del derecho de las personas a generar, producir, recibir, recabar, poseer, acumular, procesar, comercializar, comunicar o difundir información, hace que si uno olvida algunas de estas disposiciones o no están contempladas en la nueva Constitución, podrá ser sancionada, por ejemplo, la **ley de codificar información del Estado**" (Ferreira y otros: 1992;52-53).

### 3.1.2 Derecho de respuesta. Ventajas y desventajas

"Un derecho a la libertad incluye el derecho a estar en el error..., lo que la moral no cubre es el derecho de estar deliberada o irresponsablemente en el error"<sup>2</sup>.

#### **Art. 28: Del derecho a informarse**

*"Toda persona afectada por la difusión de una información falsa, distorsionada o ambigua tiene derecho a exigir su rectificación o su aclaración por el mismo medio y en las mismas condiciones en que haya sido divulgada, sin perjuicio de los demás derechos compensatorios".*

Bajo este precepto constitucional se da lugar a la Ley (ya existente en nuestro sistema legislativo) de Réplica o, como es llamada en otros países, Ley de Respuesta.

Eliel C. Ballester, en su libro "Derecho de respuesta", lo define como "la facultad de contestar a ciertas alusiones periodísticas, de manera pronta y gratuita, en los órganos de publicidad que las difundieran". "Responder es defenderse", y según este jurista este es el único medio eficaz para la persona para hacer frente al enorme poder que posee la prensa.

La respuesta de parte de la persona (jurídica o física) es además un medio por el cual el lector puede saber la otra versión y que presupone que cada lector tome o se forme un juicio imparcial y que quite sus conclusiones si la noticia dada fue errónea o no. Es este "derecho de respuesta un medio de defensa del honor, la verdad y la identidad del individuo, incluso de la personalidad social, (**de Cupis:...**)".

Es justo decir que la Ley de Respuesta funciona como un contrapeso de la libertad de prensa y del poder de los diarios para la defensa de las personas, y si la misma fuera bien elaborada y llevada a su aplicación en la forma más correcta posible, se estaría dando la posibilidad de que aquellas personas afectadas por alguna publicación no aparecieran como atacantes o adversarios, sino que serían vistas como colaboradoras en el correcto proceso de formación y difusión de la noticia, pues no hay que dejar de tener en cuenta que "la respuesta

<sup>2</sup> Commission on Freedom of the Press, *A free and responsible press*, pág. 121

es información" (Ballester: 1987).

Hasta aquí se han considerado las ventajas (por llamarlo así) de la efectivización de una Ley de Respuesta, pero existe **el otro lado de la información** como se señaló anteriormente.

Desde el punto de vista comunicacional, "la verdadera dificultad radica en que por la misma naturaleza de la comunicación de masas, la corrección nunca puede alcanzar por completo al error original. No todos los que recibieron el error van a recibir también la corrección (**Rivers-Scharmm:.....**)"<sup>3</sup>.

Parte del poder de los medios de comunicación masiva se resume en la frase anterior. La enorme desigualdad de fuerzas entre los medios y el individuo, el gran poder de influencia de los periódicos frente a la escasa o nula incidencia de la persona en su entorno, y por sobre todo la inexistencia del llamado "feedback" (respuesta recíproca e igualitaria en cualquier diálogo entre dos personas), son los que hacen que esta llamada Ley de Respuesta quede un poco apagada. Pero esto no quiere decir que no es necesaria. Simplemente señalamos que es una confrontación desapareja.

Judicialmente se señalan algunos puntos en contra que se exponen a continuación:

Todo proceso judicial, desde su comienzo (con la presentación de la causa) hasta su final (con el veredicto del juez), supone el consumo de un período de tiempo a considerar: mucho o poco según sea el caso. Sobre este tema, el informe Lühinger dice lo siguiente: "El derecho de rectificación muestra ser ya insuficiente, porque en caso de diferendo no puede actuar sino mucho tiempo después de la ofensa a la personalidad, a consecuencia de la duración del proceso. El efecto de la acción, destinada a suprimir el daño, resulta así considerablemente estrecho. Ello vale en particular cuando la persona aludida por una publicación no puede acreditar la inexactitud, clara e inmediatamente, y debe pasar por un fastidioso procedimiento probatorio".

Otro punto a cuestionar: Obligar al periodista o al medio a retractarse de alguna información en la cual aún sigan creyendo como verdadera (suponiendo que durante el proceso de formación de la información así lo demostraron) puede llegar a ser problemático. "La coacción de la justicia debe actuar sobre las conductas, no sobre las conciencias" (**Ballester: 1987**).

### **3.1.3 Análisis de la Ley de Réplica vigente en nuestro país**

"A la ideología fascista no le interesa transformar las relaciones entre los particulares, sino las relaciones del particular con la autoridad".

---

<sup>3</sup> Rivers-Scharmm, *Responsabilidad y comunicación de masas*, pág. 175

El Congreso Nacional sancionó, el 8 de octubre de 1987, la Ley N° 1262 que establece **El derecho de rectificación o contestación**. Su respectiva promulgación fue firmada el 16 de Octubre del mismo año.

Valgan las palabras precedentes para hacer una pequeña referencia del marco histórico en el cual se dio lugar al estudio y la posterior sanción y promulgación de la llamada **Ley de Réplica**. Sabemos que fue una época en la cual el Estado, a través de las legislaciones, ambiguas o no, buscaba tener cierto control sobre los llamados medios de comunicación independientes. Su puesta en vigencia tuvo más un significado de amedrentamiento que el de buscar un sistema de cierta defensa del ciudadano común frente a los poderosos medios de comunicación masiva.

Sin ánimo de incurrir en cuestiones puramente jurídicas, se harán algunos comentarios al respecto.

En líneas generales, se ha encontrado que la ley vigente está bien elaborada, salvo lo referido en el **artículo 2°** que dice:

*"El derecho de rectificación o de contestación se ejercerá ante el director o responsable del medio de comunicación dentro de los siete días calendarios siguientes al de la publicación o difusión de la información rectificadora o contestada. Su extensión no excederá sustancialmente de la de esta, salvo que sea absolutamente necesario".*

En este artículo no se tiene en cuenta a las personas que no se encuentran en el país en el momento de la publicación o la difusión de la noticia. Esto afecta a aquellas personas que se ausentan del país en cumplimiento de alguna misión oficial diplomática o por cuestiones particulares, y por lo tanto consideramos, para estos casos, que el tiempo de rectificación o de contestación es muy escaso. Se debería entonces ver la forma de contemplar un período de tiempo lo bastante razonable para que estas personas puedan acceder a este importante derecho.

### **3.1.4 Anteproyectos de leyes sobre comunicaciones existentes en el Congreso**

A comienzos de 1994 no se encontraba en estudio en el Parlamento nacional ningún proyecto de ley sobre comunicaciones. Sí existe, con veto del Poder Ejecutivo, la "Ley que establece normas que garantizan el funcionamiento de radioemisoras y teledifusoras privadas", más conocida por la "Ley Romero Pereira", en alusión a su proyectista, el Ing. Carlos Romero Pereira, senador por el Partido Colorado del sector denominado argañista.

Esta discutida ley sancionada en el Congreso Nacional fue vista por varios sectores de la prensa radial y escrita como una devolución de favores a una importante cadena de comunicación por los espacios concedidos durante la contienda electoral del pasado año

1993, y teniendo en cuenta también que la mencionada cadena tuvo sus licencias tanto de radio como de televisión en forma irregular durante el gobierno stronista.

Esto se podría deducir de lo que dispone el **artículo 2** de la referida ley, y que dice cuanto sigue:

*"..., las radioemisoras y teledifusoras actualmente en funcionamiento podrán renovar sus licencias con potencia de la que efectivamente usen, con una simple petición que será concedida, salvo impedimento legal, y la negativa será recurrible ante la justicia".*

También desprende indicios de sospecha lo establecido en el **artículo 4**:

*"Toda imposición de autoridad administrativa que tenga por objeto transmitir señales y obligar a radioemisoras y teledifusoras a difundirlas, será ineficaz y, en consecuencia, de cumplimiento no obligatorio, salvo de emergencia nacional".*

La sospecha se fundamenta en el hecho, que es bien sabido por muchos, de que la cadena de comunicación referida debió transmitir en directo un evento oficial (desde nuestro punto de vista muy importante) de carácter nacional, pese a la tenaz oposición que puso.

Por un lado, se está de acuerdo con el contenido de este último artículo, ya que da el definitivo certificado de defunción de la recordada "cadena de radio y televisión", pero se disiente con la verdadera intención con la que fue redactado.

Dada la disconformidad de una gran parte de los profesionales de la información sobre el contenido de la ley actualmente vetada, y la inexistencia en el Congreso de nuevos anteproyectos de ley sobre comunicaciones, existe un acuerdo entre algunos representantes de la prensa para que entren nuevamente en estudio en el Poder Legislativo los anteproyectos que fueron presentados en el período anterior y que son: la elaborada por la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTELCO) y la presentada por el ex diputado Julio César Vasconsellos (El estatuto de Radiodifusión).

Una propuesta concreta del Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP) para una futura ley de comunicación es que la misma contemple la creación de un **Consejo Independiente de Comunicación** de carácter pluralista, que ya fuera considerado en los debates del anterior período parlamentario y que también figura en las legislaciones de otros países.

## **3.2 Actitud de la prensa escrita paraguaya de su situación actual y la aparición de un defensor del lector**

### **3.2.1 De los empresarios/propietarios**

Luego del golpe de Estado del 3 de febrero de 1989, la prensa fue una de las instituciones que más adaptaciones debió sobrellevar, y así lo entendieron los directores responsables de los cuatro diarios de Asunción. Para esta investigación se tenía previsto realizar entrevistas a los cuatro directores, pero lastimosamente no pudimos acceder a Néstor López Moreira, director responsable de *Noticias El Diario* (desde diciembre de 1993 hasta la primera semana de abril de 1994 se intentó concertar una entrevista con López Moreira, pero no pudo concretarse).

El mismo cuestionario fue utilizado en las entrevistas y el mismo permite que el entrevistado ofrezca un panorama general de como se encuentra la prensa escrita en Paraguay.

#### **a. Acerca de la función de la prensa y los mecanismos utilizados para garantizar la información**

Aldo Zuccolillo (*ABC Color*): "La prensa debe informar, investigar, reflejar inquietudes, alegrías y expectativas de la sociedad. Además debe ser una guía del poder público. No se puede hacer ejercicio del gobierno sin una prensa crítica e independiente".

"Quienes garantizan la calidad de la información son nuestros jueces de todos los días: infalibles, insobornables e incógnitos. Los que le dicen al canillita 'deme un *ABC Color*'".

Demetrio Rojas (*Ultima Hora*): "La prensa debe ser eminentemente educadora, referente a los intereses nacionales, como ser la soberanía, tratados que afecten en lo económico a nuestro país, algunas leyes internacionales que pudiesen lesionar nuestros intereses. Debe ser defensora de ideas y derechos de la sociedad y ser un elemento de transmisión cultural".

"Para garantizar la calidad de la información se cuenta con buenos periodistas, buenas fuentes de información y personas especializadas en diversas áreas".

Hugo Aranda (*Hoy*): "La prensa es un poder más, que contrapesa a los poderes institucionalmente establecidos, como el empresarial, sindical o la misma prensa. Debe informar con verdad y exactitud, sin omitir detalles que el público tiene derecho a saber, haciendo uso severo, pero responsable, de la crítica cuando sea necesaria".

"Los mecanismos que se utilizan para garantizar la información son dos reuniones diarias con el jefe de redacción y los jefes de áreas, y comprobar la información consultando

con las dos partes afectadas. No siempre esto es posible, por la presión de tiempo, porque alguien se niega a declarar o porque la información no es del dominio público".

Entre las tres respuestas a la primera pregunta, los directores de *ABC Color* y de *Ultima Hora* dan enfoques parecidos sobre el énfasis que deben poner los periódicos en lo referente a los asuntos de interés nacional. La diferencia se encuentra en que Aldo Zuccolillo da al diario un papel de orientador o guía del poder público, mientras que Demetrio Rojas confiere a su vespertino un papel más educativo que invita a la participación más activa de los ciudadanos en los asuntos de interés nacional.

El señor Hugo Aranda, aparte de señalar una de las funciones más importante de un diario, "la de informar", enfatiza la posición de la prensa como "un poder más" con el suficiente peso para equilibrar a los demás institucionalmente establecidos.

En relación a la contestación de la segunda pregunta también existen diferencias entre ellos. Aldo Zuccolillo no da a conocer los mecanismos que garantizan la información diaria, solo dice que la calidad de la información se comprueba a través de la compra del periódico. Demetrio Rojas basa su confianza en el buen desempeño tanto de sus periodistas como de los jefes de redacción, y, por el otro lado, Hugo O. Aranda pareciera tener una participación más directa al mantener dos reuniones diarias con los responsables directos de la redacción.

#### **b. Acerca de la figura del ombudsman**

Para saber lo que piensan los directores de los diarios acerca de la figura del ombudsman fueron efectuadas las preguntas: "¿Qué piensa usted de un ombudsman dentro de la prensa paraguaya?" y "¿Aceptaría esta función en el diario que dirige?". Las respuestas fueron las siguientes:

Aldo Zuccolillo (*ABC Color*): " En nuestro país podría ser. ¿Por qué no?".

Demetrio Rojas (*Ultima Hora*): "No es una función muy conocida y podría verse como un censor dentro del diario. En líneas generales, aceptaría un ombudsman en el diario".

Ambas respuestas denotan cierta cautela, especialmente la dada por el señor Rojas al decir que la figura del defensor del lector sería vista como un censor. Pero en el caso del director del *ABC Color*, lo que primeramente se vio como una posibilidad, luego se convirtió en una negativa.

Esto se deduce luego de la respuesta dada a la siguiente pregunta: "¿Qué haría falta para que *ABC* tuviera uno?". Zuccolillo contestó: "Yo creo que el principal ombudsman dentro del diario tiene que ser el director, porque el que tiene que corregir los errores tiene que ser el director; claro que toda ayuda es bienvenida. Pero, ¿poner un ombudsman para que haga el trabajo de un director?... El trabajo de un ombudsman es un trabajo que, para mí,

tiene efecto cuando existe demasiado buen periodismo. Entonces el ombudsman se pone a corregir los errores de un pequeño número de periodistas, pero en nuestro país.... Para mí, en vez de un ombudsman o defensor del lector es mucho más importante para nuestro país un defensor de los derechos humanos".

Por ser el diario *Hoy* el único medio que tiene un ombudsman, a su director, Hugo Aranda, se le hizo solo la primera pregunta de las mencionadas más arriba y también la siguiente: "¿Cuál es el motivo por el cual decidió adoptar un ombudsman en el diario que dirige?", a las que respondió:

"El ombudsman es absolutamente necesario. Fue adoptado aquí porque realiza una tarea crítica y educativa a la vez. Señala errores, argumenta procedimientos que debieron o pudieron ser utilizados y esto contribuye a mejorar la calidad del periódico. El ombudsman es una garantía de que la libertad de prensa será utilizada con responsabilidad, sin avasallar derechos o libertades del ciudadano común".

### **3.2.2 De los periodistas**

Los periodistas son algunos de los responsables directos de las informaciones que aparecen diariamente en los periódicos. Su buena capacitación o su idoneidad son elementos fundamentales para una correcta información diaria, y la perspectiva que tienen sobre la situación actual de la prensa es de fundamental importancia para este estudio.

Para el levantamiento de datos se hicieron encuestas a los periodistas de los cuatro diarios utilizando el mismo cuestionario. Se dividió a cada diario en nueve secciones: Artes y Espectáculos, Política, Deportes, Revista Dominical, Sociales, Judiciales y Policiales, Locales, Interior y Economía. No se ha tenido en cuenta la sección Internacionales porque los periodistas encargados realizan un trabajo de selección de artículos que proveen las agencias de noticias internacionales. Si bien consideramos este trabajo muy importante, lo que se ha tenido en cuenta para esta investigación es la labor de producción de noticias.

Fue encuestado un periodista de cada una de las secciones nombradas. En total se tenía prevista la realización de 36 encuestas, pero solo se pudieron realizar 32: nueve a *ABC Color*, nueve a *Noticias el Diario*, siete a *Hoy* y siete a *Ultima Hora*. Se consideró esta suma porque el margen de error es muy pequeño.

Se realizó una encuesta abierta teniendo en cuenta que el universo era pequeño -los periodistas que trabajan en los diarios de Asunción-. Y al ser una encuesta abierta, los encuestados tenían la posibilidad de opinar y esto daba la posibilidad a un desdoblamiento de respuestas.

Para hacer la tabulación se debía considerar solo una respuesta, por lo que debía quedar una de lado. Para este procedimiento se consideró la respuesta que el encuestado priorizaba. Pero en algunos casos se debió hacer una tabulación alternativa debido al tema trascendente que se mencionaba.

### Cuadro 1. Acerca de las garantías y restricciones del ejercicio del periodismo

	Sí	No	Restricciones p/ ciertos temas	TOTAL
<b>ABC COLOR</b>	3 66,70%	3 33,30%	3 33,30%	9
<b>NOTICIAS</b>	1 11,10%	4 44,40%	4 44,40%	9
<b>HOY</b>		2 28,60%	5 71,40%	7
<b>ÚLTIMA HORA</b>	3 42,90%	2 28,60%	2 28,60%	7
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>32</b>

En este tópico se encontraron tres tipos de respuestas: los que afirman que existen restricciones, los que afirman que existen garantías (es decir que no existen restricciones) y los que dicen que hay restricciones para ciertos temas.

En *ABC Color* existe una paridad en los tres tópicos: 33,3% para cada uno. En el diario *Noticias* hay una igualdad del 44,4% para los que dicen que hay garantías y los que dicen que hay restricciones para ciertos temas. En el diario *Hoy*, el 71,4% dice que hay restricciones para ciertos temas, mientras que en *Ultima Hora* el 42,9% afirma que sí existen restricciones.

Las restricciones para ciertos temas generalmente tienen que ver cuando están en juego los intereses de la empresa. El diario *Noticias*, perteneciente a la Red Privada de Comunicación (RPC), está atravesando un proceso de clara oposición al Gobierno, motivo por el cual los periodistas se ven con todas las garantías para publicar las informaciones sin restricciones. En cambio, hay secciones, como la de Artes y Espectáculos, donde prima el interés de la empresa (la RPC es una de las principales productoras de espectáculos públicos, generalmente conciertos musicales de artistas internacionales), motivo por el cual el porcentaje de "restricciones para ciertos temas" se mantiene parejo.

Teniendo en cuenta que el diario *Hoy* pertenece al mismo grupo empresarial que administra el consorcio Conempa-CIE, del que forma parte el presidente Juan Carlos Wasmosy, se cree que esta situación es uno de los principales motivos por los cuales hay un porcentaje demasiado elevado en lo referente a las restricciones existentes para el tratamiento noticioso de ciertos temas.

El dato más notorio es del diario *Ultima Hora*, donde la mayoría de los encuestados afirmó que existen restricciones. Realmente no debería extrañarnos, porque, en todos los diarios, siempre existen restricciones.



**Cuadro 2. Garantías ofrecidas al lector sobre las informaciones dadas**

	Confianza en la fuente	Chequeo de inform.	No especifica	TOTAL
<b>ABC COLOR</b>	2 22,20%	3 33,30%	4 44,40%	9
<b>NOTICIAS</b>	1 11,10%	3 33,30%	5 55,60%	9
<b>HOY</b>	3 42,90%	1 14,30%	3 42,90%	7
<b>ÚLTIMA HORA</b>			7 100,00%	7
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>32</b>

Se encontraron tres tipos de respuestas en este tópico de la encuesta: los periodistas que confían en su fuente informativa, los que chequean la información antes de publicarla y los que garantizan la calidad de la información sin especificar cómo.

En el diario *ABC Color*, el 44,4% de los encuestados y en el diario *Noticias* el 55,6% no especifican las formas de garantías. En el diario *Hoy* existe una paridad del 42,9% de los que confían en su fuente y los que no especifican las garantías. En el vespertino *Ultima Hora* la respuesta es categórica: el 100% no especifica.

Una de las razones por las que los periodistas no especifican las garantías sobre lo publicado es que los mismos no quieren dar sus apreciaciones sobre el trabajo de sus colegas. Antes que decir que no dan ninguna garantía, prefieren no ser específicos.

**Cuadro 3. Procedimientos en vigencia ante los errores publicados**

	Rectificar	Rectificar sin destaque	En caso de reclamo	Depende del tema	No se rectifica	TOTAL
<b>ABC COLOR</b>	4 44,40%	2 22,20%	1 11,10%	2 22,2		<b>9</b>
<b>NOTICIAS</b>	3 33,30%	3 33,30%	1 11,10%	2 22,2		<b>9</b>
<b>HOY</b>	2 28,60%		2 28,60%	3 42,9		<b>7</b>
<b>ÚLTIMA HORA</b>	1 14,30%	1 14,30%		4 57,1	1 14,30%	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>32</b>

En esta pregunta hay una variedad de respuestas. Se dieron cinco opciones: cuando se yerra se rectifica, se rectifica sin destaque, se rectifica en caso de reclamo, se rectifica dependiendo del tema y no se rectifica.

En *ABC Color* la mayoría (44,4%) dijo que simplemente se rectifica. En el diario *Noticias* hay una igualdad del 33,3% entre la simple rectificación y la rectificación sin destaque (de manera desvalorizada con respecto a la publicación anterior, como dijo uno de los encuestados). En el diario *Hoy*, la mayoría (42,9%) respondió que se rectifica dependiendo del tema, y en el diario *Ultima Hora*, la mayoría (57,1%) respondió de la misma manera.

**Cuadro 4. Manual de estilo**

	SÍ	NO	No sé	La consulta a menudo	TOTAL
<b>ABC COLOR</b>	6 66,70%	3 33,30%			<b>9</b>
<b>NOTICIAS</b>	1 11,10%	8 88,90%			<b>9</b>
<b>HOY</b>	2 28,60%	4 57,1	1 14,30%		<b>7</b>
<b>ÚLTIMA HORA</b>		5 71,40%	2 28,6		<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>3</b>		<b>32</b>

La tabulación de esta pregunta ha sido simple: si existe, no existe, no sabe y si es que hay, lo consulta a menudo o no.

Solamente en el diario *ABC Color* la mayoría (66,7%) dijo que existe un manual de redacción. En el diario *Noticias*, el 88,9% respondió que no hay; en *Hoy*, el 57,1 % respondió

lo mismo, y en *Ultima Hora*, el 71,4 % también.

A pesar de que la mayoría afirma en *ABC Color* la existencia de un manual de redacción, ninguno de los encuestados lo consulta.

### 3.2.3 De los jefes de redacción

El jefe de redacción es la persona de más alto rango dentro de la sala de redacción. El toma las decisiones importantes en lo referente a la cobertura y la publicación de las noticias, y en última instancia las toma el director. Es la persona más cercana al director del diario, y es por eso que se consideró también muy importante su opinión acerca de la realidad actual de la prensa escrita paraguaya.

Se hicieron las mismas preguntas que a los periodistas y las respuestas se dan a continuación.

#### a. Acerca de las garantías y restricciones del ejercicio del periodismo

*ABC Color* (Juan Luis Gauto): "Existen garantías; restricciones no. Solamente hay exigencias para aprovechar mejor determinados tipos de informaciones. En concreto, no existe censura. Autocensura, quizás cada uno pueda hacerlo".

*Hoy* (Carlos Rodríguez): "No existen restricciones ni temáticas, ni políticas. Nuestra principal restricción es la económica, pues este es un diario pobre de dueños muy ricos. Virtualmente no se habla aquí de garantías, sino de deberes y obligaciones. Las garantías se hallan especificadas en el contrato colectivo".

*Noticias* (Christian Torres): "No sé qué tipo de garantías podría haber para este trabajo tan peligroso. Restricciones, tampoco. Normalmente se consultan los temas delicados con el director, pero tampoco existen prohibiciones para determinados temas porque el público es muy exigente".

*Ultima Hora* (Tony Carmona): "Las garantías que existen para ejercer las funciones son una pauta de que hemos crecido el 90% de lo que éramos antes, tanto a nivel de la censura institucional, nacional, como la estructura interna misma del medio y como en la relación nuestra con la sociedad. Aquí en *Ultima Hora* tenemos una gran autonomía. Pero aun existen restricciones (que vienen a través de la dirección o de la administración) que no vamos a superarla fácilmente porque esta es una sociedad chica. A medida que crezcamos, eso se irá diluyendo".

## **b. Garantías ofrecidas al lector sobre las informaciones dadas**

*ABC Color* (Juan Luis Gauto): "Como una empresa de servicios, nosotros asumimos a plena conciencia de que estamos ofreciendo un servicio de ventas de informaciones y a través de eso, influir en la sociedad, principalmente en aquellos estamentos que puedan hacer algo por este país, a fin de quitarlo del subdesarrollo en que se desenvuelve. Queremos ofrecer calidad, mantener y lograr acrecentar esa credibilidad y ofrecer un servicio como corresponde, que satisfaga al consumidor. No queremos imponernos a través de la publicidad, ni a través de un envoltorio diferente, sino que queremos que el lector acepte este periódico a través del servicio que presta".

*Hoy* (Carlos Rodríguez): "En nuestro país, lamentablemente, es la extraoficial. La oficial es generalmente incompleta, manipulada e interesada. Entonces, el periodista se ve obligado a buscar fuentes alternativas para la obtención de informaciones y, a veces, estas fuentes no son muy seguras. Depende más de un vínculo muy especial entre el periodista y su fuente. Dada esta circunstancia, existen a veces especulaciones informativas.

*Noticias* (Christian Torres): "La garantía que ofrecemos es la veracidad de lo que publicamos. El cuidado cada vez más delicado de que lo se publique está avalado por pruebas (fotos, documentos, etcétera). Hoy nadie te perdona que lo llames pillo, nadie se calla".

*Ultima Hora* (Tony Carmona): "Creo, que le ofrecemos al lector más garantías de las que el quiere. El lector quiere la información que a él le afecta ya. El sabe que es real y te lo cuenta, pero no podés publicar algo así. Tenés que comprobar, investigar y completar la información y traer las distintas opiniones que tienen relación. Creo que ese es el sentido de la garantía: El periodismo de bloque, desplegado, da garantías de información. En la medida que sigamos por ese camino, pienso que vamos a ir mejorando".

## **c. Procedimientos en vigencia ante los errores publicados**

*ABC Color* (Juan Luis Gauto): "En lo posible, queremos rectificar el error cometido. Como humanos que somos también podemos equivocarnos. Puede ser que la información que llegó a nuestra redacción no sea la más correcta ni la verdadera, ni tal vez sea cierta. Si ocurre eso, como cualquier otra empresa seria periodística, tenemos que reconocer nuestros errores y rectificarnos de inmediato".

*Hoy* (Carlos Rodríguez): "Dentro del diario acostumbramos a publicar las rectificaciones y pedir las disculpas del caso. También existe ahora el defensor del lector, pero con cuya función a veces disentimos".

*Noticias* (Christian Torres): "Depende del grado de profundidad del error. En el caso de los periodistas, puede llegar al caso de un despido, si transgrede las normas de redacción, o una amonestación. Por otro lado, normalmente no se publican aclaraciones, sino que se hace una nueva publicación, pero de la manera correcta, antes que pedir disculpas".

*Ultima Hora* (Tony Carmona): "El procedimiento ante un error publicado es enmendarlo inmediatamente. Sobre todo en una sociedad como esta, donde el impacto en el afectado es muy grande. Hay que tratar de no cometerlos, y cuando se comete, compartir con el afectado cuál es la mejor forma de enmendar. A veces, la mejor forma es parar la información. Hay que contemplar muy particularmente cuál ha sido el error y quién ha sido el afectado y ser lo suficientemente humilde como para ponernos a disposición de ese afectado y con él tratar de corregir el error".

#### **d. Manual de estilo**

*ABC Color* (Juan Luis Gauto): "Sí. Este es uno de los pocos diarios que tiene un manual de estilo, que data de muchos años atrás: 1983. Aquí están las normas a las cuales debe ajustarse el periodista".

*Hoy* (Carlos Rodríguez): "No existe. Pero está uno en preparación".

*Noticias* (Christian Torres): "Existe un manual de estilo que debe ser actualizado. Según el contrato colectivo, debe ser hecho un reglamento interno. No sé qué se hizo de ese manual".

*Ultima Hora* (Tony Carmona): "En este diario no hay un manual de redacción escrito. Pero sí existen directrices que fueron discutidas por secciones y, a veces, en conjunto. Adolecemos de la falta de un manual de estilo desde el tema ético hasta el tema de la expresión misma".

### **3.2.4 Del Sindicato de Periodistas del Paraguay**

La comisión directiva del Sindicato de Periodistas del Paraguay mantiene una postura de precaución ante la instauración de un ombudsman en la prensa paraguaya porque desconoce exactamente el desempeño y las funciones específicas del mismo. Pero, no obstante, no rechaza la existencia del mismo, como una instancia que contribuya a mejorar el nivel profesional de la prensa. "Siempre es importante una campaña de educación, de promoción de estas nuevas figuras. Es posible que los periodistas estemos en condiciones, en algún corto tiempo más, de tener un defensor del lector. Pero la presencia de un ombudsman en las empresas depende también de la postura que asuman las empresas y -sobre todo- qué posición asumirán ante él", afirma la CD del SPP ante la pregunta si los periodistas están organizados para tener un ombudsman.

En lo referente a la posibilidad de defensa que tiene el lector, menciona la Ley de Réplica diciendo que aparentemente su objetivo es proteger al lector aludido. "Pero tanto los periodistas como los lectores encuentran dificultades en su uso por el derecho de propiedad que aluden los empresarios cuando surgen publicaciones u opiniones por fuera o en contraposición a la línea editorial".

Acerca de la situación actual de la prensa en Paraguay, señala que se encuentra en gran expansión desde 1989, al igual que su influencia en la sociedad paraguaya, gracias a la apertura política que se desarrolla actualmente en Paraguay. También dice que la relación con las empresas, en la actualidad, se ha profundizado a través de la firma del primer contrato colectivo de condiciones de trabajo con la Asociación de Empresas Periodísticas del Paraguay (ADEPP). "En líneas generales, las discusiones abarcan cuestiones profesionales y gremiales, pero no siempre la relación es beneficiosa para los periodistas, que no contamos con poder de decisión efectivo dentro de las empresas, sino que estamos en una situación de dependencia".

Para promocionar la ética profesional entre sus asociados, el SPP creó un tribunal de conducta que deberá dedicarse a la confección de un código de ética, así como también atenderá las denuncias que pudieran existir sobre el desempeño en la profesión.

En la capacitación profesional de los asociados, el SPP organiza seminarios anuales con el apoyo de la Federación Internacional de Periodistas (FIP). También cuenta con una Comisión de educación que trabaja con la rama de periodismo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad Católica. En los últimos años, el trabajo de capacitación se concentró en los asociados del interior del país, pero a partir de este año se tratará de combinar los cursos de capacitación con los sindicales por la necesidad que existe en el gremio de una formación global.

### **3.2.5 Opiniones comparadas**

En este tópico se analizarán aquellas respuestas dadas a las preguntas comunes tanto para los directores como para los jefes de redacción y periodistas. También se incluyen aquí algunas de las respuestas dadas por la comisión directiva del Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP).

La pregunta en común que presenta una pequeña divergencia es la relacionada con la figura del ombudsman. Teniendo en cuenta que el diario *Hoy* ya incorporó esta función dentro de su estructura, lo que se pidió a los periodistas y al jefe de redacción fue una pequeña evaluación sobre el desempeño de José Luis Simón, ombudsman de ese diario.

**Tabla 1. Opiniones comparadas**

	<b>DIRECTORES/PROPIETARIOS</b>	<b>JEFES DE REDACCIÓN</b>	<b>PERIODISTAS</b>	<b>SINDICATO DE PERIODISTAS</b>
Estado de la Prensa	Zucolillo: Poco atrasada respecto a las necesidades del país. Rojas: Bastante bien. Aranda: Poco preocupada por las informaciones que afectan a la imagen y honorabilidad de las personas.	ABC: Está en una etapa de transición. ÚH: Está en la adolescencia; etapa para el desarrollo. Falto de experiencia. Hoy: En una etapa de transición. Falta madurez en el manejo de la información. Noticias: Los requerimientos sociales superan la capacidad de la prensa.	ABC: El 44,7 dice que está en transición. ÚH: La mayoría (66,7%) opina que está en transición. Hoy: 28,6% que está mal; 28,6% que está en transición y que responde a interés particular. Noticias: El 71,4% está de acuerdo que pasa por un periodo de transición.	En gran expansión. Crecimiento constante desde 1989, lo mismo que su influencia ante la sociedad.
Fundación de la Prensa	Zucolillo: Informar, investigar, reflejar, inquietudes, guía del poder público. Rojas: Papel eminentemente educadora referente a intereses nacionales. Aranda: Es un poder más. Informar con verdad y exactitud.	ABC: Informar, orientar. Ú. Hora: Muy social, comprometida con sus lectores. Hoy: Orientar, proponer, sugerir con ideas. Noticias: Denunciar la corrupción.	ABC: El 55,5% dice informar. Ú. Hora: Paridad del 28,6% entre informar y la función de controlar. Hoy: El 42,9% confiere a la prensa el papel de informar. Noticias: El 55,6% opina que la función es informar.	- Informar sobre los acontecimientos. - Canalizar las opiniones. - Propiciar el debate.
Perfil del Lector	Zucolillo: Público que lee mucho. Rojas: Gente ejecutiva, acomodada y nivel cultural aceptable. Aranda: No existe un estudio sobre el perfil del lector.	ABC: De escasa formación, de ingreso medio p/ abajo. Minoría de lectores críticos/exigentes. Ú. Hora: Poco crítico e inmediatista. Es ávido, reclama y depende mucho de la prensa. Hoy: Poco crítico. Masa crítica es minoría. Noticias: Sumamente crítico, exigente e informado.	ABC: El 55,6% lo define crítico/exigente. Ú. Hora: El 57,1% dice que es crítico y exigente. Hoy: El 57,1% dice que acrítico/mediocre. Noticias: La mayoría (55,6%) dice que su público lector es acrítico y mediocre.	
Canales de diálogo Proprietarios/P eriodistas	Zucolillo: Todos los canales posibles Rojas: A través de los canales correspondientes. Aranda: El canal es directo. Cara a cara.	ABC: Está permanentemente con nosotros. Ú. Hora: Existe un contacto directo. Hoy: Canal directo. Noticias: De consulta. Este trabajo tiene muchas exigencias y es el director quien tiene la respuesta sobre temas conflictivos.	El 55,6 de los periodistas de <b>ABC Color</b> , el 55,6% del diario <b>Noticias</b> y el 57,1% de <b>Última Hora</b> dicen que el diálogo con los directores se realiza en forma indirecta. Solo el diario <b>Hoy</b> dijeron que la comunicación con la dirección es mala.	
Formas de mejorar el nivel de la Prensa	Zucolillo: Capacitación de los periodistas. Rojas: Mayor especialización, mejor remuneración y beneficios sociales. Aranda: Código de Ética.	ABC: Capacitación de los periodistas. Código de ética. Ú. Hora: Viajes. Cursos de aquí y en el exterior. Pasantías en diarios extranjeros. Hoy: Capacitación de los periodistas. Noticias: Hay que dar tiempo al tiempo. Se han quemado demasiadas etapa.	La mayoría de los periodistas de los cuatro diarios señalaron que para mejorar el nivel de la prensa de este país pasa necesariamente por la capacitación. En ABC Color dijeron el 77,8%, en Noticias un 55,6%, y en Hoy y Última Hora.	
Figura del Ombudsman	Zucolillo: Por qué no?, en nuestro país puede ser... Rojas: En líneas generales aceptaría uno dentro del diario. Aranda: Absolutamente necesario.	ABC: Hoy en día es una necesidad. Ú. H: Teóricamente estamos en condiciones de aceptar uno. Hoy: - (ya cuenta con ambudsam)- Noticias: El diario está en en condiciones de aceptar uno.	Los periodistas de ABC Color (55,6%), de Noticias (77,8%) y de Última Hora (42,9%) consideran necesaria la figura del ambudsam dentro de sus respectivos diarios.	- No hay un conocimiento exacto sobre el desempeño y las funciones del ambudsam. - Existe la posibilidad que los periodistas esteen en condiciones de aceptarlo, pero en algún corto tiempo más.

**a. Con respecto a la situación actual de la prensa**

Los jefes de redacción, los periodistas y el Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP) mantienen una postura bastante similar sobre el estado actual de la prensa. La mayoría de ellos manifestaron que la prensa está pasando por un periodo de transición. Esta similitud de pareceres se contrapone al de los directores, quienes hicieron un análisis diferente de la situación de la prensa en nuestro país.

**b. Con respecto a la función de la prensa**

Existe un criterio generalizado de que la principal función de la prensa es informar. Las pocas divergencias que hubo tenían que ver con diferencias de expresión, y, en unos pocos casos, en su forma de hacerlo.

En los resultados de la tabulación alternativa o "externa", la función de la prensa como formadora de la opinión pública fue lo más sobresaliente. Informar y formar la opinión pública son dos de las funciones más importantes que debe realizar todo diario.

**c. Referente al perfil del lector**

En base a las respuestas dadas en este tópico, se puede apreciar las diferencias de opinión entre los directores y los jefes de redacción y periodistas.

Los directores de *Ultima Hora* y *ABC Color* tipificaron a sus propios lectores; solo el señor Hugo Oscar Aranda (*Hoy*) precisó que no existe un estudio sobre el perfil del lector.

Los jefes de redacción y los periodistas tienen más o menos un criterio uniforme en cuanto a la definición de sus lectores. Para ellos los lectores se dividen en dos grupos: los críticos/exigentes y los acrílicos/mediocres; y un dato a tener en cuenta es que los lectores críticos/exigentes representan a una minoría.

**d. Acerca de los canales de diálogo propietario-periodistas**

No se habla aquí del nivel de comunicación entre los mismos ni si existe o no fluidez en el trato. Se consideran los canales utilizados para el diálogo.

En general, los directores mantienen una postura de carácter de apertura para con sus periodistas; es decir dan un canal abierto. Solo el Lic. Demetrio Rojas (*Ultima Hora*) sostuvo que las conversaciones se realizan por los canales correspondientes (canal indirecto).

La mayoría de los periodistas y los jefes de redacción respondieron que para poder acceder a los directores deben hacerlo por los canales correspondientes, pero en líneas generales manifestaron que la relación con ellos es buena.

**e. Acerca de mejorar el nivel de la prensa**

Mejorar el nivel de la prensa pasa necesariamente por la capacitación de los periodistas. Esta es



una respuesta compartida prácticamente por todos (directores, jefes de redacción y periodistas).

Sin embargo, existen muchos encuestados que exigen mayor interés de parte de la empresa para mejorar la capacitación profesional de los agentes de la información.

#### **f. Acerca de la figura del ombudsman**

Los directores de *ABC Color* y *Ultima Hora* manejaron con bastante cautela la posibilidad de un defensor del lector dentro de sus respectivos diarios. No lo rechazaron fehacientemente; solo dieron una vaga posibilidad de tenerlo dentro del periódico.

Los periodistas y jefes de redacción, sin embargo, adujeron la necesidad de contar con un ombudsman en el diario. La directiva del SPP manifestó que es una posibilidad latente y que los periodistas estarían en condiciones de aceptarlo plenamente un poco más adelante.

La figura del ombudsman ya ha sido insertada dentro del diario *Hoy*. Sobre el mismo el director Hugo Oscar Aranda dijo que realiza una tarea crítica educativa al señalar los errores cometidos durante el proceso de formación de la noticia.

Sin embargo, los periodistas encuestados no parecen estar muy de acuerdo con la actuación del ombudsman del periódico. A continuación las declaraciones de los mismos:

- "creo que podría mejorar"
- "pienso que su labor resta lectores"
- "no es la más adecuada"
- "como toda figura inexperta, comete errores"
- "no comprende muy bien su función"
- "no encara su labor de un modo ecuánime"

### **3.3 Receptividad del público**

#### **3.3.1 Defensora vecinal: Respuesta del público ante esta instancia municipal**

Entre las derivaciones de la figura del ombudsman se encuentra la de la defensoría vecinal. Esta figura fue creada en Asunción según la Ordenanza Municipal N° 65 del 23 de agosto de 1991, y es por lo tanto esta instancia la pionera en nuestro país en lo referente a la defensa del ciudadano común ante una institución oficial.

Solo casi un año después fue consagrada en la nueva Constitución la función del defensor del Pueblo en su Capítulo IV, Sección 1, artículos 276 al 279; y en su artículo 280 se contempla la figura del defensor vecinal y departamental.

El defensor vecinal es la persona encargada de controlar el correcto funcionamiento de la administración municipal en beneficio de los ciudadanos. Posee un carácter totalmente independiente; es decir, no recibe instrucciones de ninguna autoridad municipal.

No tiene función judicial, no es un juez, no impone sanciones, no dicta sentencia, no tiene competencia ejecutiva, no es gestor de expedientes y tampoco tiene competencia ante instituciones autónomas como Antelco, Corposana, Ande, I.B.R., etc.; y es su deber escuchar, investigar, advertir, recomendar, opinar, sugerir o proponer fórmulas de acuerdo o conciliación.

El 29 de julio de 1992 juró la primera Defensora Vecinal de la Municipalidad de Asunción, la Dra. Leni Pane de Pérez Maricevich.

En su primer informe correspondiente a los primeros seis meses de funcionamiento, hace mención del envío de seis sugerencias a la Junta Municipal, la atención de 1088 reclamos de los cuales se tramitaron 347 casos, se evacuaron 212 consultas de vecinos. También señala la participación en programas de radio y televisión donde se recibían denuncias, y tampoco se descuidaron las relaciones con los colegas de países vecinos.

Ahora, según el segundo informe semestral (Febrero/Julio 1993) se han "atendido 573 quejas a través de expedientes, reclamos por radio y televisión y las consultas. En orden decreciente, las quejas se situaron de la siguiente manera:

- i. Baldíos
- ii. Basuras
- iii. Ruidos molestos
- iv. Impuestos y tasas
- v. Desagüe cloacal
- vi. Lomos de burro
- vii. Construcciones molestas
- viii. Líneas de ómnibus
- ix. Terrenos municipales
- x. Calles como canchas "

Y siguiendo con este mismo informe señala además que "existe una mayor cantidad de mujeres que de hombres que han planteado sus quejas ante la Defensoría Vecinal. Es también mayor el número de mujeres que de hombres que han llegado a hacer sus consultas. Esta tendencia se debería a lo siguiente:

- i. la mayoría de las mujeres tienen más tiempo que los hombres.
- ii. la mujer es la que está en la casa y sabe cuáles son las deficiencias de ella y de su barrio para la obtención de una mejor calidad de vida.
- iii. las mujeres son menos inhibidas que los varones para exponer sus necesidades".

Llamó también la atención de esta instancia municipal la escasa participación de gente joven menor de 30 años en lo referente a los reclamos o quejas. Pero el obstáculo principal para el desarrollo más eficiente de la labor de la defensoría vecinal no se encontraba fuera de la Institución, sino adentro; es decir, en la excesiva burocracia existente.

A la vista de estos datos podemos concluir que esta nueva instancia pasa totalmente desapercibida entre la mayoría de los ciudadanos asuncenos. Según los datos del Censo de 1992, Asunción tiene una población de 501.000 habitantes, y de los cuales 200.000 personas serían contribuyentes municipales.

Ante estos datos, 573 personas representan solamente el 0,3%; lo que significa que el 99,7% no hizo usufructo o por desconocimiento de la Defensoría Municipal o por no requerirla, aún a un año después de su creación.

### 3.3.2 Tendencia actual del público acerca de los diarios

Los cuatro diarios más importantes e influyentes de nuestro país son editados en Asunción. Y es en nuestra ciudad capital y las ciudades aledañas (que conforman el área metropolitana o Gran Asunción) donde se concentra una porción bastante importante del total de los habitantes de nuestro país, cuyo nivel socioeconómico y cultural los convierte en las personas que más regularmente acceden a la lectura de los periódicos.

Es por eso que los datos que se ponen a consideración fueron recogidos en la ciudad de Asunción y sus alrededores, y cuyos resultados pueden darnos una idea aproximada de la tendencia del público lector acerca de los diarios capitalinos.

**Cuadro 5: Lectura semanal de diarios**

	No lee		De 1 a 3 veces a la semana		De 4 a 6 veces a la semana		Todos los días	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>ABC COLOR</b>	313	54,8	114	19,7	54	9,5	90	15,8
<b>NOTICIAS</b>	328	57,4	121	21,2	42	7,4	80	14,0
<b>ÚLTIMA HORA</b>	453	79,3	60	10,5	27	4,7	31	5,4
<b>HOY</b>	530	92,8	26	4,6	2	0,4	13	2,2

Fuente: Estudio de mercado realizado por Tiempo 14/Radio Ñandutí.

Los datos fueron tomados durante los meses de octubre y noviembre de 1993, teniendo como muestra a 571 personas encuestadas. El universo es la población de Asunción y el área del Gran Asunción.

Según la lectura que se puede hacer de los resultados del cuadro precedente, se llega a las siguientes conclusiones:

De todos los diarios, el de menor índice de lectores corresponde al diario *Hoy*, con un 92,8% de personas que no lo leen, seguido del vespertino *Ultima Hora* con un 79,3% de no lectores. Los matutinos *ABC Color* y *Noticias* tienen muy poco margen de diferencia. El primero posee un 54,8% de no lectores, y el segundo un 57,4%.

Para hacer un poco más claro lo descrito precedentemente, se hará una lectura a la inversa; es decir, exponer los datos en relación al porcentaje de lectores que posee cada periódico. En el primer lugar se encuentra el diario *ABC Color* con un 45 % de lectores, seguido de cerca por el matutino *Noticias* con un 43%. Bastante atrás de los dos primeros se encuentra el vespertino *Ultima Hora*, con 21% de lectores, y en último lugar queda el diario *Hoy*, con solamente 7% de lectores, el único diario que tiene un defensor del lector en Paraguay.

En cuanto a la frecuencia de lectura de los diarios durante la semana, se tiene que la lectura media de una a tres veces (con un promedio de 14% entre los cuatro diarios) es superior a la lectura diaria de los mismos (solamente con un 9%). Se puede deducir de esto que no existe un seguimiento regular de una noticia divulgada, salvo que sea muy importante o extraordinaria; y con esto se llega a la conclusión, teniendo referencia de otros estudios realizados, que en nuestro país son la radio y la televisión los medios de comunicación más utilizados para informarse. Y de estos dos últimos es la radio la que posee mayor incidencia.

Hasta aquí se ha hablado de la frecuencia de lectura de diarios. En el cuadro siguiente se verá la confiabilidad de los mismos.

**Cuadro 6: Medio escrito más confiable**

	Nº	%
<b>ABC COLOR</b>	433	75,8
<b>NOTICIAS</b>	390	68,3
<b>ÚLTIMA HORA</b>	206	36,1
<b>HOY</b>	186	32,6

**Fuente: Estudio de mercado realizado por Tiempo 14/Radio Ñandutí.**

**Los datos fueron tomados durante los meses de octubre y noviembre de 1993, teniendo como muestra a 571 personas encuestadas. El universo es la población de Asunción y el área del Gran Asunción.**

Para la obtención de estos datos se tuvieron en cuenta todas las respuestas de las personas que leen o no un determinado diario; es decir, se buscó la imagen que proyectan los diferentes periódicos tanto para sus lectores como para sus no seguidores.

Se desprende entonces del cuadro precedente que el diario *ABC Color* posee una confiabilidad del 75,8%, seguido del diario *Noticias* con un 68,3%. En tercer lugar queda el periódico *Ultima Hora* con 36,1% y en último puesto es para el matutino *Hoy* con un 32,6%.

Algo que se acota es lo relacionado a la juventud. Sabido es que en Paraguay el 30% de sus habitantes lo componen jóvenes con un promedio de 15 a 30 años. Ese porcentaje de jóvenes se ve incrementado en nuestra ciudad capital y alrededores por diversos motivos, que van desde las oportunidades laborales "existentes" hasta las cuestiones relacionadas con la prosecución de los estudios superiores o universitarios.

Según un estudio realizado recientemente se evidenció "que los jóvenes de Asunción se encuentran bastante expuestos a los medios masivos de información, preferentemente a la televisión y a la radio" en relación con los medios escritos - diarios y semanarios-(**Moreno y Palau: 1993;43-44**).

La exposición a la televisión y a las radios es de 95,1% y 90,2%, respectivamente, frente solo al 64% de lectura de los diarios. La frecuencia de lectura es bastante baja: el mayor índice es del 24%, que representa la lectura del diario de tres a cinco veces por semana. Los que lo leen una o dos veces y seis o

siete veces a la semana representan un 19,8% y 19,1%, respectivamente.

De la lectura de los datos aportados se puede concluir que existe una tendencia a leer menos, y la poca exposición a los diarios se ve más acentuada por la baja frecuencia de lectura durante la semana.

Según los datos del Anuario Iberoamericano de EFE '92 y otras fuentes, en América Latina y en España existe una circulación diaria de 35 millones de ejemplares, lo que representa un periódico cada catorce iberoamericanos. Según estos datos, en nuestro país existe un tiraje diario de 175.000, ejemplares que lo ubica en el puesto número 17 entre 20, y además el índice de diario por habitantes es de uno por cada 25 habitantes, ocupando uno de los últimos lugares en la relación lectores-habitantes.

### **3.4 Canales vigentes de comunicación entre el público y los diarios**

#### **3.4.1 Funcionamiento de las secciones Cartas al Director, la Ley de Réplica y Fe de erratas**

**a. Cartas al Director:** Este canal de comunicación que el público utiliza para comunicarse con los diarios lleva este nombre a pesar de que las cartas no están precisamente dirigidas al director de la empresa. Es un medio que tiene el público para emitir su opinión, ya sea sobre acontecimientos que son noticias o sobre el diario en sí. Suele ser utilizado por aquellas personas que de alguna manera están involucradas o interesadas por alguna publicación hecha por los diarios. De esta manera, las cartas tienen un contenido muy variado que puede ir desde el reconocimiento por el buen tratamiento informativo de algún acontecimiento hasta la crítica por parte de personas u organizaciones afectadas por la difusión de alguna noticia.

Esta sección tiene un tratamiento similar en todos los diarios de nuestro país. El encargado de las cartas enviadas por el público es el jefe de redacción, quien selecciona las cartas según su importancia, ya sea por la información que pueda proporcionar, el criterio de la opinión, la denuncia que pueda hacer o reclamo que hace al mismo diario.

Generalmente, el criterio que los jefes de redacción tienen es el de publicar todas las cartas del público, según señalan. Una carta puede ser descartada por el jefe de redacción por su contenido sin fundamentos (antes de publicarla, se deben comprobar exactamente quién la escribió, su contenido y otros datos que podrían afectar a terceros desmerecidamente, en el caso de que la carta sea errónea o tendenciosa). En algunos casos, las cartas se refieren a cuestiones que no son de interés público, como cuando toca asuntos internos del diario que deben ser tenidos en cuenta por los miembros de la redacción, pero no necesariamente puestos a consideración del público. También el jefe de redacción considera que una carta no es publicable por su lenguaje grosero e inapropiado.

La carta no siempre se publica en toda su extensión. Las que son muy largas son publicadas en sus partes más importantes. En algunas ocasiones, el lector se queja de que su carta se haya cortado, pero tampoco los diarios paraguayos son claros en la extensión de la carta. El lector puede enviar una carta de cien carillas como otra de tres renglones, ya que los diarios de nuestro país no exigen una extensión límite como ocurre en otros países.

Este espacio es utilizado también como una manera informal de ejercer el derecho de réplica de la

persona afectada por una publicación, sin necesidad de cumplir con todos los requisitos que señala la ley.

**b. Rectificación:** Aquí se entra en el campo jurídico. La rectificación está consagrada en el artículo 28 de la nueva Constitución Nacional, y reglamentada bajo la Ley N° 1262/87 que establece el "Derecho de rectificación o contestación", más conocida como la Ley de Réplica.

Esta ley faculta a toda persona natural o jurídica sindicada de haber participado en un hecho determinado publicado o difundido por la prensa, a dar su versión de los hechos. Por la misma, la persona involucrada tiene un período de 15 días para lograr la rectificación, siempre y cuando pueda demostrar que lo publicado es erróneo.

Según los asesores jurídicos de los diarios capitalinos, la Ley de Réplica bien utilizada es útil y su "efectividad dependerá de la agilidad que le otorgue el juzgado pertinente..."<sup>4</sup>.

**c. Fe de erratas:** Es el reconocimiento de parte del diario de un error cometido en la publicación de una información, que lo puede hacer tanto como iniciativa propia como a petición del involucrado. Su aparición no es muy regular. Ninguno de los diarios de Asunción tiene una columna fija sobre errores cometidos. Las aclaraciones se publican bajo títulos como "por un error involuntario" u otros que sean más específicos a lo que se quiere enmendar, en espacios generalmente pequeños o, en todo caso, aparecen en artículos que se publican al día siguiente y cuyo contenido es la versión correcta del error cometido, publicados como si el artículo errado no hubiera existido.

De todos estos canales, el más utilizado es el de cartas al director, aunque no en demasía. Según manifiestan los jefes de redacción, los lectores prefieren comunicarse a través de la línea telefónica, especialmente para hacer reclamos acerca de lo publicado. Las llamadas son más frecuentes que las cartas, pero así también no siempre se atienden los reclamos. La carta brinda una mayor seguridad de que el tema será atendido, partiendo de que el mensaje está impreso en un papel, lo que le da un carácter más formal, mientras que la llamada es efímera.

El uso de la Ley de Réplica no es muy frecuente por las vías legales. Generalmente, los lectores reclaman una rectificación por canales no jurídicos, acudiendo directamente al jefe de redacción -pidiendo que se publique su versión en la sección de cartas, por ejemplo- o al periodista involucrado y exigiendo una rectificación.

---

<sup>4</sup> Gómez Grassi, Atilio: Asesor Jurídico del diario Última Hora

**Tabla 2. Comparativa de las secciones Cartas al Director, Ley de Réplica y Fe de erratas**

	<b>Cartas</b>	<b>Rectificación</b>	<b>Fe de Erratas</b>
Autor	Involucrado y/o interesado	Involucrado del involucrado	Diario o a petición
Temas	Opinión General y publicadas	Publicados	Publicados
Datos a aportar	Opiniones y demostrativos	Demostrativos y/o legales	Publicados
Inclusión en publicación	Libre criterio, actualidad	prima Jurídicamente obligada	Moralmente obligada
Tiempo en publicarse en periódicos	Indefinido	Dos semanas	Indefinido
Tratamiento publicación	Selección y a veces resumen	Explicado y subsanado	Explicado y subsanado
Valoración	Opiniones y críticas de organismos, injusticias, rectificaciones, ...	Reconocimiento de derecho	Reconocimiento de una equivocación
Objetivo	Exponer y rectificar	Rectificar	Rectificar

**Fuente: Adaptaciones del cuadro aparecido en la revista española Periodistas (1992)**

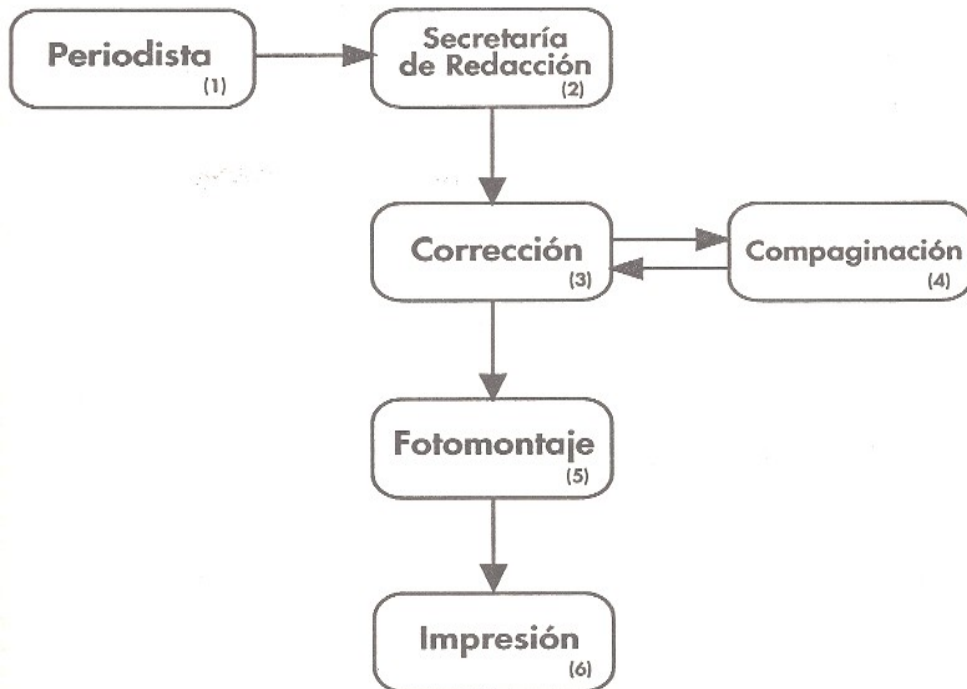
### **3.5 Errores más comunes en la prensa paraguaya**

De sintaxis, ortográficos y semánticos.

Diariamente, el lector se encuentra con una cantidad de errores que en algunas ocasiones resultan inconcebibles. Errores ortográficos, de concordancia, mala utilización de palabras y una mala interpretación de los hechos, que solo contribuyen a desprestigiar al diario, restándole credibilidad.

Todas las páginas del diario deben pasar por varias instancias antes de que se impriman (ver cuadro 3). Una noticia se crea en el escritorio del periodista (1), quien se entera de un acontecimiento dado y lo procesa de una manera determinada para su difusión pública a través del diario; es decir, lo convierte en noticia (Alsina: 1989).

**Gráfico 1. Circuito de la Información**



La noticia luego es revisada por un secretario de redacción (2), que se encarga de verificar si el artículo podría ser de interés público, de corregir faltas de ortografía y de concordancia, y además comprueba si el tamaño del artículo se ajusta a las indicaciones estipuladas en el diagrama, que es una especie de plano o mapa de la página a ser impresa. En resumen, oficia de fiscalizador y coordinador de lo que va a publicarse.

La página revisada en secretaría de redacción pasa luego a la sección corrección (3), donde un equipo de personas vuelve a chequear la página, revisando artículo por artículo. Realiza casi el mismo trabajo del secretario de redacción, pero hace hincapié en la redacción. Si es necesario, puede modificar el texto original, pero cuidando que la idea central del artículo esté bien expresada. No decide sobre su importancia o su viabilidad periodística.

De corrección, la página pasa a la sección compaginación (4), en la que se elabora ya tal como aparecerá en el diario al día siguiente y con la tipografía que será presentada al lector. La página es procesada en un papel fotográfico -impreso a través de rayos láser- que es enviada a fotomontaje (5), donde se elaborará la película que será revelada en una plancha de offset cuyo destino es la impresora (6). En algunos diarios, la página se procesa en película en negativo sin necesidad de que pase por la sección de fotomontaje. Antes de pasar a esta sección, la página vuelve a la sección corrección donde nuevamente es corregida. Aun así, luego de todos estos pasos, el diario aparece con errores.

Los errores se originan en el periodista y logran sortear todas las barreras dispuestas para eliminarlos. Esto se debe a que es necesario una mayor cantidad de personas que trabajen en la fiscalización del producto informativo final, además de una mejor preparación profesional de los



periodistas. El diario tiene un promedio de 60 a 120 páginas diarias, que deben ser controladas por tres o cinco secretarios de redacción y un promedio de ocho a nueve correctores. Es decir, un secretario debe leer entre 12 y 24 páginas y un corrector, entre 7.5 y 15 páginas. El secretario no solamente se dedica a la corrección de páginas, sino también a otras actividades de coordinación periodística y trabaja entre ocho y doce horas, mientras que el corrector trabaja seis horas, y todo esto debe ser realizado en una carrera contra el tiempo.

El trabajo que se invierte en la realización de un diario es a contratiempo porque la edición debe estar en la calle a una hora determinada, ya que el atraso suele significar una gran pérdida monetaria en la competencia con los demás diarios. Es por eso que el trabajo del periodista, el secretario de redacción y el corrector debe ser rápido, y eso, generalmente, suele ir en detrimento de la calidad del producto final, debido a un menor empeño y concentración invertidos en el trabajo. Además, no hay que olvidar que un adulto común y corriente puede leer un texto, plenamente concentrado, durante una hora. En fin, los trabajadores de un diario se enfrentan ante la elaboración de un producto que sobrepasa su capacidad de precisión.

"Desgraciadamente, los profesionales cometemos bastantes errores, y los seguiremos cometiendo por mucho que nos vayamos puliendo, porque la actividad de un periodista es contar siempre con urgencia, por lo que se nos escapan muchas cosas. Los lectores acusan inmediatamente cualquier fallo y lo advierten", dice el ombudsman del diario español *El País*, Jesús de la Serna (**San Andrés**: 1992).

Según Francisco Esteche, jefe de correctores del diario *ABC Color*, los errores más comunes entre los periodistas son los de sintaxis, principalmente, en la falta de concordancia entre sujeto y verbo (de número y persona) y entre sustantivo y adjetivo (de género y número), además de la utilización de dos adjetivos juntos, al ser utilizado uno de ellos como adverbio y entonces, erróneamente, se pluralizan ambos.

También dice que es muy común la utilización errónea de los signos de puntuación. "La mayoría no diferencian entre coma, punto y coma y punto seguido y los utilizan de manera equivocada", menciona.

La falta de correlación en los tiempos verbales también es un fenómeno común. Se utiliza el pluscuamperfecto como pretérito, dándole un sentido de futuro. Además, también la confusión de gerundios como adjetivos y el abuso del dequeísmo (la mala utilización de la construcción preposicional "de que") son muy comunes en las páginas de los diarios. También es algo habitual la confusión del verbo con el sustantivo y la redundancia de palabras e ideas en un mismo párrafo, hasta la utilización del mismo concepto en el sujeto y el verbo, como, por ejemplo, "los trabajadores trabajan". "Es algo que denota los pocos recursos que posee el escribiente y ese es un problema que se aprecia no solo en el periodista sino en cualquier persona. Los errores que se notan en textos escritos por abogados, médicos, ingenieros y cualquier otro profesional humanista demuestran que existe en nuestro país una dislexia cultural", afirma Esteche.

En su papel de crítico interno de *ABC Color*, José Luis Simón encontraba seguidos errores de sintaxis y semántica como los que menciona Esteche, "en títulos, en bajadas, en volantas. Había ocasiones en que los títulos no tenían relación con el texto", menciona.

El trabajo crítico de Simón iba mucho más allá de los errores gramáticos: "Yo señalaba mucho que el diario no tenía periodismo de investigación. Los periodistas tocaban temas específicos y no conocían siquiera la bibliografía sobre lo que estaban escribiendo. Muchas veces hubo problemas porque yo señalaba que era imposible que se hayan cubierto tan mal temas tan importantes. El periodista que había cubierto la nota no tenía la menor idea. También señalaba la incongruencia entre los editoriales del diario y otras secciones. Por ejemplo, un día se publicó un encendido comentario contra la corrupción y todo lo publicado en la sección de venta de vehículos eran anuncios de autos mau".

"Para evitar errores hace falta una base cultural más firme; es decir, una mayor lectura", señala el Lic. Rolando Natalizia, quien constantemente es consultado por los diarios para dar cursos sobre gramática y lingüística a los periodistas y correctores. Natalizia también afirma que la influencia del guaraní es gravitante a la hora de escribir.

"Pero los periodistas no se corrigen. No hay superación. Se nota que ni siquiera leen sus materiales", señalan Arnaldo Núñez, Esteban Cabrera y Luis Duarte, correctores del vespertino *Ultima Hora*.

En la segunda entrevista realizada a José Luis Simón, ya como ombudsman del diario *Hoy*, él insiste en que existen cuestiones realmente preocupantes en la prensa paraguaya: "Creo que en ninguna redacción se instruye a los periodistas novatos acerca de la responsabilidad en el manejo de las fuentes. No hay ningún medio periodístico que se salve de errores gravísimos en el tratamiento de la fuente. No hay una sola redacción que tenga un manual general de redacción y de estilo; en consecuencia, nuestras salas de redacción no son escuelas de periodismo sino templos donde se siguen perpetrando los errores tradicionales".

Simón critica duramente a los periodistas de la redacción señalando que piensan que no necesitan capacitación. "En las redacciones no existe una buena batería de diccionarios modernos sobre temas del lenguaje, por ejemplo, y sobre eso nadie protesta".

El ombudsman dice que, aparte de los errores de sintaxis y gramática, un gran defecto de la prensa paraguaya es que la inmensa mayoría de lo que se publica en los diarios se basa en declaraciones de los protagonistas. "Las únicas noticias son las que dice algún militar, político, intelectual o funcionario, como si fuera que las noticias solo están en las palabras de los actores. ¿Qué pasa con el resto de la realidad? ¿Cómo no se pueden introducir los datos contextualizadores de esos hechos a partir de una información a la que el periodista debe tener acceso no solo a través de declaraciones?. Gran parte de lo que se publica son opiniones de los personajes y muchas veces esas opiniones están, a su vez, preseleccionadas en función a las definiciones, simpatías, inquietudes o intereses que tienen los determinados medios", afirma José Luis Simón en base a sus experiencias como periodista, crítico interno de *ABC Color* y ombudsman de *Hoy*.

"La dictadura poluyó de una manera tremenda todo el sistema educativo de este país. Se lee poco, por eso se escribe mal, por eso no hay ideas, ni un estilo rico. El estilo con que se escribe es poco con respecto al idioma tan rico que tenemos. Las reiteraciones que hay en crónicas de treinta líneas son una prueba de eso. Creo que las empresas periodísticas no cuidan el criterio de selección a partir de las variables capacitación, vocación y de la potencialidad que tiene una persona para realmente sentirse a gusto en una profesión como esta", manifiesta el ombudsman.

"Ustedes están aquí para corregir" es una frase que los correctores escuchan siempre a la hora de buscar culpables de los errores ortográficos y semánticos que aparecen en el diario. "Hay veces que hay que rehacer completamente un material, pero no siempre esto es posible porque esta es una carrera contra el tiempo. En un diario existe una división del trabajo, como en una fábrica de automóviles, y si el original es mediocre, entonces el producto final también lo será", dicen los correctores de *Ultima Hora* entrevistados para este trabajo.

En el diario vespertino se ha llegado a un acuerdo entre la directiva y los correctores para que las horas de trabajo se reduzcan a cinco. Además el número de correctores es mucho mayor. En total son once funcionarios, que se dividen en dos grupos de trabajo: seis a la mañana y cinco a la tarde.

También Bernardino Rodríguez, jefe de correctores de *Noticias El Diario*, dice que los periodistas no tienen la capacitación adecuada: "La mayoría de los periodistas no presentan un buen trabajo redactado. Hay columnistas que presentan un trabajo pulcro, porque tienen la posibilidad de corregir y releer su material, pero el periodista común debe estar en la batahola de la calle. Llega a la redacción sudado, cansado y nervioso, y se le escapan muchas palabras en la desesperación de llenar cuartillas", afirma.

Rodríguez, que señala que los errores más comunes son los de concordancia y de palabras mal escritas, dice también que hay mucha inexperiencia actualmente en el periodismo paraguayo. "Muchos periodistas son unos pasagrabadoras; es decir, lo que hacen es desgrabar la entrevista directamente y entregar su material en bruto. A veces tenés que ser Mandrake para saber qué dicen".

El jefe de correctores del diario *Hoy*, Juan Aguiar, dice que se nota una mayor cantidad de errores de sintaxis y no de ortografía, ya que el sistema informático de la redacción posee un diccionario ortográfico que corrige las faltas. También señala que entre los errores de sintaxis los más comunes son los de concordancia de género y número. Además, afirma que se domina poco el uso de la pasiva refleja y se utilizan mal -o, lo que es peor, no se utilizan- las preposiciones. "No saben que el verbo 'insistir' siempre rige con una preposición 'en' o 'con', o 'asistir' es con 'a' y no con 'en'. Los regímenes verbales se conocen poco. Creo que la enseñanza media es muy superficial. Se enseñan cosas que no son útiles después", comentó.

Aguiar también menciona errores dentro de las normas de redacción periodística; es decir, la mala utilización de copetes, títulos, volantas, etcétera. "Hay veces que una misma palabra se repite en la volanta y en el título, o que el título del artículo hace referencia al último párrafo y no al primero como debería".

Con respecto a errores semánticos, Aguiar menciona el uso de neologismos innecesarios como recepcionar en vez de recibir o concretizar en vez de concretar, además del mal uso de los sinónimos. "Hay veces que el sinónimo no corresponde realmente a la idea que se quiere expresar", acotó.

El jefe de correctores del matutino *Hoy* dijo también que durante la dirección de Vicente Sarubbi fue creada una redacción-escuela con alumnos de las escuelas de periodismo de las facultades. Se sabe que esta escuela fue cerrada poco tiempo después de que Sarubbi dejó el cargo y lo asumió Hugo Oscar Aranda.

Los errores que mencionan los correctores paraguayos no están muy lejos de lo que es común en

toda Latinoamérica, según lo que menciona el ecuatoriano Hernán Rodríguez Castelo. En su libro *Redacción periodística* (1988: 227-230), dice que los cinco errores más comunes en el periodismo latinoamericano están en la mala utilización del gerundio, del pronombre 'que', de la consecución de tiempos, del régimen de las palabras y la concordancia.

### 3.6 Manipulación en el tratamiento periodístico de la información

A partir del siglo XIX, con la revolución industrial, la comunicación empezó a crecer a un ritmo acelerado. De ser una necesidad para establecer vínculos y expresar ideas, la comunicación pública se convirtió en un gran negocio que cada vez necesitaba más receptores para crecer. Esos receptores pasaron a ser conocidos como público consumidor de informaciones, al alcanzar la comunicación pública dimensiones masivas.

La prensa adquirió proporciones industriales de acuerdo a la época. Pero no era una fábrica cualquiera que utilizaba metales, vegetales o cualquier otro tipo natural y convencional de materia prima, sino que en el negocio de la prensa y la comunicación de masas se manejan -más que nada- ideas, lo que, al decir de Ben H. Bagdikian, afecta a las raíces de la propia democracia.

La prensa sensacionalista común y corriente nació de lo que el público quería leer, lo que quería comprar. Un gran negocio: dar lo que el público quiere. En este caso, la prensa es solo lucro. Pero otros empresarios más visionarios entendieron que no solo podrían volverse ricos vendiendo noticias, sino también consolidar su poder a través de la divulgación e inducción de sus propias ideas. Para lograr esto creaban situaciones que eran presentadas como reales, pero cuyo único objetivo era afianzar los intereses del propietario. Manipulaban a su parecer al público al utilizar la información como un instrumento de poder. Manipular es abusar en forma tendenciosa de la información; es decir, tergiversar los hechos hacia determinados intereses.

Así, estos diarios masivos dejaron de formar parte de partidos políticos o grupos ideológicos, y empezaron a ser producidos por empresas independientes. El público masivo, al leer los periódicos, ya no tenía como referencia una organización política, sino que a una empresa que supuestamente no tenía vinculación con ninguna organización ideológica y cuyo único interés era informar todo lo que sucede.

"La comunidad de los negocios", que es la que detenta el verdadero poder en las sociedades, financió toda una industria de la persuasión dedicada a "fabricar consenso" y cuyo resultado, para las sociedades occidentales, fue lo que el lingüista Noam Chomsky denominó "la democracia de espectadores".

Según este autor, en esta democracia existen dos clases de ciudadanos; ante todo está la clase de ciudadanos que deben cumplir un rol activo: es "la clase especializada. Ellos analizan, ejecutan, toman decisiones y llevan los asuntos en los sistemas políticos, económicos e ideológicos" (Chomsky: 1991). Este es un pequeño porcentaje de la población. Y, luego, fuera de este grupo se encuentra la otra clase de ciudadanos, conformada por la mayoría de la población, a la que se denominó "la manada aturdida".

Chomsky remarcó también la existencia de dos funciones en una democracia. Una función ejecutiva (pensar, planear y comprender los intereses comunes) que es llevada a cabo por la clase especializada; y una función de ser "espectadores", no participantes de la acción, que le corresponde a la

"manada aturdida"; a estos espectadores se les permite ocasionalmente participar en un tipo de acción que se denomina "elecciones", y una vez que hayan participado "vuelven a sumergirse y se convierten en espectadores de la acción, no participantes" (Chomsky: 1991). Esta "democracia de espectadores" es la que se logra básicamente a través de la propaganda gubernamental y de la manipulación de la información.

Y los diarios paraguayos no escapan de este hecho. Responden a intereses particulares y frecuentemente manipulan la noticia a favor de los mismos, en detrimento de lo que podría ser realmente necesario e importante para el lector.

Esto no solo ocurre únicamente a nivel empresarial, sino que muchos periodistas también actúan a favor de intereses particulares presentándolos como si fueran importantes para el público. Es lo que en la jerga periodística se conoce como "fato": un recurso cuyo motivo podría ser el simple beneficio económico u obtener prestigio en un determinado ambiente al que no podría acceder trabajando solamente como un periodista que respeta las tácitas reglas de ética.

Muchas de las tergiversaciones que se publican en la prensa no necesariamente son a propósito, sino que se trata de malas interpretaciones del periodista encargado del hecho en cuestión. Estas publicaciones accidentales, antes que manipulaciones, son errores cuyas causas son la inexperiencia y la falta de capacitación y profesionalismo del periodista.

Pero a menudo la prensa publica artículos tergiversados, de diferentes maneras: en las columnas informales de chismes políticos -las que no están firmadas, en las cuales frecuentemente se juega con el honor de la gente-, en el tratamiento de ciertos temas conflictivos -en los que, generalmente, la publicación se alía con el sector empresarial o con una fracción o un partido políticos determinados-, en las "publinotas", que son espacios periodísticos pagados por anunciantes, y cuanto toca a los intereses directos de la empresa (es el caso de la Red Privada de Comunicaciones (RPC), que antepone sus intereses ante todo. Por ejemplo, solo publica maravillas de los artistas que contrata; presenta el contrabando de cigarrillos con mayor destaque que los demás medios -los mismos dueños de la RPC son propietarios de la tabacalera La Vencedora-. Un caso específico de que esta red antepone sus intereses sobre los demás, es la manera como trató el informe de la Comisión de los Derechos Humanos acerca de las irregularidades ocurridas durante las elecciones generales de 1993: el lunes 7 de febrero de 1994, *Noticias El Diario* dio más importancia, entre todos los puntos enumerados, al ataque que sufrió el local del Canal 13, hecho que no superaba en gravedad a los demás citados en el informe).

Los propietarios de los medios de comunicación no solamente los utilizan como un medio de difusión e influencia de sus intereses, sino también les sirven como un escudo invisible que los protege, consolidando así su poder económico dentro de la sociedad. El destacado periodista estadounidense Ben H. Bagdikian, en su libro *"O Monopólio da Midia"* (1993), presenta un panorama de cómo actúan las grandes corporaciones que manejan los medios de propagación masiva de su país. Por considerarlo de interés para una mejor ilustración, se citan algunos párrafos referidos a la manipulación.

Bagdikian afirma que el poder de los medios es un poder político y dice que las corporaciones empresariales luchan por tener el dominio de los medios para obtener dinero e influencia: "Las corporaciones que 'dominan el mercado' en los medios masivos influyen de forma preponderante las noticias que el público recibe, la información, las ideas de las personas, la cultura popular y las posturas

políticas. Esas mismas corporaciones ejercen influencia considerable dentro del gobierno, exactamente porque tienen el poder de influenciar la percepción que sus audiencias tienen acerca de la vida pública, incluyendo aquellas acerca de la política y de los políticos, de acuerdo al modo como son -o no- divulgados a través de los medios" (**Bagdikian**: 1993).

Bagdikian también menciona que el contenido producido por los medios de comunicación de noticias no es proyectado para atender al cliente -el lector- en primer lugar, sino para agradar a un tercero que es el anunciante.

El lucro es importante como una manera de ser independiente. El problema es que a través del lucro uno se libera de una institución subvencionadora y pasa a depender de los anunciantes, de los accionistas. Lo ideal sería balancear el ingreso del diario a través de la venta de ejemplares y los anuncios. Pero en un país de tan pocos lectores como Paraguay, el balance se vuelve difícil.

"El daño social más profundo -dice Bagdikian- causado por el dominio de corporaciones gigantes sobre los medios no está en privilegios injustos en lo que dice respecto a lucro y poder, aunque este sea un problema real y serio. El daño más grave está en la censura automática de ideas políticas y sociales, en noticieros, artículos de revistas, libros, programas de radio y TV, y películas. Algunas intervenciones de los propietarios son directas y gruesas. La mayor parte de la fiscalización, aun así, es sutil y a veces ni se da a nivel consciente, como es el caso de los subordinados que aprenden, por fuerza del hábito, a conformarse con las ideas del dueño. Pero, sutil o no, el resultado de esas intervenciones es la distorsión de la realidad y el empobrecimiento de las ideas", dice también quien fuera uno de los primeros ombudsman de la prensa estadounidense (**Bagdikian**: 1993).

Alcibiades González Delvalle, jefe de la sección Locales y columnista de *ABC Color* -con más de treinta años en la profesión-, realizó un estudio sobre la tergiversación de los hechos en la prensa escrita de nuestro país, centrándose en lo publicado sobre la Asamblea Nacional Constituyente durante su realización, desde enero hasta junio de 1992.

González Delvalle en esta situación no solo fue testigo de los acontecimientos como periodista, sino que fue protagonista al ser miembro de la Convención Nacional Constituyente, lo que le permitió conocer los hechos desde un nuevo punto de vista. Terminada su participación, hizo una crítica de la cobertura que la prensa escrita realizó de la Asamblea Nacional Constituyente, mencionando varios errores cometidos por los periodistas y algunas tergiversaciones malintencionadas hechas por los editorialistas.

Citó el caso cuando la plenaria estuvo discutiendo el derecho a la vida, y los sectores sociales contrarios a lo aprobado por la Convención criticaron duramente a través de sus representantes a los convencionales. Ante esta situación, el Dr. Euclides Acevedo, convencional y presidente del Partido Revolucionario Febrerista (PRF), manifestó lo siguiente: "...esta Convención no se asustará ni por el ronquido de un general, ni por el enojo arzobispal de los obispos sin mitra, y mucho menos por la ignorante censura de quienes se adjudican ser representantes de la prensa, cuando que en realidad no son otra cosa sino que administradores de negocios".

El 30 de abril, *ABC Color* tituló la información con esta volanta: '**Fuerte crítica del titular del PRF a la Iglesia Católica**'. Pero luego en el desarrollo de la información el cronista alude a la aparente

mención de Acevedo a las declaraciones del monseñor Ismael Rolón, arzobispo emérito de Asunción. El cambio de "fuerte crítica a la Iglesia Católica" a la "aparente mención de monseñor Rolón" demuestra una clara distorsión de la noticia de parte del periodista, pues en ningún momento el Dr. Acevedo nombró al arzobispo emérito de Asunción.

El matutino *Noticias* publicó el 1 de mayo la aclaración del Dr. Acevedo al respecto, por lo que se supuso se dio por terminado el entredicho. Sin embargo, unos días después *ABC Color*, en su sección informal de Ñe'e mbeguepe, sindicó al titular del PRF el haberse referido al monseñor Rolón y sugiere que pida las disculpas correspondientes. Alcibiades González D. concluye diciendo lo siguiente: " Aquí ya existe una rotunda afirmación del diario sobre las expresiones del político. Sin embargo, en la primera información se dijo que 'aparentemente' Acevedo se refirió a monseñor Rolón".

Suelen existir también diferencias en una misma edición entre un artículo noticioso y el editorial, y tal es el caso ocurrido el 14 de mayo de 1992 en *Noticias el Diario*. Según los hechos, el 13 de mayo, por mayoría exclusiva de la bancada colorada, se aprobó el "no voto" de los paraguayos que viven fuera del país, cerrando de manera abrupta el debate y no dando la oportunidad a 28 convencionales de la bancada opositora a dar sus argumentos a favor o en contra del mismo. Ante esta situación los opositores se vieron en la necesidad de abandonar la sala de sesiones. La crónica hecha por los periodistas del diario *Noticias* se ajustó fielmente a los hechos acaecidos ese día.

Sin embargo, ese diario editorializó el mismo día de la publicación de la crónica, que la bancada opositora abandonó la sala de sesiones en una actitud poco democrática, aduciendo que debían de respetar las reglas básicas en las que se basa el sistema democrático; es decir, en el libre juego de la discusión y el respeto a los resultados del sufragio.

Así, el editorial contradijo totalmente la crónica hecha por sus periodistas; y entre el comentario y la información solo existieron algunas páginas de por medio.

Según González Delvalle, también hubo algunos casos en los cuales los diarios no fueron claros en la narración de los hechos, al sesgar ciertos acontecimientos en beneficio de sus intereses y con la clara intención de "confundir a la opinión pública". El periodista desnudó también la supuesta "imparcialidad" de los diarios, al descubrir en algunos editoriales la existencia de un doble discurso y sus contradicciones respectivas. Tomó ejemplos en los que los periódicos defendían el carácter imparcial de la prensa y luego describió la manera en que los mismos se contradijeron, citando los casos del Dr. José Nicolás Morínigo (en ese entonces columnista del vespertino *Ultima Hora*) y de Juan Manuel del Puerto (periodista del diario *Hoy* y en aquel entonces secretario general del sindicato de periodistas).

Según González Delvalle, José Nicolás Morínigo salió de *Ultima Hora* porque el diario no le dejó informar correctamente lo que ocurrió en las discusiones sobre el texto final del tercer párrafo del artículo 109 que se refiere a la expropiación de tierras. Tal como fue aprobado el artículo, los funcionarios del Estado pueden obrar en forma corrupta, comprando tierras improductivas para los campesinos sin tierra. Pero el resultado pudo ser peor. Morínigo debió negociar con el grupo de convencionales colorados del interior y lo que finalmente fue aprobado es lo que pudo lograr.

El diario publicó las protestas y opiniones de las organizaciones campesinas y de los voceros de la Iglesia, y editorializó sobre el tema. Cuando Morínigo trató de informar exactamente lo que ocurrió en

su página de todos los sábados, el vespertino no le permitió publicarlo porque iba en contra de la línea editorial del diario

En el diario *Hoy*, a Juan Manuel Del Puerto no se le permitió continuar con la cobertura de la Asamblea Nacional Constituyente cuando empezaron las discusiones sobre los artículos relacionados con la prensa, tema en el que el Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP) tenía su propia posición marcadamente definida.

Pero el diario contrató al periodista Carlos R. Talavera para que escriba una columna de opinión acerca de la Convención. El mismo criticó la protesta emitida por el sindicato por la actitud tomada con Del Puerto. La tachó de antiética y dijo que no se puede ser juez y parte en un tema como este.

González Delvalle en su crítica desnuda a Talavera y descubre que no se ajusta a sus palabras. El columnista invitado criticó duramente el artículo 4 referente al derecho a la vida, diciendo que posibilitaba la legalización del aborto, lo que consideraba un crimen. El diario *Hoy* no dejó de publicar sus artículos a pesar de que Talavera era "juez y parte", ya que era miembro de la secretaría ad hoc para asuntos de la Constituyente de la Conferencia Episcopal Paraguaya (CEP), según publicó el matutino *Noticias* el 29 de abril.

También González Delvalle, se refiere a las contradicciones del editorial del 15 de mayo de 1992 de *ABC Color* sobre el artículo 29 que trata sobre el derecho del "periodista columnista a publicar sus opiniones firmadas sin censura, en el medio en el cual trabaja". Sobre el mismo tema fueron publicados otros editoriales, pero según el periodista reiteraban la misma idea.

El editorial de la fecha mencionada dice que a través de este artículo constitucional el periodista podrá actuar en forma tendenciosa, manipulando la información con toda impunidad, en contra de la imparcialidad que se quiere mantener en un periódico. Además, hace aparecer al director del diario como el único capaz de interpretar, sin equivocarse, "el pensamiento y la voluntad del pueblo" . Sin embargo González Delvalle hace notar que todo lo que podría hacer ese columnista, el director tiene todas las posibilidades de hacerlo.

Los ejemplos precedidos son solo una parte de la forma en que los diarios de nuestro país publican información tergiversada, y donde quedan evidenciados, por un lado, el mal manejo de las noticias y, por otro lado, la tendenciosa utilización de las mismas. González Delvalle no menciona otros casos, como en aquella oportunidad en que el diario *ABC Color* puso en tapa el pronunciamiento en conjunto de la Asociación Rural del Paraguay (ARP) y la Unión Industrial Paraguaya (UIP) sobre la participación de los obreros en la utilidad de la empresa. Ese día, viernes 14 de febrero de 1992, lo único que aparecía en la primera página del diario era una reproducción de la carta en toda su extensión, nada más. En cambio, la postura de los sindicatos de obreros ante el tema nunca tuvo tanto destaque.

Los propietarios de los medios de comunicación y los profesionales de la información deben considerar a las noticias como un bien público y como un instrumento de servicio para la comunidad, y por sobre todo no deben olvidar que "la libertad de información no es patrimonio exclusivo de la industria ni de la profesión periodística, así como el derecho de defensa no lo es de la abogacía" (**Ballester**: 1987;11).



## 4. Conclusiones

### 4.1 La responsabilidad en la prensa escrita paraguaya

La prensa escrita no solo está participando del proceso de transición hacia la democracia como testigo de todo lo que está aconteciendo, sino como protagonista. Es cierto que el periodismo es protagonista al ejercer un papel testimonial, pero también que, actualmente, la prensa en Paraguay está en un proceso de transformaciones. Se encuentra ante una realidad distinta a la que noticiaba antes de 1989, y esto le exige un mayor compromiso con los lectores y con ella misma.

En una entrevista, el jefe de redacción del diario *Ultima Hora*, Tony Carmona, comentó que la prensa paraguaya está pasando por su adolescencia, con toda la inmadurez y la avidez de experiencia que esto significa. La cuestión está en que los responsables de los medios de comunicación debemos asegurarnos de que este proceso de transición lo orientemos hacia la consolidación de una prensa escrita responsable y madura, y no orientada hacia una comunicación masiva y consumista, más interesada en la venta que en su verdadera función, la de servir a la ciudadanía a través de la información.

Esta fase de transición en la prensa o de "adolescencia" vino precedida de otras etapas que son: 1) la prensa dependiente y 2) la prensa independiente.

Esta primera fase se inicia en 1845, cuando aparece el primer periódico del país, *El Paraguayo Independiente*, publicado durante el gobierno del presidente Carlos Antonio López. Esta publicación tuvo como objetivo principal consolidar nuestra independencia ante la amenaza anexionista de la República Argentina. Luego del derrocamiento del dictador argentino Juan Manuel de Rosas, la vecina nación reconoció la independencia paraguaya y, entonces, el diario dejó de publicarse.

Esta característica evidente en el inicio de la prensa paraguaya (la de una función política) continuó en las posteriores publicaciones, que en la mayoría de los casos tuvieron una vida efímera. Y esta forma de hacer periodismo estuvo vigente por más de cien años. La dependencia directa de una nucleación o grupo político cercenaba en gran medida estas publicaciones y su objetividad era bastante dudosa. Las indicaciones provenientes de los políticos tenían, en cierta manera, más peso que las propias decisiones emanadas de la dirección del diario.

Quizás pudo haber en algún momento un intento de llegar a una verdadera autonomía en la difusión de las informaciones, pero esta intención pudo verse frenada con las disposiciones legales hechas para el efecto. A partir de estos tipos de posturas se llegó a la siguiente etapa del periodismo: la de la prensa independiente, que se inicia con la publicación del diario *ABC Color*, el primero con intenciones empresariales por sobre todas las cosas, en agosto de 1967.

Durante este periodo, aquellas publicaciones que buscaron adoptar una línea independiente (no precisamente de una institución sino del gobierno de Alfredo Stroessner) tuvieron una sistemática y tenaz persecución por parte de las autoridades, basamentada en la aplicación de leyes muy injustas, y cuyos resultados fueron desde la prisión de algunos periodistas hasta la clausura definitiva de dichos medios.

Ante esta situación, muchos periódicos (algunos de los cuales actualmente ya no existen) tuvieron

que adoptar una política de supervivencia, haciendo denuncias encubiertas o simplemente llegando a la autocensura, y esto último es una práctica que aún persiste en algunos medios de prensa escrita. El diario *ABC Color* fue clausurado en marzo de 1984, al igual que la radio Ñandutí, medios que ponían en claro una postura bastante crítica a la del gobierno stronista. La prensa independiente se transformó entonces en una prensa de lucha, época en la que la calidad del periodista era juzgada por su valentía de decir las cosas, a pesar de las consecuencias.

Luego de la apertura política iniciada en febrero de 1989, los derechos elementales de los ciudadanos volvieron a ser considerados como tales, y entre dichos derechos se encuentra el de acceder o recibir información. Y en esto, la prensa es uno de los medios responsables.

Pero los diarios no estaban preparados para una apertura democrática que se dio de forma imprevista. Antes de 1989 solo había dos posturas que tomar: estar a favor o en contra de la dictadura. Después del golpe de Estado y su consecuente cambio, el campo de acción se abrió hacia horizontes ideológicos diferentes (derecha, izquierda, conservadora, liberal, progresista, de centro, etc.), y se empezaron a adoptar posiciones sectoriales.

La prensa tomó una postura empresarial y denunciadora de la corrupción, pero no desde una perspectiva que acompaña el proceso democrático, sino tratando de dirigirla; es decir, tomando una postura de regente de los hechos. Esta posición llegó a tal punto que algunos medios se autoadjudicaron implícitamente el papel de orientadora de la sociedad.

La gran concentración de poder en nuestro país, cuyo eje podemos decir pasa por la política y el poder económico, es uno de los factores que inciden preponderantemente en nuestro medio. Es por eso que la función de orientadora de la sociedad tiene un carácter tendencioso hacia los intereses de uno u otro medio, y esta postura ha creado en muchos ciudadanos una sensación de poca credibilidad acerca de lo que leen en los diarios.

Surgió a través de la prensa un aluvión de denuncias, las cuales tenían un cierto grado de verdad, pero a veces tenían muchas inexactitudes. Esta desinformación entregada a los ciudadanos creaba una falsa opinión pública sobre determinados temas, que exacerbaba los ánimos de los protagonistas o involucrados en los hechos.

Las denuncias solas no funcionan. No funcionan porque deben ir acompañadas de un estudio, una visualización o una contextualización de tales hechos, que permita al lector poder insertarlos dentro de su experiencia cotidiana.

La falta de una investigación más profunda de los hechos a ser denunciados o difundidos denota una de las falencias dentro del periodismo paraguayo. También la inexistencia de unas claras reglas de juego (código de ética, manual de estilo o de redacción), a ser respetadas por los profesionales de la información y los empresarios/propietarios, demuestra el real déficit de nuestra prensa local.

El largo camino a recorrer para lograr una madurez en el periodismo paraguayo implica, entre otras cosas, el saber reconocer los errores publicados, tanto por iniciativa propia como consecuencia de una observación proveniente de los lectores; es decir aceptar las críticas internas o externas. Dentro de las llamadas críticas internas se plantea la creación de la figura del *ombudsman*, que cumplirá el trabajo de un contralor de la prensa y cuyo beneficiado final será el lector. Las críticas externas, por lo general,

llegan a la sala de redacción a través de las cartas al director o directamente a través de las llamadas telefónicas. Estas tres instancias serían en último término una especie de control de calidad de la información.

Por lo tanto, es el momento en que debe existir de parte de los responsables de la información un interés para que lo que realmente se informa sea lo más objetivo posible, sin distorsiones y sin que sea tendencioso. De otra forma será la opinión pública la que demande un mejor servicio informativo; y si esta reacción de los lectores tampoco es tenida en cuenta, se creará un ambiente propicio para una posible sanción de una rígida **Ley de Prensa**, que vaya en contra de los intereses de los periodistas, los propietarios de los medios y del público.

## 4.2 Sugerencias finales

Libertad de expresión y derecho a informarse a través de la prensa son dos de los pilares dentro de una democracia, de la cual no se podría hablar si no existiesen las garantías para el cumplimiento de esta función.

Tratar de proteger a los medios de prensa escrita, tanto desde dentro como desde fuera de los mismos, es lo que se debe buscar entre todos; por eso se sugieren a continuación algunos elementos indispensables para un buen desempeño de los periódicos.

### 4.2.1 Instauración de un defensor del lector

"...el punto de mi propuesta es que los diarios establezcan sus propios departamentos de crítica interna para controlar con justicia la adecuación de la cobertura y los comentarios. El jefe del departamento debería tener suficiente independencia en el diario para servir como un *ombudsman* para los lectores, con la suficiente autoridad para conseguir que algo se haga sobre las quejas válidas y proponer métodos para un trabajo más efectivo de todos los servicios que el diario ofrece a la comunidad, especialmente mantener el control sobre las fronteras del pensamiento y la acción. Mantener una columna de cartas al director constituye escasamente un reconocimiento completo del derecho de la ciudad a tener acceso al diario que se jacta de ser la ventana de la comunidad hacia el mundo" (**Raskin**: 1967;28-35).

Esta es la parte medular del artículo aparecido el 11 de junio de 1967 en *The New York Times Magazine* y escrito por A.H. Raskin, en aquel entonces, asistente editor de la página editorial del diario neoyorkino. La propuesta de un crítico interno fue la sugerencia para mejorar la calidad del diario norteamericano y así contrarrestar la crisis de confianza por la que atravesaba en esos momentos la prensa escrita de ese país.

La falta de un canal de comunicación más real que permitiese una relación más fluida entre los editores y los lectores fue haciéndose con el tiempo aún más notoria, y la figura de "ser la ventana de la comunidad hacia el mundo" debió transformarse en la de ser una puerta abierta para sus lectores.

En nuestro país, la perspectiva abierta para la prensa en general, a partir del inicio de la transición, significó, antes que nada, la asunción de nuevas responsabilidades sobre el manejo de la información.

Pero en la lucha de conseguir las primicias noticiosas, algunas normas éticas y reglas periodísticas fueron y están siendo olvidadas.

Esto se ha convertido en una costumbre peligrosa, pues se está volviendo en contra de la misma libertad de prensa; porque libertad de prensa no es hacer y decir cualquier cosa, sino actuar e informar con responsabilidad. Y antes que esta tendencia termine creando un vacío de credibilidad en los medios de prensa, especialmente la escrita, se deben buscar y encontrar las alternativas de cambio.

Un ombudsman puede ser una de esas alternativas y cuya necesidad es palpable en la prensa paraguaya. Pero más necesario aún es lograr la profesionalización de los periodistas poniendo las reglas en claro, a través de un código de ética, manuales en las redacciones y, por supuesto, una mayor capacitación en los profesionales de la información.

Luego de que esto comience a funcionar, recién se puede pensar en un ombudsman. Caio Tulio Costa decía que es necesario tener mucho coraje y seguridad para adoptar con seriedad el defensor del lector; la prensa paraguaya está madurando, está comenzando a andar en libertad, pero ya es perentorio que defina su camino.

Concordamos con lo que dice la ombudswoman del diario colombiano *Vanguardia Liberal*, Sonia Díaz Mantilla (1993), cuando afirma que "la relación de los medios con la comunidad siempre ha sido desafiante y activa, de parte de los primeros. Esta situación no es premeditada ni es la constante en todos los medios de información, y tampoco se trata de achacarle todo a los periodistas. Pero la gente necesita ser escuchada y atendida".

Se sabe que la semilla no puede ser sembrada sin antes abonar la tierra. En este sentido, la prensa escrita debe asumir, antes que nada, sus responsabilidades con el público en la transmisión de hechos reales, y no pretender que con la creación de un departamento de crítica interna o la instauración de un ombudsman encuentre las llaves mágicas que sirvan para elevar el nivel de la prensa escrita en nuestro país.

El ombudsman del diario colombiano *El Tiempo*, Felipe Zuleta, manifestó en un artículo publicado por la revista de la Sociedad Interamericana de Prensa, *Hora de Cierre*, que "ejercer esta función en un país del Tercer Mundo es bien distinto a hacerlo en un país desarrollado cultural, política y económicamente" (1994). Concordamos con las palabras de Zuleta y creemos que es necesario que antes de pensar en un ombudsman en Paraguay, previamente se deben hacer ciertos estudios.

El defensor del lector era una de las innovaciones que el diario *Folha de S. Paulo* incluyó dentro de su proyecto de reestructuración en la empresa, conocido en el ambiente periodístico brasileño como Proyecto Folha, pero recién después de cuatro años de que se piense en el cargo, la función fue instituida. El director de la redacción del diario paulista explicó en una entrevista publicada por la revista *Imprensa* (octubre 1989) que la demora consistió en una cuestión estratégica: "En el período en que el Proyecto Folha estaba siendo implantado existían muchas controversias. Y el trabajo del ombudsman, en esa época, podría volverse contra las propias ideas que el diario quería implantar. Hoy el proyecto está consolidado y sus ideas incorporadas a la redacción. Este es el momento adecuado para tener un contralor público, como el de ombudsman".

Y antes de pensar en un defensor del lector hay que pensar primero en los lectores: sus aspiraciones, sus inquietudes, sus necesidades. Es a los lectores que el ombudsman debe responder. Aun así, en el diario *Hoy* no se realizó un estudio del perfil del lector de ese diario para crear el cargo en la empresa. En el diario *Hoy* se piensa que el lector es de cierta manera, pero no se sabe con exactitud cómo es. Es por eso que la creación del ombudsman en ese diario no se debe a cuestiones de marketing, como algunas personas a las que se ha entrevistado para este trabajo dijeron. Si hubiese sido así, se debían haber realizado los estudios de rigor.

Creemos que aún no es prioritario un ombudsman, pero sí que se ejerza una crítica interna en los diarios, para ir buscando los errores y los abusos comunes y en base a eso ir corrigiendo el periódico y elaborar un manual de redacción y un código de ética, para fijar las pautas que marquen el camino a la profesionalización del periodismo.

## **b. Capacitación de los profesionales de la información**

Cuando el 8 de agosto de 1967, *ABC Color* ponía en circulación su primer número, lo hacía dando un nuevo rostro en relación a los diarios convencionales de ese entonces.

Su nuevo formato, llamado tabloide, mucho más chico que el tamaño standard o "sábana" de los diarios de ese entonces, la introducción de las fotos a colores en sus ediciones diarias, su nueva diagramación y la revolucionaria impresión en sistema offset, permitieron dar un reflejo de los diarios del futuro.

A partir de entonces, la prensa paraguaya adquirió una imagen diferente. Los diarios que surgieron luego de *ABC Color* (*Ultima Hora*, *Hoy* y *Noticias El Diario*) fueron tabloides y de impresión offset. *La Tribuna* continuó por varios años, pero no pudo competir con *ABC Color*, a pesar de los cambios que tuvo que experimentar. Inclusive, en sus últimos años tuvo que convertirse en una publicación offset y tabloide.

Es así que luego de haberse demostrado la efectividad y practicidad de este nuevo estilo de hacer periódicos, las otras empresas periodísticas que surgieron no escatimaron recursos para la adquisición de estas nuevas tecnologías. Estas inversiones continúan hasta nuestros días, y debido a eso los diarios de nuestro país son modernos, ágiles y con una buena calidad de impresión..

Pero, sin embargo, se ha avanzado muy poco en la formación de los periodistas, lo que ha sido mucho más evidente después del golpe de Estado de febrero de 1989. La prensa ha tenido que enfrentarse a un desafío que antes nunca había experimentado, que es operar en libertad y en un campo de mayor expansión. Antes de febrero de 1989 solo había dos opciones: en contra o a favor de la dictadura. Luego, con las posibilidades de posturas diferentes que brinda la pluralidad en la apertura democrática, la prensa necesitó asumir una posición más profesional, más madura en la toma de decisiones y posturas.

Ante el nuevo camino que debía tomar la prensa en Paraguay, se hizo más que evidente la diferencia entre el progreso tecnológico y el profesional.

No existe un plan de entrenamiento que contemple entre otras cosas, cursos de especialización

para las diferentes áreas del periódico, pasantías en diarios del exterior, etc., ni tampoco una coordinación con el Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP) para la realización de talleres.

En las redacciones se han realizado varios cursos de castellano, pero los jefes de redacción, secretarios y hasta el mismo ombudsman del diario *Hoy*, José Luis Simón, se quejan de que los periodistas no asisten a estos cursos, y los que sí concurren, lo hacen porque temen sufrir amonestaciones. Pero la mayoría de los periodistas que han sido encuestados han reclamado capacitación. También los jefes de redacción y los directores de los diarios.

Estas declaraciones son tomadas por los autores de este trabajo como un compromiso que deben asumir los periodistas y los directores para elevar el nivel de los diarios en Paraguay.

La capacitación es una de las acciones que ayudarán a mejorar la calidad de los diarios, y debe ser llevada a cabo teniendo en cuenta al lector, quien se merece un producto mejor elaborado. En los Estados Unidos, según un artículo publicado en marzo de 1994 en la revista de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), *Hora de cierre*, la capacitación ha sido gravitante para levantar el nivel de la prensa. Señala que la capacitación es necesaria porque, como industria, los diarios enfrentan una penetración del mercado cada vez más reducida, circulación estancada, publicidad débil, una competencia feroz para llegar a lectores con menos tiempo para leer y constantes cambios tecnológicos.

"Ahora se considera que reentrenar a los periodistas para hacer frente a estos retos es una necesidad y no un lujo. Muchas salas de redacción están implantando programas de capacitación por su cuenta", señala el artículo firmado por Connie Sage.

"Los diarios se han quedado rezagados ante muchas otras industrias que ven un vínculo directo entre la capacitación y la efectividad, la satisfacción del cliente y los lazos con la comunidad", señala Sage.

El mismo artículo cita a Cole C. Campbell, director del diario *Virginian Pilot*, quien dijo que un mayor énfasis en la capacitación logra dos objetivos: uno, transforma la sala de redacción en un lugar donde todos los empleados pueden pasar sus carreras perfeccionándose profesionalmente y, dos, ayuda al periódico a convertirse en el mejor de su circulación en el país.

Sage cita que la organización Freedom Forum realizó una encuesta sobre capacitación que determinó que, a pesar de que la mayor parte de los periodistas desean recibir capacitación, la mayoría se queda esperando. "Como resultado, la excelencia periodística decae, la moral se va al suelo y es más probable que los periodistas cambien de diario, o de profesión" (Sage: 1993).

"La moral y el desempeño mejoran con la capacitación", dijo Ted Pease, del Freedom Forum. "Sin capacitación, los periodistas pueden dejar la profesión y la sustitución de personal puede resultar costosa. El informe calcula que si el 20 por ciento de los profesionales abandona el periodismo en los próximos cinco años, como amenazaron hacer los que contestaron la encuesta, su reemplazo costaría a los periódicos norteamericanos unos 100 millones de dólares. El informe pregunta si es deseable gastar dinero capacitando al personal o reemplazarlo", dice el artículo.

Connie Sage cita también a Dick Thien, de la Universidad de Nebraska, quien dijo en el informe

del Freedom Forum que a los periodistas talentosos no les costará encontrar empleo en el que se los aliente y se les ayude a crecer en la profesión.

Los autores de este trabajo creen que estas líneas sobre capacitación deben ser tenidas en cuenta, porque la experiencia periodística en Paraguay en este tema es similar. Se debe buscar la satisfacción del lector y unir "los lazos con la comunidad" con la capacitación periodística.

También es sabido por muchos que una de las leyes económicas del mercado habla de una mayor capacitación para una mejor producción. Esto debe tenerse muy en cuenta, no solo por lo señalado más arriba, sino porque estamos ante el inminente comienzo del MERCOSUR y en donde los periodistas locales entrarán a competir con sus colegas de los países vecinos.

Pero esta competencia no solo puede venir de afuera, sino que puede instalarse dentro de nuestro país como resultado de una posible compra de una empresa periodística paraguaya por parte de un grupo empresarial argentino o brasilero, y de realizarse esta posible transacción, los nuevos propietarios vendrán con sus propias formas y normas de hacer periodismo

La inexistencia de leyes que podrían regular estos tipos de transacciones y la falta en la mayoría de los periodistas de una capacitación acorde con los tiempos que se avecinan, pueden llegar a incidir notoriamente en la prensa escrita paraguaya.

### **c. Manual de redacción o de estilo**

Los periódicos en Paraguay necesitan tener criterios homogéneos en la manera de abarcar un acontecimiento noticioso. Existen diferentes normas de estilo para redactar una noticia y, en un mismo diario, el lector puede encontrar diferentes formas de redacción: desde los que se ciñen estrictamente al método de la pirámide invertida hasta los que introducen opiniones propias entre líneas (sin que el artículo esté firmado, claro está), pasando por los que escriben una palabra de diferentes maneras (sida/SIDA o "The Beatles"/ The Beatles/Los Beatles) y, lo que es peor, los que no respetan ninguna norma ética con el único propósito de llamar la atención provocando sensación. Todo esto, y mucho más, no hace más que confundir al lector y que el diario pierda credibilidad. El público es el destinatario final de la producción diaria de noticias. Motivo suficiente para que existan unas directrices que comprometan a los periódicos con los lectores.

Una de las maneras para que los diarios adquieran criterios definidos es que se adopten manuales de estilo que les configuren una característica definida y que además sea una instancia de control de calidad de lo que se publica.

El manual de estilo es un elemento que se hace imprescindible debido a la incorporación en gran escala de nuevas generaciones de profesionales en medios de comunicación masiva, y también teniendo en cuenta el crecimiento propio de los diarios. Mantener una coherencia en un trabajo colectivo, a través de indicaciones orales de parte del jefe de redacción o del director, se hace difícil en un grupo grande de personas. Es necesario imprimir las "reglas del juego" para evitar disparidad de criterios.

Las normas que deben formar parte del manual de estilo deben ser de obligado cumplimiento para todos los redactores del diario. No se trata de dictar lo que el periodista debe escribir, sino de dejar en

claro la manera en que debe hacerlo, con el criterio de acercar el lenguaje de la prensa al lenguaje de los lectores, conservando el debido respeto que estos se merecen como verdaderos destinatarios y protagonistas de las noticias. El manual no debe coartar la libertad de creación ni de expresión del periodista, sino que su objetivo es lograr una imagen coherente en el diario. Debe ser como una especie de Constitución interna que rijan el trabajo profesional y que contribuya a fortalecer una comunicación eficaz con el público.

Este libro debe regular el lenguaje y los géneros periodísticos, los titulares, los recursos tipográficos, el criterio gráfico (fotos, dibujos y logos), el uso de la firma, los tratamientos de personalidades, instituciones y el protocolo en general, las grafías autóctonas y los nombres en otros idiomas, las siglas, los números, los signos ortográficos y las normas gramaticales específicas, además de los errores más frecuentes en el vocabulario en la redacción diaria.

El diario *ABC Color* tiene un folleto de "Normas de redacción y estilo"; y que fue emitido en marzo de 1983, un año antes de que el diario sea clausurado. Luego de su reapertura en marzo de 1989, solo algunos de los periodistas recibieron el mismo manual, cuya consulta no es común, según la encuesta realizada. Pero el jefe de redacción, Juan Luis Gauto, dijo en la entrevista realizada que se está escribiendo un nuevo manual con la participación de todos los secretarios de redacción.

También en *Noticias El Diario* y en *Hoy* fueron hechos manuales, pero actualmente están en desuso. Entre los periodistas encuestados pocos son los que conocieron la existencia de estos elementos de trabajo.

Somos conscientes de que el fiel cumplimiento de las normas contenidas en el manual no servirá para eliminar completamente los errores que se cometen diariamente, pero ayudará a mitigarlos, a controlarlos en ciertos casos y así evitar su repetición o multiplicación. Es un medio más que contribuirá a adquirir conciencia sobre lo que se publica y de afirmar la creación de un producto diario para salvaguardar el respeto que el público se merece.

#### d. Código de ética

Según estudiosos en la materia de comunicación de masas, la "pertenencia" de la información está pasando por una llamada cuarta fase. En la primera, la información pertenecía al poder real; luego pasó a dominio de la empresa periodística; posteriormente quedó en manos de los periodistas y ahora mismo "pertenece" al público.

Es por eso que las empresas dedicadas a la industria de la información no deben olvidar el compromiso social y público de la información. Las empresas informativas deben rendir cuentas no solo a los accionistas sino a la sociedad: "La información pertenece al público. La información es, antes que nada y sobre todo, un deber. Es, en última instancia, **el poder de servir a la información**" (Soria, Carlos: 1989).

Se debe considerar que lo que se difunda por los medios de comunicación masiva debe ser verdadera información, y esta no lo será en la medida en que la ética esté ausente en la búsqueda, la elaboración y la difusión de los hechos.



La ética no debe ser solamente para los periodistas, sino también para los empresarios, y siempre que se la tenga en cuenta, la calidad de la información mejorará. Tanto a empresarios como a los periodistas les corresponde promover su propia responsabilidad, pues de no hacerlo ellos, será el público quien les reclame esa "responsabilidad". La falta de confianza que manifiestan los lectores con la no compra del diario es una de las maneras a las que recurren en la hora de los reclamos.

Existen dos clases de códigos de ética: por un lado, el código escrito de común acuerdo entre los responsables de la difusión informativa y que está publicado, y define en forma bastante clara lo que los periodistas piensan que deben hacer. Por otro lado, el código no escrito, que subyace en el subconsciente de los periodistas, difícil de describir y analizar, pero que resulta ser el más operativo.

Ante esta situación creemos válida la proposición de figuras e instituciones flexibles y voluntarias que vigilen el cumplimiento de los deberes éticos que pesen sobre las empresas informativas.

## Bibliografía

- Alsina, Miquel Rodrigo: " La construcción de la noticia", Ediciones Paidós; Barcelona, España (1989).
- Bagdikian, Ben H.: "*O Monopólio da Mídia*", Editora Página Aberta Ltda.; Sao Paulo, Brasil (1993).
- Bagdikian, Ben H.: "The american newspaper is neither record, telegram, examiner, observer, monitor, mirror, journal, ledger, bulletin, register, chronicle, gazette, transcript nor herald of the day's events", *Esquire* (Marzo 1967), 125-130.
- Ballester, Eliel C.: *Derecho de Respuesta*, Editorial Astrea; Buenos Aires, Argentina (1987), 4-29 y 96-107.
- Bucci, Eugenio: "Um xerife bom de tiro", *Imprensa*; Sao Paulo, Brasil (setiembre 1991), 51.
- Chomsky, Noam: "*El control de los medios de comunicación. Los espectaculares logros de la propaganda*", 1991, Open Magazin, Westfield, N.J. - Estados Unidos.
- Constitución Nacional de la República del Paraguay*, sancionada el 20 de junio de 1992
- Costa, Caio Túlio: *O relógio de Pascal. A experiencia do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*, Ediciones Siciliano; Sao Paulo, Brasil (1991).
- De Cupis, Adriano: *I diritti della personalita*, t. II, pág. 3-6
- "Diarios con defensa", *Noticias de la semana*; Buenos Aires, Argentina (octubre de 1991), 148.
- Díaz Mantilla, Sonia: "*Reflexiones de una ombudswoman*", Colprensa; Bogotá, Colombia (1993).
- Domínguez, Ramiro: "Aspectos Sociales de la Comunicación y el Mercosur", *La Comunicación y el desafío del Mercosur*, FIAP - Fundación Konrad Adenauer; Asunción, Paraguay (1991), 49.
- Elizeche Almeida, Modesto: *El defensor del pueblo. Su recepción en el derecho paraguayo.*, El Gráfico S.R.L.; Asunción, Paraguay (1993), 37-49.
- El PAIS, el periódico de los 90*, revista institucional de Ediciones EL PAIS; Madrid, España (1990), 6-9.
- EL PAIS. Libro de estilo*, Ediciones EL PAIS; Madrid, España (1990), 515-520.
- Ferreira, Sergio y otros: *Las políticas públicas de comunicación en el Paraguay. Una primera lectura*. Programa de Estado y sociedad, BASE investigaciones sociales; Asunción, Paraguay (1992), 52-53

González Delvalle, Alcibiades, *Trabajo inédito*, Mimeo (1992).

Levin, Leah: "*Derechos Humanos. Preguntas y respuestas*", Editorial de la Unesco; París, Francia (1981), 70-72.

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

Moreno, Diego y Palau, Marielle: *Canales utilizados por la juventud de Asunción para acceder a informaciones sobre política y sexualidad*, Memoria de licenciatura para Ciencias de la Comunicación, Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas - Universidad Católica "Ntra. Sra. de la Asunción"; Asunción, Paraguay (diciembre 1993), 43-44.

Ojeda Saldívar, Esteban: *El ombudsman o el defensor del pueblo*, Talleres Gráficos de Imexco Asunción S.A; Asunción, Paraguay (1992), Introducción XI-XX, 116.

"O superego da profissao", *Imprensa*, Sao Paulo, Brasil (octubre 1989), 32-33.

Pane de Pérez Maricevich, Leni: *Segundo Informe Semestral Febrero-Julio 1993*, Municipalidad de Asunción - Paraguay (1993), 7-9.

Pilagallo Filho, Oscar: "Código de primeira", *Imprensa*; Sao Paulo, Brasil (febrero 1990), 42.

Raskin, A.H.: "What's Wrong With American Newspapers?", *The New York Times Magazine* ; New York, Estados Unidos (junio 11, 1967), 28-35.

Rodríguez Castelo, Hernán: *Redacción Periodística*, Colección Intiyan - Ediciones CIESPAL; Quito, Ecuador (1988), 227-230.

Rivers-Scharmm. *Responsabilidad y comunicación de masas*, pág. 175

Rivers-Scharmm. Commission d' experts pour L' examen de la protection de la personnalité en droit civil, *Rapport final*, pág. 20.

Sage, Connie: "Ya no es lujo actualizar al personal de redacción", *Hora de Cierre*, Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); Miami, Florida (marzo 1994).

San Andrés, María Teresa: "Abogados del diablo", *Periodistas* ; Madrid, España (1992), 4-13.

Soria, Carlos: "La calidad ética como ventaja competitiva", *NUESTRO TIEMPO - Revista mensual de cuestiones actuales* (mayo 1989), 84-111.

*Un consejo de Comunicación para evitar atropellos*, artículo aparecido en la revista del Sindicato de Periodistas del Paraguay; Asunción, Paraguay (marzo de 1994).

Zuleta, Felipe: "La defensa del lector: Dificil tarea del diario", *Hora de Cierre*, Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); Miami, Florida (enero 1994), 32-34.

## **ANEXOS**

**ANEXO 1. Artículos de la Constitución Nacional referentes a la prensa, libertad de expresión y del defensor del pueblo.**

**CAPITULO II**

**DE LA LIBERTAD**

**Art. 26: De la libertad de expresión y de prensa**

"Se garantizan la libre expresión y la libertad de prensa, así como la difusión del pensamiento y de la opinión, sin censura alguna, sin más limitaciones que las dispuestas en esta Constitución; en consecuencia, no se dictará ninguna ley que las imposibilite o las restrinja. No habrá delitos de prensa, sino delitos comunes cometidos por medio de la prensa.

Toda persona tiene derecho a generar, procesar o difundir información, como igualmente a la utilización de cualquier instrumento lícito y apto para tales fines.

**Art. 27: Del empleo de los medios masivos de comunicación social**

El empleo de los medios de comunicación es de interés público; en consecuencia, no se los podrá clausurar ni suspender su funcionamiento.

No se admitirá la prensa carente de dirección responsable.

Se prohíbe toda práctica discriminatoria en la provisión de insumos para la prensa, así como interferir las frecuencias radioeléctricas y obstruir, de la manera que fuese, la libre circulación, la distribución y la venta de periódicos, libros, revistas o demás publicaciones con dirección o autoría responsable.

Se garantiza el pluralismo informativo.

La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer.

**Art. 28: Del derecho a informarse**

Se reconoce el derecho de las personas a recibir información veraz, responsable y ecuánime.

Las fuentes públicas de información son libres para todos. La ley regulará las modalidades, plazos y sanciones correspondientes a las mismas, a fin de que este derecho

sea efectivo.

Toda persona afectada por la difusión de una información falsa, distorsionada o ambigua tiene derecho a exigir su rectificación o su aclaración por el mismo medio y en las mismas condiciones que haya sido divulgada, sin perjuicio de los demás derechos compensatorios.

**Art. 29: De la libertad de ejercicio del periodismo**

El ejercicio del periodismo, en cualquiera de sus formas, es libre y no está sujeto a autorización previa. Los periodistas de los medios masivos de comunicación social, en cumplimiento de sus funciones, no serán obligados a actuar contra los dictados de su conciencia ni revelar sus fuentes de información.

El periodista columnista tiene derecho a publicar sus opiniones firmadas, sin censura, en el medio en el cual trabaje. La dirección podrá dejar a salvo su responsabilidad haciendo constar su disenso.

Se reconoce al periodista el derecho de autoría sobre el producto de su trabajo intelectual, artístico o fotográfico, cualquiera sea su técnica, conforme con la ley.

## CAPITULO IV. DE OTROS ORGANISMOS DEL ESTADO

### SECCION I DE LA DEFENSORIA DEL PUEBLO

#### **Art. 276: Del Defensor del Pueblo**

El Defensor del Pueblo es un comisionado parlamentario cuyas funciones son la defensa de los derechos humanos, la canalización de reclamos populares y la protección de los intereses comunitarios. En ningún caso tendrá función judicial ni competencia ejecutiva.

#### **Art. 277 De la autonomía, del nombramiento y de la remoción**

El Defensor del Pueblo gozará de autonomía e inamovilidad. Es nombrado por mayoría de dos tercios de la Cámara de Diputados, de una terna propuesta por el Senado, y durará cinco años en sus funciones, coincidentes con el período del Congreso. Podrá ser reelecto. Además, podrá ser removido por mal desempeño de sus funciones, con el procedimiento del juicio político establecido en esta Constitución.

#### **Art. 278: De los requisitos, de las incompatibilidades y de las inmunidades**

El Defensor del Pueblo deberá reunir los mismos requisitos exigidos para los Diputados, y tiene las mismas incompatibilidades e inmunidades que las de los magistrados judiciales. Durante su mandato no podrá formar parte de ningún poder del Estado ni ejercer actividad político partidaria alguna.

#### **Art. 279: De los deberes y de las atribuciones**

Son deberes y atribuciones del Defensor del Pueblo:

- 1) recibir e investigar denuncias, quejas y reclamos contra violaciones de los derechos humanos y otros hechos que establecen esta Constitución y la ley;
- 2) requerir de las autoridades en sus diversos niveles, incluyendo los de los órganos policiales y los de seguridad en general, información para el mejor ejercicio de sus funciones, sin que pueda oponérsele reserva alguna. Podrá acceder a los sitios donde se denuncie la comisión de tales hechos. Es también de su competencia actuar de oficio;
- 3) emitir censura pública por actos o comportamientos contrarios a los derechos humanos;
- 4) informar anualmente de sus gestiones a las Cámaras del Congreso;
- 5) Elaborar y divulgar informes sobre la situación de los derechos humanos que, a su juicio, requieran pronta atención pública, y
- 6) los demás deberes y atribuciones que fije la ley.

**Art. 280: De la regulación de sus funciones**

Las funciones del Defensor del Pueblo serán reguladas por ley a fin de asegurar su eficacia, pudiendo nombrarse defensores departamentales o municipales.



## ANEXO 2. Ley N° 1262 que establece El Derecho de Contestación o Rectificación

### CONGRESO NACIONAL

#### LEY N° 1.262 QUE ESTABLECE EL DERECHO DE RECTIFICACION O CONTESTACION

EL CONGRESO DE LA NACION PARAGUAYA SANCIONA CON FUERZA DE

LEY :

- Art. 1:** Toda persona natural o jurídica tiene derecho a rectificar o contestar la publicación o difusión, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que le aludan y considere inexactos o cuya divulgación pueda causarle perjuicio.  
Las personas jurídicas podrán ejercitar el derecho de rectificación o de contestación por medio de su representación legal y en un solo escrito aunque el hecho aluda a varias personas relacionadas con ellas.
- Art. 2:** El derecho de rectificación o de contestación se ejercerá ante el director responsable del medio de comunicación dentro de los siete días calendarios siguientes al de la publicación o difusión de la información rectificada o contestada.  
  
Su extensión no excederá substancialmente de la de esta, salvo que sea absolutamente necesario.
- Art. 3:** El director o responsable del medio de comunicación social deberá publicar o divulgar íntegramente la rectificación o la contestación dentro de los tres días siguientes al de su recepción, en forma semejante a aquella en que se difundió la información rectificada o contestada, sin comentarios ni postillas. Si la información rectificada o contestada se difundió en publicación cuya periodicidad no permita la rectificación o la contestación en el plazo expresado, se publicará en el número siguiente. Si la noticia o información rectificada o contestada se difundió en espacio radiofónico o televisivo que no permita, por la periodicidad de su emisión, divulgar la rectificación o la contestación en el plazo de tres días, el afectado podrá exigir que se difunda en espacio de audiencia semejante dentro de dicho plazo. La publicación o difusión de la rectificación o la contestación será siempre gratuita.
- Art. 4:** Si en los plazos señalados no se ha difundido la rectificación o la contestación, o si el responsable del medio de comunicación social ha manifestado expresamente que la misma no se difundirá, o si la difusión se ha hecho sin respetar lo dispuesto en esta ley, podrá el perjudicado recurrir, dentro de los cinco días hábiles siguientes, ante cualquier Juez de Primera Instancia en lo Civil, para que ordene la correcta e inmediata difusión de la rectificación o la contestación.
- Art. 5:** El juicio se tramitará en forma sumaria y a la presentación del escrito de recurso, el Juez dispondrá de oficio que el demandado remita o presente la información rectificada o

contestada, su grabación o reproducción escrita con las razones de su negativa, en el término de tres días perentorios.

A la vista de estos elementos, el Juez dictará sentencia, que será inapelable, dentro de los siguientes tres días hábiles. El fallo se limitará a denegar la rectificación o la contestación o a ordenar su publicación en la forma y plazos previstos en esta ley, contados a partir de la notificación de la sentencia.

**Art. 6:** Cuando se trate de una publicación solicitada en espacio pago, se procederá en la misma forma establecida en los artículos precedentes.

**Art. 7:** A los efectos de esta ley, los medios radiales y audiovisuales de comunicación social dirigidos al público en general, grabarán y conservarán durante quince días hábiles, posteriores a su proyalación, toda manifestación que aluda a terceras personas.

**Art. 8:** En ningún caso la publicación de la rectificación o la contestación eximirá de las obras responsables en que se hubiese incurrido.

**Art. 9:** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO NACIONAL, A LOS OCHO DIAS DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO UN MIL NOVECIENTOS OCHENTA Y SIETE.

LUIS MARTINEZ MILTOSJUAN RAMON CHAVES

Presidente Cámara de Diputados    Presidente Cámara de Senadores

GENARO ESPINOLA FARIÑAJUAN CARLOS MASULLI

Secretario Parlamentario    Secretario

Asunción, 16 de Octubre de 1987

TENGASE POR LEY DE LA REPUBLICA, PUBLIQUESE E INSERTESE EN EL REGISTRO OFICIAL

J. EUGENIO JACQUET  
Ministro de Justicia y Trabajo

GRAL. DE EJER. ALFREDO STROESSNER  
Presidente de la República

### **ANEXO 3. Estatuto del ombudsman del diario *El País* de España**

#### **ESTATUTO DEL OMBUDSMAN**

La Dirección de EL PAIS crea la figura del Defensor del lector para garantizar los derechos de los lectores, atender a sus dudas, quejas y sugerencias sobre los contenidos del periódico, así como para vigilar que el tratamiento de las informaciones es acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo. Podrá intervenir a instancia de cualquier lector o por iniciativa propia. El Defensor del lector está amparado por este estatuto, que le garantiza su independencia a la hora de realizar su trabajo.

1.- El Defensor del lector desarrollará su actividad con plena autonomía e independencia. La Dirección del periódico proveerá los medios materiales que necesite para ello.

2.- Privadamente o en las propias páginas del diario, explicará cómo se han elaborado las noticias y por qué no se tomaron determinadas decisiones que afecten a cualquiera de los contenidos del periódico, incluido el publicitario.

3.- El Defensor del lector no puede interferir en su actuación el derecho al secreto profesional de los periodistas, ni los otros derechos individuales o colectivos de los redactores del diario, en el marco del Estatuto de Redacción.

4.- El director de EL PAIS nombrará al Defensor del lector entre periodistas de reconocido prestigio, credibilidad y solvencia profesionales.

5.- Antes de nombrar al Defensor del lector, el director de EL PAIS comunicará su decisión al Comité de Redacción, que en un plazo no superior a 15 días trasladará confidencialmente a la dirección su opinión sobre el prestigio, credibilidad y solvencia profesionales del candidato. Seguidamente, el director hará efectivo el nombramiento anunciado al comité o propondrá otra persona. Una vez formalizada la designación, el comité hará pública la opinión que había expresado sobre el candidato.

6.- El nombramiento tendrá una duración de un año, prorrogable solo por otro más.

7.- El cese del Defensor del lector se producirá:

- a. Por cumplimiento del plazo para el que fue nombrado
- b. A petición del propio Defensor del lector, una vez aceptada la dimisión por el director de EL PAIS.
- c. A propuesta razonada del Comité de Redacción, una vez aceptada por el director de EL PAIS, cuando dicho comité entienda que el Defensor del lector ha vulnerado derechos básicos de algún redactor o del colectivo de periodistas del diario, o bien no respete las cláusulas de este estatuto o del Estatuto de la Redacción.

8.- Mientras ejerza su cargo, el Defensor del lector no podrá ser despedido o sancionado por motivo de sus actividades y, a estos efectos, gozará de garantías laborales similares a las de los

representantes sindicales.

9.- Si el Defensor del lector fuera miembro de la plantilla de EL PAIS, al expirar el tiempo de su trabajo como tal se incorporará a su nuevo trabajo al menos en las mismas condiciones económicas y laborales que tenía en el momento de su nombramiento como Defensor del lector.

10.- Los redactores afectados por una investigación que realice el Defensor del lector tendrán siempre derecho a ser escuchados y a comprobar que se publica fielmente su opinión.

11.- Las investigaciones que realice el Defensor del lector serán en todo caso confidenciales, y el texto definitivo solo podrá ser conocido por personas ajenas al caso cuando esté listo para ser publicado.

12.- El Defensor del lector se abstendrá siempre de descalificar o emitir sentencias sobre el trabajo de los redactores, y menos de juzgar la profesionalidad o valía de los autores de informaciones. Deberá explicar si se han cumplido o no las normas del *Libro de estilo*, describir los hechos y los métodos empleados, así como reflejar los criterios seguidos para elaborar una información.

13.- En el caso de que algún redactor crea que ha sido perjudicado gravemente en su imagen profesional en alguna de las publicaciones del Defensor del lector, el Comité de Redacción expondrá el problema a la dirección de EL PAIS, y ambas partes estudiarán conjuntamente las soluciones al conflicto.

## **ANEXO 4. Estatuto de Redacción del diario *El País* de España**

### **ESTATUTO DE LA REDACCION**

Estatuto de la Redacción del EL PAIS aprobado por el Consejo de Administración de Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima (PRISA), el 29 de abril de 1980; por el Censo de la Redacción, el 11 de junio de 1980; por la Junta de Fundadores, el 18 de junio de 1980; por la Junta General de Accionistas, el 20 de junio de 1980.

#### **I. DE LA NATURALEZA DEL ESTATUTO**

**Artículo 1.** Dentro del marco de las disposiciones legales imperativas, el presente Estatuto ordena las relaciones profesionales de la Redacción de la publicación EL PAIS con la Dirección de la misma y la sociedad editora, PRISA, con independencia de las sindicales y laborales.

**Artículo 2.** A los efectos de este Estatuto, se consideran miembros de la Redacción todos los periodistas, al margen de la titulación que posean, que realicen tareas de redacción, adscritos a su plantilla al menos con seis meses de antigüedad. Los colaboradores contratados podrán acogerse a lo establecido en los artículos 6, 8, 9, 10 y 11 de este Estatuto.

#### **II. DE LOS PRINCIPIOS DE LA PUBLICACION Y SU OBSERVANCIA**

**Artículo 3.** Dentro de las orientaciones o línea ideológica fundacional, los principios de la publicación EL PAIS se condensan en los siguientes términos:

**3.1** EL PAIS es un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europea, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, y se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución.

En este marco, acoge a todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.

**3.2** EL PAIS se esfuerza por presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio.

**3.3** EL PAIS rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo redaccional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí.

**Artículo 4.** El desarrollo de los principios enunciados se contiene en la declaración hecha por el presidente del Consejo de Administración de la sociedad editora en la Junta General de Accionistas de 5 de marzo de 1977, que incluye como anexo a este Estatuto. En cuestiones que afecten a dichos principios o a los derechos profesionales de los redactores, la sociedad editora, la Dirección y la Redacción obrarán de común acuerdo o negociarán las soluciones.

### **III. DEL CAMBIO DE LA LINEA DE LA PUBLICACION Y DE LA CLAUSULA DE CONCIENCIA**

**Artículo 5.** La Redacción de EL PAIS se atiene a los principios enumerados en este Estatuto.

El cambio sustancial de la línea ideológica de EL PAIS, puesto de manifiesto por actos reiterados, será motivo para que el miembro de la Redacción que se considere afectado en su libertad, honor o independencia profesional pueda, sin preaviso, invocar cláusula de conciencia y, en su caso, dar por resuelta o extinguida su relación laboral.

El Comité de Redacción, a petición del interesado o de la sociedad editora, mediará en el conflicto, que se tratará de resolver en el ámbito de la empresa. Si se produjera acuerdo entre el interesado y la sociedad editora, ésta le indemnizará en cuantía en ningún caso inferior a la máxima que, según la ley o práctica judicial, corresponda en el derecho laboral al despido improcedente en el incidente de readmisión.

Cuando el afectado invoque la cláusula de conciencia ante los tribunales de justicia, si éstos estimasen procedente la resolución del contrato, en virtud de dicha cláusula, el interesado tendrá derecho, como mínimo, a la indemnización ya citada.

Igualmente podrá alegarse la cláusula de conciencia, con los efectos jurídicos de ella derivados regulados en los párrafos anteriores, cuando a algún miembro de la Redacción se le imponga la realización de algún trabajo que él mismo considere que vulnera los principios ideológicos y violenta su conciencia profesional.

En todo caso, la resolución del contrato por correcta aplicación de la cláusula de conciencia tendrá la consideración de despido improcedente.

La resolución judicial que en uno u otro caso estimare la pretensión del miembro de la Redacción se publicará en EL PAIS, una vez firme, de forma destacada, a la mayor brevedad.

La invocación de la cláusula de conciencia nunca será motivo de traslado o sanción del redactor que la invoque.

**Artículo 6.** Ningún miembro de la Redacción estará obligado a firmar aquellos trabajos que, habiéndole sido encomendados o que, realizados por iniciativa, hayan sufrido alteraciones de fondo que no sean resultado de un acuerdo previo. Las normas de estilo no podrán ser fundamento para invocar la cláusula de conciencia. Ni dichas normas de estilo ni las modificaciones en los sistemas de trabajo podrán alterar el contenido de este Estatuto.

**Artículo 7.** Cuando dos tercios de la Redacción consideren que una posición editorial de EL PAIS vulnera su dignidad o su imagen profesional, podrán exponer a través del periódico, en el plazo más breve posible, su opinión discrepante.

### **IV. DEL SECRETO PROFESIONAL**

**Artículo 8.** La Redacción de EL PAIS considera el secreto profesional como un derecho y un deber ético de los periodistas. La protección de las fuentes informativas constituye una garantía del derecho de los lectores a recibir una información libre, y una salvaguarda del trabajo profesional.

Ningún redactor ni colaborador podrá ser obligado a revelar sus fuentes.

**Artículo 9.** Los miembros de la Redacción de EL PAIS mantendrán ante terceros el secreto sobre la identidad del autor de un trabajo publicado en el periódico y no firmado.

**Artículo 10.** La sociedad editora amparará con todos los medios a su alcance el ejercicio del secreto profesional ante los tribunales de justicia o cualesquiera organismos o autoridades.

**Artículo 11.** En el caso de que un trabajo no firmado publicado en EL PAIS origine diligencias judiciales contra el director del periódico o su sustituto, éste podrá revelar la identidad del autor del mismo ante la autoridad judicial competente. Previamente informará al afectado.

## **V. DE LA DIRECCION DE LA PUBLICACION**

**Artículo 12:** El director es el responsable de la línea editorial de EL PAIS ante los lectores y los tribunales, en el marco de los principios enunciados en este Estatuto. A tales fines, mantiene el derecho de veto sobre todos los originales, incluidos los de publicidad. Igualmente, el director organiza y coordina los trabajos en la Redacción, con los límites establecidos en los Estatutos de PRISA, en este Estatuto y los que posteriormente se pacten.

**Artículo 13.** Antes de que el Consejo de Administración de la sociedad editora proceda al nombramiento de director de EL PAIS, el presidente o el consejero delegado harán llegar al Comité de Redacción la propuesta de nombramiento de director que les fuera conocida. Si dos tercios del censo total de la Redacción se opusieran a dicha propuesta, mediante escrito razonado por el Comité de Redacción, el Consejo de Administración tendrá en cuenta esta opinión, que no tiene carácter vinculante.

Los nombramientos de subdirectores, redactores jefes y asimilados serán comunicados previamente por el director al Comité de Redacción. Si dos tercios de la Redacción se opusieran a la medida, se tendrá en cuenta esta opinión, que no es vinculante. La oposición será razonada por escrito por el Comité de Redacción.

## **VI. DEL COMITE DE REDACCION Y DE LAS REUNIONES DE ESTA**

**Artículo 14.** El Comité de Redacción es el órgano de representación profesional de la Redacción, ejerciendo funciones de mediación entre ésta y la sociedad editora. El Comité de Redacción será la primera instancia a la que deberán acudir los afectados en los supuestos previstos.

**Artículo 15.** El director de EL PAIS convocará al menos mensualmente una reunión con el Comité de Redacción, que le trasladará cuantas consultas, iniciativas y conflictos hayan surgido en la Redacción sobre cuestiones profesionales. El Comité, en caso de urgencia, podrá solicitar reunión extraordinaria con la Dirección.

**Artículo 16.** Es competencia del Comité de Redacción convocar y presidir, delegando la presidencia en uno de sus miembros, las asambleas de la Redacción, salvo las de carácter sindical, y previo acuerdo con la Dirección. Es asimismo competencia del Comité de Redacción convocar, al término de su mandato, la elección del Comité que ha de sustituirle. La Redacción tendrá derecho al menos a una asamblea semestral. El Comité y la Dirección acordarán las medidas oportunas para evitar que las asambleas entorpezcan la normal marcha de los trabajos redaccionales.

**Artículo 17.** La Redacción elegirá anualmente entre los miembros de la misma con residencia habitual en Madrid y con una antigüedad no inferior a un año en la plantilla el Comité de Redacción, integrado

por cinco miembros, no siendo elegibles el director de la publicación, los subdirectores, los adjuntos a la Dirección y asimilados. Serán electores los definidos en el artículo 2 de este Estatuto. El censo será actualizado treinta días antes de cada elección. Los ausentes de Madrid podrán votar por correo, y los corresponsales residentes en el extranjero, delegar su voto en el otro elector. El Comité de Redacción designará de su seno un secretario.

**Artículo 18.** Para la validez de la elección se requiere que vote la mitad más uno del censo de la Redacción. De no llegar a esa participación, serán precisas nuevas convocatorias hasta que se alcance.

Para ser elegido, el candidato deberá obtener dos tercios de los votos emitidos y, de no alcanzarlos en primera votación, deberá realizarse una segunda, en la que bastará obtener para ser elegido la mayoría simple.

**Artículo 19.** Cualquiera de los vocales del Comité de Redacción podrá ser revocado por acuerdo de la mayoría de votos de la asamblea de Redacción, constituida con, al menos, la mitad más uno del censo de la misma y convocada a petición de, al menos, el 10% de dicho censo.

**Artículo 20.** Las candidaturas para la elección del Comité de Redacción serán individuales, y para ser válidas las papeletas de votación deberán incluir tantos nombres como puestos a cubrir.

**Artículo 21.** La sociedad editora y la Dirección proporcionarán al Comité de Redacción y a la asamblea las facilidades necesarias para el desempeño de su misión.

Los miembros del Comité no podrán ser sancionados o despedidos por sus actividades como representantes profesionales.

**Disposición transitoria.** El presente Estatuto, acordado de principio por al menos dos tercios de la Redacción, por la Dirección y por el Consejo de Administración de la sociedad editora, será sometido a la aprobación de la Junta General de Accionistas de esta última, sin perjuicio de lo establecido en los Estatutos de la sociedad en cuanto a la Junta de Fundadores.

**Disposición adicional.** El presente Estatuto tendrá un plazo de validez de un año, y se entenderá tácitamente prorrogado por nuevos periodos anuales si dentro de cada periodo no solicita su revisión la sociedad editora o la Redacción.

Si en la revisión no se llegara a acuerdo, se entenderá tácitamente prorrogado el presente Estatuto en los términos anteriormente establecidos.

## **ANEXO. DECLARACIONES DEL PRESIDENTE DE P.R.I.S.A. EN LA JUNTA GENERAL DE MARZO DE 1977**

"EL PAIS debe ser un periódico liberal, independiente, socialmente solidario, nacional, europeo y atento a la mutación que hoy se opera en la sociedad de Occidente".

"Liberal, a mi entender, quiere decir dos cosas fundamentales: el estar dispuesto a comprender y escuchar al prójimo, aunque piense de otro modo, y a no admitir que el fin justifica los medios. Liberal implica también en nuestro tiempo el reconocimiento de que la soberanía reside en el pueblo, es decir, en el conjunto de todos y cada uno de los ciudadanos, titulares de iguales derechos".



"Debemos, pues, defender la democracia pluralista, ejercida mediante el sufragio universal, como el procedimiento menos malo inventado hasta ahora para el ejercicio de esa soberanía. La aceptación de los derechos fundamentales de la persona humana y la denuncia de cualquier clase de totalitarismos es la consecuencia ineludible de esta postura".

"EL PAIS debe ser también un periódico independiente, que no pertenezca ni sea portavoz de ningún partido, asociación o grupo político, financiero o cultural, y aunque deba defender la necesidad de la libre empresa, y aunque su economía dependa del mercado publicitario, el periódico rechazará todo condicionamiento procedente de grupos económicos de presión".

"EL PAIS debe ser también un periódico socialmente solidario, ya que en el mundo actual, al menos en los países occidentales, toda sociedad interviene en el quehacer común. Por ello, deberá defender el desarrollo, perfeccionamiento y buena administración de la Seguridad Social y el reparto justo de la riqueza a través del juego acertado de los impuestos, sin que desaparezcan los incentivos de promoción individual. En este capítulo deberá también defender la seguridad ecológica, nacional y mundial, por ser un patrimonio vital para toda la humanidad; defenderá asimismo las virtudes cívicas, combatiendo todo cohecho, fraude, abuso o mal uso y luchará contra los monopolios privados o estatales. La solidaridad de todos los españoles frente a una ley es también tarea suya, para lo cual considera fundamental la independencia máxima del poder judicial".

"EL PAIS debe ser también un periódico nacional, y ello en tres sentidos: en primer lugar, en el sentido de que aspira a ser leído en toda España por la atención y calidad que preste a los temas que interesen a todos los españoles; en segundo lugar, en el sentido de que es preciso que todos los pueblos de España participen, desde su propia autonomía, en el quehacer nacional y, por último, nacional en el sentido de defender las virtudes del español y evitar la necesidad de una emigración forzosa de brazos y de cerebros".

"EL PAIS será así un periódico europeo, porque razones geográficas, culturales, históricas y económicas excluyen todo debate sobre una cuestión de hecho: la condición europea de España".

**ANEXO 5. Directrices de la Organization of News Ombudsman (ONO)**  
**- Organización de los Ombudsmen de la Prensa Escrita -**

**Los objetivos de un ombudsman de prensa escrita deben ser:**

- 1.- Perfeccionar la equidad, exactitud y responsabilidad del diario;
- 2.- Aumentar su credibilidad;
- 3.- Empeñarse para mejorar su calidad;
- 4.- Hacer al diario consciente de las preocupaciones y problemas de las comunidades a las cuales sirve.

**Los deberes del ombudsman deben incluir:**

- 1.- Funcionar como crítico interno;
- 2.- Representar a los lectores que tienen reclamaciones, sugerencias, cuestiones o quejas;
- 3.- Investigar todas las quejas y recomendar la corrección cuando fuere el caso;
- 4.- Alertar al director de redacción sobre todas las quejas;
- 5.- Hacer conferencias o escribir para el público sobre las líneas, las posturas y las actividades del periódico;
- 6.- Defender al periódico, públicamente o en particular cuando fuere el caso.

*Algunos de los medios de que dispone el ombudsman para llegar a sus objetivos y cumplir sus tareas incluyen:*

1. Una columna;
2. Memorandos internos;
3. Reuniones con los equipos;
4. Cuestionarios
5. Conferencias.

El ombudsman debe ser independiente y esa independencia debe ser real. El debe rendir cuentas solamente a la persona con la más alta autoridad dentro de la redacción.

- Aprobado por la Organización de Ombudsmen de la Prensa Escrita el 12 de mayo de 1982, en Washington, EUA.-

**ANEXO 6. Anteproyecto de ley que establece normas que garantizan el funcionamiento de radioemisoras y teledifusoras privadas**

CONGRESO NACIONAL

LEY N° .... QUE ESTABLECE NORMAS QUE GARANTIZAN EL FUNCIONAMIENTO DE RADIOEMISORAS Y TELEDIFUSORAS PRIVADAS.

EL CONGRESO DE LA NACION PARAGUAYA SANCIONA CON FUERZA DE

L E Y:

- Art. 1: Las radioemisoras y teledifusoras privadas instaladas en el territorio de la República gozan del derecho de emitir sus programas en la frecuencia y con la potencia que las hayan sido asignadas por la autoridad administrativa, siempre y cuando se hallen a la fecha en uso efectivo de las mismas.
- Art. 2: En tanto no se dicte la reglamentación general de la materia, las radioemisoras y teledifusoras actualmente en funcionamiento podrán renovar sus licencias con potencia de la que efectivamente usen, con una simple petición que será concedida, salvo impedimento legal, y la negativa será recurrible ante la justicia.
- Art. 3: Las actuales concesiones se mantienen hasta que se dicte la ley reguladora de la materia.
- Art. 4: Todo acto de la autoridad administrativa que por medios directos o indirectos pretenda disminuir la potencia asignada a las radioemisoras y teledifusoras y que éstas tengan en uso, será considerado como intento de clausura en los lugares del territorio nacional donde por tal motivo las señales de radio y televisión no pudieran llegar a los radioescuchas y televidentes, respectivamente.
- Art. 5: Toda imposición de autoridad administrativa que tenga por objeto transmitir señales y obligar a radioemisoras y teledifusoras a difundirlas, será ineficaz y, en consecuencia, de cumplimiento no obligatorio, salvo de emergencia nacional.
- Art. 6: Será responsable de hacer cumplir esta ley la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTELCO) dentro de sus facultades regladas.
- Art. 7: Quedan derogadas todas las disposiciones legales contrarias a esta ley.
- Art. 8: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN SALA DE SESIONES DE LA HONORABLE CAMARA DE SENADORES DE LA NACION, A LOS CUATRO DIAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO UN MIL NOVECIENTOS

NO VENTA Y TRES.

JULIO ROLANDO ELIZECHE  
Secretario Parlamentario

EVELIO FERNANDEZ AREVALOS  
Presidente H. Cámara de Senadores

## ANEXO 7. Cuestionarios utilizados para la realización de las entrevistas

### i. Asesor jurídico

1. ¿Qué implica la Ley de Réplica?
2. ¿Es frecuente su uso o no?
3. ¿Sirve o no?
4. ¿Necesita modificaciones?
5. ¿Su efectividad es rápida o no?
6. ¿Cuándo fue la última vez que fue aplicada en su diario?
7. ¿Qué opina sobre las leyes sobre comunicación que están siendo tratadas en el Parlamento.

### ii. Jefes de redacción y periodistas

1. A su criterio, ¿cómo se encuentra la prensa paraguaya actualmente?
2. ¿Cuál es la función característica de la prensa dentro de la sociedad paraguaya?
3. ¿Cómo define al público lector?
4. ¿Cómo es la relación con el director de la empresa periodística? ¿Cómo se canalizan las relaciones entre los empresarios-propietarios y los periodistas?
5. ¿Existen garantías o restricciones en el ejercicio de sus funciones?
6. ¿Qué garantías ofrecen al lector sobre las informaciones que proporcionan?
7. ¿Cuál es el procedimiento ante la constatación de un error publicado?
8. ¿Qué cree que es necesario para mejorar el nivel de la prensa? ¿Qué exigiría para que eso ocurra?
9. ¿Existe un manual de estilo en este diario? ¿Si es así, ¿lo consulta a menudo?
10. ¿Están los periodistas en condiciones de aceptar a un Defensor del Lector?

**Nota:** Para el jefe de redacción y los periodistas del diario *Hoy*, la última pregunta fue transformada a la siguiente: -"Haga una evaluación sobre las actividades de estos primeros cinco meses del defensor del lector"-

### iii. Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP)

1. ¿Qué papel cumple la prensa en la sociedad?
2. ¿Cómo ve a la prensa paraguaya actualmente?
3. ¿Qué relación mantiene el SPP con los empresarios/propietarios? ¿Se discuten solamente cuestiones gremiales o también cuestiones más relacionadas a la profesión en sí?
4. ¿Qué hace el SPP para promover la ética profesional entre sus asociados?
5. ¿Qué hace el sindicato para que exista una constante profesionalización de sus asociados?
6. ¿Qué opina usted como dirigente del SPP acerca de un defensor del lector para la prensa escrita?
7. ¿Están los periodistas en condiciones de aceptarlo?

8. ¿Están organizados los periodistas para tener un ombudsman dentro de la estructura de la empresa?.
9. ¿El SPP conoce lo que es un libro de estilo?.
10. ¿El SPP conoce una declaración de principios en los diarios?

iv. Empresarios/propietarios/directores

1. ¿Cuál es la función que debe cumplir la prensa en el Paraguay?.
2. A su criterio, ¿cómo definiría a su público lector?.
3. ¿Cómo encuentra a la prensa paraguaya actualmente?.
4. ¿A través de qué mecanismos garantiza la calidad de la información?.
5. ¿Qué cree usted que es importante implementar para que la prensa mejore su nivel?.
6. ¿Cómo es el diálogo que mantiene con los periodistas de su empresa? ¿A través de qué canales se efectúa y qué es lo que usualmente se discute?.
7. ¿De qué manera el público lector puede comunicarse con el diario en el caso de que haya sido afectado por una información errónea?.
8. ¿Existe una declaración explícita de principios en este diario?
9. ¿Qué piensa usted de un ombudsman dentro de la prensa paraguaya? ¿Aceptaría esta función en el diario que dirige?

**Nota:** Al director del diario *Hoy*, Hugo O. Aranda, se le hizo una pregunta más que transcribimos a continuación: -"¿Cuál es el motivo por el cual decidió aceptar un ombudsman dentro del diario *Hoy*?"-

## **ANEXO 8. Algunas pautas de ética periodística y estilo - Diario *Hoy***

1. Los rumores no son noticias.
2. En los casos en que el diario se haga eco de las denuncias contra el operar de personas o instituciones privadas o públicas, se debe verificar la pertinencia (es decir determinar si el acto imputado pertenece al ámbito de responsabilidad del denunciado), además de la veracidad de las mismas.
3. En situaciones pocos claras o contradictorias, escuchar y dar lugar a las partes.
4. Preferir la carencia de noticia a su publicación errónea o injustificada.
5. Dar la propia opinión en el respeto a la de los demás.
6. Al dar información, describir el hecho, sin comprometer un juicio de valor.
7. Los titulares de las noticias deben responder fielmente al contenido de la noticia.
8. Garantizar un uso honesto de las fuentes de información.
9. Mantener una separación tajante entre crónica informativa, opinión, investigación periodística y publicidad.

Nota: De alguna manera todo texto literario o visual (dibujo, fotografía, infografía) es una interpretación. La objetividad, como conocimiento de lo que es en sí, no está al alcance del conocimiento humano y por lo tanto de sus formas de lenguaje. El periódico busca, esencialmente, informar a sus lectores a partir de la propia interpretación de los hechos, a la luz de los valores y principios que defiende.

Dejando de lado el texto publicitario que, además de informar, busca suscitar la compra de un bien o servicio, es conveniente distinguir brevemente entre lo que entendemos por crónica periodística, opinión e investigación periodística. En esta aproximación al tema, la crónica consiste en dar cuenta del hecho, conducta, o, incluso, opinión que se narra, sin juicio valorativo alguno. El texto de opinión expresa un punto de vista valorativo sobre acontecimientos, conductas u opiniones. De un texto de investigación se pide una captación comprensiva de hechos observables, conductas u opiniones, que aclare relaciones de antecedente y consecuente, de causa y efecto, o la descripción de nuevos hechos o situaciones relacionados o ser investigados, dando origen a diferentes o más amplios contextos interpretativos.

10. Las columnas del periódico no están para que el redactor desahogue sus humores, por justificados que sean.
11. El periódico debe subsanar los errores de información, que puedan confundir al lector, cometidos en sus páginas, y hacerlo lo más rápidamente posible y sin tapujos.
12. Corrección de originales:

Cada redactor tiene la obligación de releer y corregir sus propios originales. La primera responsabilidad de las erratas y equivocaciones es del redactor. El corrector es el responsable final de las erratas publicadas en las páginas del diario. La responsabilidad del redactor y del corrector debe ser identificable en cada caso.

13. La aparición en otro periódico, antes que en el propio, de informaciones de importancia no es motivo para dejar de publicarlas o para negarles la valoración que merecen.
14. Si alguien supuestamente perjudicado por una información no ha sido localizado se usará la fórmula: "Este diario intentó ayer, sin éxito, conversar con Fulano de Tal para que ofreciera su versión", u otra equivalente. El hecho de no haber podido dar con él no nos autoriza a darlo por "ilocalizable".
15. Los defectos de dicción o de construcción idiomática de un entrevistado no deben ser reproducidos.
16. En el caso de entrevistas, el periodista podrá, si lo desea el entrevistado, facilitarle una copia de la transcripción antes de que sea publicada, de modo que éste tenga la oportunidad de corregir expresiones que hubieren sido mal transcritas.
17. Las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas están prohibidas.
18. Nunca deben utilizarse palabras o frases que resulten ofensivas para un colectivo. Por ejemplo, "ese es un indio", "lo engañó como un chino", "se comporta como un judío", "los militares..."
19. Fotos:
  - Tener cuidado con el uso de fotos de archivo con el fin de ilustrar temas de actualidad. Es necesario velar porque la inserción de ellas, al ser publicadas fuera del momento o circunstancia en que fueron tomadas, no dañen la imagen de las personas que aparezcan en ellas. En caso de hacerlo debe expresarse al pie la fecha y circunstancia en que fue tomada la foto.
  - Consignar en un lado de la foto, en forma visible, el nombre de su autor.
20. Publicidad:
  - La veracidad de avisos, esquelas, desapariciones debe ser comprobada.
  - La publicidad estará diferenciada de los textos de la redacción. Los anuncios cuyo diseño se asemeje a las columnas del diario, deberán ir presididos de la palabra "Publicidad".
  - Los textos del diario deben atraer al lector, y este hecho la publicidad, no al revés.

Asunción, 14 de junio de 1992