Situación del *ombudsman* en Brasil

Ombudsman's situation in Brazil

Marcelo Beraba (*Ombudsman* de *Folha de Sao Paulo*)

RESUMEN: En el siguiente texto, Marcelo Beraba da cuenta de las singularidades que definen su trabajo como *ombudsman* del diario brasileño *Folha de Sao Paulo*. En su exposición, Beraba ofrece un breve contexto de la situación de la prensa en su país, describe las formas de trabajo del *ombudsman* en *Folha de Sao Paulo* y anima finalmente a que la sociedad civil se dote de nuevos observatorios de medios. Con ellos comparte el común empeño de conseguir una prensa de calidad.

ABSTRACT: In the following text, Beraba accounts for the singularities which define his job as *ombudsman* of Brazilian newspaper *Folha de Sao Paulo*. In his presentation, Beraba offers a brief context of the press situation in his country, describes the ways in which *Folha de Sao Paulo's ombudsman* works and finally encourages the civil society to provide itself with new media observatories. With them he shares the common will of achieving quality press.

He preparado unos tópicos y hablaremos sobre la prensa brasileña, la situación del *ombudsman* de *Folha de Sao Paulo* y sobre la presión de la sociedad civil sobre la prensa en Brasil.

I. La Prensa Brasileña

Brasil tiene 529 diarios más o menos, la situación de negocio y el tamaño de los diarios de Brasil la podemos apreciar en la siguiente tabla (Ver tabla 1).

Los principales diarios de Brasil se pueden leer en la siguiente relación (Ver tabla 2).

Ésta es la situación de los diarios durante el año 2003. *Folha de Sao Paulo* tiene la aceptación más grande, luego sigue *O Globo* que es de Río, después está *O Estado de Sao Paulo* que hace competencia a *Folha de Sao Paulo*.

En 2001 ellos tenían la aceptación diaria más grande y ahora *Folha de Sao Paulo* ha crecido en el 2003 hasta llegar a 314.000 ejemplares. Esto muestra que hay una evolución en la circulación; en el año del 2003 la media de todos los diarios de Brasil ha tenido una quiebra de 7,2 en relación al año 2002, donde

---

Marcelo Beraba es *ombudsman* de *Folha de Sao Paulo* desde abril de 2004 y presidente de ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo). Ésta es la ponencia que presentó en el Congreso Anual "La autorregulación en los medios: el *ombudsman* como una alternativa viable", organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú), en Lima, los días 27 y 28 de octubre de 2004.

Tabla 1: Número de periódicos brasileños

Periodicidad	**2001**	**2002**	**2003**
Diaria	491	523	529
Semanal	937	1221	1405
Quincenal	249	377	395
Mensual	176	380	396
Bisemanal	93	113	125
Trisemanal	34	39	35
Otros		31	108
Total	**1.980**	**2.684**	**2.993**

Fuente: Relación cedida por la ANJ, ABRE, JOVE, ADJORI/SC, ADJORI/RS Midia Dados.

Tabla 2: La circulación de los principales diarios brasileños en 2003

Título	**Editora**	**Circulación (000)**	**Formato**
Folha de S. Paulo	Empresa Folha Da Manhä S.A	314.908	Standard
O Globo	Infoglobo Comunicaciones Ltda.	253.410	Standard
O Estado de S. Paulo	S/A O Estado de S.Paulo	242.755	Standard
Extra	Infoglobo Comunicaciones Ltda	228.728	Standard
O Dia	Editora O Dia SA	196.846	Standard
Correio do Povo	Editora Periodística Caldas Junior	181.560	Tabloide
Zero Hora	Zero Hora Editora Periodística	176.696	Tabloide
Diário Gáucho	Zero Hora Editora Periodística	119.221	Tabloide
Gazeta Mercantil	Editora J.B SA	103.095	Standard
Diário de S.Paulo	Infoglobo Comunicaciones Ltda	81.143	Standard

Fuente: Instituto Verificador de Circulación. ANJ Database.

hubo también una quiebra de 9,10, desde el 2001 viene sucediendo una caída de la circulación de los diarios brasileños (Ver tabla 3).

Tabla 3: Medida de la circulación diaria de los periódicos.

Año	Miles de ejemplares/dia	Variación %
1990	4.276	
1991	5.340	24,8
1992	5.621	5,26
1993	6.296	12,01
1994	5.896	-6,35
1995	6.551	11,1
1996	6.472	-1,21
1997	6.892	6,49
1998	7.163	3,93
1999	7.245	1,14
2000	7.883	8,81
2001	7.670	-2,70
2002	6.972	-9,10
2003	6.470	-7,2

La inversión publicitaria en los periódicos diarios se recuperó levemente en 2003 (Ver tabla 4).

Tabla 4: Inversión publicitaria en los principales diarios

	R $
Periódicos diarios - 2001	1.975.049
Periódicos diarios - 2002	1.918.818
Periódicos diarios - 2003	2.006.128

Fuente: Projetos Inter.-Meios

En la siguiente tabla podemos compararla con la inversión realizada en los otros medios, vemos que ocupa el segundo lugar después de la televisión que crece en detrimento de los periódicos (Ver tabla 5).

Sólo para tener un punto de comparación en lectoría. Estados Unidos, por ejemplo, tiene una media de 5.33 habitantes por ejemplar o sea una circulación bien fuerte, en Brasil tenemos 27.73 o sea la lectura de diarios es muy pequeña y yo creo que es la situación de todos los países de América del Sur. Es posible que Uruguay y Argentina tengan mejores cifras pero también hay una circulación muy baja de diarios, el consumo de periódicos de diarios es muy bajo. Son dos mundos diferentes (Ver tabla 6).

La prensa brasileña vive desde 1999 una crisis muy fuerte que provocó una pérdida de empleos muy grande, en las empresas de comunicación en general no solamente de los diarios, en la prensa escrita hay una deuda de más o menos 3 mil millones de reales que es más o menos 3 mil millones de soles, las dos monedas son más o menos iguales, son deudas grandes para la prensa brasileña. Es una deuda y una crisis que es el resultado de inversiones hechas durante la segunda mitad de los 90, los diarios estaban en un momento de crecimiento durante la década de los 80 y los primeros de la década del 90, imaginaban que iban en crecimiento sin límites y por eso hicieron inversiones en la parte gráfica, rotativas, edificaciones de nuevos edificios, nuevos negocios.

Tabla 5: Inversión publicitaria, por medios (%)

Año	Periódicos	Revistas	TV	Radio	Internet	Otros	Total
2001	21.2	10.6	57.3	4.7		6.2	100
2002	19.9	9.7	58.7	4.6		7.1	100
2003	18.1	9.4	59.1	4.5	1.5	7.4	100

Fuente: Projetos Inter.-Meios

Tabla 6: Periódicos por habitante

Brasil		
Población	**Periódicos diarios**	**Habitantes por periódico**
179.431.781	529	339.190,51
Población	**Circulación diaria**	**Habitantes por ejemplar**
179.431.781	6.470.000	27.73
Estados Unidos		
Población	**Periódicos diarios**	**Habitantes por periódico**
294.082.383	1456	201.979,66
Población	**Circulación diaria**	**Habitantes por ejemplar**
294.082.383	55.185.351	5.33

Fuentes: Población: Brasil-IBGE- 23.ago.2004 y EUA- Census Bureau- 23-ago.2004
Periódicos: Brasil-ANJ y EUA-NAA

En los años 1995, 1996 y 1997 empieza el *boom* de Internet y todos los diarios hacen inversiones grandes para tener portales y eso provocó una deuda muy grande. En 1999 el real tuvo una devaluación muy grande lo cual sumado al estancamiento de la economía brasileña y la caída de la renta per cápita hizo que la población se quedara en una crisis que jamás vimos en la prensa brasileña. En los 30 años que tengo de experiencia en la prensa jamás vi algo parecido a lo que vivimos hasta ahora. (Ver tabla 7).

II. Situación del *ombudsman* en *Folha de Sao Paulo*

Folha de Sao Paulo es un diario de la década de los años 20. A inicios de los 70 tuvo un cambio muy fuerte, el diario se unió a una campaña fuerte en Brasil por la elección directa de los presidentes de la república. En los años 80, con un gobierno militar, hubo un movimiento desde la sociedad, tuvieron lugar grandes acciones y se dio el primer movimiento de elección directa. *Folha de Sao Paulo* se junta a ese movimiento y

Tabla 7:

Una Crisis en el sector:
- 17 mil bajas y una deuda de R$ 10 billones
- Inversiones: en nuevos negocios, parques gráficos, nuevos edificios
Endeudamiento en dólares
- Crisis de enero de 1999, estancamiento económico y caída de la renta

logra ser el diario representativo del movimiento y empieza un cambio interno muy fuerte con los objetivos del diario.

Folha de Sao Paulo examinaba la creación del cargo desde 1986, motivado por el éxito de las experiencias del diario español *El País* y del norteamericano *The Washington Post.* En 1984 nace lo que llamamos un diario apartidario que no tiene relación con ningún partido, crea procedimientos con retos y en el mismo año lanza su primer Manual de Redacción o Manual de Estilo que tiene un capítulo sobre el país, sobre el papel de *Folha*, sobre ética, y sobre el funcionamiento interno de *Folha*. En setiembre de 1989 *Folha* tuvo su primer *ombudsman* y en 1991 creó una sección a la que se llamó "Erramos" en la que se publican todos los errores que el diario se pueda tener.

La página es A3 y tiene toda la información; antes los errores eran poco reconocidos, no había ningún espacio propio para la publicación y fue muy importante porque mostramos a los lectores que había una intención de reconocimiento, de corrección de los errores que estaban bien claros, bien transparentes y bien colocados y empezó también un programa fuerte de formación personal de los periodistas y un programa de calidad interno que es un programa de acompañamiento de los errores, de trabajo intenso junto con los responsables para buscar más calidad en el diario.

Las funciones de *ombudsman* de *Folha* son básicamente 3:

- Crítica Diaria
- Atención al Lector
- Publicación de una columna, los domingos

La primera es una crítica que hago todos los días, que es la critica interna. Leo *Folha de Sao Paulo* por la mañana bien temprano y la comparo con otros diarios importantes de Brasil como *O Globo*, los diarios de Sao Paulo y los diarios económicos y escribo todos los días dos páginas con críticas. La última que hice antes de viajar fue sobre la cobertura que *Folha* estaba haciendo sobre las elecciones en Estados Unidos, que estaba claramente atractiva, pero sin preocupación alguna. Imaginen que todos ellos quieran que Kerry venza, o que todos deseen que Bush venza, eso

no permitiría una cobertura equilibrada, ésa es, por ejemplo, la cobertura de la elección de Estados Unidos que tenemos en Sao Paulo este domingo y también ellos han dado una cobertura sin sentido.

La segunda función diaria es la función de servicio y atención a los lectores. La primera función me ocupa por ejemplo toda la mañana y ahí después en la tarde tengo un periodo de atención a los lectores. Algunos llaman al *ombudsman* por teléfono y la mayoría por *mail* o cartas y nosotros contestamos a todos, algunas contestaciones son un poco formales, recibimos, agradecemos pero muchas son contestadas con mucho cuidado y con mi opinión sobre el tema y con alguna forma de solución a las quejas o a la opinión del lector.

Hay una tercera función, redacto una columna que se publica los domingos, donde puedo escribir sobre cualquier tema. Escribo sobre dos o tres temas y casi siempre sobre temas que interesen al lector y con algún sentido crítico en otros aspectos de forma general. No es obligatorio que escriba sólo sobre *Folha de Sao Paulo*, escribo lo que quiero sobre los medios de comunicación en Brasil.

Tenemos autonomía, independencia, hasta ahora. Estoy desde abril en la función, no hay razón de interferencia, presión, o tensión en la relación. Tengo un contrato inicial de un año, voy a renovar un año más y después hasta el tercer año y al final del tercer año o del segundo o del primero hay una estabilidad de empleo de 6 meses, son las garantías de autonomía e independencia.

Trato de ejercer la crítica teniendo en cuenta las siguientes máximas:

- Crítica al trabajo, no a las personas
- Crítica a lo que fue publicado, no a las intenciones
- Crítica al trabajo periodístico, no a las opiniones.

Yo tengo una preocupación muy fuerte por hacer una crítica al trabajo periodístico y no a las personas, no hablo nunca al periodista tal, jamás; cuando cito a los periodistas, hablo de ellos. Hago una crítica objetiva sobre el trabajo, no sobre la persona. Tengo una preocupación muy fuerte también de criticar solamente lo que fue publicado, y no sobre la intención, o lo que quería.

Y una preocupación también de hacer una crítica al trabajo periodístico y no a las opiniones. Es posible que en algún momento yo hable sobre un columnista y pueda cuestionar a *Folha*, porque no se manifestó o dio opinión sobre tal tema, que es un tema polémico, importante, en el que los lectores tienen el derecho de saber qué se está pensando sobre esto, entonces hay un cuestionamiento.

Hasta ahora se demuestra que hay una preocupación en *Folha* por mantener y conservar la función del *ombudsman*. El cargo del *ombudsman* primero fue ejercido por Caio Tulio, de 1989 a 1991, después fue Mario Vitor (1991-93), después Junia Nogueira (1993-94), Marcelo Leite (1994-97), Mario Vitor una vez más (1997), después Renata Lo

Prete (1998-01), Bernardo Ajzenberg (2001-03). Hasta el segundo periodo de Mario Vitor, el *ombudsman* tenía un mandato de dos años, después hasta tres años. Hay una continuidad importante para la consolidación de una cultura interna en *Folha*.

En Brasil, cinco medios de comunicación tienen *ombudsman* junto con *Folha*:

1. *O Povo*, diario de Fortaleza/Ceará: Guálter George (www.opovo.com.br)
2. Jornal da Cidade, de Bauru (SP): Daniela Pereira Bochembuzo (www.jcnet.com.br)
3. Rádio Bandeirantes, de Sao Paulo: Maria Elisa Porchat (www.radiobandeirantes.com.br)
4. TV Cultura, de Sao Paulo: Osvaldo Martins (www.tvcultura.com.br)
5. Radiobrás: Emília Magalhães (www.radiobras.gov.br)

TV Cultura es una televisión estatal de Sao Paulo, del gobierno de Sao Paulo, y *Radiobrás* es una compañía de información del gobierno federal.

Estos son algunos números, los de la primera columna fueron mostrados por una encuesta, las siguientes dos columnas son las cartas recibidas por el diario para la publicación en la sección de Carta de Lectores (ver tabla 8).

Todos los *ombudsman* y los que me antecedieron también pensamos que *Folha* tiene un espacio muy pequeño para los lectores, para editar las cartas de los lectores, un espacio que son dos columnas diarias, que salen más o menos 7 u 8 cartas y yo creo que es muy poco, es más o menos el 10% de lo que recibe el diario y ampliarla sería una forma de mostrar a los lectores que *Folha* está mas abierta a los lectores.

La última columna son errores. *Folha* como dije no reconocía los errores, todos los diarios del Brasil en general reconocen poco los errores. Actualmente en *Folha* hay un reconocimiento de ellos; los que se incluyen son errores de información, no son errores de digitación, de gramática, de sintaxis, de nada más. Estos son muchos más pero no se lleva un registro de ellos.

Hay otra lucha que desde abril estoy intentando. En el levantamiento del primer semestre de 2004 percibí que *Folha* estaba teniendo un promedio de

Tabla 8:

2004	Atención *ombudsman*		Cartas recibidas		Cartas editadas		Errores	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Julio	570	18	2381	77	245	8	118	3.8
Agosto	588	19	2423	78	253	8	142	4,5
Set	622	21	2366	79	233	7,7	132	4,4

nueve días para publicar los errores de ese día, 8 casi 9 ó 10; o sea si se descubre hoy que alguien cometió un error, se demora casi 9 días para publicar y hacer la corrección.

Estamos en una campaña interna, yo como *ombudsman* sé que todos los días hay errores. El promedio de demora en la publicación de la corrección ha caído en el último trimestre -julio, agosto, setiembre- a más o menos 6 días, pero vamos a insistir porque yo pienso que es posible reconocer que hay errores, y hacerlo el mismo día. Hay quejas en las que es necesario hacer una investigación para saber si fueron errores o no, pero para la mayoría es posible que el diario reconozca inmediatamente los errores.

Errores de Información
Media de días de espera para la publicación:
1º Semestre de 2004: 8,86 días
Último trimestre (Jul, Ago, Set): 6,12 días

Los 3 temas principales que he tratado en mi columna dominical son: *Folha*, la prensa y las elecciones municipales.

Principales asuntos
- Crisis en la Prensa y en *Folha*
- Elecciones municipales
- Espacio para el lector
- Equilibrio en las coberturas
- Precisión
- Cobertura de violencia y criminalidad
- Anuncios. Redacción y comercialización
- Falta de sensibilidad

III. La presión de la sociedad civil sobre la prensa en Brasil

Es importante conocer la percepción que la sociedad civil tiene de la prensa en Brasil. Hay una presión muy fuerte de la sociedad para que la prensa sea mejor; los ciudadanos demandan una mejoría desde los diarios.

En cuanto a la presión, yo distingo dos formas: la ilegítima y la legítima. La presión que considero ilegítima es la presión de todos los gobiernos, que los hay todos los años en todos los países, los ejecutivos, legislativos, y el judicial contra los medios.

Pero hay una presión que es legítima, y necesaria en la sociedad, yo distingo claramente la presión de la sociedad en tres puntos claros: por calidad de información, por equilibrio y por una pluralidad de temas, de enfoques, de análisis, de opinión. Hay una presión bien enfocada en esos puntos para que los diarios sean más sensibles, plurales, y equilibrados, con información de calidad.

Copyright of Revista de Comunicacion is the property of Revista de Comunicacion-Universidad de Piura. The copyright in an individual article may be maintained by the author in certain cases. Content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.