

Réquiem por un ombudsman: el defensor del lector en Milenio Jalisco

BERNARDO MASINI AGUILERA

EL OMBUDSMAN: FIGURA POCO SOCORRIDA EN MÉXICO

Durante más de 13 años el periódico que apareció en la escena jalisciense como el sucesor de *Siglo 21* contó con un rasgo que lo distinguió del resto de sus competidores regionales. El proyecto editorial que nació bajo el nombre de *Público*, y que hoy corresponde a la versión local del Grupo Milenio, tuvo un defensor del lector hasta el 30 de junio de 2013. Se trató de una práctica pionera en todo el ecosistema mediático del estado, que en general fue bien acogida tanto por los lectores como por los miembros de la redacción del diario. Tanto así que en sus primeros años hacía suponer que podría ser retomada por más medios, tanto locales como nacionales. Lo cierto es que hasta la fecha ningún otro periódico jalisciense ha recogido la figura del defensor del lector, y apenas en 2008 hubo un intento de parte de la Universidad de Guadalajara por ofrecer a sus audiencias una defensoría para todo su entramado mediático en la persona de Enrique Sánchez Ruiz. El proyecto no resistió la dinámica interna en el turbulento rectorado de Carlos Briseño, y fracasó en cuestión de semanas.

Como cualquier otro actor social, los medios son propensos a cometer errores que repercuten en su credibilidad y su prestigio. La mayoría de ellos intenta minimizar-

los o dispersar su impacto potencial. Otros los reconocen e intentan rectificarlos. Pero hasta hoy han sido pocos, muy pocos, los que han explicitado en sus páginas que no hay libertades absolutas, y que eso incluye a la libertad de expresión (Herrera Damas, 2006). En atención a ello, como instrumento de autocontrol crítico aparecieron los primeros defensores de los lectores en los diarios mexicanos. La idea del enorme poder simbólico de los medios de comunicación en cuanto eslabones entre los distintos grupos sociales, sus representantes, sus personajes-noticia y sus respectivas nociones de la realidad preexiste al famoso informe McBride que publicara la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) en 1980. La glosa que se hiciera de este documento en las universidades de todo el mundo arrojó luz respecto a un hecho menos evidente que el poder de los medios: estos no suelen ser vigilados por instancias que regulen su profesionalismo y sus criterios deontológicos.

Suele señalarse la ciudad de Louisville, Kentucky, como el lugar que vio nacer a los modernos defensores de los lectores. Dos periódicos de dicha localidad estadounidense —*The New Year Journal* y el *Courier Journal*— designaron en 1967 a John Herchenroeder como un ombudsman compartido entrabos. En el caso de México el primer diario en instituir la figura fue *El Economista* en 1993. Tras este lo harían muy pocos más: *Unomásuno*, *La Crónica de Hoy* y *Milenio* en la ciudad de México, así como *Público* (hoy *Milenio Jalisco*) en Guadalajara, *Pulso* de San Luis Potosí, *Síntesis* de Puebla, *Tabasco Hoy* en Villahermosa y *Noroeste* en Culiacán (Núñez Bustillos, 2012: 195-196). El panorama es poco alentador a inteligencia de que *Unomásuno* ya desapareció, y los dos periódicos del Grupo

CUADRO 3.1 DEFENSORES DEL LECTOR EN PÚBLICO-MILENIO JALISCO (2000-2013)

Periodo	Defensor del lector
Enero de 2000 a enero de 2002	Francisco Núñez de la Peña
Febrero de 2002 a enero de 2004	Carlos Enrique Orozco Martínez
Febrero de 2004 a enero de 2006	Mara Robles Villaseñor
Febrero de 2006 a abril de 2008	Augusto Chacón Benavides
Mayo de 2008 a mayo de 2011	Juan Carlos Núñez Bustillos
Junio de 2011 a junio de 2012	María Elena Hernández Ramírez
Junio de 2012 a junio de 2013	Jorge del Pozo Marx

Milenio que tenían un defensor decidieron prescindir de él en momentos distintos. En medio de los no menos de 300 diarios que circulan en el país, este pequeño grupo de excepciones no permite decir que la figura del defensor del lector haya llegado para quedarse en las rotativas mexicanas. Antes bien su aparición en los noventa se explica en función de la socorrida autorregulación a la que tanto apelaron los medios desde entonces como argumento para evitar la aprobación de leyes que dotaran al estado de mecanismos de control de la calidad informativa. En ese contexto los directivos de *Público* determinaron en 1999 crear la figura del ombudsman: una persona calificada, aunque ajena al diario, que recibía de este la encomienda de velar por la calidad de sus contenidos en función de las necesidades de los lectores (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: 4). El primer ombudsman —o defensor del lector— fue Francisco Núñez de la Peña, y comenzó su labor en enero de 2000. El último fue Jorge del Pozo Marx, quien ejerció la función hasta junio de 2013. La relación histórica de los defensores del lector de *Público-Milenio Jalisco* se detalla en el cuadro 3.1.

EL ANTECEDENTE EN SIGLO 21

Juan Carlos Núñez Bustillos, periodista, académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y uno de los siete defensores que tuvo el diario, refiere un antecedente significativo que favoreció la instalación de esta figura en *Público*. Buena parte del equipo de redacción del nuevo periódico había colaborado en *Siglo 21*, proyecto que paradójicamente no llegó a la centuria que le daba nombre. Núñez Bustillos recuerda el papel innovador que desempeñó Juan Pablo Rosell, quien todas las mañanas revisaba los contenidos del diario, sección por sección; nota por nota. Rosell había llegado a Guadalajara en 1968 para colaborar en la Agencia Mexicana de Noticias e impartir clases tanto en el Instituto Pío XII (hoy Universidad del Valle de Atemajac, Univa), como en el ITESO. *Siglo 21* lo invitó a trabajar en la elaboración de su libro de estilo junto a Jorge Zepeda Patterson y Alejandro Ochoa. Al tiempo que realizaba este proyecto recibió la encomienda de “fiscalizar en buena lid” los contenidos del periódico. A media mañana enviaba a la redacción un ejemplar de la edición del día, marcado no solo con las erratas que había encontrado sino también con señalamientos sobre los aciertos y las buenas prácticas de los reporteros. Juan Carlos Núñez, que entonces comenzaba su carrera periodística, recuerda la expectación con que él y sus compañeros recibían el ejemplar “garabateado por Juan Pablo”, y cómo sus observaciones daban pie a comentarios de todos en la sala de redacción.

La labor de Rosell en *Siglo 21* no fue propiamente la de un defensor del lector, pero el espíritu con que la institu-

ción se sometía al escrutinio de un perito fue la semilla que permitió formalizar la figura unos años después. La esposa de Rosell, Cristina Romo Gil, recuerda que Juan Pablo impartía clínicas para los miembros del periódico una vez al mes. Asimismo, con frecuencia era consultado vía telefónica por alguno de los editores, si bien no contaba con una columna para referir sus reflexiones como ocurriría con los defensores en los años siguientes. Rosell, según Cristina, “más que un ombudsman era un orientador del trabajo de los periodistas”. De hecho las prácticas que llevaba a cabo con formalidad relativa se convirtieron en atribuciones del ombudsman de *Público* cuando se elaboró el estatuto correspondiente.

LOS PRIMEROS AÑOS

El cariz emprendedor y los esfuerzos por replicar buenas prácticas periodísticas de otros lugares del mundo caracterizaron a *Público* en sus primeros años. Incluso su nombre aludía a los destinatarios, razón ulterior de cualquier medio de comunicación. En esa lógica el proyecto que entonces encabezaba Diego Petersen invitó a Francisco Núñez de la Peña a colaborar como el primer defensor del lector propiamente dicho en la historia de la prensa jalisciense. Sus colaboraciones aparecieron en las páginas del diario a partir de enero de 2000. Fueron años de hacer camino al andar, como dice el poema de Machado. Núñez reconoce que para desempeñar su puesto consultaba revistas sobre periodismo y comunicación; estaba atento tanto a los correos electrónicos que recibía como a las quejas que leía en el correo del lector y mantenía contacto sistemático con

el director editorial. A su juicio esta práctica permitió al nuevo periódico diferenciarse del resto de los de la plaza, lo que repercutió en una pronta reputación favorable.¹ El acuerdo entre el ombudsman y la dirección había sido por un periodo de dos años. En ese mismo lapso se formalizó la absorción de *Público* por el grupo regiomontano *Milenio*, de manera que las rutinas productivas de la institución hubieron de empalmarse paulatinamente con las del resto del consorcio. Ello no afectó la dinámica de trabajo del ombudsman en aquellos días. Antes bien *Milenio Diario* —el nuevo hermano capitalino de *Público*— experimentó durante un tiempo la incorporación de la figura: invitó a Luis Petersen a ser el primero de dos defensores que tuvieron sus lectores en un esfuerzo que no prosperó.²

En enero de 2002 concluyó el periodo de Francisco Núñez y fue necesario formalizar su relevo. El diario aprovechó la ocasión para dar a conocer el “Estatuto del ombudsman de *Público*”, que apareció en la página 4 de su edición del 6 de enero. Al institucionalizar la figura, la dirección afirmó que en lo sucesivo “seremos un mejor periódico porque estaremos más cerca de los intereses de los lectores.” El planteamiento coincidió con las reflexiones de Javier Darío Restrepo, periodista colombiano especialista en el estudio de la figura del defensor del lector, quien compara este rol con el departamento de calidad que suelen tener las fábricas, o cualquier otro tipo

1. Testimonio de Francisco Núñez de la Peña, recabado el 22 de enero de 2014.
2. El defensor del lector en la versión capitalina de *Milenio* no logró la “autonomía de origen” que disfrutó su contraparte tapatía. Luis Petersen no solo era hermano del director de *Público* sino que dirigía *El Diario de Monterrey*, del mismo consorcio. En tal situación defendía a los lectores de un periódico y de una ciudad que no correspondían a su quehacer cotidiano.

de empresa (Llamas Sánchez, 2008: 11). A decir del autor de *Ética para periodistas*, el ombudsman no solo defiende al lector sino que al hacerlo defiende también la credibilidad del medio. En ese sentido da lugar a una relación de ganar-ganar entre el periódico y sus destinatarios. El estatuto de *Público* lo describió sin menoscabos: “Es la voz de los lectores y un vínculo entre estos y la redacción del diario” (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 3). Por esa razón, y en atención a su necesaria neutralidad, se establecieron candados para impedir que ejercieran el cargo funcionarios públicos, miembros de partidos políticos o personas ligadas a instituciones que fueran una fuente cotidiana del periódico (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 15). También se formalizó el espacio del que dispondría semanalmente el defensor para desahogar las quejas de los lectores y exponer sus reflexiones sobre el quehacer del diario, como de hecho ya lo hacía Núñez de la Peña.

Tal fue el escenario en que Carlos Enrique Orozco Martínez, periodista-divulgador científico y académico del ITESO, fue elegido como nuevo ombudsman. El estatuto dispuso para el cargo periodos de un año con la posibilidad de ratificación por un año más. Fue el caso de Orozco, quien se desempeñó hasta enero de 2004. Al recordar su experiencia refirió la buena relación que mantuvo con Diego Petersen y el papel clave que desempeñaba entonces José Soto, editor del correo del lector, quien atendía puntualmente las solicitudes del defensor. Carlos Enrique señaló que la dirección local del diario hacía lo que estaba a su alcance para favorecer su trabajo. No obstante, la operación del consorcio desde Monterrey o el Distrito Federal tenía repercusiones cada vez mayores para el hermano

tapatío, y los miembros de sendas redacciones desestimaban la figura del ombudsman de *Público*. Cuando las quejas de los lectores tenían que ver con secciones o notas que no se editaban en Guadalajara, Orozco las canalizaba al responsable en la ciudad correspondiente. Sin embargo, era común que no hubiera respuesta.

Cuando sí la hubo, y muy fuerte, fue a propósito de algunos cambios que sufrió el diseño del diario para homologarse con el resto de los del consorcio. Orozco recibió una copiosa cantidad de correos de los lectores, quienes manifestaban su (dis)gusto por la nueva imagen de *Público*. Abordó el tema en su columna y ello dio pie a una reacción exacerbada de Federico Arreola, entonces vicepresidente del Grupo Multimedios, al que se adscribe el Grupo Milenio. Primero por vía telefónica y luego en persona, pues Arreola visitó Guadalajara por esas fechas, el directivo reclamó al ombudsman que estaba haciendo daño al periódico con esa columna. Diego Petersen intentó defender al defensor y amortiguar el enfado de Arreola, quien llegó a exigir la renuncia de Orozco.³ Tuvo que ser el tiempo el que calmara los ánimos del directivo, cuya volubilidad de carácter y sus apuestas políticas lo marginaron de la institución en la coyuntura electoral de 2006. Por su parte, Carlos Enrique Orozco tuvo una segunda experiencia como defensor de la audiencia de Notimex entre 2010 y 2012, cuando la agencia de noticias del estado mexicano intentó establecer dicha figura.

El 16 de febrero de 2003, a propósito de su primer año en el cargo, Orozco Martínez hizo una recuperación reflexiva

3. Testimonio de Carlos Enrique Orozco Martínez, recabado el 4 de febrero de 2014.

de su labor. Se percató de que las palabras más mencionadas en su columna, aparte del nombre del diario y la propia palabra “defensor”, habían sido “lectores”, “credibilidad” y “errores”. No fue difícil atar cabos semánticos para entender el sentido de un año de trabajo. El reto de *Público* en aras de sostener su credibilidad frente a los lectores era reducir los errores que cometían sus periodistas. 13 de las 51 columnas del defensor habían tenido por objeto las fallas del diario. A su vez se percató del interés del mismo por establecer criterios rigurosos de ética periodística, como presentar puntos de vista complementarios —u opuestos— sobre algún hecho noticioso. Celebró que todo aquel que había exigido su derecho de réplica a lo largo de ese año lo había recibido puntualmente a través del correo del lector (Orozco Martínez, 2003: 3). Estos indicadores daban cuenta del genuino interés de la institución por ofrecer un mejor producto a partir de la retroalimentación y de la autocrítica.

AÑOS DE CONSOLIDACIÓN

Con la llegada de Mara Robles Villaseñor al cargo de defensora, en febrero de 2004, podría decirse que la figura entró en una etapa de consolidación. Se había realizado el primer relevo apegado al estatuto aprobado un par de años antes, que arrojó el nombramiento de la primera mujer que veló por los intereses de los lectores en las páginas de *Público*. El perfil de Robles era idóneo para realizar la función. Académica e investigadora de la Universidad de Guadalajara (dirigía el Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo); contaba también con trayectoria periodística: tenía una columna semanal en el periódico y había

conducido noticieros en Radio Universidad. Aunado a ello en 2000 había sido candidata a la alcaldía de Guadalajara por el Partido del Trabajo, por lo que se trataba de un personaje de renombre en la comunidad.

Los análisis del ombudsman, el desahogo de los casos que planteaban los lectores y las sugerencias a que daban lugar se habían vuelto habituales en las páginas del diario. En el ambiente periodístico local, tanto como en las escuelas de comunicación, se señalaba su presencia como uno de los rasgos distintivos de *Público-Milenio* al compararse con el resto de los medios jaliscienses. Muchos lectores la mencionaban entre las razones por las que elegían ese periódico por sobre los demás. Sin la demagogia que a veces acompaña a las líneas telefónicas abiertas, o a las telencuestas de los medios electrónicos, la defensoría daba estatura y capacidad de propuesta a los lectores, quienes a su vez mantenían cierto sentido de pertenencia o de identidad con su periódico. Al respecto señala Augusto Chacón, defensor del lector entre febrero de 2006 y abril de 2008, que en su gestión intentó ser un intermediario entre quienes hacían el periódico y sus destinatarios; algo más que un corrector público de erratas:

Yo traté, con mi trabajo, de poner las quejas hacia el defensor en un plano diferente al de las erratas y las faltas de ortografía. Quise estar atento a las faltas de rigor, a las notas tendenciosas, o simplemente al periodismo indolente que no pone por delante su relación con quien lee. Además toqué todas las secciones del diario. En ese sentido quise ser un puente para dialogar con la redacción y con los periodistas, un puente que evidenciara cierto código para entender lo que se escribía y sus posibles

lecturas. No tuve mucha respuesta. Los lectores que se comunicaban, la gran mayoría, tendían a lo mismo: los errores de manufactura.⁴

El testimonio de Chacón arroja luz sobre otro elemento importante para evaluar la función del ombudsman: la alfabetización de los lectores en su calidad de beneficiarios de la figura. Quizá *Público-Milenio* había instalado una práctica tan innovadora que sus destinatarios no estuvieron prestos a aprovecharla. Aún así, y en el entendido de que una de las funciones sociales del periodismo es coadyuvar al consumo crítico de información en el seno de una comunidad, la existencia del defensor del lector era un aporte valioso para todo el ecosistema mediático jalisciense. Quienes frecuentaban las páginas del diario se familiarizaban con su rol, así fuera de manera paulatina. A seis años de haber concluido su gestión, Augusto Chacón se dice sorprendido porque hasta la fecha hay quienes lo reconocen en otros espacios y le hacen saber que leían su columna, aun cuando nunca le hubieran remitido una queja. Los lectores se habituaban a la presencia del ombudsman; pero no ocurría lo mismo con los directivos ni con los editores, tanto en Monterrey como en la ciudad de México. En ese sentido la experiencia de Chacón coincidió con la de Carlos Enrique Orozco: las sugerencias que se remitían desde Guadalajara eran veladamente ignoradas por los colegas y los directivos de las otras ciudades. Fueran del defensor del lector, del director del diario o de

4. Testimonio de Augusto Chacón Benavides, recabado el 9 de febrero de 2014.

los editores tapatíos, solían tener por respuesta el mismo desdén.

En cuanto a las rutinas productivas al interior de la redacción, con el paso de los años perdieron rigor. El estatuto del ombudsman concede a este la atribución de asistir a las reuniones de los consejos editoriales, cosa que Augusto Chacón intentó hacer en la medida de sus posibilidades. Pero señala que en un punto de su gestión esas asambleas dejaron de celebrarse con regularidad. El dato es síntoma de cierta flexibilización de los procesos que eventualmente repercutirían en la calidad de los contenidos informativos. Ello podría explicarse, por una parte, en el hecho de que cada vez más decisiones se tomaban directamente en Monterrey o en la capital del país. Otra explicación posible estriba en la dificultad que padece cualquier institución de mediano o gran tamaño para consolidar sus prácticas, así como la calidad de las mismas.

Tal era el escenario en abril de 2008, cuando Juan Carlos Núñez asumió la defensoría del lector. Lo respaldaban su trayectoria periodística y su trabajo tanto en la gestión académica como en las aulas del ITESO. Había hecho estudios de posgrado en la Escuela de Periodismo que sostienen el diario *El País* y la Universidad Autónoma de Madrid, donde se familiarizó con el sentido del defensor del lector, así como con sus funciones potenciales. *El País* había instituido la figura desde 1985, cuando designó a Ismael López Muñoz para ocupar el cargo. Estableció los periodos de dos años que luego sirvieron de ejemplo para *Público* en Guadalajara. La estadía de Núñez en Madrid coincidió con el segundo periodo de Jesús de la Serna como ombudsman en el diario insignia del *Grupo Prisa*. Recuerda la enorme autoridad moral que tenía el defensor entre

quienes elaboraban el periódico español, ya reporteros, editores o directores. Era un personaje muy respetado por su trayectoria y su sapiencia, que contaba con una oficina en las instalaciones del diario.

Con las referencias del trabajo de Juan Pablo Rosell y de Jesús de la Serna, Juan Carlos Núñez intentó abrir “espacios de aprendizaje para todos los involucrados” en la creación y la circulación del periódico.⁵ Le resultaba estimulante la posibilidad de dialogar con los miembros de la redacción tanto como con los lectores que le hacían llegar sus comentarios. En esa lógica el periodismo no era cosa exclusiva de los periodistas: si un reportero cometía una imprecisión respecto a un tema astronómico y un lector la señalaba, Juan Carlos buscaba a un especialista en la materia. Para cuestiones de gramática consultaba con frecuencia al propio Rosell o a su esposa Cristina. La selección de las fotografías que publicaba el diario, la cobertura de algunos hechos noticiosos y sus implicaciones éticas eran reflexiones frecuentes en el espacio dominical del defensor, tal y como hicieran sus predecesores y sus sucesores. La columna con que se despidió del cargo fue un interesante compendio de datos razonados sobre su función. Refirió 330 casos atendidos y cerrados, 270 de los cuales fueron aludidos en su columna. En estos últimos concedió la razón al lector en 165 ocasiones (Núñez Bustillos, 2011: 3).

Un aspecto que restó institucionalidad a la figura ocurrió en la primavera de 2010, cuando se cumplió el ciclo consabido de dos años. La dirección del diario ralentizó el

5. Testimonio de Juan Carlos Núñez Bustillos, recabado el 29 de enero de 2014.

proceso de relevo sin mayor explicación, de manera que Juan Carlos fue el único ombudsman que permaneció en el cargo por tres años, hasta mayo de 2011.

EL DECLIVE

María Elena Hernández Ramírez, académica de la Universidad de Guadalajara y una de las voces más experimentadas en estudios sobre periodismo en la región, asumió la defensoría a partir del primer domingo de junio de 2011. En sus propios términos planteó que quiso ponerse a prueba: intentó aplicar su capacidad de análisis y su acervo teórico sobre los procesos de elaboración de la información en un espacio clave, un gozne entre los directivos, los periodistas y los lectores de la prensa escrita.⁶ María Elena encontró en la redacción de *Milenio Jalisco* un equipo de personas honestas, que respondían sus solicitudes con buena disposición y conciencia de sus propias limitaciones. También percibió una fuerte dosis de frustración por lo que ellos señalaban como la imposibilidad de revertir algunos problemas recurrentes: el personal del diario se había recortado drásticamente en los últimos años, y la lógica multiplataforma de la información multiplicaba el trabajo de quienes permanecían en la institución. Al exigir a los periodistas que sus notas se registraran por escrito, como cápsulas para radio o televisión, e incluso como mensajes de Twitter, se hacía difícil para ellos mantener el nivel de calidad en sus textos. Las erratas, las imprecisiones y las

6. Testimonio de María Elena Hernández Ramírez, recabado el 24 de febrero de 2014.

faltas de ortografía se volvieron más frecuentes en las páginas del periódico.

Un aspecto que llamó la atención de la nueva defensora fue la dificultad de los lectores para asimilar el nombre de *Milenio Jalisco*. Con una frecuencia mayor a la comprensible, quienes le escribían correos se referían al diario como *Público*. Una explicación romántica sugeriría cierta fidelidad de los lectores al proyecto original del diario, previo a su absorción por el consorcio regiomontano. Otra teoría, más pragmática, supondría que se trataba de mera inercia. En cualquier caso el dato era prenda de las dificultades que tenía *Milenio* para mantener el grado de satisfacción que sus lectores reportaban en años anteriores. Los mensajes a la defensora también menguaron, y no necesariamente porque el diario estuviera cometiendo menos errores en su redacción. Antes bien parecía que la práctica atravesaba una época de apatía que había contagiado a los lectores.

La institucionalidad del proyecto periodístico del consorcio en lo general, y de la figura del ombudsman en particular, podía medirse a través de otros indicadores no tan ligados a la práctica profesional. Un ejemplo de ello era la regularidad de las remuneraciones para los colaboradores externos del diario, defensor del lector incluido. Al respecto el estatuto había establecido en su numeral 4 que: “El defensor del lector procede a realizar sus funciones con independencia de las autoridades del periódico. Para asegurar su independencia de criterio se le remunera su trabajo, pero no es parte de la nómina del periódico y tampoco es su principal actividad profesional” (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 4).

Con apego al estatuto todos los defensores que tuvieron los lectores de *Público* o de *Milenio Jalisco* cumplieron

con este requisito en su perfil, y ciertamente fueron remunerados. Ninguno de ellos era parte de la nómina regular. Antes bien, tenían su principal fuente de ingresos en otras actividades, primordialmente académicas. Pero la mayoría de los defensores reconocieron —a pregunta expresa— que recibían sus pagos con retrasos que a veces se prolongaban durante meses, situación que compartieron con varios columnistas y colaboradores externos. María Elena Hernández aprovechó el hecho de no manejar recibos de honorarios para proponer una práctica que podía reafirmar la autonomía del defensor: pedir pagos en especie en vez de efectivo. La dirección de *Milenio Jalisco* aceptó la propuesta, por lo que a partir de 2011 la remuneración al ombudsman se hacía a través de cortesías, vales de descuento en librerías, en restaurantes y similares. También fue la primera defensora que prefirió no ser ratificada al cabo de un año en el puesto. Por esa razón se abrió un nuevo proceso de relevo en junio de 2012.

Jorge del Pozo Marx, quien ya colaboraba con una columna en las páginas del diario, asumió el reto de velar por los intereses de los lectores. También con experiencia docente de varios años en la Univa, así como en la Universidad Enrique Díaz de León y el Centro Brandhome, Del Pozo recibió su nombramiento por un año sin posibilidad de ratificación. Fue una “decisión corporativa”, como aclaró en su última colaboración el 30 de junio de 2013 (Del Pozo Marx, 2013: 3). A lo largo de los 12 meses en que ejerció la función sintió un respeto total a su trabajo de parte de Jaime Barrera, director de la versión jalisciense de *Milenio*. Sin embargo, coincidió con sus antecesores en el sentido de que las redacciones de Monterrey y la ciudad de México desestimaban —cuando no ignoraban

veladamente— sus intentos por establecer comunicación.⁷ Llegado el momento del relevo, y ante la indefinición de las oficinas centrales del consorcio en la capital, Jorge del Pozo manifestó a Jaime Barrera su disponibilidad para continuar con la defensoría, incluso sin pago de por medio, pues disfrutaba la tarea y le parecía un ejercicio valioso que no podía clausurarse sin más. No obstante, la resolución sobre esa oferta también debía tomarse en la ciudad de México. Al respecto no ha habido una respuesta formal hasta la fecha.

CONSIDERACIONES FINALES

A decir del último ombudsman de *Milenio Jalisco*, la pérdida de esta figura fue un golpe sensible a la relación del diario con sus lectores. El consorcio había dejado ir uno de los rasgos que lo distinguían del resto de los medios en el país. Para no pocos tapatíos su presencia era determinante al optar por alguna de las alternativas de la prensa escrita local. Lo cierto es que haría falta un estudio más sistemático sobre el impacto real del trabajo del defensor del lector en los años en que existió. Por principio, para dimensionar su incidencia, debe recordarse que a lo sumo podía hacer recomendaciones a los reporteros, los editores y los directivos. Nadie tenía la obligación de acatar sus señalamientos. También es cierto que su desaparición coincide con la que José Luis Camacho denomina la crisis de las defensorías, si bien este académico de la UNAM las circunscribe a los medios públicos (Camacho, 2011: 16–18).

7. Testimonio de Jorge del Pozo Marx, recabado el 4 de febrero de 2014.

La paulatina incorporación de *Público* al consorcio regiomontano *Milenio* dio lugar a un irreversible proceso de despersonalización de las prácticas periodísticas. El fenómeno tuvo consecuencias que no se limitaron a las rutinas productivas en el seno de la redacción. Antes bien, enfriaron la relación con los lectores en la medida en que los contenidos —al uniformarse con los de otras ciudades— devinieron más planos y menos evocadores. Ese problema era materia del defensor del lector, aunque quienes abordaron el asunto encontraron oídos sordos en la dirección general del consorcio. Por lo anterior puede concluirse que el “Estatuto del *ombudsman* de *Público*” no tuvo efecto en *Milenio Jalisco*. Si el defensor era “la voz de los lectores y un vínculo entre estos y la dirección del diario”, entonces los lectores se quedaron mudos y sin posibilidades de interlocución con quienes toman las decisiones sobre lo que leen. El caso es lamentable toda vez que la aparición de un defensor de las audiencias en la estación de radio Noticias MVS invitaba a pensar que los medios privados empezaban a sensibilizarse respecto a esta figura. Antes bien, parece que solo algunos medios públicos están dispuestos a ampliar la retroalimentación con sus audiencias. Corresponde a estas demandar la presencia de un *ombudsman* en todos los medios que frecuentan, sean públicos o privados. De lo contrario las defensorías en México habrían sido un concepto más que una práctica; una moda que los ciudadanos habríamos dejado pasar, para conveniencia de empresas mediáticas mediocres y sin compromiso con la calidad de la información.