



**LAS DEFENSORÍAS DE LAS AUDIENCIAS EN AMÉRICA LATINA: HACIA UN
DIÁLOGO CRÍTICO Y CONSTRUCTIVO ENTRE MEDIOS Y PÚBLICOS.**

Gt18: Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación

Mg. Flavia Verónica Pauwels
Universidad de Buenos Aires y Defensoría del Público
de Servicios de Comunicación Audiovisual
Argentina
flaviapauwels@hotmail.com

Breve Currículum Vitae

Flavia V. Pauwels es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Especialista en Planificación y Gestión del Periodismo y Magíster en Periodismo, títulos obtenidos en la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Desde 2001 ejerce la docencia universitaria y se ha especializado en la investigación de temas vinculados con la ética periodística. En su Tesis de Maestría estudió en profundidad la figura del Ombudsman o Defensor de las Audiencias en los medios de comunicación. Tal investigación mereció la calificación de “sobresaliente, con mención especial y recomendación de publicación” (UBA, 2012).

Ha participado como expositora, moderadora y asistente en diversos congresos realizados en Dinamarca, Estados Unidos, Ecuador, Brasil y Argentina referidos a la temática de las Defensorías de las Audiencias.



Desde marzo de 2013 está a cargo de las Relaciones Internacionales de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina.

Tema Central

Los Modelos de Defensorías de las Audiencias vigentes en los medios de comunicación audiovisuales de América Latina en 2014.

Enfoque

El artículo parte de la base de la propia Tesis de Maestría de la autora, donde estudió en profundidad la historia, normativa, rutinas profesionales y estrategias discursivas que implementan las Defensorías de las Audiencias, tanto en Argentina como en el resto del mundo.

La ponencia pretende identificar cuál es el estado de la cuestión a comienzos de 2014 y propone una clasificación de los distintos modelos de Defensorías vigentes en América Latina, en función de la existencia o no de leyes que propician o imponen su existencia y de las competencias restringidas o amplias que poseen para actuar en el ámbito de los medios de comunicación.

Resumen

En los últimos años han surgido en América Latina distintas iniciativas destinadas a recibir los reclamos y sugerencias del público sobre los medios de comunicación audiovisuales. Si bien Colombia puede ser considerada pionera en la región con sus Defensorías del Televidente, en México, Brasil y Argentina también se desarrollan interesantes experiencias y se esperan que prosperen otras en Ecuador y Uruguay. Lejos de un modelo único, que incluye en algunos casos la

autorregulación y en otros la obligación por ley, las Defensorías de las Audiencias buscan consolidarse en la región. Independencia, pedagogía y participación serán fundamentales para que estas experiencias perduren en el tiempo.

Ponencia Completa

“Revisen los libretos antes de sacarlos al aire. No saben el daño que hacen con estos programas”, dice Claudia Rodríguez de Bogotá, en Colombia, cuando el personaje de un programa infantil transmitido por el canal *Caracol* hace chistes en “forma despectiva y grosera” sobre las personas de baja estatura. La hija de Claudia, de dos años, tiene enanismo (*Doble Vía*, 2013, 26 de enero).

Rafael Franco Porto, en Cartagena, conoce en detalle los espacios que ofrece *Telecaribe*, el canal de televisión de la región donde vive y es por ello que no duda en quejarse porque no encuentra programas dedicados a los adultos mayores. “Hay deportivos, infantiles, para la mujer, pero se han olvidado de nosotros, los viejitos”, dice Rafael con total seguridad de estar ejerciendo el derecho de dar “sugerencias e ideas” para el medio de comunicación que más lo acompaña en esa etapa de su vida (*Aprender a ver TV*, 2012, 5 de mayo).

En Medellín, Diana Bedoya escribe un extenso mensaje a *Teleantioquia*. En sus observaciones critica al noticiero de ese canal por el abordaje de una información: la prohibición de prótesis mamarias, de origen francés, ante la sospecha de que podrían causar daños a la salud. “No esperaba encontrar imágenes amarillistas sino un sentido educativo”, “a la periodista le faltó profundizar en su investigación”, “para muchas pacientes lo que generó fue más pánico”, expresa Diana, quien es una de las portadoras de las prótesis mamarias cuestionadas (*SaberTVer*, 2012, 30 de marzo).

En México, los oyentes y televidentes también tienen cuestiones que plantear. Isabel León Ramírez lo expresa como una sugerencia. En realidad, es una deuda de la televisión en muchos países: el acceso de quienes tienen discapacidad auditiva a los contenidos. “Me gustaría que a lo largo de las transmisiones (se) tradujeran los programas para las personas que son sordomudas, con el fin de que también se interesen por la cultura”, le manifiesta Isabel a los responsables del *Canal 22* de la ciudad de México (*Defensor del Televidente*, 2011, 3 de noviembre).

En tanto, quienes defienden los derechos de los animales en ese país, también señalan lo que consideran una contradicción: que *Once TV*, un canal “cultural, público y educativo” siga concediendo un espacio a las corridas de toros. “El programa en cuestión es la transmisión de actos que violan estándares mínimos de respeto a los seres vivos que son capaces de sentir dolor”, dice uno de los tantos reclamos recibidos en esa emisora acerca de “Toros y Toreros” (Defensoría de la Audiencia de Once TV, s.f.).

Hay ocasiones en que el motivo de la queja ante un medio de comunicación puede parecer, para algunos, algo insignificante. Sin embargo, no lo es para un niño mexicano que, con su tierna voz, deja grabado en el buzón de la radio *Noticias MVS* un reclamo porque en uno de los programas se dijo que “no existe el ratón Pérez, cuando sí existe” (Ombudsman MVS, 2011, 13 de junio).

En otros casos, como sucedió en Brasil, las quejas adquieren un nivel de debate colectivo, entre quienes critican la existencia de determinados contenidos y quienes los defienden fervientemente. Sobre todo, si se trata de programas religiosos transmitidos por la *Empresa Brasil de Comunicación (EBC)*, que agrupa a las emisoras de radio y de televisión públicas que dependen del gobierno nacional de ese país. Mientras algunos invocan el carácter laico del Estado y

solicitan que sean “retirados todos los programas religiosos sin excepción”, otros piden que no sean sacados del aire porque son “de suma importancia para muchos que no pueden salir de sus hogares debido a razones de salud” (Conselho Curador, 2010).

En Argentina, vecinos de la provincia de Jujuy, manifiestan preocupación por la presencia de compuestos, que serían contaminantes, en transformadores eléctricos. Además de reclamar ante la justicia, el gobierno y las empresas, también lo hacen ante la *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Allí solicitan que los medios de comunicación no se olviden del tema. Consideran que se trata de una información de “interés público” relacionada con la salud de los habitantes y el cuidado del medio ambiente (Defensoría del Público, 2013).

Estos, y otros tantos reclamos, llegan a las oficinas de una veintena de Defensores del Público que, en 2014, trabajan en Colombia, México, Brasil y Argentina. En tanto, que en el transcurso de este año, podrían sumarse experiencias similares en Ecuador y Uruguay. Sin embargo, la labor de los representantes de la audiencia es aún poco conocida. Todavía siguen siendo una *rara avis* en el panorama de los medios.

Del Ombudsman sueco a los Defensores en la prensa

Los nombres que adoptan son diversos. En los países de habla hispana suelen ser llamados “Defensores” o “Representantes” de la “audiencia”, de los “lectores”, del “público”, de “los televidentes” o de los “radioescuchas”. Para quienes hablan portugués son los “Ouvidores”. Más allá del nombre, todos ellos hallan inspiración en el rol del Ombudsman. Figura que surge en Suecia en 1809, como un representante de los derechos de los ciudadanos frente a la administración



pública. Pero, que con el paso del tiempo, ha sido adaptada a distintos ámbitos no gubernamentales, entre ellos la prensa.

Este tipo de rol se origina en los diarios como parte de sistemas de autorregulación (al igual que los códigos éticos, los manuales de estilo o los estatutos de redacción) mediante los cuales algunos medios asumen públicamente un compromiso de respeto a principios éticos y de diálogo con sus destinatarios. A fin de cuentas, se trata de un reconocimiento del Derecho a la Comunicación, el cual ampara y protege no solo a quienes ocupan el lugar de productores o emisores sino también a quienes reciben esos contenidos.

La historia ubica al primer caso en 1967, en un periódico de Kentucky (*The Louisville Courier-Journal & Times*), en Estados Unidos. Desde ese entonces han implementado esta figura: *The Washington Post* y de *The New York Times* en ese mismo país, *Toronto Star* en Canadá, *Le Monde* en Francia, *El País* y *La Vanguardia* en España y *The Guardian* en Inglaterra, entre otros. Cada uno de ellos cuenta con un periodista independiente de la directiva, a quien se le encargan las tareas de recibir e investigar las quejas del público, analizar críticamente las ediciones desde una perspectiva ética/profesional y publicar sus conclusiones en una columna semanal.

Siguiendo el impulso de la prensa gráfica, algunas emisoras de radio o canales de televisión también crearon roles similares. Según un artículo de Kate McKenna (1993), fue la cadena televisiva *CBS* de Estados Unidos una de las primeras en aplicar la figura del Ombudsman a un medio audiovisual en la década del '80. En tanto, *CBC/Radio Canada*, en Canadá, hizo lo propio a partir de 1992.

En la actualidad, los Defensores que trabajan en el ámbito de la radio y la televisión se encuentran, en su mayoría, en los medios de gestión pública. Se

encuentran ejemplos en este sentido en Estados Unidos, Canadá, Francia, España, Portugal, Dinamarca, Estonia, Eslovenia y Australia, entre otros¹. En estos casos, la columna escrita se transforma en un micro radial o televisivo donde los Defensores analizan la programación, dan cuenta de las quejas de la audiencia y entrevistan a realizadores y especialistas.

Si bien es difícil precisar el número exacto de Defensores que actúan en los distintos tipos de medios de comunicación a nivel mundial, desde la Organization of News Ombudsmen (ONO) se estima que se trata de un centenar. El número varía frecuentemente, porque mientras algunos medios deciden eliminar el cargo aduciendo recortes presupuestarios, otros lo crean (Ørberg, 2008).

Los modelos de Defensorías en los medios latinoamericanos

En América Latina, el rol del Defensor en los medios de comunicación apareció por primera vez en 1989 en el diario *Folha* de San Pablo, en Brasil. Luego, se sucedieron experiencias similares en otros periódicos² de distintos países de la región. Mientras en algunos casos solo fueron intentos de corta duración, en otros, lograron consolidarse.³

¹ Por ejemplo: *NPR* (National Public Radio) y *PBS* (Public Broadcasting Service), en Estados Unidos. *CBC/Radio Canada* (Canadian Broadcasting Corporation), en Canadá. *RTVA* (Radio Televisión de Andalucía), *RTVE* (Radio Televisión Española) y *CCMA* (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals), en España. *RTP* (Rádio e Televisão de Portugal), en Portugal. *France Télévisions*, *France 2*, *France 3*, *RFI* y *Radio France*, en Francia. *DR* (Danmarks Radio) y *TV2* en Dinamarca. *VRT* (Vlaamse Radio) en Bélgica. *RTV SLO* (Radiotelevizija Slovenija), en Eslovenia. *ERR* (Eesti Rahvusringhääling), en Estonia. *SBS* (Special Broadcasting Service), en Australia.

² Por ejemplo: *Perfil* (Argentina); *Folha* y *O Povo* (Brasil); *La Tercera* (Chile); *El Tiempo* y *El Colombiano* (Colombia); *Hoy* (Ecuador); los diarios del Grupo de Prensa Líder (Bolivia); *Milenio Jalisco*, *Noroeste* y *El Independiente* (México); *La Prensa* y *La Estrella* (Panamá); *La Diaria* (Uruguay) y *El Nacional* y *Últimas Noticias* (Venezuela).

³ En Argentina, la revista cultural *La Maga* fue la primera en tener este tipo de cargo entre 1992 y 1996. La revista femenina *Luna* hizo lo propio entre 1997 y 1999. El periódico *Perfil* creó la función en su corta etapa de 1998 y la continuó a partir de 2005. La *Radio de la Ciudad de Buenos Aires* contó con un Defensor del Oyente entre 2004 y 2008. En la revista marplatense *El Tábano* existió

En tanto, en el sector audiovisual latinoamericano, lejos se está de un modelo único de Defensoría de la Audiencia. La cantidad de medios que están bajo la órbita del Defensor y la existencia o no de leyes vinculadas al tema, son los aspectos que marcan las diferencias.

En México, Colombia, Brasil y Ecuador, las Defensorías se caracterizan por estar circunscriptas a cada medio de comunicación en particular. Sin embargo, en cada uno de estos países hay particularidades que las hacen únicas.

Hay casos que responden a un modelo de autorregulación pura⁴. Tal es el ejemplo de México⁵, donde algunos medios audiovisuales, desde 2007, han creado el cargo de Defensor o Mediador de sus audiencias. Lo han hecho por decisión de sus directivos o profesionales. O sea, sin estar obligados por leyes o normas externas. Tal es el caso de dos canales públicos (*Once TV* y *Canal 22*), dos cadenas de radio también públicas (*Radio Educación* e *IMER*) y una radio privada (*MVS Noticias*).

Otros Defensores, surgen como una exigencia que cada emisora de radio o canal de televisión debe cumplir como requisito para funcionar, porque así lo establecen leyes o normas de los organismos reguladores. Sin embargo, existe en esta variante cierta autonomía para los medios en la designación de quien va a ser el

el cargo entre 2003 y 2005 y en el periódico *La Capital del Noroeste* de Misiones entre 2007 y 2008. Un estudio exhaustivo de estas experiencias se encuentra en Pauwels (2012).

⁴ Existieron en América Latina otros casos de Defensorías en medios audiovisuales, como formas de autorregulación, aunque no lograron sostenerse a través del tiempo. Son ejemplos de ello: *Radio de la Ciudad* (Argentina). *Radio Bandeirantes*, *O Povo AM* y *TV Cultura* (Brasil). *Radio Universidad de Chile* (Chile). *Radioperiódicos Reloj* (Costa Rica) y *Ecuavisa* (Ecuador).

⁵ Sin embargo existen en México iniciativas tendientes a fijar en algún tipo de norma la existencia de las Defensorías de las Audiencias, al menos para los medios de gestión pública. Tal es, por ejemplo, la propuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (2013, 19 de marzo).

Ombudsman. Colombia y Brasil, aunque con diferencias entre sí, son ejemplos de este modelo.

Colombia puede exhibir la particularidad de ser el país que cuenta con la mayor cantidad de Defensores del Televidente⁶. Esto es así, porque una ley de 1996 y normas posteriores emanadas por los organismos reguladores obligaron, primero a los canales privados y luego también a aquellos de gestión pública (tanto nacionales como regionales), a contar cada uno con un Ombudsman dedicado a recibir e investigar las quejas de la audiencia. Además, también se les exige poseer un código ético y contar con un programa de media hora semanal donde el Defensor, que es elegido libremente por cada medio, puede dar cuenta de los reclamos de los televidentes (Ley N° 335. 1996, 20 de diciembre; CNTV. 2007, 18 de enero y 2011, 30 de junio).

En Brasil, al igual que Colombia, existe una ley que contempla la creación de un Defensor de la audiencia (al que denominan en portugués “*Ouvidor*”). La diferencia radica en que esa norma se circunscribe solo a los medios públicos (radios, televisión y agencia de noticias) que están comprendidos en la *Empresa Brasil de Comunicação* (EBC), la cual depende del gobierno federal de ese país. El *Ouvidor* es elegido por el Presidente de la EBC y aprobado por su Consejo Consultivo (Ley N° 11.652. 2008, 7 de abril).

Este formato individual de Defensoría fue también la opción elegida por la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador aprobada en 2013. Sin embargo, a diferencia de Colombia y Brasil donde cada medio tiene autonomía para escoger a

⁶ Tienen Defensores del Televidente: *Caracol Televisión, RCN, Teleantioquia, Canal TRO, Señal Colombia, Telecafé, Telecaribe, Telepacífico, Canal Uno, City TV, Canal Capital, Canal Trece, Canal U y Teleislas.*

su Defensor, en Ecuador tal proceso de selección se hará con la participación de un organismo externo. El artículo 73 de la norma señala que “los medios de comunicación de alcance nacional contarán obligatoriamente con un defensor”, el cual será “designado mediante concurso público organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social”⁷ (2013, 25 de junio).

En la reglamentación posterior de tal ley de Ecuador se precisó que tales concursos “se llevarán a cabo durante los últimos tres meses de cada año y la persona designada ocupará su cargo el mes de enero del año siguiente” (2014, 27 de enero). Con lo cual, recién a fines de 2014 se conocerán los nombres de los primeros Defensores de las Audiencias nombrados a partir de la nueva norma.

Diferente a todo lo planteado es el modelo de Defensoría del Público creada por ley en Argentina y en estado de proyecto legislativo en Uruguay. En estos casos se trata de una figura con competencias amplias sobre todos los medios de comunicación audiovisuales. Aunque también en este modelo cada país exhibe su singularidad.

En Argentina, la ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada el 10 de octubre de 2009, innovó en América Latina al crear la figura de un único Ombudsman (*Defensor/a del Público*) con jerarquía parlamentaria y competencias para recibir las quejas y observaciones de la audiencia de todo el sistema de radio y televisión a nivel país (2009, 10 de octubre).

⁷ El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social está contemplado en la Constitución de Ecuador (2008). Su función es la promover “los derechos relativos a la participación ciudadana” e impulsar “mecanismos de control en los asuntos de interés público”.

La designación de este/a Defensor/a la realiza el Congreso Nacional a través de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual. Sin embargo, contempla también un período de consulta con una variedad de actores sociales (público en general, organizaciones no gubernamentales, asociaciones profesionales, entidades académicas y de derechos humanos, etc.) que pueden impugnar o apoyar la candidatura de quien es propuesto/a para el cargo (art. 19 y 20).

En tanto que en Uruguay, el Proyecto de Ley presentado por el Poder Ejecutivo al Legislativo en mayo de 2013 (y que logró media sanción en diciembre del mismo año), también establece la existencia de un Ombudsman de los Servicios de Comunicación Audiovisual (art. 74-78), similar en cometidos y atribuciones con el/la Defensor/a del Público de Argentina pero diferente en su designación. Mientras que en el proyecto uruguayo este Ombudsman es concebido como un integrante más de una estructura ya existente (la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo), en Argentina se trata de un organismo nuevo y autónomo, que una vez por año debe presentar un informe de su gestión ante el Parlamento.

Otro aspecto distintivo del proyecto uruguayo es que además del Ombudsman general contempla la creación de Defensores de la Audiencia en cada medio, los que serían designados en “forma individual o colectiva” por los “titulares de servicios de comunicación audiovisual” (art. 140). De mantenerse sin variantes el texto de esta iniciativa, Uruguay integraría dos modelos preexistentes (el de Colombia y el de Argentina) ya que actuarían conjuntamente formas de autorregulación con otras de hetero-regulación⁸ (Maciá Barber, 2006).

⁸ El académico español, Carlos Maciá Barber (2006, p. 139-150), aplica el concepto de “heterocontrol” (por oposición al de “autocontrol” o “autorregulación”) en aquellos casos en los que el Defensor actúa sobre “la totalidad o un amplio sector de las empresas periodísticas” y tiene, además, un “sometimiento directo a la Administración” del Estado.

La necesidad de un compromiso colectivo

Más allá de los distintos modelos de los cuales surgen, existen factores claves que pueden contribuir a que las Defensorías de las Audiencias en América Latina se consoliden como espacios de ejercicio crítico y constructivo de la comunicación democrática.

En primer lugar, la independencia efectiva de quien ejerce el cargo con respecto a la estructura que lo designa. La autonomía es fundamental porque la autoridad de un Ombudsman no es como la de un juez con capacidad de sanción. Por el contrario, su “poder” es ético y simbólico: sugiere, advierte, pone en evidencia, pide explicaciones, concilia, pero no impone por sí mismo un cambio. Para que esos llamados de atención no caigan en un saco roto, es necesario contar con el compromiso y la colaboración de quienes sí tienen atribuciones para decidir en los medios de comunicación.

Luego, es imprescindible que exista una pedagogía constante acerca del significado y el alcance de la función que cumplen las Defensorías y de los derechos que en materia de comunicación tienen tanto el público como quienes trabajan en la radio y la televisión. El desconocimiento es uno de los principales escollos a enfrentar.

Finalmente, las Defensorías deben ser generadoras de participación. Esto es, espacios de encuentro y de debate abiertos a los distintos sectores que, de un lado u otro de la pantalla o del dial, son los protagonistas de los medios.

El desafío es colectivo porque todos somos, en mayor o menor medida, oyentes y televidentes. Hoy más que nunca, el contexto latinoamericano nos invita a que el



Derecho a la Comunicación empieza a ser efectivamente una realidad de doble vía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aprender a Ver TV (2012, 5 de mayo). Defensoría del Televidente de Telecaribe.

Colombia. Recuperado en marzo de 2013 desde:

<http://www.youtube.com/watch?v=V0syDM9x86Y>

Asociación Mexicana de Derecho a la Información (2013, 19 de Marzo). *Reforma a telecomunicaciones debe mantener avances*. México. Recuperado en marzo de 2013 desde:

<http://www.amedi.org.mx/index.php/campanias/comunicados/847-reforma-a-telecomunicaciones-debe-mantener-avances>

Comisión Nacional de Televisión de Colombia (2007, 18 de enero). Acuerdo 001.

Colombia. Recuperado en marzo de 2013 desde:

http://www.antv.gov.co/normatividad/acuerdos/2007/Acuerdo_001_07.pdf.

Comisión Nacional de Televisión de Colombia (2011, 30 de junio). Acuerdo 002.

Colombia. Recuperado en marzo de 2013 desde:

www.antv.gov.co/normatividad/acuerdos/2011/acuerdo_002.pdf

Conselho Curador de EBC (2010). *Informe final de la Consulta Pública 2/2010*.

Empresa Brasileña de Comunicación. Brasil. Recuperado en marzo de 2013 desde:

http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/relatorio_final.pdf

Defensoría de la Audiencia de *Once TV* (s.f.). *Informes trimestrales*. México.

Recuperado en marzo de 2013 desde:

<http://www.oncetv-ipn.net/buzon/defensor/>

Defensor del Televidente (2011, 3 de noviembre). Cápsula del Defensor del Televidente de Canal 22. México. Recuperada en marzo de 2013 desde:

<http://www.youtube.com/watch?v=cmNfiXnYWIQ>

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2013, Marzo).

Resolución 1/2013. Argentina. Recuperada en marzo de 2013 desde:

<http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/resolucion-1-2013>

Doble Vía (2013, 26 de enero). Defensoría del Televidente de Canal Caracol. Colombia. Recuperado en marzo de 2013 desde:

<http://www.noticiascaracol.com/informativos/doblevia/video-285287-puede-una-persona-volverse-bulimica-o-anorexica-ve-television?pid=0>

Ley N°335 (1996, 20 de diciembre). Congreso de Colombia. Recuperada en marzo de 2013 desde: <http://www.antv.gov.co/nomatividad/ley-0335-de-1996>

Ley N° 11.652 (2008, 7 de abril). Presidencia de la República del Brasil. Recuperada en marzo de 2013 desde:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N°26.522 (2009, 10 de octubre). Argentina. Recuperada en marzo de 2014 desde:

<http://www.argentina.gob.ar/pais/94-ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual.php>

Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (2013, 25 de junio). Asamblea Nacional RO N° 22. Ecuador. Recuperada en agosto de 2013 desde:
<http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/c343afbd-7731-4cb5-a6cd-e7c44ce8d4da/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Comunicaci%C3%B3n>

Maciá Barber, C. (2006). *La figura del Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador. Los paladines contra el periodismo descaminado*. Madrid: Universitas.

McKenna, K. (1993). *The loneliest job in the newsroom*. The American Journalism Review. Recuperado en marzo de 2013 desde:
<http://newsombudsmen.org/articles/articles-about-ombudsmen/the-loneliest-job-in-the-newsroom>

Ombudsman MVS (2011, 13 de junio). Noticias MVS. México. Recuperado en marzo de 2013 desde:
<http://ombudsman.noticiasmvs.com/blog/una-singular-queja-el-rat-n-p-rez-s-existe>

Ørberg, E. (2008). *The Internal Watchdog - Self-regulation in the media*. Organization of News Ombudsmen. Recuperado en marzo de 2013 desde:
<http://www.newsombudsmen.org/orberg.pdf>

Pauwels, F. (2012). *Defensores de lectores y oyentes de la prensa argentina. La pedagogía del Derecho a la Información*. Tesis de Maestría. Maestría en Periodismo. Universidad de Buenos Aires.



Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2013, mayo).

Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay. Recuperado en diciembre de 2013 desde:

http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/proyectos/2013/05/cons_min_682_ane_xo.pdf

SaberTVer (2012, 30 de marzo). Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia. Colombia. Recuperado en marzo de 2013 desde:

<http://www.youtube.com/watch?v=OOFSWOR9hNU>