

TESIS DE GRADO:

La utilización de las fuentes de información en el discurso del periodismo político de los diarios nacionales. Los casos de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*



Alumno

Eduardo Andrés Aller

Director de tesis

Emiliano Albertini

Octubre de 2010



Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata

Datos de la Tesis

Título: La utilización de las fuentes de información en el discurso del periodismo político de los diarios nacionales. Los casos de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*

Fecha de entrega: septiembre de 2010

Programa de Investigación: Investigación de Comunicación Periodismo y Medios

Director: Emiliano Albertini

Resumen: Esta tesis pretende analizar cómo se utilizan las fuentes de información y los datos que éstas brindan en el periodismo político nacional. Con ese objetivo, se tomó como ejemplos notas de los diarios nacionales *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*. Como principal sustento teórico aparece el concepto de “potencia informativa” del autor español Héctor Borrat, que se refiere a la capacidad de los diarios de “lucrar e influir”, a partir de las fuentes de información.

Además de las instancias analíticas, tanto cuantitativa como cualitativa, y las posteriores conclusiones, este trabajo contiene un amplio marco teórico donde, además de definir conceptualmente a las fuentes de información, aparecen ideas, reflexiones y definiciones sobre la historia y el presente del periodismo, sobre los condicionantes de la práctica profesional (censura, precariedad laboral, intereses, entre otros) y los problemas de la concentración mediática; muchas de estas cuestiones abordadas desde el relato de los propios periodistas.

Palabras clave: periodismo, prensa, medios, fuentes e información

Datos del tesista

Nombre y apellido: Eduardo Andrés Aller

Fecha y lugar de nacimiento: 28/10/82 en La Plata, provincia de Buenos Aires

Legajo: 12852/8

Año de ingreso: 2003

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata (UNLP)

Orientación: Periodismo **Sede:** La Plata

Domicilio particular: calle 20, N° 131, entre 34 y 35

Correo electrónico: eduardo_aller@yahoo.com.ar **Twitter:** @eduardoaller

Teléfonos: (0221) 15-537-5462 // (0221) 425-7079

La Plata, septiembre de 2010

Sres. Miembros del Consejo Directivo

Facultad de Periodismo y Comunicación Social – U.N.L.P

S / D:

Me dirijo a Uds. con el propósito de presentarles la tesis realizada por el alumno Eduardo Andrés Aller, legajo 12852/8, denominada “La utilización de las fuentes de información en el discurso del periodismo político de los diarios nacionales. Los casos de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*”. La misma cumple con los requerimientos y la reglamentación vigente al momento de la presentación, planteados por el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Cumpliendo con los requisitos planteados por la Dirección de Investigaciones Científicas y Grado, la Tesis es acompañada por cuatro (4) copias en papel más una (1) copia digitalizada.

Este trabajo se ubica dentro del marco general de los estudios sobre periodismo y medios de comunicación, en particular en el terreno de las prácticas profesionales del periodismo gráfico, y de las condiciones de producción del discurso del periodismo, habiendo sido elaborada con un profundo rigor metodológico, cuya consistencia se evidencia en todo su desarrollo, y cuyos alcances y limitaciones - coherentes con lo planteado oportunamente en el Plan de Tesis- están claramente explicitados en el texto a evaluar.

Cabe resaltar que el estudio de la calidad informativa de los periódicos (en este caso de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Página 12*) a partir del análisis de la selección y el tratamiento de las fuentes de información para la construcción de la noticia constituye uno de los ejes contenidos en el programa del Taller de Producción Gráfica I, temática que está vinculada con el desarrollo académico y profesional del tesista, y que asimismo resulta uno de las problemáticas de mayor relevancia en el actual estado de debate en la Argentina y la región acerca del rol y características del periodismo y los medios de comunicación masivos.

Sin otro particular, los saludo atentamente.

Mg. Emiliano Albertini
Director

La utilización de las fuentes de información en el discurso del periodismo político de los diarios nacionales. Los casos de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*

INTRODUCCIÓN

“Si no aceptás que te hablen en off, no podés hacer ninguna nota”. “Cuando hay que cerrar el diario no hay teoría que valga, es pura experiencia”.

Estas dos afirmaciones fueron parte de la respuesta que recibí de un colega, que trabaja en un diario local, cuando le comenté sobre el avance de la tesis y le compartí mi intranquilidad sobre la desmesurada utilización de los anónimos en las notas que ya había analizado. Entendí que se sintió algo atacado o, al menos, como cuestionado desde una posición académica totalmente escindida de la realidad. Casi soberbia.

Y como entiendo que esa sensación pueda estar algo generalizada, me pareció que lo primero que debo aclarar es que este trabajo no pretende juzgar desde afuera ni señalar los errores de los trabajadores de prensa que todos los días luchan y despotrican con las dificultades que se les presentan a toda hora (a última hora, por lo general); por una escueta recompensa salarial, la mayoría de las veces, que apenas alcanza para llegar a fin de mes.

Por el contrario, esta investigación busca entender, comprender, describir un aspecto de esa realidad profesional para generar un debate colectivo que culmine, si tiene lugar alguna respuesta de los actores involucrados, en un mejor escenario que el inicial. Y esto toma carácter de mandato al estar en el ámbito de la universidad pública. Porque el paso por las aulas tiene que servir para estrechar lazos entre inquietudes y necesidades sociales, y no para marcar las diferencias.

Con respecto al contenido de esta Tesis, como su título lo indica, hay que decir que se trata de “la utilización de las fuentes de información en el discurso del periodismo político de los diarios nacionales”. Para trabajar sobre dicho aspecto se tomará como casos notas de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* de los últimos quince días de julio del 2009.

A modo de adelanto, se puede decir que el objetivo general será determinar la “potencia informativa” de cada uno de estos matutinos porteños, concepto extraído del desarrollo teórico del autor Héctor Borrat -expresado en uno de sus libros más importantes: *El periódico, actor político*, editado en 1989-, que se traduce en la capacidad de “lucrar e influir” de cada publicación.

Cabe remarcar que no es un análisis de los lectores ni de las ganancias de las empresas editoras, es decir, y por eso se menciona “la capacidad”, no se propone una evolución de cómo lucran e influyen, de manera concreta, los periódicos puestos bajo la lupa.

Como la “potencia informativa” está relacionada de manera directa con el uso de las fuentes de información, las conclusiones de esta Tesis también hablarán sobre cómo se ejerce el periodismo política en la actualidad, con qué nivel de rigurosidad, transparencia y responsabilidad con el sistema democrática.

La Tesis está organizada en 9 capítulos, la Introducción, la Bibliografía y los materiales del Anexo. A su vez, cada capítulo está dividido en diferentes apartados y sus respectivas conclusiones. El Capítulo 1 se titula “Prensa, periodismo y periodismo político” y se trata de un breve reseña sobre el surgimiento del periodismo como disciplina moderna, del establecimiento de la prensa de masas, de las diferentes conceptualizaciones sobre los diarios –desde aparato ideológico del Estado Burgués hasta garante de la democracia- y la definición de periodismo político.

El Capítulo 2, “Definición, clasificación y lugar en el discurso informativo de las fuentes de información”, es una exhaustiva recopilación bibliográfica sobre las distintas definiciones de fuentes de información y sus respectivas variantes, sobre fuentes e intereses políticos/económicos y una primera definición de “potencia informativa” y de los objetivos del estudio.

El Capítulo 3 se denomina “Condicionantes del trabajo periodístico y del manejo de fuentes de información” y desarrolla, especialmente, a partir de testimonios de cronistas, editores e intelectuales, la situación laboral actual (precarización, peligros, monopolios, competencia), la falta de regulación (normativas, códigos de ética) y la presión del público.

En el Capítulo 4, “Relación del periodista con las fuentes de información”, se desarrolla, también a partir de testimonios, como en el anterior, cómo los reporteros manejan a sus informantes, o viceversa, y los riesgos de una relación de mucha confianza. También aparecen cuestionamientos a cómo se hace periodismo hoy, más que nada en lo referente al abuso de las fuentes anónimas y la falta de chequeo de los datos.

En tanto, el Capítulo 5, “Aproximación a la historia política y económica de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*”, presenta una breve reseña de la historia de los tres medios, desde su fundación hasta la actualidad; con especial hincapié en sus vínculos sus alianzas con determinados sectores económicos. También se traza un perfil del posicionamiento político de cada diario con respecto al Gobierno, a partir de los resultados de un observatorio de medios anterior a esta Tesis.

En el Capítulo 6, “Objetivos, métodos y técnicas”, se amplía el concepto de “potencia informativa” y se establecen los criterios metodológicos para el análisis del corpus seleccionado. También se profundiza en la explicitación del objetivo general y los objetivos específicos.

Los Capítulos 7 y 8 corresponden a las instancias de análisis cuantitativo y cualitativo, respectivamente. El primero está organizado en cuadros con cantidades, promedios y porcentajes para las diferentes dimensiones del discurso analizadas. Está dividido en dos partes: un análisis general y otro diario por diario. La instancia cualitativa está dividida en una serie de tendencias, a partir de los ejemplos encontrados.

Por último, las “Conclusiones Finales”, ubicadas en el Capítulo 9, buscan responder estrictamente al objetivo general y a los objetivos específicos que fueron planteados en detalle en el Capítulo 6. Al final, también incluye los alcances, las limitaciones, líneas de investigación y aplicación de este trabajo.

CAPÍTULO 1

Prensa, periodismo y periodismo político



1



CAPÍTULO 1: PRENSA, PERIODISMO Y PERIODISMO POLÍTICO

1.1- INICIO Y CONSOLIDACIÓN DE LA PRNSA DE MASAS

Aunque “siempre hubo infinitas formas de comunicación para dar respuestas a las múltiples necesidades de informar y ser informado” (Vázquez Montalbán, 1980: 11) y, desde los comienzos de la vida humana sobre la tierra, los hombres desarrollaron la capacidad de objetivar su pensamiento en símbolos y divulgarlos –“desde la contemplación directa del mensaje en la cueva de Altamira, hasta las tablillas de arcilla escrituradas que pudieran intercambiar babilonios y egipcios” (Vázquez Montalbán, 1980: 10), se dirá que el periodismo aparece cuando la burguesía se emancipa del poder central y comienza a necesitar información sobre las cuestiones institucionales y económicas. Por eso, también se puede decir, sin temor a equivocarse, que el periodismo se inicia como político, en el sentido amplio del término.

Asimismo, se señalará que “la invención de la imprenta es lo que ha hecho posible el periódico” aunque desde mucho tiempo antes la humanidad ya “tenía pues un sistema de signos, papel, tinta y pluma y había alcanzado la posibilidad histórica de tener memoria de su paso sobre la tierra y de intercomunicarse” (Vázquez Montalbán, 1980: 11).

No obstante, hay que advertir que el nacimiento de la burguesía, el periodismo y el periódico no fueron los inventores de la opinión pública como ámbito de información/discusión sobre los temas que regían la vida comunitaria. Según el ya fallecido intelectual y escritor español Manuel Vázquez Montalbán, “el nacimiento de la necesidad informativa e incluso del papel de la opinión pública se puede buscar en la comunidad primitiva. La tribu se informaba sobre las cualidades del que habría de ser su jefe o sobre lo que veían sus vigías o exploradores. Para ello se valía de la transmisión oral y de un lugar de recepción. Ésta será la base de todos los sistemas de comunicación de la Antigüedad desde los más precarios hasta el ágora romana” (1980: 13).

Aunque las sociedades esclavistas y feudales también dependían del consenso y del férreo mantenimiento de ciertas ideas necesarias para la cohesión social –los mitos, en la primera; el orden divino, en la segunda-, es con la racionalidad moderna y burguesa donde aparecen individuos libres que reclaman enterarse de los hechos políticos y económicos antes de tomar las decisiones comerciales más acertadas y, quizá el punto más revolucionario, apoyar o no a sus gobernantes.

Entonces, será esta casta (la burguesía) la que, precisada de un conocimiento laico y racional –el estado del tiempo, los precios de las materias primas, las reglamentaciones, los horarios de salida de los barcos, etcétera- de lo que ocurría en las principales metrópolis –por lo general, los puertos del Mediterráneo o las ciudades sobre las rutas entre Europa y Asia- estimule el desarrollo del primer intercambio de noticias, todavía manuscrito, y la intercomunicación a todos los niveles, lo que serviría para romper el ‘mercado ideológico’ feudal (Vázquez Montalbán, 1980: 53). Se trata de un proceso que puede ubicarse en el Renacimiento, primera fase del paso de la Edad Media a la Modernidad.

“A partir de la mitad del siglo XVII aparecen intereses de grupo y de clase que se pronuncian en relación con el poder central. Por primera vez, éste se ve obligado a tener

en cuenta la opinión que se forma y a numerosos grupos de presión. Así se empieza a notar la necesidad de una propaganda más sistemática para influir en la vida intelectual de los adversarios”, entiende Vázquez Montalbán (1980: 128).

Y si bien ya existían y habían existido grandes redes informativas, los contenidos de las transmisiones sólo estaban disponibles para las capas dirigentes y lo que llegaba a las bases sociales era fruto de una total censura y manipulación, ya que sólo era transmitido aquello para mantener y reproducir la organización social vigente. Entonces, lo que inaugura el periodismo, a partir de la idea burguesa de libertad individual, es una circulación de información de la cosa pública desde abajo hacia arriba o, en el peor de los casos, manipulada, comprada o condicionada por el poder estatal pero nunca producida ni difundida por este, a excepción de la prensa oficial.

Por ejemplo, “en el año 2.400 antes de J.C. el Imperio Egipcio organizó un sistema de correos al servicio del rey, de los príncipes y de los gobernadores y desde el poder se crea un sistema de comunicados dirigidos al pueblo precedentes de los futuros edictos y comunicados. Esta casta dominante hacía de él el uso que más convenía a sus intereses de poder en relación con los restantes estados y en relación con la población dominada” (Vázquez Montalbán, 1980: 14). Más acá en el tiempo, en el Imperio Romano, se redactaban los *Annali massimi* donde constaban los hechos controlados y que posteriormente pasaban al archivo. Los romanos también ensayaron la información de lo cotidiano mediante las *Acta diurna populi*, diario de los acontecimientos de la comunidad urbana escrito cada día, fijado en los lugares públicos y transmitido entre el patriciado mediante copias manuscritas” (Vázquez Montalbán, 1980: 16).

Es que, al mismo tiempo, en las sociedades pre-modernas ya había una clara conciencia del papel conmovedor que podía tener la libertad de comunicar” (Vázquez Montalbán, 16: 1980) y por eso el poder siempre se mostraba implacable con cualquier violador de los cauces expresivos por él establecidos. Sin embargo, fue la Iglesia, y con especial énfasis durante el ocaso medieval, la que impulsó una dura censura porque “sabía bien cuánto necesitaba la victoria de su apostolado y simbología para mantener el poder conquistado frente a cualquier idea nueva y sustitutiva” (Vázquez Montalbán, 1980: 28).

Así fue que “la alianza entre el poder espiritual y temporal se aplicó no sólo a reprimir cualquier intento de ataque radical al cuerpo de verdades establecidas, sino también a la represión de cualquier noticia incordiante”. En se marco, “los castigos corporales por la difusión de calumnias estaban a la orden del día” (Vázquez Montalbán, 1980: 36).

Se puede concluir que con la aparición del periodismo tuvo lugar un cambio de mediador entre el poder central y la sociedad bajo su potestad. De a poco, los pregoneros del rey y los sacerdotes fueron desplazados por hombres de la burguesía, viajeros, por lo general, que difundían los datos que necesitaba un incipiente capitalismo, entre los cuales, la palabra oficial no había sido erradicada pero sí había perdido centralidad, era una más entre tantas.

En un primer momento, era el “peregrino quien acudía a las Mecas de la nueva espiritualidad europea y relacionaba países, cruzaba noticias, activaba el intercambio de conocimientos” (Vázquez Montalbán, 1980: 43). Pero una función modificadora capital, “tanto para el estatuto económico como el de la intercomunicación, fue el mercader que,

mientras intercambiaba productos entre oriente y occidente, intercambiaba comunicaciones” (Vázquez Montalbán, 1980: 45).

En se marco, la estabilidad de un mercado de noticias tuvo lugar a partir de la regularidad de la transmisión de mensajes que se consiguió mediante el establecimiento de un correo regular (Vázquez Montalbán, 1980: 69).

La relación entre la regularidad del correo y la regularidad de la prensa embrionaria es exactísima y da pie a que los enclaves postales sean también enclaves informativos y a la larga los puntos donde se desarrollan las primeras muestras de periodismo regular (Vázquez Montalbán, 1980: 70).

Luego, para el primer cuarto del siglo XIX, los medios de comunicación social ya estaban en condiciones de abastecer realmente a un público urbano perfectamente configurado y lo suficientemente culturizado como para estar en condiciones de recibir mensajes producidos en serie. (Vázquez Montalbán, 1980: 154).

Sin dudas, la prensa logró un impulso definitivo al saber aprovechar los inventos y descubrimientos para luchar contra las limitaciones de tiempo y distancia, al servicio de la expansión industrial, como el ferrocarril, primero, y el telégrafo, después. A la par, se consolidaba el postulado liberal que basaba en la conquista de la opinión pública la fuente de la representatividad, del consensus, del poder político:

“Las masas interesan como claves de la opinión pública, como consumidores susceptibles de persuasión: consumidores de ideas, productos y proyectos nacionales de los grandes líderes de la economía y la política que protagonizan la expansión imperialista del siglo XIX. Bajo ese axioma, para 1880, la relación comunicacional capitalista ya estaba consolidada” (Vázquez Montalbán, 1980: 155).

Uno de los comentarios recogidos por Jorge Halperín en su libro *Noticias del poder*, coincide, en cierta medida, con lo antedicho. Según Juan Luis Cebrián, fundador del diario *El País*, de España, “el periodismo forma parte, para bien o para mal, del sistema político que emana de la Revolución Industrial y de las democracias llamadas burguesas por los marxistas, o, en cualquier caso, del sistema democrático parlamentario. Por eso, los periodistas formamos parte del aparato del poder, aunque no nos guste” (2007: 26).

1.2- LA FUNCIÓN DE LA PRENSA

Para Vázquez Montalbán, la prensa contemporánea, entendida como la surgida luego de la Primera Guerra Mundial y la Revolución Soviética de 1917, forma parte del “aparato ideológico del Estado burgués” –junto a la radio, la televisión y el cine- que funciona como complemento de los aparatos represivos que, aunque respaldados por la ley, se muestran insuficientes para contener a las clases sociales más antagónicas, como el proletariado (1980: 153).

El autor, a lo sumo, marca dos tendencias: la conservadora y la liberal progresiva. La primera “adoptó un papel consecuente de defensa cerrada del nuevo y ya viejo orden”. La segunda, “trató de cultivar una tolerancia integradora de las nuevas clases en litigio, mediante una política comunicacional que tratara de identificar a las masas con sus contenidos”. Para conseguirlo, “se valió de distintas técnicas: desde la permisión

informativa de los conflictos hasta las colaboraciones discrepantes de los líderes intelectuales del movimiento obrero, pasando por la publicación de novelas por entregas donde se reflejaba la miseria del proletariado” (1980: 167).

“La Primera Guerra Mundial demostró que no había un mismo proyecto histórico en las distintas clases sociales dentro de cada una de las nacionalidades empeñadas en el conflicto. De esa evidencia, de la comprensión de que la guerra no era en la misma medida necesaria para militares, banqueros, empresarios, trabajadores, surgió como una revelación la evidencia de que el consenso social de esa masa atomizada e interrelacionada podría establecerse mediante una tecnología de la persuasión suministrada a través de los aparatos de ideologización e información”, desarrolla Vázquez Montalbán (1980: 196)

Cabe aclarar que el ibérico comienza de una concepción de las ciencias sociales donde el punto de partida debe ser asumir “la intencionalidad histórica de las fuerzas sociales: sean progresivas o regresivas”. Tan inflexible aparece en este punto que considera, a quien no acepte este pensamiento, como un seudo científico que “milita en el seno de las fuerzas regresivas” (1980: 196).

Rescatado por Jorge Halperín, Carlos Eichelbaum, experimentado periodista que trabajó varios años en la sección Política de *Clarín*, se acerca a Vázquez Montalbán: "Me parece que el rol que juegan ahora los grandes medios es cada vez más el de propagandistas, constructores de opinión orgánicos de intereses todavía más importantes, actores nada neutros en cuanto al control del poder, menos aún que los propios partidos políticos" (2007: 46).

Pero hay otras definiciones, quizá más liberales, que entienden que la prensa es un “actor clave para la construcción de una vida democrática más plena y madura” porque “contribuye a la formación de la opinión pública, a una mayor participación en las cuestiones políticas y sociales, gracias a la amplificación y al masivo poder de llegada que poseen”, según las licenciadas Cornelia Lavalle Cobo y Dolores Schmidt-Liermann (2008).

Así y todo, las autoras aclaran que “los propósitos que aspiran lograr los medios de comunicación pueden desdoblarse principalmente en dos: informar y vender”, y aunque tales objetivos pueden aparentar una dicotomía, “no es necesariamente así porque es impensable un medio que brinde información y que simultáneamente no genere los ingresos necesarios para sostener la estructura del medio, mantener la actividad que se desarrolla y lograr la permanencia de los mejores profesionales de la información en sus filas” (2008).

En un planteo intermedio, Héctor Borrat considera que “las metáforas se reparten así entre un polo positivo, que refleja una imagen idealizada del periódico, y un polo negativo, que da una imagen alarmante, casi siniestra. La confrontación de este esquema con la realidad de nuestros medios existentes y conocidos sugiere que ninguno de los dos polos resulta suficiente: más bien contienen ambos”, fundamenta (1989: 30).

Por eso plantea que los “periódicos independientes de información general¹ y periodicidad diaria o semanal –cómo los que serán estudiados en esta Tesis- son “actores del sistema político” que tienen los objetivos permanentes de “lucrar” e “influir” (1989, 42).

Hay que hacer una salvedad en ese planteo porque nuestro autor hace referencia a las publicaciones que sólo mantienen “una relación de dependencia estructural con su empresa editora” (1989: 9), situación que no se respeta en el presente argentino, momento de monopolios y oligopolios (unión de los monopolios) donde lo mediático es sólo una dimensión, muchas veces puesta al servicio de los otros negocios²; es decir, el mismo grupo empresarial que maneja un diario controla o participa, a su vez, de negocios en otros ámbitos como el televisivo, radial, comercial, editorial, industrial, agrario, producción de papel, servicios públicos, etcétera³. Sobre esto, dice:

“Así concebido, el periódico independiente no es cabalmente tal: depende estructuralmente de su empresa. No cabe afirmar a priori que sea más o menos libre que otros tipos de periódicos como la prensa del Estado, la prensa de partido, la prensa del sindicato, la prensa de la Iglesia. Su identidad no se encuentra en su supuesta y proclamada ‘independencia’, sino en su dependencia exclusiva de la empresa del sector privado que lo edita” (1989, 9).

En resumen, desde Borrat y para este trabajo, se considerará al periódico como “narrador, comentarista y participante del conflicto político” (1989: 9). Es decir, que construye y publica los relatos de los sucesos del espectro político –en forma de noticia, opinión y/o análisis, busca ejercer influencia- no ‘desde afuera’ sino ‘desde adentro’, posición desde la cual busca ejercer influencia y es influenciado por el resto de los actores.

1.3- EL PERIODISMO

Por su parte, Halperín considera que “el periodismo es la práctica de indagación por medio de la cual la sociedad experimenta la primera aproximación a los hechos. La verdad del periodismo podrá ser muy falible pero no tenemos una herramienta más eficaz para conectar a cada persona con lo que sucede en la vida pública. Por otro lado, algo de la naturaleza del periodismo, la periodicidad, permite ir ajustando aquella aproximación a la verdad, desechando errores y falsas versiones” (2007: 39).

Este autor ensaya un defensa de la profesión y entiende que no tiene un carácter negativo a pesar del grado de incertidumbre que rodea a las verdades del periodismo: “La experiencia de todos los días me lleva a rechazar una idea de la verdad como algo ajeno al tiempo y la circunstancia. La verdad es histórica. Y no es un problema exclusivo del periodismo. La Tierra fue cuadrada y quieta hasta que hubo consenso en que era redonda y se movía. La verdad se desliza en el tiempo para adoptar nuevos

¹ Borrat considera al “periódico independiente como de información general” cuando, “fuere cual fuere su periodicidad, abarca en sus temarios la actualidad noticiable de los sistemas político, social, económico y cultural, informando sobre ella a escala nacional e internacional” (1989: 10).

² En Argentina, está situación se vera modificada de manera sustancial a partir de la aplicación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

³ Ver Mapa de medios en el ANEXO 1

rostros, ya que es el enunciado de un sujeto, por lo cual nunca dejará de ser subjetiva, más allá de los intentos de objetividad que se hagan” (2007: 38). Luego, amplía:

“La verdad que publicamos no es un testimonio individual, sino que se construye a través de una red que integran, por un lado, la información que previamente teníamos; por otro, lo que nos dicen nuestras fuentes y también lo que señalan los otros medios, que publican su información e influyen sobre nuestros propios puntos de vista. En gran parte de los casos, la verdad que publicamos es elaborada en pocas horas, luego de que, a lo mejor, hayamos conseguido declaraciones de la fuente principal. Pero, quizá, no hemos localizado a la fuente secundaria, y logramos testimonios parciales de otras fuentes que agregan o relativizan lo que dijo la fuente principal” (2007: 34).

Además, “las verdades del periodismo tienen formato: 60 líneas, 90 líneas; un título de dos líneas o de una; 30 segundos de información. Aparecen con una diagramación determinada, con una ilustración o no. Están contenidas por un marco concreto, en una sección —si se trata de un diario— que aparece detrás de otra sección. O sea que tienen un contexto que también les aporta un tono, una fuerza y una particular trascendencia” (Halperín, 2007: 34).

Por último, “la verdad también está condicionada por la importancia que se le asigne al tema en un cierto momento. Hay una diferencia sustancial entre la profundidad y la prolongación en el tiempo con que va a ser indagado un tema cuando está en el centro de las inquietudes colectivas, y algo muy diferente sucede cuando ese tema ha salido de las primeras planas” (Halperín, 2007: 34).

El autor español Lorenzo Gomis, cerca de Halperín, expone que el periodismo puede considerarse “un método de interpretación sucesiva de la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (1997: 35).

“La interpretación —prosigue Gomis— consiste aquí, básicamente, en lo mismo que consiste cuando se habla de interpretación de las leyes por los legisladores y juristas, la interpretación de las lenguas por los traductores, la interpretación de las obras artísticas por actores o músicos o la interpretación de los actos de los demás que hace cada uno en la vida corriente. Interpretación es siempre algo que tiene dos caras o aspectos: comprender y expresar” (1997: 36).

1.4- EL PERIODISMO POLÍTICO

En esta tesis, se tomará, como punto de partida, susceptible de ser ampliado y cuestionado, al periodismo político (uno de cuyos aspectos, el discurso público, será objeto de análisis) como aquella especialidad que produce información, análisis y opiniones sobre la marcha del sistema político, considerando como tal desde el Poder Ejecutivo y todas las instituciones de gobierno —los tres poderes, ministerios y áreas de gobierno— y de representación —partidos políticos, dirigentes, corporaciones, asociaciones—, hasta las diversas manifestaciones del poder y las expresiones políticas que conciernen a la sociedad civil, definición aportada por Halperín (2007: 45).

Ese enunciado debe ser completado porque carece del factor conflicto, del constante reacomodo de las relaciones de fuerza que generan un escenario complejo y diverso en el que se dirimen distintos intereses en direcciones enfrentadas, donde los medios, más

que nada los más grandes, también participan como protagonistas. Entonces, el periodismo político da cuenta de ese universo y de sus integrantes, con un intermediación subjetiva, siempre como comentarista y, a veces, además, como actor secundario o principal.

Borrat, que toma al “conflicto” como categoría clave, define: “En el sistema político y en el subsistema de los medios el periódico afirma públicamente su identidad como narrador y comentarista de conflictos entre los actores de la actualidad periodística. Al mismo tiempo se perfila frecuentemente como participante de conflictos políticos a título de parte principal o de tercero involucrado” (1989: 11).

Más allá de hacer un juicio de valor, el periodismo político aparece como necesario dentro de los sistemas democráticos que, como explica el filósofo político uruguayo Pablo Da Silveyra, nacen cuando “decidimos reconocernos como iguales, formalmente, en nuestros derechos y deberes, y cuando decidimos que el principio de justificación de decisión colectiva va a ser la legitimidad y el consenso, en detrimento de la fuerza bruta” (Halperín, 2007: 57). La necesidad aparece, continúa el intelectual, por dos cuestiones bien marcadas: todo poder tiende naturalmente a perpetuarse y, para eso, suele manipular la información sobre sus actos, y porque el ejercicio del gobierno exige a veces cierta cuota de secreto, de manera inevitable (Halperín, 2007: 60).

En base a la reflexión de Da Silveyra, parece difícil alcanzar alguna vez, como impulsan muchas organizaciones de la sociedad civil, una transparencia total sobre la información pública y las cuestiones y secretos de Estado. Porque mientras exista la política como modo de organización, existirá un poder político que intentará guardar de una manera celosa sus defectos y proyectar una imagen sobredimensionada de sus virtudes para la aceptación de los votantes. Y entre esos dos polos, para mostrar el término medio, el periodismo político encuentra su razón de ser.

Por eso, para Gomis, el sistema político es una fuente inagotable de hechos plausibles de ser convertidos en noticias porque sus integrantes están “interesados en aparecer a los ojos de los ciudadanos, de los propios funcionarios, de los militantes del partido gobernante, de las potencias exteriores, etcétera, como extremadamente capacitados para plantear correctamente los problemas y resolverlos con eficacia” (1997: 72).

Para ello, los políticos están dispuestos a hacer lo que sea necesario: “Proponer leyes, defenderlas, votarlas, pronunciar discursos, reunir conferencias de prensa, conceder entrevistas, inaugurar obras, presentar libros, presidir comidas o cenas, visitar ciudades y pueblos, en la nación o en el extranjero, cortar cintas, estrechar manos, sonreír, plantar árboles, volar en aviones y helicópteros, descender a buen paso por las escalerillas de los aviones, saludar a conocidos y desconocidos, regresar pocas horas después y saludar desde lo alto de la escalerilla del mismo o distinto avión” (Gomis, 1997: 72)

Y cómo logra el periodista político echar por tierra la genéticamente interesada versión oficial: al cultivar fuentes de información dentro del seno del poder, en la oposición a ese poder que busca reemplazarlo y en los sectores de la sociedad civil con capacidad de presionar o incomodar a ese poder. “Tiene que asegurarse el acceso a las fuentes de la información política que mejor le permitan conocer los conflictos y sus actores, el sistema y sus contextos”, afirmará Borrat (1989: 12).

Por eso, explica Da Silveyra, “los medios son los únicos, en el orden democrático, que tienen el derecho de ocultar cuál es su fuente cuando un particular no puede hacerlo y una empresa tampoco”. Es una especie de concesión colectiva, “es un privilegio, y está muy bien que exista. Lo hacemos porque es una manera de contrabalancear esa tendencia del poder de ocultar la información” (Halperín, 2007: 60).

Empero, el catedrático oriental no tiene intenciones de pecar de ingenuo. “Antes que nada, agregaría dos cosas: así como los medios tienen un papel enorme para lograr transparencia, una vez más pueden jugarlo bien o pueden jugarlo mal. Y existen medios que venden silencio en lugar de vender información, y hay medios que informan en función de estrategias que no son puramente las de tener una opinión pública mejor informada, y eso es un problema”, advierte (Halperín, 1997: 60).

Los periodistas corren con una ventaja: entre el gobierno y la oposición, el líder y sus adversarios, todo llega a decirse. Porque “si la primera y principal fuente noticiosa sobre un político es él mismo, otra fuente casi tan rica y generalmente más divertida mana en la boca de sus rivales” (Gomis, 1997: 73)

Además de controlar al poder político y dar cuenta de sus cruces con el resto de los sectores de presión, otra de las funciones esenciales del periodismo político es “organizar la relación de cada ciudadano con lo público; es decir, con los aspectos de la vida pública de la comunidad” (Halperín, 2007: 107).

Pero los hechos que brindan los periódicos son producto de una selección que jerarquiza y, más que nada excluye, proceso que se conoce como “construcción de agenda”, un mecanismo por el cual “se instalan en los medios los temas que van a concentrar la mayor atención pública y el enfoque que va a predominar en su tratamiento” (Halperín, 2007: 107).

Aquí hay que tener en cuenta que esa “construcción de agenda” que realiza el medio no es un proceso cerrado ni críptico. Por el contrario, es permeable a las presiones y, por eso, los sectores de poder (político, económico, corporativo) trabajan a destajo para que esa agenda incluya acontecimientos que favorezcan su imagen y descarte aquellos que puedan perjudicar su reputación.

En esa puja, es pertinente hacer una pregunta: de cara a la fuerza de los poderes político, económico y corporativo, a la influencia de los medios y sus rutinas y preferencias, ¿qué capacidad tiene la sociedad civil de instalar sus temas en la agenda pública cuando no cuenta con una institución de poder? (Halperín, 2007: 111) La respuesta no es difícil: mínima. Por eso las marchas, los piquetes, los escraches y todas las formas que encuentren los ciudadanos ‘sueños’ para atraer la atención mediática.

Y gran parte de la presión se realiza a través de las fuentes de información. Para Rosental Calmon Alves, quien trabajó veintitrés años en el *Jornal do Brasil*, de donde se retiró, en 1995, como Editor Ejecutivo, en este punto reside un de los principales riesgos que enfrentan el periodista político. “El político quiere pasar su información de la manera en la que él ve al mundo y casi siempre desde su propio interés. Y el periodista tiene la obligación de ver el interés de la sociedad, y medir cuidadosamente lo que las fuentes de información le pasan”, comienza (Halperín, 2007: 367).

“Veo que el peligro mayor es que el periodista sea ingenuo o que no tenga la sofisticación suficiente para ver este juego, y se deje utilizar. Cuando uno ve en muchos de nuestros países cómo se hace el periodismo político, éste se hace en base a declaraciones. Es el periodismo declaratorio, y yo pienso que ésa es la principal trampa, el principal peligro: que el periodista se limite a transcribir declaraciones”, continúa. Para el brasileño, ese problema está presente en todas las secciones pero, en política, “el juego se juega de una forma muy sofisticada” (Halperín, 2007: 367).

Las declaraciones son para Gomis —que las llama “apariciones”— “periodismo barato, incluso gratuito” que sólo busca “producir mucho comentario con poca inversión”. Explica que, por lo general, “son personajes conocidos que dicen algo, es el comentario convertido en noticia, la palabra considerada como hecho, la subjetividad recogida por los medios con atención y respeto y difundida ampliamente” (1997: 125).

Gomis cuestiona que “la pura opinión más o menos improvisada y oportunista de una persona conocida —probablemente un político-, pueda tener la misma repercusión que construcciones que han necesitado mucho tiempo, dinero e inteligencia, o de leyes que han sido minuciosamente redactadas, enmendadas y consensuadas y que modificarán la conducta de millones de personas durante un par de decenios” (1997:129).

Según Borrat, mientras “influye sobre el Gobierno, los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia”, el periodista político también “es objeto de la influencia de otros, que alcanza una carga de coerción decisiva cuando esos otros son los titulares del poder político” (1989: 10).

Siguiendo con este autor, el resultado de las presiones, del doble carril de influencia, queda expresado públicamente en un “discurso polifónico”, donde el periódico distribuye las voces por una pluralidad de escenarios, como pueden ser las secciones y los suplementos, dentro de la superficie redaccional⁴ (1989: 10).

Por eso, Borrat explica que ese “discurso polifónico” forma parte de las “actuaciones públicas”, que están determinada por actuaciones “no-públicas”. Estas, si bien permanecen en secreto para los lectores, pueden inferirse a partir del análisis de aquellas.

En esa práctica no-pública, “los medios tienden a excluir de sus relatos y comentarios a gran parte de los actores, sea por decisión estratégica de sus cúpulas o sea por aplicación de prácticas rutinarias” que, por lo general, hacen que los conflictos sean presentados como “A contra B”, evitando complejizar el escenario con C, D, etcétera y dando prioridad a quienes “ocupan la cúpula del poder” (Borrat, 1989; 27)

Mediante el análisis conjunto de las actuaciones públicas y no-públicas, continúa, es posible entonces un conocimiento aproximado e hipotético de las “estrategias” del periódico, “sus objetivos permanentes y temporarios, los recursos de que dispone y los riesgos que enfrenta” (Borrat, 1989: 11).

⁴ La superficie redaccional está delimitada y entra en puja con la superficie publicitaria, que cuenta con su propio elenco de voces: los anunciadores (Borrat, 1989: 10)

Otro de los desafíos para el periodista político aparece a la hora de presentar la información conseguida. En ese momento, dice Halperín, hay que mostrar los resultados obtenidos pero en un formato atractivo, lo que sería el “hecho mediático”. Lo complicado es hallar el equilibrio: “La verdad por sí sola no hace un material digerible para los medios y el público (si así fuera, alcanzaría simplemente con dar a conocer los expedientes). Y el espectáculo, con indiferencia por cuál sea la verdad, hace un periodismo deshonesto” (2007: 217).

Para Roberto Guareschi, secretario general de Redacción de *Clarín* entre los años 1990 y 2004, “el periodismo político es, más que el de otras secciones del diario, el encargado de servir de contrapeso y control a las instituciones gubernamentales desde la perspectiva del ciudadano común, es el que debe explicar el efecto que las medidas de gobierno tienen sobre la vida de la gente” (Halperín, 2007: 46)

La investigadora Adriana Amado Suárez continúa en la misma línea pero hace una aclaración: “Creo que debe considerarse información política cuando ayuda en las decisiones de los ciudadanos con miras a sus próximos gobernantes. De lo contrario, ni siquiera es información. Suele ser propaganda a cargo de útiles operadores, o pusilánimes que siguen la agenda de la disputa partidaria” (Halperín, 2007: 45)

En el tren de las críticas hacia el periodismo político, Jorge Lanata agrega un vagón: “Ya no hay investigación política. Si vos dividís los géneros, en información, en opinión, hay opinión pero no información. ¿Por qué? Porque la opinión no jode a nadie, es pintoresca. Qué importa si vos decís una barbaridad o no. Nadie te va a tomar en serio. Ahora, si vos haces periodismo puro de ‘el ministro tal se robó tal cosa’, y mostrás el papel, eso no existe” (Halperín, 2007: 263).

En tanto, el fundador de *Página 12* cuestiona el uso que se hace del concepto de ‘periodismo independiente’: “Para mí, es una obviedad que está mal expresada. Es como una tautología hablar de periodismo independiente. Es como decir ‘un can es un perro’. El periodismo es independiente, si no, no es periodismo. O sea, acá no hay nada que aclarar. Que somos de Racing, de Independiente, somos periodistas y punto. Si no somos periodistas, hacemos publicidad. Digo, empezó la idea del periodismo independiente. Lo que pasa es que después cada medio la adaptó a sus propias limitaciones” (Halperín, 2007: 280).

Otra cuestión tener a en cuenta es que el periódico independiente de información general destina los mayores y mejores recursos en la producción de los temarios políticos (Borrat, 1989: 40). Y esto se refleja en el material publicado, donde la política tiene primacía y un lugar privilegiado: cubre, normalmente, la portada; se desarrolla en las secciones frontales y permanentes; da lugar a la mayoría de los comentarios en las páginas de opinión y en las columnas; impregna el humor gráfico, las cartas de los lectores y el resto de las secciones (Borrat, 1989: 40).

1.5- PODER DEL DIARIO

Cómo quedó adelantado, Borrat entiende que, como actor capaz de afectar al proceso de toma de decisiones en el sistema político, “el periódico independiente de información general es un verdadero actor político de naturaleza colectiva, cuyo ámbito de actuación es el de la influencia, no el de la conquista del poder o la permanencia en él” (1989: 10).

En ese marco, “un periódico que carezca de políticos profesionales en su elenco de fuentes propias revela en esta carencia sus escasas capacidades para influir”. Además, “la exclusión o inclusión y jerarquización de los políticos profesionales como fuentes de información es muy significativa para el análisis de la línea política que sostiene y las maneras reales o ficticias como resuelve el equilibrio en la información y el pluralismo en la opinión” (Borrat, 1989: 47).

Gomis completa la definición y señala que la influencia “opera exclusivamente sobre las intenciones de quien es objeto de persuasión, es una manera de provocar un efecto en las actitudes y opiniones de otros a través de sus intenciones (no necesariamente racionales) de actuar: el sujeto que persuade trata de convencer a otro de que si obra como él le indica lo hará tanto en interés propio como en interés colectivo” (1997: 153).

Asimismo, como medio de persuasión “la influencia no se apoya tanto en la aceptación de un argumento como en el prestigio o reputación de la fuente de la que procede” (Gomis, 1997: 153). Además, “es algo más indefinido y difuso que el dinero y el poder político y es más tributaria del lenguaje” (Gomis, 1997: 155).

Más allá de los textos como comentarios y columnas donde los diarios tratan de convencer a sus lectores de una manera abierta y deliberada, Gomis advierte que los hechos son unos “persuasores intrínsecos”, incluso cuando se presentan de manera simples y se invita al público a “sacar sus propias conclusiones” (1997: 156).

En este sentido hay que tener en cuenta que, aunque hayan sido neutralizados en su presentación por la actitud informativa de los medios, los hechos transmitidos contienen en el interior la influencia de las fuentes que originaron o proveyeron el relato (Gomis, 1997: 156): quien influye es quien aporta el hecho.

Esto lleva, en muchas ocasiones y períodos, a que la política, tanto la de gobierno como la de oposición, consista, básicamente, en una producción de hechos capaces de ser aceptados y difundidos por los medios como noticia y de influir en la gente como “persuasores intrínsecos” (Gomis, 1997: 160).

Según Borrat, el periódico “intenta ocultar sus verdaderas intenciones bajo las connotaciones de neutralidad o de mediación pacificadora que acompañan al término ‘medio’”. El diario se presenta como una “ventana al mundo” pero, advierte, “hay teóricos que niega con razón su presunta neutralidad, poniendo de relieve ‘el marco’ como determinante de lo que deja ver esa ventana” (1989: 30).

Entonces, “puesto que el periódico produce su actualidad periodística según su propia cadena de decisiones y acciones, con sus recursos y en función de sus señas de identidad, bien puede afirmarse que cada periódico produce una actualidad periodística que le es propia, característica, autónoma e irrepetible” (Borrat, 1989: 39).

En ese caso, Gomis agregará que el medio no es un espejo sino que “la mediación es algo más que simple comunicación: hay una elaboración, preparación y presentación de una realidad producto de hombres que toman decisiones, siguen una línea política, luchan con la falta de tiempo, la limitación de recursos, etcétera (1997: 16).

Gomis hace hincapié en el carácter lingüístico de la mediación: “Redactar viene de reducir. La reducción del hecho a lenguaje equivale a la redacción del hecho como noticia. Convertir un hecho en noticia es básicamente una operación lingüística. Sólo los procedimientos del lenguaje permiten aislar y comunicar un hecho” (1997: 41).

Al mismo tiempo, el periódico tiene papel de “agente socializador”, tanto cuando se propone influir políticamente sobre su audiencia o cuando no tiene ese propósito, función que comparte con los demás componentes del sistema comunicativo.

Cerca de esta definición podemos ubicar a Gomis, quien percibe que “los medios de comunicación ofrecen el presente social”, ya que “sin ellos, este resultaría pobre y encogido, sería apenas el de la familia, la vecindad más inmediata, el medio de trabajo. Para el autor, “gracias a los medios, vivimos en el mundo y sabemos lo que está pasando un poco en todas partes” (1997: 12). Más aún:

“Percibimos la realidad no con la fugacidad de un instante aquí mismo, sino como un período consistente y objetivado, como algo que es posible percibir y comentar, como una referencia general. Son los medios los que mantienen la permanencia de una constelación de hechos que no se desvanecen al difundirlos, sino que impresionan a la audiencia, dan qué pensar, suscitan comentarios y siguen presentes en la conversación” (Gomis, 1997: 12).

El catedrático español agrega que el público está acostumbrado a entrar en contacto habitual con el presente social de referencia que le ofrecen los medios porque “siente que eso es para él una necesidad y un rito social y echa de menos el servicio cuando le falta” (1997: 25).

1.6- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 1

Las definiciones del rol que juega la prensa en nuestras sociedades van desde funcionar dentro del “aparato ideológico del Estado burgués” para esconder los antagonismos de clase, más que nada el choque burguesía-proletariado, del sistema capitalista, como desarrolló Vázquez Montalbán (1980: 153) desde una perspectiva marxista, hasta un “actor clave para la construcción de una vida democrática más plena y madura”, como definen las licenciadas Cornelia Lavalle Cobo y Dolores Schmidt-Liermann en un estudio con políticos y líderes de opinión realizado en julio de 2008 para la Fundación Konrad Adenauer.

Sin desconocer la parte de acierto de ambas definiciones, en este trabajo se optará por tomar la postura de Borrat, que prefiere asumir que las publicaciones gráficas no son del todo “ideales” ni del todo “siniestras” sino que contienen ambos polos (1989: 30). En esa línea, este autor sostiene que los periódicos son “actores del sistema político” que tienen los objetivos permanentes de “lucrar” e “influir” (1989, 42) a partir de ser “narradores, comentaristas y participantes del conflicto político”.

En tanto, el periodismo, en tanto práctica, quedará definido como “la primera aproximación a los hechos” que tiene una sociedad. Aunque se trate de un verdad precaria y falible, se puede ir ajustando “desechando errores y falsas versiones” (Halperín, 2007: 39).

El enunciado anterior será completado por el aporte de Gomis (1997: 35), quien plantea al periodismo como “un método de interpretación – es decir, comprender y expresar- sucesiva de la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla”.

Luego, en base al desarrollo de Halperín (2007: 45), el periodismo político será entendido como aquella especialidad que produce información, análisis y opiniones sobre el conflicto (Borrat, 1898: 11) que se produce en el seno del sistema político – Estado, Gobierno, oposición y sectores de presión de la sociedad civil-, donde tiene lugar un constante reacomodo de las relaciones de fuerza. Faltaría agregar que el periódico, en la mayoría de las ocasiones, forma parte de esa puja “como participante a título de parte principal o de tercero involucrado”.

Al mismo tiempo, será central para fundamentar esta investigación, la posición del filósofo político uruguayo Pablo Da Silveyra (Halperín, 2007: 57), quien asegura que la intención del poder político de ocultar y manipular la información para resguardar su imagen es una práctica casi inevitable de la democracia representativa, donde la legitimidad dependen del apoyo popular. En ese escenario, el periodismo político aparece como necesario para echar por tierra la genéticamente interesada versión oficial. Para eso, el cronista necesita cultivar fuentes de información que le permitan conocer y dar a conocer otros discursos.

El intelectual oriental argumenta que, por eso, “los medios son los únicos, en el orden democrático, que tienen el derecho de ocultar cuál es su fuente” (Halperín, 2007: 60). Sería una especie de privilegio al que los reporteros tendrían que responder con información poco contaminada por intereses sectoriales. Y ahí el riesgo. Porque toda fuente de información del poder político trabaja con empeño para influir en la prensa y, desde ahí, influir en los lectores: quien influye es quien aporta el hecho (Gomis, 1997: 156).

Ese rol del periodismo no es nuevo aunque sea moderno. Porque, justamente, hay que remontarse hasta el comienzo de la Modernidad, o el final de la Edad Media, para comprender por qué aparece la necesidad de una prensa independiente del poder central: es en ese momento histórico donde aparecen individuos libres (en especial, la burguesía) que reclaman enterarse de los hechos políticos y económicos antes de tomar las decisiones comerciales más acertadas y, quizá el punto más revolucionario, apoyar a sus gobernantes.

“Será esta casta la que, precisada de un conocimiento laico y racional –el estado del tiempo, los precios de las materias primas, las reglamentaciones, los horarios de salida de los barcos, etcétera- estimule el intercambio de noticias para romper el ‘mercado ideológico’ feudal”, desarrollará Vázquez Montalbán (1980: 53).

La aparición de la imprenta primero, el crecimiento de los centros urbanos como mercados en sí mismos, la aparición del ferrocarril y el telégrafo, la necesidad de encolumnar a la sociedad detrás de las virtudes de la expansión industrial/imperial, provocan que, para 1880, la relación comunicacional capitalista estuviese consolidada (Vázquez Montalbán, 1980: 155).

Por otra parte, hay cierto consenso sobre el principal riesgo y, en consecuencia, la principal deformación que puede tener el periodismo político: que sea una mera transcripción de declaraciones. Mientras Gomis llama a eso “periodismo barato” (1997: 125), la profesora Adriana Amado Suárez (Halperín, 2007: 45) entiende que “debe considerarse información política cuando ayuda en las decisiones de los ciudadanos con miras a sus próximos gobernantes”, sino “suele ser propaganda a cargo de pusilánimes”.

El éxito persuasor de los hechos es que su presentación simple y de apariencia neutral esconde una profesional mediación que incluye: elaborar, preparar y presentar una realidad producto de hombres que toman decisiones, siguen una línea política, luchan con la falta de tiempo, la limitación de recursos, etcétera (Gomis, 1997: 16).

La principal advertencia sobre las publicaciones gráficas es que mientras se presentan como “una ventana” al mundo, en realidad son “un marco” para direccionar la mirada hacia sólo una parte de los acontecimiento (Borrat, 1989: 30); mientras se anuncian como un espejo de lo que sucede, construyen un presente social compuesto al difundir “hechos aislados”, a partir de una operación lingüística que es la redacción (Gomis, 1997: 41).

CAPÍTULO 2

Definición, clasificación y lugar en el discurso informativo de las fuentes de información



2



CAPÍTULO 2: DEFINICIÓN, CLASIFICACIÓN Y LUGAR EN EL DISCURSO INFORMATIVO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

2.1- DEFINICIÓN TEÓRICA DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

La gran prensa de masas ha sabido construir una imagen de sí misma donde se presenta como un elemento necesario del debate social pero sin un interés político y económico concreto y difusora de relato neutro, donde no hay beneficiados ni perjudicados, donde todas las voces tienen lugar para expresarse; además de hacer gala de tener métodos que garantizan ecuanimidad y un trato justo hacia todas las partes intervinientes en un acontecimiento.

Así, *Clarín* “se presenta como un espacio público plural y eficaz donde se manifiestan y debaten los acontecimientos y las ideas centrales de nuestra época” (1997: 17). Por su parte, desde la empresa de la familia Mitre, aseguran: “En los temas en los que haya posiciones contrapuestas, *La Nación* recogerá en sus páginas todas las disidencias, a fin de ofrecer al lector una cobertura completa del asunto. La opinión propia del diario sobre el tema será tratada en la columna de editoriales. Este principio se aplicará también en las crónicas, a fin de que el lector pueda tener un conocimiento completo de lo que arguyen las partes enfrentadas con relación a un suceso” (1997: 47).

Es decir, esconden sus verdaderos objetivos. Y lo hacen para tener más éxito: lograrán lucrar e influir de una mejor manera si los lectores no están advertidos y se ponen en contacto con las noticias con la ‘guardia baja’.

Es más, los clientes adquieren categoría de santos y, por eso, merecen su correspondiente devoción: “El deber del diario es para con sus lectores y el público en general, y no para con los intereses privados de sus dueños. En pos de la verdad, el diario deberá estar dispuesto a sacrificar sus bienes materiales, en caso de que ese curso de acción sea necesario para satisfacer el bien público. El diario no deberá ser aliado de ningún interés específico, y deberá ser imparcial, libre y puro en sus puntos de vista respecto de los asuntos públicos y los hombres públicos” (La Nación, 1997: 58).

Esta idea resulta funcional a la concentración de mediática porque si los diarios no interceden a favor de ningún sector porque no expresan una ideología, no son necesarias muchas publicaciones que garanticen la mayor cantidad posible de expresiones editoriales. En ese escenario, alcanzaría con sólo algunas pero de buena calidad. Por eso, desde *Clarín* se insiste en la batalla cotidiana por “la ética, el rigor profesional y la calidad periodística” (1997: 14).

Más aún, *Clarín* señala que “rechaza toda presión política, económica, religiosa, ideológica o de cualquier otra naturaleza” porque “la función de la prensa independiente en la sociedad es informar y dar cuenta de lo que sucede con la mayor precisión y veracidad que sea posible lograr con el saber profesional y las disponibilidades tecnológicas del periodismo moderno” (1997: 19).

Y donde mejor queda expresado está forma de autorepresentación es los Manuales de Estilo. Desde las páginas de estos textos, los matutinos prefieren presentarse como “defensores de la libertad” e “impulsores de la cultura”. En ese marco, una de sus coartadas más importantes es que su esfuerzo está puesto “en el mejoramiento continuo”

(La Nación, 1997: 7). Por ejemplo, en el caso de *Clarín*, se trata de “informar, entretener, educar y comunicar” (1997; 14).

Es decir, los diarios se autodescriben con palabras como equidad, pluralidad, independencia, transparencia, ética, rigurosidad, imparcialidad, respeto, democracia, inflexibilidad y cuanta otra definición puedan blandir para convencer a gran parte de la sociedad. Una de las mejores maneras para saber si esto es una verdad total, una verdad a medias o una mentira bien disfrazada es hacer foco en la utilización de las fuentes de información (FDI⁵).

Como quedó expresado en el capítulo anterior, la exclusión o inclusión y jerarquización de las distintas FDI es “muy significativa para el análisis de la línea política que sostiene cada periódico y las maneras reales o ficticias como resuelve el equilibrio en la información y el pluralismo en la opinión” (Borrat, 1989: 47).

Además, tanto la definición como el análisis de las FDI aparecen pertinentes porque los diarios, “a diferencia de otros actores sociales, tiene que comunicar sus informaciones e incluir a sus fuentes de información en su propio discurso público” porque “cuanto mayor sea la cantidad, la calidad y la diversidad de las informaciones que comunica y de las fuentes que cita, tanto mayor será su credibilidad y, por tanto, su influencia” (Borrat, 1989: 54). Por lo tanto, trabajar en esto dos niveles -exclusión o inclusión y jerarquización, y cantidad, la calidad y diversidad- permitirá describir sus actuaciones como actores políticos.

Por otro lado, y ya de lleno en el plano de las definiciones, para el catedrático español Manuel López, las FDI pueden definirse “como un canal, persona, colectivo o institución que proporciona datos sustanciales o complementarios para poder confeccionar piezas periodísticas” (1995: 31).

Para Héctor Borrat las FDI son, si se permite la metáfora, el combustible que todo diario necesita para andar. Por eso “el periódico busca conquistar y mantener el acceso a las fuentes de información que mejor le convengan para satisfacer cada una de sus necesidades informativas” (1989: 54).

Con la misma tónica, para la catedrática española Mar de Fontcuberta la importancia de las FDI en el proceso de construcción de las noticias no admite cuestionamientos: “Un medio sin fuentes es un medio muerto” (Albertini y Ruiz, 2008).

Según De Fontcuberta, como la mayoría de los periodistas no ha sido testigo presencial de aquello sobre lo que luego tendrá que informar, las FDI son la única opción para poder redactar las noticias que se ofrecen al público. “Son necesarias, incluso, en aquellos casos en que el periodista ha asistido en persona al acontecimiento porque suponen un punto de vista distinto y aportan datos complementarios”, resume (Albertini y Ruiz, 2008).

Para López, la necesidad de recurrir a las FDI nace de la misma situación real y concreta que señala Fontcuberta: el periodista no puede ser testigo de todos los

⁵ Sólo en este capítulo de la tesis, donde el concepto se repetirá con una alta frecuencia, se optará por denominar FDI a las fuentes de información.

acontecimientos dignos de ser convertidos en noticia, de allí que para construir sus relatos “deba basarse en testimonios que los respalden” (1995: 28).

Por su parte, Stella Martini apunta que las fuentes “son los actores que el periodista observa o entrevista, incluyendo a los entrevistados que salen al aire o son citados en los artículos periodísticos, y aquellos que sólo suministran información básica o sugerencias para historias” (2004: 46).

“La noticia de los medios se inscribe en un proceso comunicacional circular: se genera en la misma sociedad que la consume. Si los individuos necesitan de los medios para conocer la realidad que excede a la posibilidad de su propia experiencia, de igual manera los periodistas precisan de discursos mediadores de la realidad a la que no pueden acceder personalmente. Ese es el papel de las fuentes, legitimadas por el ‘haber estado allí’, protagonistas o testigos de los acontecimientos o por el conocimiento indirecto pero fiable de lo que ‘realmente’ sucedió”, amplía Martini (2004: Págs. 50 y 51).

En la óptica de esta autora, las rutinas periodísticas “nada tienen que ver con el olfato, ni con el instinto del que, en el pasado, muchos periodistas ‘con oficio’ se enorgullecían”, sino con formas de organizar y facilitar el trabajo cotidiano de los medios. En este sentido, la autora consigna que las dos tareas centrales a partir de las cuales se dispara todo proceso de construcción de la noticia se centran, precisamente, en “obtener la información a través del acceso a las fuentes y verificar su confiabilidad” (Albertini y Ruiz, 2008).

En tanto, para Julio Del Río Reynaga, las FDI “son la vida social: los individuos, los grupos sociales y las instituciones tales como el gobierno, la Iglesia, la escuela, la fábrica, el comercio, la prensa, los tribunales, la legislatura, los líderes, etc., en su dinámica social” (1991: 65).

“Son las relaciones sociales de conflicto y cooperación; la conducta y personalidad sociales, las costumbres, hábitos, tradiciones, actitudes y expresiones de los protagonistas de la sociedad”, amplía el autor y termina: “De las relaciones de todos esos elementos sociales el periodista nutre su trabajo y elabora su información. Fabrica el mensaje con los procesos sociales que pueden y tienen efecto en la sociedad misma” (1991: 65).

Después, Del Río Reynaga sintoniza con otras definiciones de este apartado: “Las fuentes de información son los abrevaderos de donde el reportero toma la información. Allí se origina la noticia. No se puede concebir la información sin una fuente, pues es su origen y fundamento. Ahí nace y en ella se apoya el periodista para afirmar o negar la existencia de la noticia” (1991: 65).

El investigador argentino Eugenio Castelli acuerda con los autores anteriores en el hecho de que la posibilidad de que el periodista sea testigo directo del acontecimiento representa en la actualidad “una circunstancia totalmente ocasional y fortuita”. No obstante, sí incluye en su concepto de fuentes “al hecho exterior mismo y su percepción por el reportero”, incluso aunque inmediatamente aclare que en la mayoría de los casos dichas fuentes están dadas por “una intervención intermedia entre el hecho y el

comunicador, de personas, grupos o instituciones, ocasionales o especialmente organizadas a tal fin” (Albertini y Ruiz, 2008).

Castelli reconoce que si bien todavía son muchos los acontecimientos que “pueden y deben ser presenciados por el informador”, hace tiempo que, en la práctica profesional, la tradicional figura del periodista-testigo –aquel que “acompañado de un fotógrafo recorría las calles o lugares de la ciudad en búsqueda del suceso inesperado o inusual, a la caza de lo insólito o de la primicia”– fue reemplazada por la consulta “a las fuentes más directamente vinculadas al acontecer más significativo” (Albertini y Ruiz, 2008).

Borrat también prefiere decir que las FDI son parte de los “recursos humanos” que el periódico tiene y necesita movilizar para producir la actualidad periodística. Al contrario de lo que sucede con la redacción, los talleres, la administración, los promotores de publicidad - empleados de la empresa-, se trata de recursos humanos que integran “constelaciones de actores externos” relacionados de manera permanente o transitoria con el medio (1989: 46).

A su turno, José Ignacio Armentia Vizueté y José María Caminos Marcet, docentes e investigadores de la Universidad del País Vasco, hacen la salvedad entre fuente de información e informante. Para ellos, “para considerar a alguien como fuente propia es necesaria una relación más o menos estable, de lo contrario estamos ante un informante”. Al recuperar testimonios de periodistas, los españoles entienden que sólo se piensa un informante como una fuente “después de que te haya dicho cosas que otras personas están intentando ocultarte; cosas que tus lectores quieren conocer, pero que no puedes averiguar por ti mismo” (2003: 98).

A posteriori, los autores creen que “cualquier persona que por su situación laboral, económica, social o política tiene acceso a información privilegiada puede constituirse en una potencial fuente de información” porque, en última instancia “es el periodista el que decide sobre la validez de la fuente; validez que viene siempre determinada por la calidad de la información que suministra en el presente y le ha suministrado en el pasado” (2003: 98).

Desde otro lugar, la semiótica, la docente María Elena Sanucci ensaya una demostración empírica del gran paradigma teórico sobre el rol que cumplen las FDI en el discurso periodístico: acercamiento al lector y credibilidad.

“Existe un contrato mediático que establece el periódico con sus lectores a partir de su vocación, por definición, de decir la verdad. Pero en el mundo periodístico la verdad es siempre un efecto del discurso. Por eso, para la construcción de ese contrato mediático como contrato de confianza entre el medio y el lector hay que tener en consideración las fuentes informativas. Mediante ellas el periodista intenta lograr el grado de confiabilidad necesario para mantener el contrato mediático”, concluye Sanucci (2005: 167).

Y va un poco más allá: “Las fuentes también resultan ser un efecto del discurso, pues las fuentes empíricas en la práctica escritural sufren mediaciones y cambios: se transforman en fuentes textuales que encubren estrategias del autor, que son fundamentales para la creación de una imagen de la opinión pública” (2005: 167).

Por último, el avance de investigación de las profesoras Paula Pedelaborde y Florencia Burgos delibera sobre el lugar de la prensa gráfica en el nuevo universo de los medios de comunicación, donde la irrupción tecnológica ha producido cambios radicales.

Básicamente, las autoras intentan mostrar la importancia de la diversidad de testimonios como reinención de los modos de la prensa gráfica para hacerle frente a la inmediatez de los medios audiovisuales, quienes le hurtaron el monopolio de la primicia a los matutinos: “La diversidad y análisis en un tema de actualidad ya conocido por los lectores es lo que hoy busca entregar una empresa periodística gráfica” (2004).

Y amplían: “Si bien desde siempre el periodista debió recurrir a todas las fuentes posibles para elaborar una nota, en la actualidad, este recurso es utilizado como otra variante. Ya no es sólo aquella entrevista en profundidad a partir de la que se produce una nota completa sino que son varias consultas puntuales, específicas o concretas para redactar una información. Cada vez se buscan más voces para conocer opiniones variadas sobre un único tema” (2004).

Luego, a modo de conclusión Pedelaborde y Burgos retoman en cierta medida la idea presentada por Sanucci: los testimonios como base de la credibilidad del discurso periodístico. Por eso, afirman: “El uso de testimonios de especialistas (o no) se utiliza como fuentes válidas para contextualizar, legitimar y ampliar la información que ya fue difundida por los medios audiovisuales” (2004).

Por último, aunque la sociedad canalice sus demandas insatisfechas en el periodismo, cabe aclarar cuáles son las diferencias en la calidad de las FDI y quienes aportan datos, por ejemplo, en la Justicia: “Cuando un testigo se presenta ante un juez, su relato constituye una prueba. En tanto, las declaraciones recogidas en los medios aportan credibilidad a la construcción narrativa que circula en la sociedad pero su valor es meramente testimonial” (Martini y Luchessi, 2004: 147).

2.2- FUENTES DE INFORMACIÓN E INTERESES

Desde el Taller de Periodismo de Investigación de nuestra casa de estudios, se advierte sobre una cuestión que puede ampliarse al periodismo político y que será una premisa para esta Tesis: “No hay fuente desinteresada y el relato corre serio riesgo de ser condicionado –y hasta determinado- por las fuentes en las que hacemos pie” (Benítez y Sortino, 2006).

“Pareciera que el interés de informar fuese exclusivo del periodista; pero la realidad es que los actores sociales son los más interesados en manifestarse ante la sociedad por medio de los instrumentos de difusión para conservar, reforzar, aclarar, modificar o cambiar la opinión y la imagen que dicha sociedad o parte de ella, tiene de ellos”, completa Del Río Reynaga (1991: 66).

Siempre se piensa que el periodista vive a la caza de noticias, “cuando en realidad son las noticias, más exactamente los acontecimientos o los actores de los mismos los que buscan a los periodistas, que no suelen estar justo en ‘el lugar de los hechos’, salvo en el caso de acontecimientos anunciados, como marchas o celebraciones públicas, conferencias de prensa o juicios. No basta con que sucedan cosas para que los medios puedan cumplir con su tarea y es así que las redacciones reciben continuamente aviso e

información sobre la producción, y muchas veces también actores, de los acontecimientos” (Martini, 2004: 48).

Según Pablo Da Silveyra, filósofo político uruguayo, “el profesional no puede hacer bien su trabajo si ignora un hecho esencial: todas las fuentes tienen una razón para revelarnos algo, así fuera simplemente ganar influencia en nuestro medio. Nos brindan material crítico para obtener algo a cambio. Y es aconsejable que nos manejen con una idea muy certera de las intenciones de nuestro ‘proveedor’”. (Halperín, 2007: 65)

En la misma sintonía, el reconocido periodista estadounidense Walter Lippmann, cree que “si no fuera por los interesados en que algo se publique, muchas noticias no aparecerían nunca” (Albertini y Ruiz, 2008).

En tren de ampliar lo antedicho, Borrat señala que “excluir, incluir y jerarquizar son decisiones básicas en la producción de todo relato informativo y, por tanto, ninguna fuente puede escapar a ellas” (1989: 56). En esa línea, completa: “Cada fuente de información produce una versión entre otras posibles de lo que efectivamente ha ocurrido, un relato informativo singular e irrepetible del hecho noticiable” (1989: 56-57).

Para este autor, el concepto de fuente es relacional: “Se refiere a ciertos comportamientos que un actor social puede desempeñar con relación a otro en un proceso de comunicación. Cualquier actor puede actuar como fuente de información” (Borrat, 1989: 55).

Por su parte, el profesor y periodista Víctor Ego Ducrot⁶ define el rol protagónico de las FDI al definir de manera teórica la práctica periodística; es decir, muestra cómo el quehacer profesional encuentra su particularidad, dentro del universo de todos los comunicadores, en el manejo de fuentes de información. Entonces, el autor explica: “Podríamos decir que el periodismo es propaganda objetiva, basada en hechos susceptibles de ser constatados y confirmados en su objetividad y veracidad por las llamadas fuentes” (2004). Es decir, un diario sin fuentes es una lisa y llana propaganda; empero, no quiere decir que un diario con fuentes no tenga intencionalidad editorial o cierta postura política, social o económica.

Entonces, para el planteo de Ducrot, es importante poner atención a que cuando el periodista selecciona una fuente de información y, en consecuencia, desecha otra, está asumiendo una parcialidad objetiva frente a los acontecimientos. Es decir, el cronista debe ser consciente de que su producción será periodística en la medida que utilice fuentes, y que en la medida que use fuentes será parcial, porque estará publicando el discurso de un determinado sector con sus intereses a cuestas.

Con una perspectiva bastante parecida, Armentia Vizuete y Caminos Marcet indican que la característica más destacada de las FDI es que “suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés o de otros sectores de la sociedad. Así, lo impregnan todo, y su importancia es tan grande que el trabajo

⁶ Es director de la Agencia Periodística del Mercosur y docente Titular del seminario de Periodismo en Escenario Latinoamericanos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Autor de varios libros de política y economía internacional.

con unas u otras fuentes aporta claras pistas sobre la estrategia informativa de los medios de comunicación” (2003: 97).

Los autores, en otra coincidencia con Ducrot, brindan un rol central a las FDI dentro de la rutina profesional: “Aun siendo fundamental el trabajo del periodista, lo que acaba por determinar la calidad de la información que publica es la posesión de una buena agenda. Un periodista no es nada si no tiene buenos contactos, si no tiene acceso a buenas fuentes de información. Las fuentes de información se convierten así en un aspecto esencial de la actividad informativa” (2003: 97). Luego, van un poco más allá:

“En el trabajo diario de un medio de comunicación, las fuentes lo determinan todo. La organización del trabajo de una redacción se realiza de acuerdo con los ritmos y las pautas que marcan las fuentes. Las fuentes no sólo condicionan todas las fases sucesivas de la producción informativa, sino que, en determinados casos, están directamente en disposición de gobernarla” (2003: 97).

Después de afirmar que “los políticos profesionales son fuentes básicas de la información política” (1989: 60), Borrat explica que “cada periódico va integrando su elenco de políticos profesionales que le servirán como fuentes de información. Es un elenco abierto, de composición variable: junto a un centro de políticos-fuentes permanentes va formándose una fluctuante periferia de políticos-fuentes ocasionales, que funcionan tan sólo para cubrir un hecho o una coyuntura determinada” (1989: 61).

“El periódico independiente de información general apoya sus capacidades para lucrar, influir y desarrollar con éxito sus estrategias específicas en la red de fuentes de información política que va construyendo y reconstruyendo a lo largo de toda su trayectoria. Esa red no adopta nunca su forma definitiva. Cada tema nuevo abre una serie de inclusiones, exclusiones y jerarquizaciones de sus fuentes de información que exige tantas decisiones como temarios dedique el periódico a ese tema; cada tema que desaparece acarrea la exclusión de aquellas fuentes que sólo habían sido incorporadas a la red en función de las necesidades informativas que ese tema planteaba”, continúa Borrat (1989: 91).

Asimismo, Del Río Reynaga refuerza esa teoría: “Es a través de su ideología y tomando en cuenta sus intereses económicos, políticos, sociales, etc., como los individuos e instituciones proporcionan datos (opiniones y hechos) a los periodistas para la confección de sus informaciones. No hay, pues, desinterés o desgano de las fuentes para proporcionar información. Todo lo contrario” (1991: 66).

Al respecto, Gomis, a partir de un trabajo sobre las motivaciones de las fuentes informativas para suministrar datos a los medios, resume el interés comunicacional de las instituciones públicas en los siguientes puntos (1997: 62):

A) Consolidar o incrementar su prestigio como institución; b) cierta obligación moral de las instituciones públicas de mantener informada a la sociedad sobre sus actividades; c) denuncia de otra institución a través de una información negativa sobre ella; d) tener ‘contentos’ a los periodistas para que no escriban nada que pueda perjudicar el buen nombre de la fuente.

En el caso de las entidades privadas, al interés en aumentar el propio prestigio o disminuir el de otra entidad se agrega el interés económico en promover una mayor

afluencia de público, agrega el autor. Y en lo que respecta a las fuentes particulares, amplía, cuenta también la capacidad de conferir status que tienen los medios y el interés en señalar un problema para que las autoridades competentes lo subsanen o la sociedad tome conciencia de él (1997: 62)

2.3- RELACIÓN FUENTES DE INFORMACIÓN / MEDIO PERIODÍSTICO

Borrat, además, describe la compleja relación entre el periódico y las FDI: “Puede ser de equilibrio de fuerzas o de clara hegemonía de una de las partes sobre la otra. Incluso cuando es la parte hegemónica, el periódico tiene que manejar con exquisito tacto sus relaciones con la fuente: una sola infracción suya a las reglas de juego puede significarle la pérdida de la fuente perjudicada y de aquellas otras fuentes que se enteran de tal infracción” (1989: 58).

En ese punto, el autor señala que, “si bien el periódico tiende a privilegiar a las agencias de noticias y a los gabinetes de prensa de ciertas instituciones públicas y privadas porque las ve compartiendo con él un conjunto de saberes profesionales característicos del oficio de informador”, no puede abastecerse solamente en ellas y “necesita - también- de las fuentes no organizadas como tales, ajenas a esos saberes profesionales pero que le pueden proporcionar la exclusiva, la información filtrada o, como mínimo, ciertos datos que le permitan complementar la información de las fuentes profesionales” (1989: 56-57).

Además, “ante un hecho noticiable determinado, el periódico necesita disponer de varias fuentes contrastables para que su propia versión no sea mera transcripción o reproducción de la que le ha proporcionado una sola fuente, ni refleje tan sólo la versión de una de las partes del conflicto”, indica (Borrat, 1989: 57).

Martini entiende que “el poder oficial está identificado en las noticias a través de fórmulas como ‘fuentes oficiales’, ‘fuentes del gobierno’, ‘el vocero presidencial’, ‘fuentes jerárquicas’, y el acceso a él suele responder a pautas y canales establecidos con los medios. Es justamente la jerarquía del poder lo que clasifica y ordena la relación entre las fuentes y los medios” (2004: 58).

Es de esta manera como se cierra el círculo de la producción informativa: por un lado, para elaborar sus noticias, periodista y medio dependen de la información que proviene de las FDI, éstas necesitan del espacio y la difusión que le brindan los medios en el ámbito público; y, paralelamente, los públicos requieren de las FDI para acceder a lo que pasa en la realidad. Así, periodistas, FDI y públicos conforman lo que Martini define como la “triangulación básica operativa” (Albertini y Ruiz, 2008).

Hay que tener en cuenta que las FDI no son meros instrumentos buscados por los periodistas para conseguir información y que “tienen también sus propias estrategias y demuestran un mayor o menor interés hacia determinados medios de comunicación”. Así, “no son simples espectadoras, sino que eligen a los medios que consideran más adecuados para que sus confidencias lleguen al público”. Las FDI “tienen sus preferencias y no se acercan por igual a todos los medios de comunicación: dentro de los medios con los que pueden trabajar efectúan su propia jerarquización”, suman Armentia Vizueté y Caminos Marcet (2003: 100).

Los ibéricos completan con una reflexión: “El mejor medio es el que tiene acceso a la información diferenciada; es decir, el que trabaja con las mejores fuentes” (2003: 97).

Las FDI, más que nada las institucionales, “penalizan a unos medios y premian a otros, se acercan a los medios con interés o con recelo, o simplemente los apartan como instrumento válido para su comunicación con el público”. No hay que olvidar que, como afirma Borrat, “cada poder del Estado y cada uno de sus cuerpos institucionales decide cuál será su política de comunicación; y dentro de esa política de comunicación apuesta por unos medios condenando al ostracismo a otros de la competencia” (1989: 92).

Como consecuencia, “el medio de comunicación para el que trabaja el periodista es, por lo tanto, un factor determinante a la hora de acceder a determinadas fuentes. Hay que tener en cuenta que en la mayoría de las ocasiones las fuentes tienen interés en dirigirse a un medio concreto, pero no a otros” (Armentia Vizueté y Caminos Marcet, 2003: 100).

Las relaciones entre los medios y el poder político “pueden tomar la forma de presiones más o menos sutiles: unos y otro ejercen presión para obtener un beneficio, la presión del medio responde a garantizar el flujo de información para desarrollar sus agendas y también a preservar sus intereses económicos; la presión del gobierno responde a la necesidad de resguardar su imagen y lograr un beneficio concreto. En ambos casos, lo que está en juego es el poder, y las negociaciones se hacen en el nivel del staff periodístico y en el de los estamentos directivos de los medios. La quita de publicidad oficial, en especial en el caso de los diarios, suele ser una de las formas en que se efectiviza la presión gubernamental” (Martini, 2004: 60).

Gomis, en tanto, descarta una relación medio-FDI basada en el dinero y considera que lo único que importa es que el relato suministrado por el informante tenga, en algunos de sus aspectos, interés público, dando por descontado el interés ineludible de ambas partes. “Los periódicos y los demás medios tienen unos costos, pero raramente pagan por obtener una información concreta, salvo las revistas ilustradas. Tampoco la fuente paga generalmente para conseguir que algo que le interesa aparezca publicado o difundido”, asegura (1997, 60).

El autor entiende que “el acuerdo entre el medio que necesita noticias y la fuente que desea que se sepa algún hecho pasa por el concepto de noticia. Aquel hecho tiene que ser noticia. Si lo es, la fuente interesada presta un servicio al público al darlo a conocer y hace un favor al medio, puesto que le ofrece información, que es de lo que el medio vive. Si lo es, no se supone que el medio lo difunda para favorecer la imagen de la fuente noticiosa o perjudicar a los adversarios políticos o económicos de la misma fuente, sino simplemente porque aquello es noticia, un hecho que al público le interesa conocer” (1997, 60).

2.4- CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Según los docentes de esta casa de estudios Emiliano Albertini y Adela Ruiz, “al momento de ofrecer un sistema clasificatorio, los distintos autores difieren tanto en los criterios que orientan las tipologías en que estructuran las fuentes como en el grado de detalle de las opciones que ofrecen”. En este sentido, observan, “los ordenamientos

varían no sólo por el ámbito o modalidad de la práctica profesional a la que refieren sino, también, por los aspectos que en cada caso se busca resaltar” (2008).

Antes que nada, Martini propone identificar cuatro condiciones que hacen a las FDI confiables y garantizan su acceso al periodismo: 1) los incentivos que ofrece; 2) el poder de que dispone; 3) la proximidad geográfica y social a los periodistas 4) y la capacidad de brindar información adecuada. En la enumeración, la última “es la que tiene mayor peso, “aunque los otros tres factores acentúan esa capacidad” (Martini, 2004: 64).

Martini también menciona otras características que deben tener las FDI para convertirse de consulta habitual. En primer término, aparece la ‘productividad’, que permite tener información clara, comprensible, interesante y fácilmente verificable. Aquí se jerarquizan fuentes como los voceros, cuyas declaraciones no requieren la consulta a una fuente alternativa y, por lo general, utilizan códigos y lenguaje periodístico (2004: 66).

Luego, aparecen las FDI con ‘confiabilidad’, que exigen un menor nivel de verificaciones y, valga la redundancia, que proveen información verídica. Después, aparecen aquellas que tienen ‘corrección e inteligibilidad’ y, en consecuencia, no demandan grandes esfuerzos de edición, por ejemplo, en los casos de entrevistas que deben ser publicadas o emitidas al aire (Martini, 2004: 66).

Junto con estos criterios, el que remite al nivel de ‘autoridad’ se presenta como central, ya que “el periodismo suele privilegiar las fuentes a las que se reconoce autoridad en su campo o que están investidas de autoridad”. Por ejemplo, la referencia a fuentes autorizadas aparece como instancia legitimadora de una información controversial (Martini, 2004: 66).

Del Río Reynaga hace hincapié en el último concepto y propone una nueva división. A su entender, el periodista debería distinguir entre una fuente autorizada y la fuente con autoridad: “La primera es a la que legal y administrativamente se le adjudica esa autoridad, tal es el caso de las oficinas de prensa, de comunicación o relaciones públicas y sus voceros. Sin embargo, no necesariamente una fuente autorizada tiene autoridad. Es decir, no toda fuente tiene el conocimiento experto para opinar e informar de algo o de alguien” (1995: 65).

“De ahí que un reportero deba tener conciencia para distinguir entre una fuente y otra. Debe procurar que sus fuentes sean representativas. Esta condición es importante pues, en principio, le garantiza informaciones que tienen trascendencia y en cierta medida consenso y legitimidad”, reflexiona (Del Río Reynaga, 1995: 65-66). Por su parte, además, ensaya una segmentación de las FDI (1995: 66).

Fuentes públicas: autoridades municipales, estatales y federales, delegados del gobierno federal, instituciones de educación pública, tribunales, juzgados, cámaras legislativas, banca nacionalizada, etcétera.

Fuentes privadas: cámaras industriales, de comercio, servicios, compañías financieras, clero, centros educativos privados, asociaciones de agricultores, los medios de comunicación, etcétera.

Fuentes sociales: partidos políticos, sindicatos, asociaciones de ejidatarios, comuneros, colonos, inquilinos, consumidores, colegios de profesionales, etcétera.

Fuentes alternas o independientes: el reportero es proclive a acudir a las fuentes de información oficiales, tanto públicas como privadas. Sin embargo, a veces la 'versión oficial' sobre los hechos, no siempre coincide con la realidad. Por eso, el reportero debe tener siempre como una opción las fuentes independientes. El fruto, seguramente, serán informaciones más objetivas, o al menos, más imparciales, y más de acuerdo con lo que esperan las comunidades de sus periódicos.

Citando a varios autores, Martini también distinguen entre 'fuentes en sentido estricto', o fuentes de primer orden, y las 'fuentes de segundo orden', las agencias de noticias y los otros medios: "Las de 'primer orden' incluyen a los individuos e instituciones que producen o permiten el acceso a la información. Si bien no se trata de discursos de primer orden en sentido estricto (sólo los acontecimientos mismos en su momento de ocurrencia lo son), se conectan directamente (por conocimiento o porque son actores implicados) con los acontecimientos. En tanto, las de 'segundo orden' son aquellas que, a través de fuentes de 'primer orden', acceden a los acontecimientos, los seleccionan y los construyen bajo el formato del cable noticioso y se constituye en fuente de información" (Martini, 2004: 67).

Para Martini, al mismo tiempo, se puede distinguir entre 'fuentes oficiales' y 'extraoficiales'. Las 'oficiales' son las que se identifican con los responsables directos de una institución pública o privada, sean actores directos o indirectos del acontecimiento. Aportan un alto nivel de 'confiabilidad' y hacen al efecto de credibilidad de la noticia. Por oposición, están las fuentes 'extraoficiales', cuya legitimidad es más dudosa pero permiten el acceso la parte de la información que no confirmada de manera oficial o, directamente, fue ocultada de manera deliberada (Martini, 2004: 67).

Las fuentes oficiales, según Gomis, despiertan un interés "técnico" en periodistas y medios de comunicación porque disponen "abundantes canales de comunicación, como portavoces, gabinetes de prensa, etcétera, que permiten "llenar los espacios de la programación diaria". Además, "suministran noticias esperadas e inesperadas, ofrecen filtraciones y facilitan conocimientos amplios que hacen más completo y seguro el trabajo de los cronistas al explicarles el trasfondo de los hechos" (1997: 61).

Del Río Reynaga también explica por qué el cronista es proclive a acudir a las fuentes de información oficiales, tanto públicas como privadas: "Después de todo, es una comodidad para el reportero contar con fuentes que tienen establecidas rutinas para informar y que cuentan con voceros dispuestos a proporcionar material o facilitar su consecución. Por otro lado, para el medio es una garantía de que el reportero traerá información" (1991: 66 -67).

Se puede hablar también de 'fuentes personalizadas' y 'fuentes no personalizadas' o cuasi anónimas. Mientras las primeras permiten la mención directa del informante y alcanzar la verosimilitud derivada del poder del testimonio y de la cercanía con el hecho producido, las segundas generan incertidumbre y ponen a los datos vertidos bajo un manto de sospecha. Por ejemplo, "la mención del 'oficial a cargo de la detención' es

más eficaz y creíble que el más genérico ‘fuentes oficiales’; o el nombre y apellido de un individuo (común) resulta más puntual que ‘vecinos del lugar’” (Martini, 2004: 69).

Si de factibilidad de acceso se trata, otra de las clasificaciones que aparece con relativa frecuencia es aquella que, estrechamente vinculada al tipo de competencia que los medios pueden desarrollar en el subsistema en el que se inscriben, permite diferenciar entre fuentes ‘exclusivas’ y ‘compartidas’. Mientras que las primeras son “las más valoradas por los medios, ya que aportan información privilegiada”, y también por esto las más difíciles de obtener, las segundas son las que “garantizan un volumen de información homogéneo para todos los medios, en cantidad y calidad”. Tal es el caso de las agencias de noticias, los gabinetes de prensa, los comunicados públicos y las conferencias informativas (Albertini y Ruiz, 2008).

En una de sus tantas descripciones, retomadas por los autores, Borrat señala que el rol que desempeñan las FDI se inscribe en un “amplio arco de modelos de actuación” dentro del cual éstas pueden ser clasificadas de acuerdo a la actitud que adopten, tanto frente al profesional como al periódico. En este sentido, distingue entre:

-Fuentes resistentes: las que sin bloquear el acceso a la información oponen obstáculos y resistencias.

-Fuentes abiertas: las que si bien no oponen resistencia tampoco asumen la iniciativa.

-Fuentes espontáneas: las que asumen la iniciativa de informar.

-Fuentes ávidas: las que adoptan esta postura pero con mayor intensidad y urgencia.

-Fuentes compulsivas: las que asumen esta actitud pero con recursos estratégicos que obligan al periódico a comunicar su información.

En sintonía con esta propuesta, pero poniendo el acento en el interés que pueden tener las FDI la difusión de un determinado hecho o declaración, se encuentra la distinción que elabora Castelli:

-Informadores pasivos: son aquellos protagonistas o testigos de un hecho que no tienen un interés activo en su difusión. En estos casos “es el periodista quien recoge directamente los datos, requiriéndolos a sus actores”.

-Informadores interesados: son aquellos que, vinculados de una u otra manera al hecho, tienen interés en que éste se conozca. Dado que sus noticias “no van directamente al público, actúan indirectamente a través de distintos órganos de difusión que las transmitirán”. Tal es el caso de: las instituciones públicas o privadas, a través de sus oficinas de prensa y otros medios (comunicados, conferencias de prensa, etc.); las oficinas de Relaciones Públicas; las agencias noticiosas.

A diferencia de lo que sucede con los desarrollos que postula la mayor parte de los autores analizados, la tipología de fuentes que esboza López resulta un tanto confusa, no sólo por la diversidad de parámetros que utiliza para clasificarlas sino, especialmente, por las características que le atribuye a cada una de las categorías propuestas. A su

entender, los tipos de FDI con que se trabaja en un medio informativo comprenden (Albertini y Ruiz, 2008):

-Fuentes propias: las establecidas por el propio medio y en ellas incluye, no sólo “los pactos del editor con empresas e instituciones” sino también “la plantilla de periodistas” que lo integran.

-Fuentes institucionales: las que “proviene del poder”, especialmente del financiero, político y religioso, y en cierta medida del social (gobiernos, ayuntamientos, bancos, iglesias o instituciones de relevancia) “que no dudan en invertir en gabinetes de comunicación e imagen para incidir en los medios informativos”, y donde pueden incluirse también las agencias de noticias, en tanto organismos dependientes de empresas multimedia privadas o subvencionadas por el Estado.

-Fuentes espontáneas: aquellas “asociaciones y colectivos de ciudadanos que proceden de sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder”. Su valor reside en que “contrapesan la estrategia de los poderosos, y específicamente, sus opiniones responden a los intereses y preocupaciones de la mayoría de los ciudadanos”.

-Fuentes confidenciales y anónimas: si bien ambos tipos responden a las fuentes que brindan información a condición de no ser identificadas, mientras que las primeras están “relacionadas con el poder” y son las que permiten “obtener documentos e informes de gran valor periodístico a los que no se hubiera podido acceder de otra manera”, las segundas son las “personas que informan de algún hecho de interés periodístico pero que lo hacen sin darse a conocer”.

Armentia Vizuet y Caminos Marcet postulan un esquema que organiza las FDI en tres grupos principales: ‘personales’, ‘documentales’ y de ‘consulta habitual’ (categoría en la que incluyen a las agencias de información, los gabinetes y las ruedas de prensa, Internet y los medios de la competencia). Luego, estructuran a las ‘personales’ según los siguientes criterios (2003: 107-113):

-Según duración de la relación, en **estables** (fuentes que muchas veces se dirigen al periodista para que publique sus informaciones) y **provisionales** (se establece un contacto por un tema puntual que no se traduce en una relación duradera).

-Según posición desde la que actúan, en **públicas** (se presentan abiertamente al periodista porque actúan de forma oficial y se trata generalmente de fuentes interesadas en que se conozca su trabajo público, aunque se pueden manifestar como cerradas si lo que se pretende es conseguir información sobre algo que desean mantener oculto); **privadas** (una fuente personal actúa de manera privada cuando no está al alcance de todos los periodistas, sino que su acceso está restringido a un número determinado de ellos; como no actúa en representación del cargo que ocupa, en caso de que permita publicar sus confidencias, no dejará que el periodista la identifique); **confidenciales** (fuentes que se manejan exclusivamente con uno o dos periodistas, que trabajan generalmente con el *off the record* y aportan informaciones que ayudan a interpretar con profundidad los acontecimientos más importantes de la agenda temática); y **expertas** (personas especializadas en temas concretos a las que el periodista acude para obtener informaciones singulares o para interpretar correctamente los datos disponibles).

-Según la actitud respecto al periodista, en **activas** (es la que toma la iniciativa y se pone en contacto con el redactor; según la intensidad de la iniciativa pueden distinguirse dos tipos: las ‘ávidas’ y las ‘compulsivas’; mientras que las primeras toman la iniciativa con una urgencia importante, las segundas utilizan todos los recursos que tienen a su alcance como para obligar al medio a que publique su información) y **pasivas** (son fuentes que no toman la iniciativa y a las que el periodista generalmente recurre para confirmar informaciones que ya tiene a través de otros cauces; pueden distinguirse entre ‘resistentes’ y ‘abiertas’; las primeras oponen fuertes obstáculos al periodistas, mientras que las segundas no lo hacen, pero tampoco asumen la iniciativa).

-Según su representatividad, en **gubernamentales** (se trata de fuentes de poder, por lo que los medios de comunicación se muestran permeables a sus declaraciones y participan de las estrategias informativas que estas poderosas fuentes proyectan hacia el público a través de los medios); y **no gubernamentales** (dentro de este grupo se encuentran en un polo aquellas que no pertenecen al gobierno, pero son cercanas a él, y aquellas que se encuentran en el polo contrario, en el lugar de la oposición; en ambos casos, se trata de fuentes que tienen acceso a informaciones de interés y que exigen al periodista la comprobación de los datos).

-Según el alcance de la información que suministran, en **centrales** (aquellas que suministran las informaciones más importantes, con un gran alcance, que aportan datos que suelen ir publicados en secciones como Economía, Política o Sociedad); y **territoriales** (de alcance inferior, que suministran datos interesantes, como los hospitales, distritos policiales, tribunales, etc.).

En un tono más pragmático que académico, el británico David Randall se aboca a detallar un abanico de opciones que a su entender puede actuar como orientación cuando el periodista necesita definir potenciales ámbitos de búsqueda de información: “La observación, la gente, los contactos permanentes, los políticos, los informes oficiales, los grupos de presión (entidades privadas, ONG, etc.), las organizaciones internacionales, las universidades y centros de investigación, las publicaciones académicas, la prensa alternativa, las revistas especializadas, la policía y los servicios de urgencia, los libros y guías, los otros medios de comunicación e, incluso, las efemérides y los avisos clasificados” (Albertini y Ruiz, 2008).

Sin dejar de observar que existen tantas clasificaciones como criterios se tomen en cuenta, los argentinos Sibila Camps y Luís Pazos optaron por construir una tipología basada en la índole de la fuente. Este sistema podría considerarse el más apropiado porque, por un lado, se estructura en base a categorías que pueden considerarse estables –y no sujetas a las circunstancias de una investigación o a las interpretaciones de los periodistas–; y por otro, porque ofrece un detallado abanico de opciones que, sin redundar en una especificidad excesiva, resulta práctico y orientador cuando se trata de emprender la búsqueda de información periodísticamente valiosa (1994: 73- 74):

-La observación directa.

-La gente: los protagonistas (víctimas, culpables/sospechosos, familiares, autoridades, etc.); los voceros y jefes de prensa (de funcionarios, políticos, empresarios, etc.); los contactos (personas a las que el periodista recurre con cierta asiduidad y con las que

mantiene una relación de cierta confianza); las agencias de prensa (equipos de periodistas o licenciados en comunicación que contratan instituciones o empresas de forma permanente o por una actividad determinada); los periodistas de otros medios (colegas de otras ciudades del país o del exterior que son consultados sobre hechos que ocurren en sus áreas de influencia).

-Los documentos: cables; documentos propiamente dichos (con autoría y procedencia plenamente probada); documentos no convencionales (materiales escritos –impresos o manuscritos- que en determinadas circunstancias cumplen el rol de fuentes); archivos periodísticos; redes informáticas; estadísticas, encuestas y sondeos de opinión; material bibliográfico; fotos; videos; discos; CD; cassettes, etc.

-Otros medios: diarios y revistas; radios; televisión; agencias de noticias; Internet. En este punto, Borrat agrega: “En general, los medios usados como fuentes de atribución directa son los de mayor prestigio nacional y/o internacional y los más cercanos ideológicamente al periódico que los utiliza. En el caso de medios extranjeros, el periódico cita sobre todo aquellos medios de Estados Unidos y sus principales aliados europeos” (1989: 68).

-La parainformación: visitas y llamados a la redacción; anónimos; rumores; chistes y apodos; campañas y avisos clasificados; “leer” la ciudad (afiches, volantes, pasacalles, pintadas, graffitis, etc.).

Con respecto a ‘otros medios’, Armentia Vizuite y Caminos Marcet agregan que los medios audiovisuales juegan un papel muy importante a la hora de planificar el trabajo diario en un periódico: “Desde la primera hora de la mañana, los redactores del periódico conocen las informaciones que la radio y la televisión están lanzando al aire, lo que sirve para delimitar los hechos que otros medios de comunicación están ya destacando como las más importantes de la jornada”. Según los autores, los diarios usan la radio y la televisión para dos tipos de acontecimientos (2003: 119):

-Acontecimientos importantes previstos que la radio y la televisión retransmiten en directo: lo normal es que los redactores interesados escuchen en el periódico esa retransmisión, lo que les da una capacidad para valorar mucho mejor la información y planificar posteriormente la forma de abordar ese tema. La utilización de la radio y la televisión como fuente informativa tiene todavía más relevancia si se trata de emisiones que tienen lugar a la hora de cierre de la redacción.

-Acontecimientos importantes imprevistos sobre los que informan la radio y la televisión: en algunas ocasiones, suceden ciertos acontecimientos informativos imprevistos que se emiten rápidamente a través de la radio o la televisión y que los redactores de los diarios tienen que tener en cuenta para empezar a trabajar sobre esas informaciones.

En tanto, continúan, cuando un periódico consigue una información muy importante en exclusiva y la publica en sus páginas, el resto de los medios de comunicación de la competencia pueden adoptar tres actitudes (2003: 120):

-No reproducir nada. Como el periódico que ha publicado esa noticia es de la competencia no se reproduce nada de lo que ha publicado para que pase lo más

desapercibido posible. Ésta es una técnica que utilizan muchos periódicos, pero que tiene el riesgo de que los lectores se enteren por el otro medio de una información que era de su interés y que no se les está suministrando.

Reproducir la noticia y darla como propia. Esta es otra de las actitudes que podemos adoptar cuando un periódico publica algo en exclusiva. En estas circunstancias, algunos periódicos optan por publicar la información, pero ocultando el hecho de que ha aparecido ya publicada en otro medio de comunicación de la competencia un día antes. Esta actitud supone una falta de ética, ya que lo oportuno sería citar la procedencia de la información.

-Reproducir la noticia y citar su procedencia. En caso de que el periódico opte por reproducir una información publicada con anterioridad por otro medio de la competencia, lo lógico es que se cite la procedencia, independientemente de que el diario investigue por su cuenta y aporte puntos de vista propios que no había publicado la competencia.

Resulta oportuno mencionar que el único Manual de Estilo que ofrece una conceptualización en torno a los tipos de FDI es el de *Clarín*. Allí, aparece la siguiente tipificación (1997).

-Testimonios personales de protagonistas, testigos, funcionarios y personajes públicos.

-Documentos oficiales o institucionales, transcripciones de conferencias de prensa y publicaciones en diarios y revistas.

-Corresponsales, enviados especiales, agencias internacionales y servicios exclusivos de medios extranjeros.

-Emisiones radiales o televisivas, fotografías, videotapes, grabaciones y material proveniente de Internet.

2.5- LOS DOCUMENTOS COMO FUENTES DE INFORMACIÓN

El periodista argentino Nerio Tello define a los documentos como todas aquellas “fuentes físicas” que pueden incluir: archivos, revistas, diarios, libros, publicaciones especializadas, folletos, memorias y balances de empresas, registros estadísticos, circulares, *films*, grabaciones y cualquier otro objeto que por su jerarquía aporte información o que, siendo de dudoso prestigio, pueda ser utilizado como “fuente para buscar fuentes” (Albertini y Ruiz, 2008).

A pesar de la confianza que pueda generar una fuente personal, nunca será tanta como la de las fuentes documentales. Según Daniel Santoro, uno de los máximos referentes en el periodismo de investigación en Argentina: “Siempre es recomendable tener otra fuente, un documento que corrobore lo que se está diciendo. Si hay documentos, siempre es mejor, el documento siempre es más irrefutable” (Martini y Luchessi, 2004: 152). En su opinión, muchos textos actuales son:

“A lo sumo, el discurso de lo que el presidente o un diputado dijo en la radio, en el Congreso, en la Casa Rosada, con un poco de análisis, y punto. Por eso hay algunos

periodistas que están empezando a buscar documentación, están usando el decreto que sacó el presidente, tratando de someter a un examen crítico las afirmaciones. Con eso buscan romper el formato clásico de la cobertura periodística mecanizada. La ‘declaracionitis’ ha llevado, por ejemplo, a que muchas veces *Clarín* y *La Nación* tengan el mismo título en la tapa, porque no hay producción propia o porque no se busca más allá. Debería fomentarse más la producción propia, la investigación periodística, el trabajo con documentos, sobre todo frente a un gobierno como éste, que maneja la información muy centralizadamente en el jefe de Gabinete” (Halperín 2007: 235).

A partir de su diagnóstico, Santoro propone romper con esa cultura del periodismo argentino que consiste en basarse en lo que se dice, tanto *on the record* como *off the record*: “Insisto con que habría que crear una rutina más basada en el documento. Estuve presente en 2006 en el Congreso del *Investigative Reporters and Editors*, de los Estados Unidos, y había no menos de ochocientos periodistas norteamericanos. Se habló allí de la necesidad de producir más notas basadas en documentación. Y también basadas en lo que llaman el *Computer Assisted Reporting (CAR)*, un programa de periodismo asistido por computadora. En algunos lugares de EEUU usan el programa *Excel*, el mismo con el que trabajan los contadores, para buscar parámetros comunes o coincidentes en miles de datos. Esto quiere decir que si el Gobierno anuncia que bajó la pobreza, nadie se conforma con la gacetilla oficial. Vuelven a revisar para calcular si efectivamente les da el promedio. Ésta es otra instancia del periodismo del futuro, que debería ser incorporada entre nosotros” (Halperín 2007: 238).

Además, “los documentos aparecen como una de las fórmulas más seguras para preservarse individualmente de los problemas con las otras fuentes. El chequeo documental permite que el material sea publicable, independientemente de los pactos explícitos o tácitos que se puedan hacer con ellas” (Martini y Luchessi, 2004: 155). Un caso paradigmático de esto es el periodismo judicial, donde “si uno ve el expediente, está ahí, escrito, y no hace falta chequear más” (Miguel, 2008).

Armentia Vizuite y Caminos Marcet comprenden que las fuentes documentales o escritas son una de las FDI más usadas por los medios de comunicación y tienen, además, múltiples utilidades: “La documentación es totalmente necesaria para preparar temas que tenemos previsto trabajar o publicar. Así, las entrevistas y los reportajes exigen echar mano de la documentación en el proceso de preparación y también posteriormente cuando nos ponemos a escribir sobre ellos. También es totalmente necesaria en determinados tipos de noticias. Así, las noticias cronológicas se basan fundamentalmente en el soporte documental” (2003: 113).

“Dentro de este apartado de fuentes documentales debemos referirnos de forma específica a los documentos que no se encuentran en archivos o bancos de datos y que son importantísimos en determinadas especialidades periodísticas como es el periodismo de investigación. Se trata de documentos que no circulan por los cauces habituales de la información y que se utilizan para avalar las confidencias de determinadas fuentes de información. No son fácilmente accesibles a los periodistas ni al público y constituyen un material informativo de primer orden en el proceso productivo de la información”, amplían los autores. Por último, intentan una clasificación en (2003, 114):

-Archivos: un trabajo esencial en determinadas facetas informativas es la consulta de los archivos. Cualquier entrevista periodística o la elaboración de un reportaje precisan de un minucioso trabajo de consulta documental. El archivo es el lugar que el periodista deberá visitar una y otra vez para conseguir la información base sobre determinados temas informativos.

-Textos de libre consulta: son textos que se encuentran a disposición del público general y que le pueden servir al periodista para documentarse. Se localizan habitualmente en bibliotecas, librerías, quioscos, asociaciones, centros culturales y educativos, etc.

-Documentación varia: se refiere a cualquier otro tipo de escrito que no se encuentra clasificado en los dos apartados anteriores, como pueden ser los folletos publicitarios, la propaganda comercial, la correspondencia personal, etcétera.

-Bancos de datos: además de su uso documental, ofrecen la posibilidad del cruce de datos.

En tanto, Camps y Pazos (1994: 73-74) agregan también:

-Fotos: además de las que puedan ser consultadas en el archivo, otras fotografías también tienen un valor informativo, en tanto constituyen testimonios.

-Videos: en ocasiones, tanto entidades oficiales como privadas filman videos sobre un tema en particular, que para el periodista se transforma en documentos. Otras veces el video, aún cuando no haya sido grabado por un profesional, tiene un alto valor testimonial.

-Archivos de audio: aunque se emplean casi exclusivamente para notas de espectáculos, también pueden ser utilizados como complemento en tanto aportan datos sobre la cultura de determinado lugar. Existen además grabaciones de carácter netamente documental, como discursos políticos y textos leídos por sus autores.

-Cables: se trata de información recogida y enviada por las agencias noticiosas, tanto nacionales como internacionales.

2.6- LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

Una gran parte de las noticias que publican los diarios son producidas a partir de los cables que envían las agencias de noticias. Y el porcentaje es aún mayor con los sucesos internacionales. Aunque muchas veces los medios dan crédito al material de las agencias, su rol “permanece oculto para los lectores porque en muchas ocasiones la firma de la agencia desaparece o es disimulada a partir de siglas (EFE, AP, por ejemplo) que pocos conocen fuera de las redacciones” (Muro Benayas, 2006: 15-16).

Mientras a nivel nacional se destacan las agencias Télam (sociedad del Estado), Noticias Argentinas (hasta 2009, del Grupo Kraiselburd, y ahora del grupo que controla Diario Popular) y Diarios y Noticias (DyN, del Grupo Clarín); a nivel mundial, sobresalen la estadounidense Associated Press (AP), la británica Reuters, la francesa France Presse, la española EFE, la alemana DPA y la italiana ANSA.

Según el ex directivo de EFE, Ignacio Muro Benayas, “a comienzos del siglo XXI, las agencias de noticias son intermediarios imprescindibles porque siguen distribuyendo las dos terceras partes de las noticias publicadas en todo el mundo” (2006: 21).

Se puede decir que uno de los valores diferenciales de las agencias es que tienen “la obligación de estar allí siempre”, incluso en los muchos momentos en que los hechos contados no tienen ningún interés desde la más rabiosa actualidad informativa. “Es obvio que, cuando una zona es ya noticia, los grandes grupos mediáticos pueden desplazar a sus corresponsales y organizar una cobertura intensiva de los acontecimientos que en ella ocurren. Las agencias, sin embargo, deben garantizar esa cobertura de forma permanente, antes y después de convertirse en el punto apetecido por todos los medios” (Muro Benayas, 2006: 32).

Según Borrat, contratando los servicios de las agencias de noticias, los diarios, junto a la información recibida por comunicación espontánea de ciertas fuentes, se aseguran “la recepción de un flujo informativo necesario, continuo y de alta calidad profesional”. Pero deja en claro que la “información recibida” de las agencias es “información compartida” por el periódico con otros grandes medios de comunicación masiva. Por eso, “la información de las agencias es necesaria pero no suficiente”, porque es un producto que no le proporciona exclusivas (1989: 67).

En el desarrollo de Armentia Vizueté y Caminos Marcet, las agencias son “fuentes que juegan un papel de primer orden en el proceso productivo de los medios de comunicación porque ofrecen textos publicables y fáciles de estructurar” en un contexto donde la rapidez y la inmediatez son valores vitales (2003: 115).

En una profundización de lo antes dicho, Martini recuerda que “las agencias de noticias son fuentes de ‘segundo orden’ porque aportan acontecimientos seleccionados e interpretados, y redactados en forma de cables. Así, las agencias facilitan una versión de los acontecimientos, en un formato peculiar (con una cabeza de presentación, escaso contexto y sin retóricas accesorias) que son una especie de noticia” (Martini, 2004: 69).

No obstante, dependerá mucho del tamaño y plantilla de periodistas que tenga cada diario el uso que se le dará al servicio que prestan las agencias. Mientras los periódicos más grandes lo usan como insumo para las noticias (también suelen cruzar los datos de varias agencias), “cuanto más pequeño es el medio, menos capacidad de procesar y de generar valor tiene y, entonces, prefiere dedicar todos sus esfuerzos a aquellas secciones -de contenido local, principalmente- en las que se juega su razón de ser. En el resto de las secciones, las páginas suelen estar cargadas de noticias de agencia, publicadas tal cual son recibidas” (Muro Benayas, 2006: 71-72).

Por ejemplo, los medios de comunicación importantes, que tienen corresponsales en buena parte del mundo y capacidad para trasladar enviados especiales a los lugares informativamente más activos, utilizan fundamentalmente el material de agencia como un complemento a las informaciones que obtienen a través de sus corresponsales. Sin embargo, los diarios modestos, que no pertenecen a ninguna cadena informativa y sin grandes recursos económicos, no tienen más remedio, sobre todo en determinadas secciones, que recurrir casi exclusivamente a los textos de agencia. (Armentia Vizueté y

Caminos Marcet, 2003: 115). Como resumen, entonces, se puede decir que el material de agencia tiene en los medios de comunicación dos usos esenciales:

-Como información central y exclusiva en los casos en los que el medio no tenga posibilidades propias de acceder a ese material informativo por sus propios recursos.

-Como complemento de las informaciones que el medio de comunicación obtiene a través de sus propios cauces.

“La mención de las agencias tradicionalmente reconocidas contribuyen al efecto de verosimilitud de la noticia y a la legitimidad de la producción periodística. La legitimación de la información que proviene de las agencias de noticias suele no ponerse en duda, hecho que resulta paradójico, y que está naturalizado según la trayectoria histórica de la agencia, y porque las agencias se ubican en un más que discreto segundo plano en el mundo de la información periodística”, amplía Martini (2004: 71).

Muro Benayas advierte que, “aunque la imparcialidad y el rigor son atributos que forman parte del imaginario de todas las agencias, su práctica está asociada a una determinada cosmovisión -anglosajona, árabe, latinoamericana o asiática- que planea por encima de la neutralidad de sus redactores” (2006: 23).

Por ejemplo: “La norteamericana Associated Press, la británica Reuters, la francesa France Presse o la española EFE ponen el foco en aquellos acontecimientos y aquellas perspectivas que interesan a las comunidades en donde se asientan. Su enfoque condiciona su despliegue de redes y medios por el mundo, más intensa en un espacio, menos en otro” (2006: 23).

La dependencia que los medios tienen para con las agencias europeas tiene sus riesgos, que no son nuevos y que fueron advertidos hace 35 años cuando las instituciones multilaterales pusieron el foco sobre los flujos informativos en el mundo y nació la idea del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, bautizado por sus siglas como NOMIC. Allí, en 1969, “los países concluyeron que la libre circulación de la información generaba un intercambio desigual entre los países y regiones del mundo y se convertía, de hecho, en un flujo unidireccional de los países desarrollados hacia aquellos en desarrollo” (Muro Benayas, 2006: 25).

En la actualidad, según Muro Benayas, “la lógica de la distribución desigual de la información se mantiene inalterable. Los países más dependientes económicamente consumen información servida por las agencias de los países del Norte; ese consumo los arrastra a conocer más lo lejano que lo próximo. De ese modo la dependencia informativa acentúa la dependencia económica porque, al dificultar el intercambio de ideas y conocimientos entre los países vecinos, facilita las incomprensiones y los recelos históricos que alimentan el aislacionismo. Se convierte en un lastre para la articulación territorial de las regiones del mundo y su integración económica y social” (Muro Benayas, 2006: 26). Entonces:

“Cualquier ciudadano de los países en desarrollo dispone de una gran información sobre los acontecimientos de Estados Unidos y las bondades del modo de vida occidental, pero puede desconocer las necesidades del país vecino, aquellas que

podría aspirar a satisfacer vendiendo sus servicios y conocimientos” (Muro Benayas, 2006: 27).

2.7- LOS GABINETES DE PRENSA

Otras de las FDI que cada vez tienen más presencia en las redacciones son las gacetillas enviadas desde las oficinas de prensa, tanto desde entidades públicas como privadas. Para Walter Romero Gauna, docente de esta casa de estudios y periodista institucional de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, “los equipos de prensa que trabajan para gobiernos, empresas o políticos en campaña, son una fuente de información como cualquier otra, lo que cambia es la relación que se mantiene con los periodistas. Los profesionales que asesoran en este tipo de cuestiones –por lo general también periodistas- están especialmente preparados para intentar construir el mensaje que resulte políticamente más conveniente para su gestión o campaña, lo que en muchas oportunidades dista de la información que los periodistas intentan obtener” (2008).

Según Romero Gauna, entre periodistas de medios y periodistas institucionales se entabla “una guerra de intereses en la cual no se puede catalogar a las partes como buenas o malas, como defensoras de la verdad o mentirosas. Cada una responde a un interés y mira la noticia o la realidad desde su prisma. Simplemente van por caminos diferentes, pero lo real y concreto es que esta relación existe y que muchas veces es conflictiva. Por eso, para bien de las partes, es necesario que se intente establecerla desde el plano de la negociación y se pueda entender como tal, sabiendo aceptar las derrotas y capitalizando los triunfos” (2008).

Si estos espacios, a medida que pasa el tiempo, ganan más capacidad para impregnar con sus intereses la información publicada por los medios se debe, entre otras cosas, a “que las técnicas empleadas consisten en el manejo de los datos disponibles para ocultar sus intereses y presentar y servir los hechos con apariencia de objetividad y una técnica depurada: el resultado son noticias o documentos hechos con maestría exquisita por unos periodistas conocedores de las necesidades de otros periodistas” (Muro Benayas, 2006: 36).

Para Armentia Vizueté y Caminos Marcet, los gabinetes de prensa, sobre todo en los últimos años, han comenzado a jugar un papel muy activo y “se han convertido en uno de los centros emisores más importantes de información, y por lo tanto en una fuente de primer orden. Para los autores, cumplen con una doble finalidad: por un lado, actúan como filtro para impedir el acceso directo de los medios de comunicación a las instituciones y, por otra parte, son centros emisores de información siempre interesada y casi siempre con profundas cargas ideológicas, por lo que el medio deberá ubicar siempre en su justo contexto las informaciones que provienen de estas fuentes” (2003: 116).

En su mayoría organizadas por los gabinetes o voceros, las ruedas o conferencias de prensa suelen ser una FDI bastante habitual que puede ser considerada como una modalidad de la entrevista colectiva donde, aunque en inferioridad numérica, el entrevistado tiene la iniciativa y marca las reglas: hora, lugar, periodistas acreditados, duración, cantidad y orden de preguntas, temario. Por lo general, los cronistas acuden sin muchas expectativas a este tipo de invitaciones porque, además de lo antedicho, no

hay lugar para las confidencias ni exclusivas, porque las declaraciones serán compartidas por todos los medios. Son raras las ocasiones donde se consiguen palabras importantes que se salgan del guión que previamente ha establecido el convocante.

2.8- ORIGEN DE LA INFORMACIÓN, CHEQUEO DE FUENTES Y ANÓNIMOS

Por lo general, los medios emplean expresiones tales como “según los analistas”, “de acuerdo a los observadores” o “a juicio de los expertos” como recurso para disimular opiniones personales o de terceros, o datos dudosos bajo el paraguas de las FDI. En ese marco, el periodista español Alex Grijelmo señala que mientras “quien facilita un dato tiene derecho a permanecer en el limbo de los nombres, quien da una opinión debe avalarla porque de otro modo carece de interés” (Albertini y Ruiz, 2008).

En lo que respecta a identificar el origen de la información, el diario *Clarín*, en su Manual de Estilo⁷, propone que, “tanto para el desarrollo de una información como para el lector, lo ideal es que la fuente sea identificada con nombre y apellido” (1997). En el mismo sentido, *La Nación* –también en su Manual- considera que “en todas las noticias conseguidas a través de una fuente particular se hará constar el origen de la información” (1997).

En este punto, el diario de la familia Mitre apela a un análisis del Código de Conducta de *The Washington Post*, matutino con sede en la capital de los Estados Unidos: “Los redactores deben hacer todo el esfuerzo razonable para que conste una completa atribución, antes de aceptar cualquier información” (1997).

En la misma línea argumental, el diario español *ABC*⁸ también comienza sin dar lugar a las excepciones: “Toda información deberá mencionar las fuentes en las que se apoya, salvo comprobación personal de los hechos descritos” (1993).

En adelante, los diarios comienzan a marcar atenuantes para no identificar de manera total de dónde salieron los datos. Por ejemplo, *Clarín* les recomienda a sus cronistas “tratar de aproximar al lector de la mejor manera al origen y la identidad de la fuente aunque no se mencione su nombre” (1997).

En tanto, *La Nación* recurre otra vez a *The Washington Post* para indicar dos opciones: “1) En caso de que no sea posible (citar la fuente por su nombre), los redactores deben considerar la alternativa de buscar información en otra parte; 2) si esto tampoco es posible los redactores deben pedir una razón para mantener secreta la identidad de la fuente e incluirla en su crónica” (1997).

⁷ Cabe aclarar que los Manuales de Estilo dan indicaciones a los redactores de cómo desempeñarse. Pero en ese camino incorporan elementos éticos y la responsabilidad para con el lector porque son productos editados para el público y no para que tengan una circulación solamente interna. Y en punto está su debilidad: son demasiado políticamente correctos. En este trabajo sólo se tomarán los Manuales de Estilo de los diarios sujetos a análisis, a excepción de Página 12 porque no tiene publicado uno.

⁸ La inclusión de los Manuales de Estilo de los diarios españoles *El País* y *ABC*, los más importantes de la península, tiene como objetivo generar una comparación que permita sacar conclusiones.

ABC aclara que, “en los casos en que no sea posible revelar la identidad exacta de una fuente, deberán utilizarse expresiones elípticas que al menos brinden una idea de su condición y autoridad: fuentes fidedignas parlamentarias, altos cargos del ministerio, medios cercanos a la presidencia de la empresa, entre otras” (1993).

A su turno, *El País* acepta de manera más directa las situaciones donde “no se pueda citar el nombre del informante”. Para eso propone “emplear fórmulas que, sin revelar la identidad de la fuente, se aproximen a ella; por ejemplo, fuente gubernamental, parlamentaria, judicial, entre otras” (1991).

“Naturalmente, si aparece una fuente la información es más fuerte, pero en muchos casos no se la puede identificar. Hay veces que las fuentes piden expresamente no aparecer para no quedar vinculadas a la nota de ninguna manera. Y esto sucede porque los políticos han aprendido a leer las notas para saber de qué lado salieron los datos”, asegura Fernando Cibeira, editor de *Página 12* (Aller, 2008).

Camps y Pazos proponen el recurso “del mayor blanqueo posible”. A su entender, las opciones para dar datos de la FDI sin comprometerla incluyen: “Destacar que la fuente pidió no ser identificada; definirla por el ámbito al cual pertenece o en el que se desempeña; encarnarla en un personaje ambiguo o difuso, aunque probable o verosímil; dar sólo el nombre de pila, el apodo o las iniciales, siempre que no ponga en peligro su identidad. Asimismo, agregan que si la fuente no admite que se dé ningún indicio debe usarse el modo condicional o potencial, pero sólo si el periodista “tiene la certeza absoluta de que la información es cierta” (Albertini y Ruiz, 2008).

Por otro lado, en los Manuales de Estilo de *Clarín* y *La Nación*, se sugiere mantener un equilibrio en la consulta de las fuentes elegidas. Mientras para el primero, en el caso de temas controvertidos, “es necesario dar cuenta de la posición de todos los interesados y acudir a una tercera fuente” (1997), para el segundo, la “credibilidad del relato” está ligada a la “consulta de más de una fuente en cada caso” y “verificación de los datos” (1997).

“Sin duda, una nota con varias voces es más liviana y ágil desde el punto de vista formal pero, además, en la cuestión de fondo, se hace más creíble. La función fundamental de poner muchas fuentes es conseguir credibilidad, lograr que la información esté atada, resuelta y cerrada, que no haya rendija por la que alguien te pueda desmentir. Si hablaste con el policía que llegó primero al lugar, con el ladrón cuando se lo estaban llevando, con la fiscal que interviene en el caso, con el juez que lleva adelante la investigación y con los vecinos, la nota es monolítica y se cierra el círculo. Ante todo es llevadera, pero además es irreprochable desde el punto de vista profesional”, amplía Alejandro Di Lázaro, experimentado periodista y ex editor de *La Nación* (Aller, 2008).

Tulio Orione, a su vez, aconseja “no dar a conocer ninguna información sin antes haber confrontado la fuente original con otras que puedan confirmar o negar los dichos de la primera”; en particular, cuando la materia de la cobertura periodística resulta polémica o controvertida (Albertini y Ruiz, 2008).

Asimismo, si bien hay un consenso en que las informaciones anónimas no sirven para escribir una noticia, “el ‘Don Nadie’ que se presentó en la redacción cuenta con datos

precisos, habrá que prestarle atención”, dice el docente de esta facultad y periodista del diario *Hoy* Francisco Martínez (2008).

Para Hernán Chiesa, editor de la agencia de noticias estatal Télam y profesor de la Universidad de Palermo, muchas veces este tipo de informaciones brindan pistas interesantes: “Ha habido casos en que gracias a un llamado telefónico se puso en funcionamiento una investigación que finalmente fue un verdadero hallazgo, y otros en que la denuncia no existe y sólo busca generar confusión por algún motivo desconocido por nosotros, o no. De todas formas, la realidad indica que hay que escuchar y prestar atención a aquellas personas que llaman de manera anónima o no a la redacción y, a partir de allí, chequear ese dato con nuestras fuentes” (Martínez, 2008).

En este aspecto, vale la pena profundizar sobre lo que Camps y Pazos llaman ‘parainformación’, aquella no buscada expresamente por el periodista, que no surge de las fuentes convencionales (1994: 73-74). Por ejemplo:

- **Visitas y llamados a la redacción:** es necesario que la persona se identifique, aporte la mayor cantidad de pruebas, pueda confirmar sus dichos a través de otras personas y, en lo posible, que presente testimonios de su denuncia ante la justicia o ante los organismos correspondiente. Aún cuando la persona no esté en condiciones de cumplir con ninguna de estas exigencias, no se debe descartar la denuncia sino confirmarla con otras fuentes.

-**Anónimos:** las denuncias telefónicas o escritas no firmadas, o bien suscriptas por grupos o personas inexistentes pueden ser parcialmente ciertas. A menudo, proporcionan algunas pistas para la investigación. Es imprescindible chequear esa información por la mayor cantidad posible de fuentes.

- **Rumores:** pueden ser de dos tipos: los que incluyen una cuota de verdad y los que, pese a su verosimilitud, son generados intencionalmente para perjudicar o beneficiar a una persona o sector. A veces es posible comprobar la procedencia del rumor o trascendido (en la nota se debe consignar esa fuente). Otras, su origen es desconocido. En todos los casos, hay que tratar de verificarlos.

- **Chistes:** el humor popular, cuando está basado en hechos de actualidad, suele tener una dosis de verdad.

-**Campañas y avisos publicitarios:** con frecuencia, proporcionan elementos acerca de actividades, necesidades, preocupaciones y costumbres de un lugar. Son especialmente importantes la publicidad oficial y las campañas, tanto oficiales como de instituciones de bien público o privado.

-**"Leer la ciudad":** tener en cuenta: afiches, volantes y pasacalles; pintadas y graffitis y carteles indicadores.

2.9- INTERNET: PÁGINAS WEBS, BLOGS, REDES SOCIALES Y PERIODISMO CIUDADANO

A lo largo de estos últimos años, Internet se ha ido convirtiendo en una importantísima FDI. A través de Internet se puede conectar inmediatamente con bancos de datos,

páginas *web* de todo tipo y acceder a un ingente material de consulta. En ocasiones, este material está puesto en la red a disposición del público por las mismas fuentes institucionales o públicas, que han comprendido la importancia de la Red para publicar y hacer publicidad del trabajo que están realizando. En otras ocasiones, son fuentes privadas las que permiten al usuario acceder a documentos, archivos particulares, etc. (Armentia Vizueté y Caminos Marcet, 2003, 118).

A modo de ejemplo de cómo las nuevas tecnologías ampliaron el abanico de FDI, se puede citar la nota “La tasa SUM llegará a las viviendas de La Plata con aumentos de hasta el 40%”, publicada por el diario local *Diagonales* y escrita por Cristian Lora, del lunes 11 de marzo de 2010, donde el periodista explica cómo usó de fuente la red redes: “Desde la Comuna todavía no comenzaron la distribución de las clásicas ‘boletas azules’, pero la primera cuota del año ya puede consultarse a través de Internet ingresando al sitio web municipal. A través de ese vía, *Diagonales* pudo constatar que el aumento es mayor a lo contemplado en la reforma aprobada por los concejales. Son varios los casos en que el aumento supera el 30% permitido por la ordenanza con la que en octubre pasado la asamblea de mayores contribuyentes habilitó la suba”⁹. La volanta del texto es más que concluyente: “LAS NUEVAS FACTURAS ESTÁN EN INTERNET”.

Resulta necesario aclarar que el uso de Internet no es exclusivo de los periodistas más jóvenes o recién llegados a las redacciones, como es muy común pensar. Hay varios experimentados que han dado buena acogida a esta tecnología en sus producciones. Tal es el caso del polifacético Juan Gelman, quien en la contratapa del *Página 12* del 31 de enero de 2010, atribuyó información seis veces a sitios *web* en una nota (titulada “Congelamientos”¹⁰) de seis párrafos.

Una nueva tendencia para destacar son los sitios de periodismo ‘hiperlocal’, que también se espera se conviertan en una FDI para tomar nota de los problemas a nivel municipal o barrial. En La Plata se puede mencionar *Ciudad Digital* (www.ciudad-digital.com.ar), que comenzó a funcionar en enero de 2010. Como vemos a continuación, resulta una excelente vía para conocer las problemáticas vecinales:

⁹ Ver nota completa en el ANEXO 1

¹⁰ Ver nota completa en el ANEXO 2 o en <http://www.pagina12.com.ar/diario/cartas/24-139331-2010-01-31.html>

CIUDAD DIGITAL

El primer sitio hiperlocal de la ciudad de La Plata



FRONTPAGE
volver a inicio

NAVEGAR
por temas

SUSCRIBITE
rss feed

ENE 6, 2010

Aquella casa fundacional



Comentarios

- o [Fin de semana, de todo para ver! | Ciudad Digital on Jueves, el finde empieza hoy](#)
- o [Aquella casa fundacional | Ciudad Digital on Daniel Martínez: "Queremos que los ladrillos vuelvan a La Plata"](#)
- o [erick on Fin de semana, de todo para ver!](#)
- o [Agenda Cultural | Ciudad Digital on Sábado, de todo para ver!](#)
- o [Agenda Cultural | Ciudad](#)

Páginas

- o [Acerca de](#)
- o [Agenda](#)
 - o [Jueves, el finde empieza hoy](#)
 - o [Opciones para salir el viernes](#)
 - o [Sábado, de todo para ver!](#)
 - o [Todavía nos queda tiempo!](#)
- o [Comer+Beber](#)
- o [Contacto](#)
- o [La Plata WiFi](#)
- o [Viajás a Capital?](#)

CIUDAD DIGITAL

FRONTPAGE
volver a inicio

NAVEGAR
por temas

SUSCRIBITE
rss feed

ENE 3, 2010

Un cráter en el Parque Saavedra

El bache cruza lo ancho de la calle 12 entre 64 y 65, frente al Parque Saavedra. Los automóviles deben detener su marcha casi por completo para atravesarlo.

Algunos vecinos del barrio pidieron a la Comuna que lo reparen pero en el Palacio Municipal dicen que la empresa [Agua Bonaerenses S.A.](#) debe hacerse cargo. "Dicen que es un caño de ABSA roto y que por eso se hizo el pozo", explicó uno de los vecinos.

Por lo pronto, si circula por esa calle, hágalo con cuidado.



La demolición de casas antiguas para construir edificios, en la imagen de arriba, y el mal estado de las calles, abajo, dos problemáticas retratadas en *Ciudad Digital*, con apoyo de fotos y videos.

-Blogs. Entre los medios digitales, existe una especie particular de sitios web que entraron en auge hace un par de años y que en la actualidad constituyen un fenómeno de alcances difíciles de vislumbrar, el de los *weblogs*: “Llamados en el mundo hispanohablante bitácoras o simplemente *blogs*, pueden ser definidos como diarios en línea frecuentemente actualizados, con entradas en orden cronológico inverso y numerosos enlaces, que ofrecen registros actualizados y detallados de la vida de sus autores, de noticias o de un tema de interés” (Vázquez, 2008).

Si bien los primeros *blogs* nacieron hace diez años, el desarrollo de estos espacios tuvo una explosión en 2005, al punto de conformar un conjunto –denominado *blogósfera*– integrado por más de 75 millones de sitios a mediados de 2007 (Vázquez, 2008).

Además, los *blogs* también permiten que los lectores puedan escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, y así sucesivamente, de forma que es posible establecer un diálogo. No obstante, es necesario precisar que es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el administrador del *blog*, pues estas plataformas tienen herramientas para que no todos los internautas -o incluso ninguno- puedan participar¹¹.

Según Cristián Vázquez, ex redactor de *Clarín.com*, existen *blogs* de diferentes géneros, pero a los fines de este trabajo serán divididos en dos grandes conjuntos: 1) los *blogs* periodísticos, es decir, los que incluyen noticias, 2) los *blogs* no periodísticos, que incluyen a todas las demás categorías: diarios personales en línea, humorísticos, sobre poesía, con relatos de ficción, etc.

La relación de los *blogs* con las fuentes de información es de ida y vuelta. No obstante, hay que tener en cuenta que una de las principales fuentes de información de los *blogs* está dada por otros *blogs*. Ignacio Palou, co-realizador del blog español *Microsiervos*, uno de los más visitados de la comunidad hispana, señala que las fuentes que utiliza son “básicamente otros blogs”. Y cuenta: “Cada uno de los tres que hacemos *Microsiervos* leemos cada día unas 350 fuentes de información distintas (Vázquez, 2008).

Consultado al respecto, Miguel Wiñazki enfatiza que los *blogs* “ya son una fuente de información, pero hay mayor desarrollo de los *blogs* en otras latitudes, de *blogs* con mayor caudal informativo. En los Estados Unidos, como sabemos, hay *blogs* periodísticos que son en sí mismos vertientes de información confiable. Ahora, en la Argentina, falta un despegue del *blog* hacia su instalación como plataforma de datos con bajo margen de error. Aunque hay un desarrollo acelerado, y algunos son puntos de referencia cotidiana para los periodistas que trabajan en otras plataformas, el *blogger* aún no tiene, salvo excepciones, la posibilidad de dedicarle el tiempo que requiere la contrastación y la verificación profesional de la información que edita” (Vázquez, 2008).

En este sentido, Palou remarca: “Ahora mismo, algunos periodistas ya citan *blogs* o *bloggers* como fuentes tanto de información como de opinión. Hay casos en que los *bloggers* tienen información antes que los periodistas; y hay muchos más casos en que los *bloggers* y/o sus lectores conocen más un tema y saben más que los periodistas. A mi entender, sobre los temas que realmente gustan, las mejores fuentes de información

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Blogs>

para mantenerse al día y aprender son sitios web o *blogs* de aficionados o amateurs, que en la mayoría de los casos no están editados por periodistas” (Vázquez, 2007).

Para demostrar que no falta mucho para que los blogs se transformen en miembros plenos del sistema de circulación de noticias, Vázquez pone un ejemplo basado en su experiencia como periodista digital:

“Viernes 20 de julio de 2007, redacción de *Clarín.com*. Un periodista de la sección Tendencias y Entretenimientos debe dejar dos notas para que se publiquen el fin de semana, una el sábado y la otra el domingo. Navegando en la web visita el *Bloc de Periodista*, de Darío Gallo. Allí encuentra una entrada del jueves 12, ocho días atrás, titulada ‘Dime cómo usas Google y te diré...’, que hablaba de una conferencia de prensa en la que el jefe de Gabinete de ministros, Alberto Fernández, se refirió a la investigación del periodista de *Clarín* Claudio Savoia sobre la funcionaria Romina Picolotti. El *post* incluía, a modo de ironía, un link a un artículo publicado ese mismo día por el sitio web *TheInquirer.com*, en el que se relataba el caso de unos ladrones que entraron a robar una oficina en la ciudad de Colorado Springs, Estados Unidos, y como no podían abrir la caja fuerte consultaron en *Google* ‘cómo abrir una caja fuerte’. El redactor de *Clarín.com* chequea la noticia y ve que, ocho días después, los medios no la reprodujeron, de modo que decide dejarla lista para su publicación el domingo 22. La nota aparece publicada ese domingo, a las 12.16 del mediodía, en *Clarín.com*. Esa misma tarde, la edición dominical del noticiero del canal *América* se hace eco de la información y elabora un informe. Al día siguiente, ya lunes 23, el diario tucumano *La Gaceta* publica un artículo sobre el caso y, el martes 24, la historia aparece en la edición impresa de *Clarín*”.

Varios diarios, a partir de sus versiones *on line* en Internet, como es el caso de *Clarín.com* y *Eldia.com*, por poner sólo dos ejemplos, ofrecen su propia plataforma a sus lectores para tener un *blog*. Así, los periódicos tienen una fuente constante de gustos, costumbres, tendencias, inquietudes, sentimientos, etcétera, de su público, además de lograr un lazo estrecho de identificación. Por ejemplo, a continuación, se ve en imágenes, cómo Clarín invita a sus usuarios a formar parte de su ‘comunidad’:

The image shows a screenshot of the Clarín.com website. On the left, there is a blog post titled "Me doy..." with a sub-header "HIJOS NUESTROS". The post text discusses why young people like El Chavo. Below the post, there is a date "28/01/2010" and a link to the permanent URL, followed by the author "Por Diego Suarez". To the right of the post is an RSS feed icon. Below the main post, there are several article thumbnails with titles and authors, such as "EL TOQUE MACTAS Personales de verano Por Mario Mactas", "YO CONTRA EL MUNDO ¡Los Consejos De Kharadabarharash: Duodécimo Rollo! Por Podeti", "ECONOMÍA 21 Con la crisis del Central, se llena de dudas el horizonte financiero Por Daniel Fernández Canedo", and "ANTILÓGICAS El ataque K contra Clarín Por Marcelo A. Moreno". On the right side of the screenshot, there is a promotional banner for "AHORA PODÉS SER PARTE DE LA RED DE BLOGS DE CLARIN.COM" with a large button that says "Abrí tu Blog en sólo 3 pasos". Below this banner, there is a section titled "¿QUÉ ES CLARIN BLOGS?" with a link "Entrá a Clarín Blogs". Underneath, there is a section for "Últimos posts" with a sub-section "novedades" and a link "¿Cómo son los comentarios?". The text below this link describes the incorporation of WordPress and mentions several bloggers.

Arriba, a la izquierda, la invitación a los lectores para crear un *blog* en tres pasos¹².

¹² <http://blogs.clarin.com/>

Así se ve la página donde se ubican los blogs de los lectores de *Clarín*¹³.

- **Periodismo Ciudadano.** La proliferación de los *blogs* y su fácil acceso¹⁴, el aumento considerable de hogares con conexión a Internet, la multiplicación exponencial de teléfonos celulares¹⁵, el paulatino pero masivo reemplazo de las cámaras de fotos analógicas por las digitales, entre otros elementos, han traído como consecuencia que un gran sector de la población se haya sentido atraída a tener un relación de informante para con los medios masivos de comunicación, tendencia que muchos denominan ‘periodismo ciudadano’ o ‘periodismo participativo’, donde la idea ya no sólo es usar la tecnología y los nuevos canales de comunicación “para compartir música o intercambiar correos electrónicos sino, además, dar a conocer materiales con un tinte netamente periodístico” (Gómez, 2008).

Algunos diarios, a través de su versión *on line* en Internet, supieron aprovechar esa demanda/necesidad de un público que quería cruzar el umbral de lector pasivo y diseñaron diferentes estrategias para multiplicar su cobertura y tener en cada usuario una potencial FDI. Aunque en muchas ocasiones se presenta como una práctica periodística, quienes envían material a las redacciones ofician de FDI porque no tienen la decisión final sobre la edición ni la publicación del producto. Sus datos son evaluados por los periodistas del medio y luego utilizados según los criterios de la empresa.

Por ejemplo, *Lanacion.com* tiene dos secciones dedicadas a recibir la opinión y el material de sus lectores. La primera, denominada “Participación”¹⁶, ofrece encuestas y foros sobre los temas de actualidad. La segunda, “Soy corresponsal”, se presenta como “una propuesta de periodismo participativo donde podés publicar textos, fotos, videos y audios de valor noticioso sobre hechos de los que hayas sido testigo”¹⁷.

¹³ <http://www.clarin.com/weblogs/>

¹⁴ La página *blogspot.com* ofrece crear un *blog* en sólo tres pasos. El único requisito es tener, o crear en el momento, una cuenta de correo electrónico.

¹⁵ “En la Argentina hay 50,4 millones de teléfonos móviles, lo que significa más de un aparato por habitante, considerando una población de 40 millones de personas, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec)”, según un nota publicada en *Infobae.com*, disponible en el ANEXO 3 y en <http://www.infobae.com/tecnologia/492846-100918-0-Argentina-tiene-mas-de-un-celular-por-habitante>

¹⁶ <http://www.lanacion.com.ar/participacion/index.asp>

¹⁷ <http://soyresponsal.lanacion.com.ar/Default.aspx>

lanacion.com
Participación
 Jueves 28.01.2010

Eventos en vivo | Soy corresponsal | Encuestas | Foros | Blogs | Carta de lectores

USUARIOS DESTACADOS DE LA SEMANA

1. radicantik
2. patriciagao
3. emperatrz

VER MAS

ENCUESTAS | VER TODAS LAS ENCUESTAS

¿Cómo evalúa el pedido presidencial para que la comisión bicameral resuelva la situación de Redrado de manera rápida?

Acertado

Entendible

¿Qué opina de los dichos de Cristina sobre la carne porcina y la sexualidad?
 Se refirió a las bondades del alimento y su carácter afrodisíaco; ¿cómo califica la irrupción del tema en el discurso?

Así se ve la sección “Participación” en *Lanacion.com*. A la izquierda, un foro. A la derecha, una encuesta.

lanacion.com | Soy Corresponsal

Ingresar | Registrarse | Buscar en Soy Corresponsal | Buscador avanzado

lanacion.com | Soy Corresponsal

General
El Radar del aeropuerto de Mar del Plata continúa fuera de servicio

 Pantalla Radar Ezeiza
 Publicado el 27/01/2010 a las 12:40 | flap152
 Desde hace un año

Accidentes
Evento a beneficio
 Publicado el 28/01/2010 a las 11:34 | Noticiasdestand
 Se realizará un té el 4 de febrero en el hotel Four Seasons; los fondos recaudados serán para el trabajo de UNICEF a favor de los niños de Haití.

General
Insólito: desagotan un dique
 Publicado el 27/01/2010 a las 12:41 | William_Tell

Secciones

- General
- Fotodenuncia
- Mi barrio
- Transporte
- Manifestaciones
- Concurso Sé el mejor Corresponsal
- Accidentes
- Clima
- Internacional
- Curiosidades
- Tendencias
- Ecología
- Espectáculos
- Cultura
- Turismo
- Deportes

BUSINESS

 NUEVA NOTEBOOK ULTRA DELGADA
VOSTRO™ V13
 Antes \$4.795

Así se ve la sección “Soy Corresponsal” en *Lanacion.com*. A la izquierda, se denuncia una deficiencia en el aeropuerto de Mar del Plata. A la derecha, se anuncia un evento a beneficio y se advierte que se secó un dique.

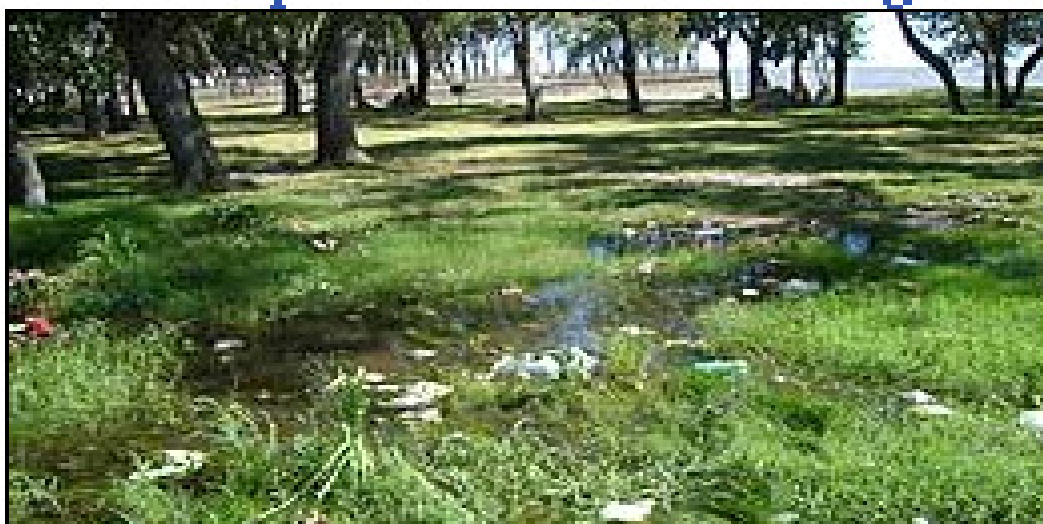
Otro caso con una fuerte apuesta a conseguir información de los lectores puede observarse en la edición web de *El Día*, de La Plata, donde hay una sección permanente denominada “Tu noticia”, desde la cual se ofrece: “*Eldia.com* pone a disposición de sus usuarios un nuevo espacio para que todos tengan la oportunidad de publicar. Se trata de

una sección que se alimentará con las voces de los verdaderos protagonistas, es decir los lectores, quienes podrán contar con sus propias palabras e ilustrar con imágenes caseras lo que ocurre en cualquier parte del mundo, en los diferentes barrios de la Ciudad y la región, tanto en ámbitos sociales, culturales y deportivos”¹⁸.

Acá, la función de FDI que cumplen los lectores queda evidenciada desde la propia empresa, ya que se anuncia la siguiente posibilidad: “Lo mejor de ‘Tu noticia’ estará en la edición impresa de EL DIA. Todos los lunes, será publicada en formato papel la nota más interesante de la semana anterior. Es un nuevo mecanismo para difundir aún más las inquietudes ciudadanas contadas por los verdaderos protagonistas, los lectores”. En el siguiente ejemplo, puede verse como un lector hace una denuncia por “desidia”¹⁹ a la Municipalidad de La Plata, y acompaña el reclamo con una fotografía:

07:23 Tu Noticia

¿Había que combatir el dengue?



“La foto es muy elocuente”, dijo Angel

Angel, lector de **eldia.com**, escribió a esta sección para denunciar lo que llamó “desidia” de la Municipalidad de Ensenada en Punta Lara, en la Avenida Costanera entre 74 y 76

¹⁸ <http://www.eldia.com.ar/colaboraciones/ingresar.aspx>

¹⁹ El texto completo de la denuncia es: “A pesar de haberse informado al municipio ensenadense en forma fehaciente de la existencia de aguas estancadas que fomentan no sólo la proliferación de mosquitos, sino también de olores nauseabundos, no han tomado ninguna medida en una de las zonas veraniegas de la ciudad. En efecto, en uno de los tradicionales lugares preparados para el turismo, con bancos y mesadas de cemento, fogones, baños públicos, arboleda, el cual es frecuentado por miles de personas, principalmente los fines de semana, se acumula agua estancada como lo muestran las fotos. El agua estancada puede instalarse por la crecida del río o bien por pérdidas del baño público existente en el lugar al no tener drenaje el terreno. Su solución es muy simple, pero parece que a las autoridades el dengue no les preocupa”.

En tanto, *Eldia.com* también mantiene abierto un espacio para las quejas vecinales denominado El Defensor de los Vecinos, que se anuncia como: “Un canal de acceso para que los vecinos puedan transmitir sus quejas, inquietudes, reclamos y pedidos de mejoras sin moverse de su casa y desde la comodidad e inmediatez que aporta Internet. La idea es que los lectores transmitan sus inquietudes para que el Defensor de los Vecinos se haga presente en el lugar y así pueda registrar -a través de videos, crónicas y fotos- cada uno de los reclamos. Además, usted también puede enviar sus fotos caseras de los problemas de su barrio”. A diferencia de “Tu noticia”, El Defensor comenzó como una sección ‘de papel’ para luego convertirse en una digital.

Por ejemplo, una de las denuncias vertidas en El Defensor de los Vecinos, el 28/01/2010, a las 16:46, fue: “Buenos días. No sé si este medio es el indicado para este reclamo, pero por alguna fuente deben llegar los asuntos que competen a el/los intendente/s sean de Ensenada o de La Plata. El problema en cuestión es que la diagonal 74 que va desde las intersecciones de 120 y 32 hasta el ingreso a Punta Lara está en pésimas condiciones y es una cuestión riesgosa además de destruir nuestros automóviles; el tema se va a complicar cuando haya accidentes de tránsito fatales”.

-Los comentarios: Otro lugar desde el cual los lectores pueden convertirse en FDI es desde los comentarios que se permiten hacer a cada una de las notas que publican los diarios en sus versiones digitales o las notas que pertenecen a las edición impresa pero luego son ‘colgadas’ *on line*. Suele suceder que, además de elogiar, criticar y opinar sobre el texto publicado, los usuarios dejen información sobre un hecho parecido o relacionado, lo que puede generar una nueva noticia o la ampliación de la inicial.

Por ejemplo, el 28 de enero de 2010, en su versión de papel, *El Día* publicó la nota “Susto y un nene lesionado en un juego de la República”²⁰, que fue subida a *Eldia.com*. Allí, uno de los comentarios escritos, a las 11:56, denunciaba que “los juegos están a cargo de menores, chicos que no tiene ni idea y atienden a 3 juegos al mismo tiempo, y los tenés que andar buscando y no te dan pelota. Además, sólo ponen gente los fines de semana y hay unas colas interminable en cada juego y nadie se hace cargo del orden. Y si mandás a un chico solo a un juego le sacan 2 boletos en vez de uno. Un desastre. Por qué la comuna no pone gente competente en el lugar ya que los juegos son lo que más recauda”. Este reclamo podría haber generado otra nota sobre la seguridad de los entretenimientos en ese lugar.

Más temprano, a las 09:23, el comentario disparaba hacia otro cuestionamiento, que podría haber motivado una nueva noticia: “Los chicos que van a la colonia municipal que funciona ahí dentro son llevados en unos micros naranjas en estado deplorable, como así también en una camioneta con los logos bien grandes, en los laterales, de la MUNICIPALIDAD DE LA PLATA, sin puertas traseras, sin patente, cubiertas lisas y asientos puestos atrás de manera lateral sin cinturones. Mas de lo mismo, impunidad para cualquiera de la gestión, lindo ejemplo”.

-Facebook. Es un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg, hoy entre los hombres más ricos del planeta con una fortuna estimada en 20 mil millones de dólares, según la revista *Forbes*. Originalmente era un sitio para estudiantes de la

²⁰ La nota completa y sus comentarios están disponibles en el ANEXO 4 ó en <http://www.eldia.com.ar/edis/20100128/laciudad30.htm>

Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

A mediados de 2007, lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En enero de 2010, *Facebook* contaba con 350 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas²¹.

En términos concretos, *Facebook* permite que cualquier persona (que tenga acceso a Internet y una cuenta de correo electrónico), sin restricciones, pueda armar su perfil (espacio donde figura el nombre, apellido, fotos, profesión, edad, gustos sexuales, pasatiempos, música y películas preferidas, etcétera) para luego conectarse y poder ver los otros perfiles, y también ser visto. Las uniones de perfiles van configurando las redes sociales, que pueden ser por asociación libre o sin demasiado criterio o por grupos determinados, por ejemplo, “Ingresantes 2003 de la Facultad de Periodismo de La Plata”, “Promoción ’98 del Colegio Nacional de La Plata”, o “Fanáticos del Torino”.

En plena masividad de *Facebook*, los personajes del espectáculo, de la política, del deporte, de la cultura, las instituciones, las grandes empresas, etcétera, comenzaron a trabajar su perfil como una herramienta más de comunicación. No obstante, tanto los más formales y cuidados como los informales se han convertido en FDI. Por ejemplo, la foto de Lucía Ramallo Sarlo, la joven platense de 24 años que murió en las ruinas del Machu Pichu (Perú), víctima de un alud de barro, el 26 de enero de 2010, que publicaron varios medios gráficos y televisivos, fue sacada de su espacio en *Facebook*.

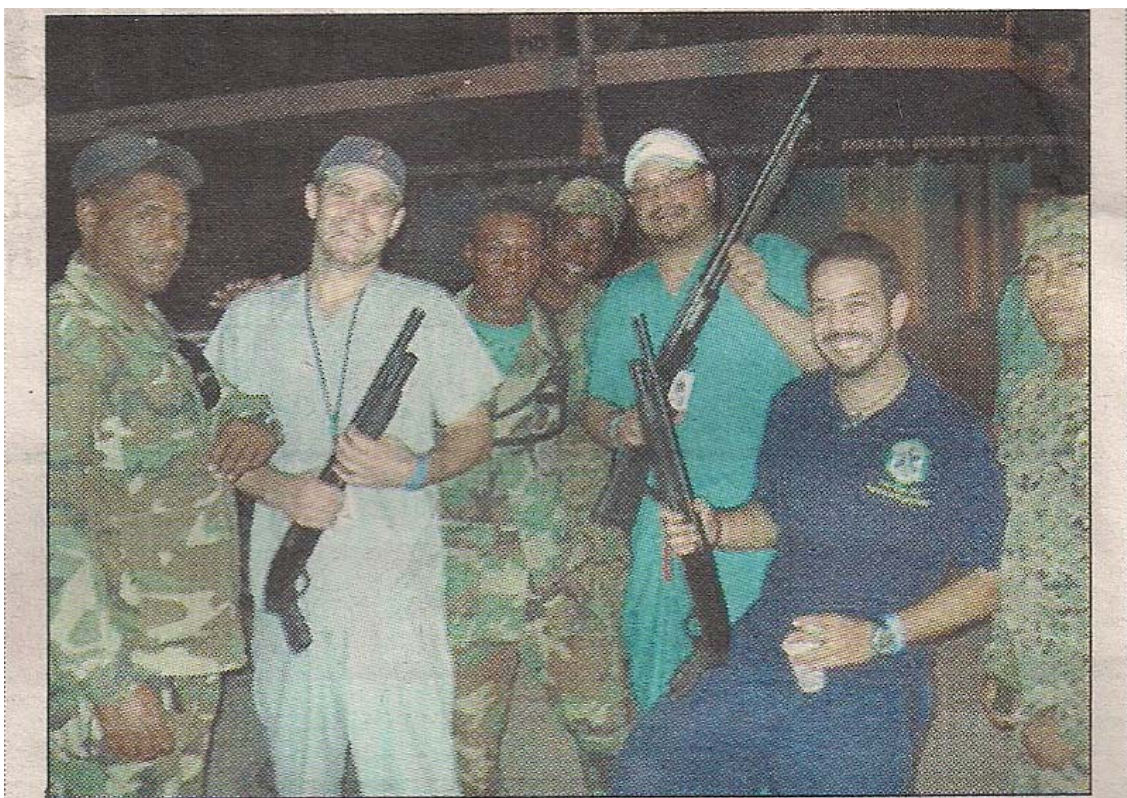
Otro caso para citar es el del escándalo de las fotos de médicos puertorriqueños en Haití, donde los profesionales aparecían riendo y haciendo bromas en medio de las víctimas del terremoto que dejó 150 mil muertos. El 30 de enero de 2010, *El Día* publicó:

Escándalo por fotos de médicos: “Las fotos aparecidas en San Juan de Puerto Rico muestran a médicos de ese país posando sonrientes junto a heridos y muertos en el terremoto de Haití lo que indignó al gobierno y a varias organizaciones médicas locales e internacionales.

En las imágenes, que aparecieron colgadas en un grupo de la red social *Facebook* llamado ‘Salvemos Haití (Senado de Puerto Rico)’, se puede ver a miembros de una delegación médica enviada a la ciudad fronteriza de Jamaní, en República Dominicana, por el Senado puertorriqueño.

Varios medios mostraron fotografías en las que médicos puertorriqueños aparecen con armas de fuego, bebidas alcohólicas y preservativos, y otras en las que se retratan junto a un ataúd o con una sierra en la mano mientras atienden a un paciente”.

²¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>



La foto de los médicos de Puerto Rico capturadas desde *Facebook*.

Facebook también permite dejar comentarios en el perfil propio o en el de otros, y cada vez que aparece uno nuevo, todos los perfiles interconectados son puestos en alerta. Así, la concejala platense Valeria Amendolara comunicó a los periodistas y al público en general que, a partir del 10 de diciembre de 2009, iba a presidir el bloque oficialista del Frente Renovador Platense (partido del intendente Pablo Bruera).

Con miles de kilómetros de distancia, Barack Obama, considerado uno de los iniciadores del uso político de las últimas TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación) e Internet²², continúa con el uso de *Facebook*, tal cual lo hizo en la campaña. Y los periodistas lo siguen usando como FDI. Así quedó reflejado en el artículo “Tenemos que hablar”, firmado por Santiago O’Donnell y publicado por *Página 12* el 31 de enero de 2010. “Porque aunque lo acusen de populista, la pulseada con Wall Street, con los lobbies y con la burocracia de Washington recién empieza, dijo el presidente. ‘Acabo de terminar el discurso del Estado de la Unión y quería mandarles unas líneas para que sepan que no me daré por vencido’, escribió en el *Facebook*”²³.

-Twitter. En español significa ‘parlotear’. Es un servicio gratuito de *microblogging* (como un blog pero sólo para escribir) que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas *tweets*, de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio *Twitter.com*, vía mensaje de texto desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea, o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser *Facebook*.

²² Más información sobre política y Tecnologías de la Información y la Comunicación e Internet en “Una campaña con candidatos electrónicos”, artículo de María Victoria Romero, disponible en el ANEXO 5 o en <http://www.pecyp.com.ar/una-campana-con-candidatos-electronicos>

²³ Ver nota completa en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/4-139359-2010-01-31.html>

Cada nuevo *tweet* se muestra en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. El envío de mensajes se puede restringir o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción predeterminada. En la actualidad, se estima que usan este servicio unas 50 millones de personas²⁴.

Al igual que *Facebook*, muchas celebridades, de todos los ámbitos, tienen su cuenta en *Twitter* y relatan los momentos de su vida cotidiana. Tal fue el impacto de esta práctica que distintas áreas del deporte hiper profesional (fútbol inglés y fútbol americano) y un estudio de Hollywood prohibieron su utilización a jugadores y actores, respectivamente, para evitar filtraciones y espionaje²⁵.

Uno de los casos donde un mensaje de *Twitter* fue utilizado como FDI puede rastrearse en el siguiente cable de la agencia de noticias alemana DPA: "Los Angeles, 17 dic (dpa) - La cantante estadounidense Jessica Simpson desmintió los rumores que la involucran con el golfista Tiger Woods, envuelto en un gran escándalo por relaciones extramaritales, según informó hoy la publicación "Access Hollywood".

"No puedo creer que esté en la portada de una revista con Tiger Woods. Qué chiste", aseguró en su página de la red social *Twitter*. La intérprete de "Do You Know" catalogó la historia de una "mentira ridícula"²⁶.



El mensaje original de Jessica Simpson en su perfil de *Twitter* que luego originó el cable de la agencia de noticias DPA.

-YouTube. Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Fue creado en febrero de 2005 y, en noviembre de 2006, el gigante de Internet Google lo adquirió por 1.650 millones de dólares, y ahora opera como una de sus filiales.

²⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

²⁵ Ver notas periodísticas al respecto en el ANEXO 6

²⁶ Ver cable completo en el ANEXO 7

YouTube usa un ágil reproductor *on line* para servir su contenido. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. En tanto, tiene a disposición de cualquier internauta una variedad incalculable de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, así como contenidos amateur. Los enlaces a videos de *YouTube* pueden ser también puestos en *blogs* y/o en sitios web²⁷.

A partir de videos de *YouTube* se han generado ya una gran cantidad de noticias, como, por ejemplo, la muerte de un alpinista en Mendoza, donde un prueba judicial (en este caso, el preciso y terrible momento cuando moría, acompañado de otros escaladores) se filtró y fue colgada en *YouTube*, donde quedó a disposición de todos los medios gráficos y audiovisuales del país y del mundo.



La imagen, sacada de *YouTube*, que recorrió todos los diarios del país.

-**Flickr.** Actualmente, cuenta con una importante comunidad de usuarios que comparte las fotografías y videos creados por ellos mismos. Su popularidad se debe, fundamentalmente, a su capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten al autor etiquetar (por nombre de los que aparecen, lugar, día, años, etcétera) sus fotografías y explorar y etiquetar las imágenes de otros usuarios.

Flickr cuenta con una versión gratuita y con otra de pago, llamada *Pro*. Actualmente, los suscriptores de cuentas gratuitas pueden subir 2 videos y 100 MB en fotos al mes, mientras que los suscriptores de cuentas pagas disponen de espacio de almacenamiento y ancho de banda ilimitado. En noviembre de 2008, *Flickr* albergaba más de tres mil millones de imágenes. Se estima que cada minuto se agregan alrededor de 5000 imágenes²⁸.

- **Mensajes de texto.** Los mensajes de texto o SMS (Short Message Service, según sus siglas en inglés) son un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el

²⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/YouTube>

²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Flickr>

envío de mensajes cortos entre teléfonos móviles, teléfonos fijos y otros dispositivos de mano²⁹. Quizá el caso más emblemático donde el SMS haya oficiado de FDI haya sido momentos antes, y después, del atentado contra las Torres Gemelas de Nuevo York, el 11 de septiembre de 2001.

Allí, algunos de los pasajeros de los aviones que habían sido secuestrados por los talibanes, y que luego se estrellarían contra los edificios, enviaron mensajes de despedida a sus familiares en tierra, textos que luego serían reproducidos a nivel mundial. Segundos más tarde, los empleados que estaban atrapados en los pisos más altos también hicieron lo propio antes de que cedieran las estructuras de hierro y los máximos símbolos neoyorquinos se vinieran abajo.

Luego, más acá en el tiempo, el 23 de agosto de 2008, pero también en Estados Unidos, Obama, en plena campaña electoral por la Casa Blanca, anunció por SMS a sus seguidores que Joseph Biden, veterano senador por el estado de Delaware, iba a ser su vicepresidente. Así lo informaba un cable de la agencia de noticias española EFE: “Washington.- Joseph Biden, veterano senador por Delaware y presidente del Comité de Exteriores del Senado, fue designado hoy candidato a vicepresidente por el demócrata Barack Obama.

El nombramiento fue confirmado por distintas cadenas de televisión de EE.UU. esta madrugada, poco después de la una, hora local (08.00 GMT), y antes de que la noticia pudiera ser transmitida a los seguidores del candidato mediante mensajes de texto enviados a sus teléfonos móviles”³⁰.

-Wikipedia. Es una enciclopedia on line, libre, gratuita y políglota que impulsa, desde enero 2001, la organización sin fines de lucro Wikimedia. En la actualidad, *Wikipedia* tiene más de 14 millones de artículos. A favor, tiene que pueden encontrarse las definiciones más exóticas en sólo un segundo. En contra, tiene su confiabilidad, ya que sus contenidos pueden ser editados por cualquier persona que pueda acceder. Si bien tiene mecanismos de corrección que funcionan de manera aceptable, sólo sirve como FDI de consulta preliminar o contextual.

Por ejemplo, el sábado 24 de octubre de 2009, horas antes de la elección presidencial en Uruguay, podía encontrarse en *Wikipedia* que el nuevo presidente de Uruguay era Pedro Bordaberry, el candidato del Partido Colorado, que luego quedó tercero y ni siquiera pudo participar de la segunda vuelta del 29 de noviembre. La información incorrecta no estuvo disponible por mucho tiempo, pero un usuario poco informado podría haberla dado por cierta.

Wikipedia presenta versiones en 265 idiomas y once ediciones superan los 300.000 artículos: inglés, alemán, francés, polaco, japonés, italiano, holandés, español, portugués, ruso y sueco. Según el ranking Alexa, que analiza los sitios que más popularidad alcanzan en Internet, *Wikipedia* es el sexto más visitado a nivel mundial.

2.10- LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL RELATO PERIODÍSTICO

²⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Sms>

³⁰ Ver nota completa en el ANEXO 8.

Martini afirma que, en el periodismo escrito, adquiere relevancia sustancial el proceso de inclusión y atribución de la información entregada por las FDI porque es allí donde reside “la construcción del verosímil de la información que se publica” (Albertini y Ruiz, 2008).

La manera, el cómo emplea cada periódico la información obtenida de una FDI tiene dos niveles: la información puede estar atribuida en la ‘superficie redaccional’³¹ o el periodista puede tomarla como propia y no atribuirla. Mientras el segundo nivel no será abordado en esta Tesis porque se trata de actuaciones ‘no-públicas’, y este trabajo sólo tendrá en cuenta las ‘actuaciones públicas’³², en el primer caso, Borrat destaca “lo citable” y “lo atribuible” (1989: 57):

- **Lo citable** es la información misma, el conjunto de datos comunicados por la fuente de información y publicados por el periódico.

-**Lo atribuible** se refiere a la identidad de la fuente de esos datos, su identificación completa o incompleta o su no-identificación. Dentro de los modos de atribución, este autor enumera (1989: 58):

1. *Atribución directa (on the record)*: el periódico identifica la fuente y cita la información que ella le ha proporcionado.

2. *Atribución con reservas*: el periódico no identifica explícitamente a la fuente, pero la bosqueja y sitúa, y cita la información que ella le ha proporcionado.

3. *Atribución con reserva obligada*: el periódico convierte en anónima -ante la audiencia- a la fuente que ha utilizado, no la identifica en modo alguno y publica la información en nombre propio, como si fuese él su propia fuente.

4. *Atribución con reserva total (off the record)*: el periódico no publica la información recibida ni, por consiguiente, la atribuye a fuente alguna.

Por su lado, Armentia Vizuet y Caminos Marcet hacen casi la misma diferencia, aunque sólo marcan dos instancias de atribución – “directa (*on the record*)” y “reservada”-, y luego optan por llamar al *off the record* como “informaciones para el uso del periodista”.

1- *Atribución directa (on the record)*: es cuando la fuente de información suministra sus datos sin que medie reserva ni condición alguna de anonimato parcial o total. En este caso, el periódico tiene autorización por parte de la fuente para dar su nombre y declaración de forma clara, concreta e inequívoca. La atribución directa es la situación ideal para el ejercicio del periodismo porque el texto es altamente creíble y se ve incrementado su valor informativo (2003: 101)

2- *Atribución reservada*: es cuando una fuente de información suministra datos al periodista a condición de que no se le identifique en el texto que va a publicar. En este

³¹ Para Héctor Borrat (1989) se trata de la parte del periódico que no es publicidad.

³² “Las actuaciones públicas se conocen de manera directa por la lectura de los temarios publicados. Las actuaciones no públicas sólo pueden ser inferidas a partir de las anteriores, pero de manera parcial y tentativa” (Borrat, 1989: 11)”.

caso, el periodista no tiene más remedio que enmascarar su identidad a través de atribuciones ambiguas como ‘fuentes cercanas a’, ‘fuentes próximas’, ‘fuentes gubernamentales’, ‘fuentes judiciales’, ‘fuentes militares’, etcétera (2003: 101).

En ese punto, los autores aclaran que la atribución reservada despierta no pocas polémicas entre los periodistas y estudiosos de temas de comunicación porque hay autores que consideran “imprescindible” publicar siempre informaciones de fuentes que se dejen identificar. La lógica de este planteo se basa en el hecho de que la fuente que suministra datos “casi siempre lo hace por interés, porque las revelaciones que hace le benefician” (2003: 102)

Los detractores de la atribución reservada afirman que “un texto es más riguroso, de mayor calidad informativa, si aparece identificada la fuente de información” porque, en caso contrario, con el anonimato “se secuestra al lector un elemento esencial para valorar el alcance de las revelaciones públicas” (Armentia Vizueté y Caminos Marcet, 2003: 102).

En contrapartida, los defensores de esta práctica remarcan que “la única posibilidad que tienen en numerosas ocasiones para conseguir datos importantes es pactar la reserva de identidad con la fuente de información”. Es más, alegan que si esas fuentes consienten en aportar información es porque confían en el periodista y saben que no les va a identificar nunca, pase lo que pase. Esos periodistas afirman que trabajar solamente con fuentes que se dejan identificar “sería el fin del periodismo” (Armentia Vizueté y Caminos Marcet, 2003: 102).

Más allá de la polémica, no habría que pasar por alto que si la información que el periodista publica es verdadera, la fuente de información pasa a un segundo plano. Está comprobado que lo determinante de una información no es si aparece o no atribuida a un nombre y apellidos concretos, y que lo realmente importante es si es cierta o no; siempre manteniendo que un texto tiene mayor calidad si junto con las revelaciones aparece la persona que las realiza (Armentia Vizueté y Caminos Marcet, 2003: 102).

Para unificar criterios en busca de la tipología más eficaz, para el análisis de las piezas periodísticas de esta Tesis se tomarán cuatro modos de atribución, a saber: 1) atribución directa, 2) atribución indirecta, 3) atribución indirecta con reservas o 4) atribución con reserva total.

1) En la *atribución directa*, el nombre de la fuente de información aparece completo: “El presidente Kirchner señaló...” (‘señaló’ es el verbo que permite la atribución).

2) En la *atribución indirecta*, no aparece el nombre de la fuente de información, sólo la posición institucional o social que ocupa: “Un ministro cercano al Presidente señaló...”.

3) En la *atribución indirecta con reservas*, no se indica el nombre de la fuente de información ni la posición institucional o social que ocupa, sólo se incluye el dato mínimo para que aparezca en la pieza periodística: “Una persona muy cercana al Gobierno, que prefirió no dar su nombre, señaló...”.

4) En la *atribución con reserva total*, sólo aparece la información y el cronista no da ninguna pista de dónde salió: “Este diario pudo saber que el Presidente se reunió ayer con...”.

Luego, cuando es atribuida, la información puede ser citada de tres maneras: mediante una cita directa, una indirecta o una mixta:

“Mediante el 1) *estilo directo* podemos citar textualmente las palabras de alguien e incluirlas en nuestro discurso logrando que ambos enunciados mantengan sus propias marcas de enunciación. El 2) *estilo indirecto* es un procedimiento de integración textual que se caracteriza por mantener estable el contenido de la información citada pero se presenta en una sola enunciación. El 3) *estilo híbrido* es una parte del indirecto pero se enfatizan de manera textual sólo algunas palabras o alguna frase, generalmente la que resulta más significativa para ese texto y para ese personaje citado” (Mascioli, 2007).

Siempre con la misma declaración de Cristina Fernández de Kirchner (“Mauricio Macri pertenece a la derecha histórica y retrógrada del país”), tenemos:

1) Un ejemplo de *estilo directo* sería: La presidenta Cristina Fernández de Kirchner señaló: “(el jefe de Gobierno porteño) Mauricio Macri pertenece a la derecha histórica y retrógrada del país”.

2) Un ejemplo de *estilo indirecto* sería: La presidenta Cristina Fernández de Kirchner señaló, en fortísimos términos, que el jefe de Gobierno porteño, Mauricio Macri, está vinculado con el sector más duro de la derecha política del país.

3) Un ejemplo de *estilo híbrido* sería: La presidenta Cristina Fernández de Kirchner señaló que el jefe de Gobierno porteño, Mauricio Macri, pertenece a la “derecha histórica y retrógrada” del país.

NOTA: Aquí, antes de avanzar, tiene que quedar claro que ‘la presidenta Cristina Fernández de Kirchner’ es la fuente de información; que hay una *atribución directa* porque aparece nombre completo y cargo, y que “Mauricio Macri pertenece a la derecha histórica y retrógrada del país” es la información citada. En tanto, ‘señaló’ es el verbo del decir –infaltable para este tipo de construcciones- que permite atribuir a la fuente la información citada.

Luego, la información atribuida a una fuente de información (de un modo directo, indirecto, indirecto con reservas o con reserva total) y citada (con un estilo directo, indirecto o mixto) podrá ser parte de la cabeza de la pieza periodística, del cuerpo de la pieza periodística³³ o de sus elementos de titulación –en su sentido amplio³⁴-, o de ambos. La ubicación dependerá si la información es central o secundaria dentro de la nota.

2.11- LA POTENCIA INFORMATIVA

³³ ‘Cabeza’ es la denominación que recibe el primer párrafo de una pieza periodística informativa, donde tiene que aparecer lo más importante del relato. El cuerpo es todo lo restante.

³⁴ Cintillo, volanta, título, bajada, subtítulo, destacado y epígrafe.

El objetivo principal de esta Tesis será poder determinar (lo que Borrat denomina) la “potencia informativa” del discurso periodístico de cada uno de los diarios analizados, la cual se pone de manifiesto según 1) el número; 2) la calidad; y 3) el pluralismo de las FDI (1989: 57).

1) El **número** estará directamente asociado a la cantidad de fuentes de información que aparezcan en el relato.

2) Según este autor, **la calidad** estará dada por capacidad profesional, según compartan los saberes técnicos periodísticos, como las agencias de noticias y los gabinetes de prensa, o/y el alto rango que ocupan en el sistema político, ya sea desde el Gobierno o en posiciones de liderazgo como podría un dirigente social o presidente de un partido opositor (1989: 57).

3) Por último, el **pluralismo** estará relacionado con el trato justo de los hechos noticiables donde aparece retratado un conflicto entre dos, tres o más partes. Habrá pluralismo cuando haya fuentes de información equiparables en cantidad y calidad de todos los sectores en pugna.

Al momento del análisis, se le agregarán a la potencia informativa un cuarto y quinto atributos, desarrollados con anterioridad: el modo de atribuir y de citar. Así, tomaremos que la *atribución directa* con *estilo directo* (citas textuales) constituye la conjunción ideal, el punto más alto de credibilidad y profesionalismo.

Cabe aclarar que el diario necesita tener potencia informativa para llevar adelante sus objetivos permanentes que son “lucrar e influir” (Borrat, 1989: 42), que están interrelacionados y se retroalimentan en su círculo virtuoso. Y si la potencia informativa es entendida como la cantidad, la calidad, el pluralismo y el empleo transparente de la información conseguida, su análisis servirá también para medir la rigurosidad, la seriedad y confiabilidad del trabajo periodístico porque:

“A mayor potencia informativa, más demostrará el periódico que está comprometido con la cultura política democrática; que brinda un trato igualitario a todas las partes del conflicto, y no sólo a aquellas que coinciden con sus propias posiciones; que incluye entre sus fuentes de información a los excluidos por aquellos que concentran el poder político, económico o corporativo; que recoge y dinamiza la contradicción entre aquellas voces del debate público; que jerarquiza las temáticas según criterios que no se agotan en la simple defensa de los intereses de la empresa editora; en definitiva: su independencia frente a cualquier centro de poder” (Borrat, 1989: 118).

En tanto, aquí se analizará el discurso informativo producido por las piezas periodísticas concebidas dentro del 1) género informativo -es decir, bajo las directrices de la Escuela Tradicional Norteamericana (ETN)³⁵-, 2) aquellas que puedan enmarcarse dentro del género opinión/interpretación y 3) las que presenten una hibridación de los dos tipos

³⁵ Según este modelo, el texto informativo se caracteriza por un uso denotativo del lenguaje, que admite un solo significado. El paradigma central de este tipo de textos es la objetividad como actitud narrativa ya que mantiene la divulgación de la información como intención principal del texto. Aquí, la objetividad es distancia, exclusión de puntos de vista personales e inclusión de todos los puntos de vista.

anteriores. Cada uno de estos tipos o géneros periodísticos están definidos por su función comunicativa (Peralta y Urtasun, 2004: 14).

Mientras el primero relata un hecho con presunción de objetividad, ubicando los datos sustanciales en el primer párrafo (Noticia breve, Nota informativa y Crónica), el segundo intenta transmitir y formar opinión sobre los datos, hechos o sucesos (Editorial, Columna de opinión, Análisis, Comentario, Panorama, Reseña) (Peralta y Urtasun, 2004: 14-15).

El corpus a tratar en este trabajo estará dado por todas las piezas periodísticas que *Clarín*, *Página 12* y *La Nación* le dedican al tema principal en la secciones El País, para los dos primeros, y Política, para el tercero, durante los últimos quince días del mes de julio de 2009. Para ubicar los temas principales se tomará un criterio basado en la ubicación dentro de la superficie redaccional: el tema que ‘abre’ la sección.

2.13- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 2

Como quedó dicho al inicio de este capítulo, en esta tesis se tomarán a las FDI como los elementos indispensables a los que tienen que recurrir medios y periodistas para construir un discurso público creíble y, en consecuencia, capaz de influir en su público (Borrat, 1989: 54). En ese marco, puede officiar de FDI “cualquier personas o canal” que brinde material para poder confeccionar piezas periodísticas” (López, 1995: 31).

Esta necesidad va de la mano de dos situaciones: en muy pocas ocasiones, los cronistas son testigos de los hechos que luego deben relatar, y, aunque lo sean, deben completar la narración con otras voces que suponen un punto de vista distinto para eludir un resultado sesgado (Fontcuberta, en Albertini y Ruiz, 2008).

Además, este estudio tomará como premisa que no hay FDI “desinteresada” (Benítez y Sortino, 2006) porque “suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés (ya sea político, económico, corporativo o de posición social, como puede ser la clase media) (Armentia Vizúete y Caminos Marcet, 2003: 97).

Entonces, al entrar en contacto con las FDI, el periodista corre el riesgo de que su trabajo final quede “condicionado, y hasta determinado, por las fuentes en las que hizo pío” (Benítez y Sortino, 2006). Además, como advierte Borrat, cada FDI “produce una versión entre otras posibles” porque, como en todo relato informativo, su emisor excluye, incluye y jerarquiza los datos.

En lo que respecta a la relación de los medios con las FDI, lo central para destacar es que cada periódico necesita, descontando las más accesibles y que comparte con la competencia –agencias de noticias y gabinetes de prensa-, cultivar aquellas que le puedan brindar información exclusiva y confidencial (Borrat, 1989: 56-57).

Pero cabe aclarar que las FDI “tienen también sus propias estrategias y demuestran un mayor o menor interés hacia determinadas” empresas de comunicación. Dentro de una puja donde puede haber un equilibrio de fuerzas o una dominación de una parte sobre otra, “las fuentes tienen sus preferencias y no se acercan por igual a todos los medios” (Armentia Vizúete y Caminos Marcet, 2003: 100).

También se tendrá en cuenta la aclaración de Gomis (1997, 60), quien considera que se trata de una relación basada en el concepto de noticia: la FDI debe brindar, ante todo, datos con cierta relevancia.

En lo que respecta a la clasificación de las FDI (subtítulo 2.4) sería demasiado redundante y poco práctico volver a repetir los conceptos ya vertidos, pero sí es necesario aclarar que sólo podrán ser utilizadas en el análisis de las piezas periodísticas aquellas definiciones que den cuenta de atributos identificables desde la lectura. Es decir, no será posible saber si son ‘fuentes espontáneas’ (asumen la iniciativa de informar) o ‘fuentes ávidas’ (adoptan esta postura pero con mayor intensidad y urgencia) (Borrat, en Albertini y Ruiz, 2008), porque son características ‘no-públicas’.

En tanto, distintos autores hacen un especial llamado de atención al uso desmedido que las redacciones hacen de los gabinetes de prensa y las agencias de noticias. De los primeros, Armentia Vizuet y Caminos Marcet dicen que “se han convertido en uno de los centros emisores más importantes de información” aún cuando sus datos conllevan, “casi siempre, profundas cargas ideológicas” (2003: 116).

De las segundas, el ex directivo de EFE, Ignacio Muro Benayas, advierte que distribuyen “las dos terceras partes de las noticias publicadas” aunque “su práctica está asociada a una determinada cosmovisión” (2006: 23). Ambas usinas despiertan el mismo atractivo: “ofrecen textos publicables y fáciles de estructurar” (Armentia Vizuet y Caminos Marcet, 2003: 115).

Sobre la obligatoriedad de citar el origen de la información, hay opiniones divididas, con una leve ventaja hacia conceder la posibilidad anonimato –total o parcial- si la revelación es importante, como señalan los manuales de estilo de *Clarín* y *La Nación*. Empero, para esta tesis tendrá especial importancia la aclaración del periodista español Alex Grijelmo (en Albertini y Ruiz, 2008): “Quien facilita un dato tiene derecho a permanecer en el limbo de los nombres, quien da una opinión debe avalarla porque de otro modo carece de interés”.

Con respecto al chequeo de los datos, las consideraciones van desde el tradicional “acudir a una tercera fuente” (*Clarín*, 1997) hasta el consejo más amplio de Alejandro Di Lázzaro, experimentado periodista y ex editor de *La Nación*: “La función fundamental de poner muchas fuentes es conseguir credibilidad, lograr que la información esté atada, resuelta y cerrada, que no haya rendija por la que alguien te pueda desmentir”.

Asimismo, aunque su utilización como FDI aún no sea masiva y el espacio dedicado en este capítulo aparezca como desproporcionado respecto a su pertinencia para el análisis, la inclusión con cierto detalle y ejemplos de Internet y otras TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se relaciona con dos cuestiones: el temor de que el contenido de la tesis quede desactualizado al mismo momento de su publicación, y porque existe la intención de construir un herramienta permanente de análisis, que exceda esta investigación.

En ese marco, se optó por destacar los espacios más difundidos hasta el momento como las páginas *webs* en general, los intentos de Periodismo Ciudadano, los comentarios, las

redes sociales (*Facebook, Twitter, Flickr*), el sitio de videos *YouTube*, los mensajes de texto y la enciclopedia libre *Wikipedia*.

Por último, con respecto a las FDI en el relato periodístico, se identificarán dos instancias (Borrat, 1989: 58): ‘lo atribuible’ (la identidad de la fuente de esa información) y ‘lo citable’ (la información misma). Dentro de las posibilidades de atribución, se usarán los conceptos de 1) atribución directa, 2) atribución indirecta, 3) atribución indirecta con reservas o 4) atribución con reserva total. En tanto, para evaluar las citas, se usarán los conceptos de 1) estilo directo, 2) estilo indirecto, 3) estilo híbrido, desarrollados por el docente Juan Mascioli para el Taller de Producción Gráfica I (2007).

Al detalle de cómo *Clarín, Página 12 y La Nación* (en la secciones El País, para los dos primeros, y Política, para el tercero) atribuyen y citan los datos conseguidos se le sumará la observación sobre el **número** (cantidad), la **calidad** (capacidad profesional, técnica, autoridad, legitimidad y cercanía al hecho) y **pluralismo** (todos los sectores involucrados en el conflicto y trato equilibrado en número y calidad) de las FDI utilizadas en cada el tema principales durante los últimos quince días de julio de 2009).

Con esto se buscará evaluar la “potencia informativa” (Borrat, 1989: 57), lo que permitirá saber cómo hacen periodismo; es decir, cuál tiene más posibilidad de llevar adelante sus objetivos permanentes de “lucrar e influir”, de potenciar el debate democrático, de mantener su independencia frente a cualquier centro de poder (Borrat, 1989: 118).

CAPÍTULO 3

Condicionantes del trabajo periodístico y del manejo de fuentes de información



3



CAPÍTULO 3: CONDICIONANTES DEL TRABAJO PERIODÍSTICO Y DEL MANEJO DE FUENTES DE INFORMACIÓN

3.1- PRESIONES Y PRECARIZACIÓN LABORAL

Luego de haber realizado una definición y conceptualización teórica de las Fuentes de Información y proponer un análisis sobre su utilización en el discurso del periodismo político de los tres diarios nacionales que son objeto de esta Tesis (Capítulo 2), resulta necesario realizar una descripción de los condicionantes del trabajo periodístico en nuestro país; es decir, la matriz que produce ese discurso que será puesto en cuestión.

El objetivo de hacer explícita la antesala, la cocina, como suele decirse, del relato periodístico, es para dar cuenta que, antes de realizar una nota, los trabajadores de prensa no eligen a sus fuentes de información de una lista infinita ni de una especie de diccionario donde los pueden ubicar por orden alfabético sin ningún tipo de restricciones según la demanda de cada caso.

Desde lo que podría ser la fuente ideal hasta la fuente que es utilizada, hay un camino de condicionamientos que tienen que ver con múltiples factores, como pueden ser los intereses políticos y económicos del medio; la relación, a nivel personal, que el cronista tiene con su red de informantes; el acotado tiempo de trabajo para producir un texto; la presión de los superiores; la precarización laboral; la importancia –la ‘chapa’- del medio; la competencia con otros diarios; la (auto) censura; los principios ético-morales; la experticia sobre el tema abordado; la reputación y trayectoria; el temor a la represalia; la exposición pública; las rutinas propias de cada sección; el contrato con los lectores; el espacio físico dentro de una página –cantidad de caracteres-; los recursos técnicos y económicos a disposición; el azar; la pertenencia de clase, etcétera.

Por ejemplo, para el consultor en opinión pública Rosendo Fraga, los periodistas operan en un "frente de batalla, en el cruce entre el poder político y económico, su acción y la del medio que representan, pero también están en el vértice de la tensión entre los intereses empresarios y políticos del medio y su propia labor profesional". Es en ese campo, continúa, "donde tienen lugar operaciones de prensa, maniobras de cooptación por parte del poder, jugadas interesadas del propio medio en relación con el poder político y económico, manipulación por parte de las fuentes, acciones de censura explícitas o encubiertas pero no menos efectivas, y otras formas de disputa de la ‘verdad periodística’. Porque para el poder, el periodismo es un campo de lucha, y el periodista, una peligrosa herramienta de ese combate político" (Halperín 2007: 52).

Además, la Redacción aparece como una "parte subordinada, como un grupo profesional organizado y sujeto a la disciplina del periódico, como eventual sujeto de conflictos con el periódico, como eventual escenario de conflictos entre sus propios componentes individuales" (Borrat, 1989: 46).

Por ejemplo, "los cambios estructurales que la prensa registró en la década del noventa, tales como la conformación de un nuevo mapa empresario, la redefinición de los consumos de medios y de la inserción social de los periodistas, entre otros, son los condicionantes para la construcción de significantes (noticias) y en el reconocimiento que de ellos realizan los diferentes públicos" (Amado Suárez, 2004:3).

“Conviene también que no olvidemos que, al hablar de los grandes medios, hoy se tiene que hablar de mega-corporaciones (Ver subtítulos 1.3 y 3.7) que, entre otros negocios, manejan multimedios. Esto significa que, a la par del negocio periodístico en el más estricto sentido de la palabra, se maneja industria editorial, industria del entretenimiento, industria de telefonía celular, etcétera. Con lo cual, cada vez más, la información y la opinión se vienen convirtiendo en un elemento de presión para la conquista de negocios particulares o de intereses ideológicos particulares. En ese marco, pregunto: ¿cuál es el espacio real para que la prensa política dé cabida a un más allá del radio pasillo? Digo: ¿es imaginable encontrar debate ideológico, posicionamiento ideológico, invitación a la profundidad analítica en una televisión que no tiene programas políticos, que ha quedado provisoriamente dedicada a la ficción y al entretenimiento?”, desarrolla primero y se pregunta después el experimentado conductor de *Marca de Radio* (radio *La Red*), Eduardo Aliverti (Halperín 2007: 139).

También es útil entender cuál es la función de los periodistas, quienes no tienen tiempo para realizar ensayos ni tratados de filosofía o sociología porque “la materia con la que trabajan es el presente y están presionados y perseguidos por el tiempo (de cierre, de salida al aire, según el soporte) para que un pedazo de presente se haga accesible y público” (Martini y Luchessi, 2004: 17).

Aunque Borrat entiende que “la atención que el periódico presta a los conflictos estructurales proporciona uno de los mejores criterios para evaluar el rigor y la profundidad de su discurso público”, deja en claro que “no hay que darla por descontada: operan contra ella la necesidad de informar y comentar de inmediato hechos noticiables que han de ser rápidamente interpretados y la presunción de que la audiencia tiene mucho más interés por los relatos fuertemente personalizados que por el análisis estructural” (1989: 24). Así:

“El periódico necesita acumular datos y decidir sus inclusiones, exclusiones y jerarquizaciones para producir su propia versión del conflicto noticiable de la manera más rápida, fácil y barata que le sea posible. A las compulsiones del tiempo y el espacio escasos se les añade la de la competición por la exclusiva con los otros medios de comunicación masiva. Todo esto perfila al periódico, en relación con el tratamiento de los datos comunicados por sus fuentes, en un plano de mucho menor rigor que el normalmente observable en el historiador y el sociólogo, o el gobernante, el parlamentario, el militar, el diplomático, el tecnócrata, cuando evalúan los datos recibidos de sus respectivas fuentes” (Borrat, 1989: 57).

Y por último, hay que indicar que los periodistas no caminan por una alfombra roja. Su senda es por demás espinosa. Una sola investigación puede hacer caer un negocio millonario, por citar un ejemplo. Por no decir que puede frustrar una carrera política y hasta forzar la renuncia de un Gobierno. Como dice el columnista dominical de *Página 12* Mario Wainfeld: “Los periodistas son integrantes del sistema político; y como tales, son parte de una esfera de negociación y diálogo” (Martini y Luchessi, 2004: 18).

A su vez, las investigadoras Stella Martini y Lila Luchessi refuerzan ese concepto: la práctica periodística es una actividad “ante todo política”, porque la producción de la noticia, marcada por la temporalidad, implica tener una mirada del mundo, aportar al control social –aportar los parámetros que organizan los espacios y los modos de la vida cotidiana y ciudadana-, negociar y consensuar, y dialogar con el poder y con la ciudadanía en general (2004:18). Así:

“La responsabilidad de la producción de información pública es directamente proporcional a la importancia que las noticias tienen y se les atribuye: aportan a la formación de la opinión pública, consolidan los imaginarios sociales, construyen una parte de la realidad social, y posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera inmediata” (Martini, 2000: 15).

De esta manera, queda descartada cualquier definición del periodista que tenga que ver con un ‘garante de la democracia’ (en todo caso es tan responsable como los otros componentes del sistema político) o un ‘puente’ de doble dirección que une a la clase dirigente con los votantes, cuasi mensajero. En última instancia, no hace más que guardar secreto profesional al igual que, por ejemplo, abogados y sacerdotes.

Antes de pedir y esperar que los cronistas lo resuelvan todo, como proponen Martini y Luchessi, lo que habría que discutir es “acerca de cómo se construyen espacios alternativos desde el periodismo y hasta qué punto es posible para un periodista mantener una posición contraria o diferente de la oficial, cuando los medios de comunicación para los que trabaja son constructores de hegemonía” (2004: 22).

Además, aunque se esté en presencia del profesional más honesto del mundo, “la ética periodística ha demostrado no ser un valor suficiente para anular la influencia del poder económico y político en los medios de comunicación. Pero tampoco es lógico esperar que lo fuera” (Muro Benayas, 2006: 35), porque:

“Y es que la credibilidad de los contenidos no es sólo un asunto exclusivo de periodistas, ni siquiera asumiendo que la revisión de su posición en las empresas editoras y el fortalecimiento de su código deontológico pudieran contribuir a fortalecer las posiciones más independientes. La credibilidad también tiene mucho que ver con la independencia de los medios” (Muro Benayas, 2006: 35).

Por eso parece injusto no medir a la profesión bajo las rutinas profesionales, los condicionamientos y las reglas de juego inherentes a cualquier sistema productivo: “La función es hacer bien tu laburo y tener un piso de dignidad. Es difícil de entender para los profanos porque éste es un trabajo negociaciones, articulaciones, de diálogos. Esto no es una trinchera contra el mal”, dice Wainfeld (Martini y Luchessi, 2004: 24).

Tampoco puede caer sobre la espalda del periodista la pluralidad cada vez más restringida de voces que circulan en el espacio público; fenómeno más relacionado con la concentración económica, que no excluye a las empresas mediáticas –por el contrario, son su máxima expresión-, comenzada en los albores de los 90 (Martini y Luchessi, 2004: 23) cuando se modificó la Ley de Radiodifusión y las empresas de información pasaron a ser sociedades anónimas que cotizaban en el mercado financiero, modificaciones que permitieron la creación de multimedios –con gran parte de capital extranjero- y la unión entre intereses informativos, comerciales, políticos y de toda índole. Por ejemplo:

“Se ha visto deteriorada la oferta informativa en la medida en que el objetivo final es imponer un producto en el mercado; aunque en la fase fundacional de la Argentina, se pensó que la prensa sería un actor imprescindible para la articulación de proyectos políticos y el vínculo básico con la ciudadanía. De este modo, las doctrinas que se sostienen en los medios de la actualidad deben buscarse en sus modalidades discursivas, clasificaciones y estereotipos y oferta de agendas, en su

composición empresarial en relación con el poder y en sus acciones no públicas” (Martini y Luchessi, 2004: Págs. 30 y 31).

Si bien los medios siempre han sido un emprendimiento comercial, “el problema está cuando el negocio sobredetermina la información de interés ciudadano”. Otro fenómeno que aparece de la mano de las transformaciones de los años 90 es “la deshumanización del periodista, la subordinación de sus capacidades intelectuales y sus valores personales a los intereses empresariales” (Martini y Luchessi, 2004: 70). Un testimonio en *off* refleja la situación:

“Si estás en una empresa que se dedica a una determinada actividad, sabés que sería una locura hablar en contra de esa actividad específicamente sin correr serios riesgos. Siempre tratás de manejarte con inteligencia. Porque si vos superas límites grotescos, tu lugar va a ser ocupado por alguien que tal vez va a tener todos los límites y que no va a usar los espacios que tiene para ir corriendo esos límites permanentemente” (Martini y Luchessi, 2004: 70).

Para Julio López, presidente de la Asociación de Periodistas Institucionales, en la mayoría de los países de América Latina, “estamos asistiendo a un conflicto de índole política y económica en el cual gobiernos de izquierda, por llamarlos de alguna manera ligera, se ven enfrentados con grupos económicos en los cuales los medios de difusión a veces son sólo una unidad de negocios más”, por ejemplo, en Bolivia, Ecuador y Venezuela (Amado Suárez, 2007).

En ese contexto, “la figura del periodista y el trabajo que realiza parecen moverse hacia espacios de subalternidad respecto de las decisiones de marketing y de diseño. Con la crisis económica, la polea por el reparto de los potenciales anunciantes es feroz y, de este modo, el contenido -en tanto servicio público para la información de la ciudadanía— pasa a un segundo plano” (Martini y Luchessi, 2004: 43).

Además, en la feroz batalla por captar lectores, los diarios prefieren la espectacularidad y el suspenso por sobre lo socialmente necesario. Eso lleva, a veces, según el periodista Jorge Halperín, a evitar la “confrontación de los datos con las primeras versiones”, para que el “buen relato no se pierda; porque si chequeo por ahí no me cierra esto que encontré y que está bárbaro” (Martini y Luchessi, 2004: 167).

Diego Schurman, editor de Política de *Crítica*, entiende que “el consenso académico no es el consenso empresario. La búsqueda de la calidad se enfrenta, en un mercado multimediático cada vez más competitivo, con la necesidad de difundir primicias. Una de las razones del abuso de los *off the record* obedece, entonces, a la presión de los medios sobre los periodistas. Otra, a la necesidad de aquellos de hacer prevalecer sus propios intereses simulados en un artículo periodístico. Pero el análisis no puede ser lineal. En muchos casos se trata de un pésimo hábito de la profesión, sobre la cual tenemos la responsabilidad de poner coto para evitar complicidades en operaciones políticas” (Diario Sobre Diarios; 2008).

Asimismo, los periodistas no son culpables de que algunos sectores de la sociedad depositen en ellos y en sus empleadores las responsabilidades que les caben a otros ámbitos, como el gubernamental o judicial: “Las burocracias estatales pierden la carrera frente a los medios en este contexto de inmediatez: si los organismos judiciales y políticos tardan o no logran responder a las demandas de los ciudadanos, éstos prefieren

la mediación periodística. Así, se va estableciendo la idea de una justicia y una política explicada y mostrada en los medios” (Martini y Luchessi, 2004: 29).

Al respecto, Daniel Santoro considera: “El periodismo no tiene que ser ni juez, ni fiscal, no tenemos herramientas ni preparación para ser jueces ni fiscales. Tenemos que señalar hechos. Obviamente, el señalarlos tiene la fuerza de una denuncia. Pero no tenemos que ir nosotros ni abrir una causa judicial porque no es nuestra función” (Martini y Luchessi, 2004: 51).

Contra el consenso que existe entre los consumidores de productos periodísticos, “las relaciones de los medios con el poder cercenan muchos de los temas que no estuvieron ni están en la agenda y que son fundamentales para la convivencia en democracia” (Martini y Luchessi, 2004: 51). Al mismo tiempo:

“Envueltos en la lógica empresarial de la efectividad y en el vértigo que caracteriza el trabajo, los periodistas dan cuenta de la situación crítica en términos que van desde la denuncia de la corrupción hasta la necesidad de la defensa del sistema democrático y la reivindicación de mejores condiciones laborales” (Martini y Luchessi, 2004: 68).

En tanto, por lo general, los periodistas dialogan y negocian con el poder en inferioridad de condiciones. Por ejemplo, por mencionar sólo un caso, no hay una igualdad inicial cuando el entrevistado gasta en un almuerzo el equivalente al sueldo del entrevistador. Además, puertas adentro, hay un sinnúmero de problemas que desconcentran al periodista a la hora de salir a la calle. “La precarización laboral y la desocupación disciplinan profesional y laboralmente”, explica la sindicalista de UTPBA³⁶ Lidia Fagale (Martini y Luchessi, 2004: 36).

Además, los procesos de ajuste que alcanzaron las redacciones debilitaron la actividad: “La tarea se resiente en realidad porque los medios redujeron su personal; las condiciones de producción actuales dificultan la práctica profesional que es el contacto directo con la realidad, con ‘la calle’. El recorte presiona sobre la complejidad de la práctica y obliga a muchos a saltarse pasos en la construcción de la noticia, como el chequeo de las fuentes” (Martini y Luchessi, 2004: 75). En ese sentido:

“El ritmo del trabajo impone que los datos surjan de una sola voz interesada y que los efectos políticos que se logren vayan mucho más allá de la garantía de información. Si bien el acceso a los insumos informacionales puede sostenerse por caminos diversos, la urgencia que caracteriza el trabajo hace que se publique sin verificar o se responda a favores hechos por los informantes, con los riesgos políticos que ello implica” (Martini y Luchessi, 2004: 146).

Aunque “la prensa argentina carece de un marco legal que garantice el acceso a la información, a pesar de que este derecho está garantizado por la Constitución Nacional a través de tratados internacionales, la mayor dificultad no parece ser de tipo legal, sino que está dada por las limitaciones estructurales de la tarea cotidiana del periodista. Según una investigación de la Fundación Konrad Adenauer, que analiza comparativamente la situación en cinco países de Latinoamérica, las principales dificultades para el libre ejercicio de la información se relacionan con la presión que

³⁶ Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (afilia a empleados de Capital Federal, principalmente, y del conurbano bonaerense).

ejercen los otros actores participantes como anunciantes y poderes políticos, pero también la autocensura que los periodistas de un ámbito laboral precarizado se infligen por miedo a perder un lugar en el competitivo mercado periodístico” (Amado Suárez, 2004:12)

La precarización laboral de los periodistas es “un proceso instalado a comienzos de la década del 90, cuando las perspectivas económicas del sector eran promisorias. Para 1991, se estimaba que la proporción de periodistas no estables, denominada con el eufemismo de ‘colaboradores’, era del 20% en aumento. Este proceso, que comenzó en un momento en donde crecían los ingresos de los diarios, se acentuó a medida que empeoraron las condiciones económicas de la industria” (Amado Suárez, 2004:13).

El periodista Eduardo Anguita, ahora director del periódico dominical *Miradas al Sur*, señala que, “en general, en las empresas privadas, sin respaldo de instituciones fuertes que defiendan la ética periodística, la batalla la ganan los empresarios con el simple trámite de reemplazar redactores, conductores o productores” (Amado Suárez, 2004:13).

Lo que más sustancialmente ha cambiado en este escenario es la composición de fuerzas: “Las estructuras que protegían al periodismo en el ejercicio de su profesión se fueron debilitando en los aspectos legales, técnicos e institucionales. En tanto, las redacciones se fueron achicando para responder a exigencias de ‘optimización de procesos’” (Amado Suárez, 2004:13).

La descripción realizada por Osvaldo Tcherasky –durante muchos años fue Secretario de Redacción de *Clarín*- en su libro *La Ocupación*, revela cómo existen diarios que se editan “por parcelas de alquiler y venta de información, cómo se vende publicidad. Así, los comunicados oficiales ingresan a las páginas sin cuestionamiento ni chequeo” (Amado Suárez, 2004:15). Y completa el panorama con una reflexión:

“En los casi cuarenta años que llevo en esta profesión, la crisis de legitimidad y credibilidad que ahora la afecta no figuraba entre las peores predicciones que pude haber temido o imaginado con mis colegas. La autocensura, el sensacionalismo, el temor a perder el trabajo, son las determinaciones excluyentes de un campo profesional que siempre confinó a la libertad de prensa a las fisuras entre las líneas de tensión y las marañas de intereses de cada época” (Amado Suárez, 2004:16).

Tcheraski, además, tipifica las rutinas de trabajo de la mayoría de las redacciones de cualquier país del mundo cuando afirma que “los núcleos del material seleccionado para cada edición no es necesario salir a buscarlos a ninguna parte, ni salir a verificar su grado de veracidad o controversia. Son flujos de material que llegan elaborados por fuentes estables de todas las proveniencias: los establishments políticos, judiciales, policiales, empresariales, etc., que disponen, en cada estamento, de profesionales entrenados en comunicar; es decir, en suministrar textos e imágenes que sustituyen a la información mimetizando sus formas” (Amado Suárez, 2005: 34).

Tcheraski señala luego que, como consecuencia de la dependencia que se genera entre el periodista y estas fuentes, a lo que se suma la ausencia de chequeo, se han dado casos en donde los medios han contribuido a la difusión de informaciones erróneas. Esta dependencia o “inmovilismo”, continúa, tiene que ver con “la desaparición del principal soporte del relato periodístico: las fuentes”. Sostiene así que “el fundamento retórico del

texto en tanto testimonio para la reconstrucción de los sucesos es desplazado a la posición de *embedded*³⁷: hay una sola voz, la de los ‘altos cargos’” (Amado Suárez, 2005: 34).

Para respaldar sus reflexiones, pone como prueba el caso de la periodista Pamela Constable, quien se encontraba como corresponsal cubriendo la guerra de Irak en la ciudad de Falluya para el diario *The Washington Post*.

Tcherkaski cuenta que la periodista describió su experiencia diciendo que “al cabo de cada ataque, perpetrado por sus compatriotas por las noches, sólo alcanzaba a escuchar el ladrido de los perros asustados y cánticos indescifrables que impregnaban el aire con una suave cacofonía de versos coránicos. Pero lo que ella interpretó como versos coránicos eran urgentes pedidos de ambulancias y llamados a la población local para alzarse y combatir a las tropas de ocupación: virtual prisionera de los Marines, no sólo fue víctima de sus únicas fuentes, los sargentos norteamericanos, sino que ignoraba el árabe, como prácticamente todos sus colegas que fueron a cubrir la guerra en Irak” (Amado Suárez, 2005: 94).

En paralelo, el fundador del diario *El País*, de España, y una celebridad del periodismo ibérico, Juan Luis Cebrián, observa que “en primer lugar, hay un dato estadístico que, creo, es común a todos los países avanzados industrializados. Existen más personas dedicadas al manejo de la información de las noticias —y por lo tanto, de la estructuración de la agenda pública—, afuera de los medios de comunicación que dentro de los medios de comunicación. Y esto es válido para el mundo político pero también para el mundo de las empresas, la industria y el mundo cultural. Hay más gente dedicada a presionar a los medios de comunicación para que digan lo que tengan que decir y callen lo que tengan que callar, que gente en los medios de comunicación dedicados a decir lo que tienen que decir y callar lo que tienen que callar” (Halperín 2007: 393).

Entonces, la avalancha y complejidad de los documentos recibidos se presenta “con forma de información precocinada que muchas veces, al llegar a una redacción saturada o desbordada por el trabajo, logra ser reproducida prácticamente como viene. El resultado es que las fuentes colocan su ‘mercancía’ suavemente, sin casi provocar rechazo, ante una redacción aliviada por esa ‘ayuda’” (Muro Benayas, 2006: 37).

Se trata de un fenómeno estructural motivado por “un desequilibrio objetivo entre el número de periodistas de este lado de la trinchera informativa, medios y agencias, con plantillas estancadas o en decrecimiento, y los de los gabinetes de prensa con un crecimiento exponencial, año a año” (Muro Benayas, 2006: 39).

Las abogadas argentinas Cornelia Schmidt-Liermann y Dolores Lavalle Cobo, investigadoras en temas de acceso a la información y comunicación política, realizaron una serie de entrevistas a líderes políticos y voceros de prensa sobre la actualidad del periodismo nacional. El estudio arrojó la preocupación de los consultados sobre “la falta de capacitación profesional y de profundización en el conocimiento de los temas

³⁷ Palabra en inglés que significa “encajado” o “empotrado” y que se usaba para nombrar a los periodistas de los principales medios de Estados Unidos e Inglaterra que habían sido capacitados por el Pentágono y trabajaban a la par de los sargentos, quienes funcionaban como “única fuente” en invasiones a Afganistán e Irak.

técnicos: por ejemplo, en materia económica, tributaria, de educación, defensa, entre otros” (2008). Según los testimonios recogidos, “la falta de especialización o superficialidad conlleva un riesgo importante: los periodistas son más fáciles de operar y manejar porque no saben acerca de lo que están informando” (2008).

Los entrevistados coincidieron en que “si bien tanto los periodistas como los medios de comunicación son intermediarios entre el Estado y la sociedad, no se los puede asimilar. Los primeros cumplen una tarea fundamental para la sociedad: informar. En tanto, los segundos desarrollan un negocio empresarial. En consecuencia, los intereses son diferentes. Se destacó que por ello, los periodistas necesitarían, actualmente, un mayor grado de protección frente a la empresa mediática ya que su deber es la búsqueda de la verdad en la información y es frecuente que esto tropiece con el interés particular del medio en el cual se desempeña, poniendo en jaque su independencia profesional” (Lavalle Cobo y Schmidt-Liermann; 2008).

Además, las empresas aplican estrategias para que el poder de negociación de los empleados se resienta cada vez más. Con ese fin agitan los fantasmas de los colaboradores, que operan como potenciales peligros para los trabajadores efectivos, e incorporan jóvenes estudiantes o graduados recientes que, por conseguir un espacio dentro de los medios, toleran condiciones inadmisibles para cualquier par con cierta antigüedad. “Lo entiendo porque hay tantos ejemplos que de un minuto para el otro, no de un día para el otro, se fueron a la lona. La gente cuida su trabajo y tiene que agachar la cabeza. Pero que quede claro: esto ocurre todo el tiempo en todas las redacciones y en todos los trabajos en distintos grados”, apunta el periodista e investigador Carlos Ulanovsky (Martini y Luchessi, 2004: 43).

Cuando aún era senadora nacional, la presidenta, Cristina Fernández de Kirchner, en una conferencia que dio en la Universidad George Washington sobre las experiencias de gobierno y la comunicación, opinó que “los medios de comunicación se han independizado de los partidos políticos, pero no de los intereses económicos”. Y agregó: “Pocas veces en la historia de la humanidad como en la actualidad, los sistemas de comunicación estuvieron tan vinculados a los actores económicos, y tal vez sumamente desvinculados de los sujetos políticos y sociales”. También dijo que la corrupción no es sólo un mal de los políticos sino también de los periodistas. Y habló de lo que llamó “mediocracia”, a la que definió como “una mezcla de mediocridad, democracia y sistema de comunicación, todo junto, que da por resultado una muy mala calidad de información para el ciudadano” (Halperín, 2007: 48).

Para Halperín, los medios evitan escudriñar al poder económico para no molestar a un sector del cual dependen de manera estrecha: “Es visible que la imagen de la corrupción del poder en la Argentina quedó muy centrada en la dirigencia política y, en cambio, no recibió la misma atención la corrupción empresarial, que es obviamente otra pieza muy importante del engranaje de esa práctica. A mi entender, este silencio sobre los empresarios tiene que ver muy especialmente con la capacidad que ellos tienen de presionar sobre la economía y la subsistencia de los medios, a través de la inversión publicitaria. Todos los colegas saben que los grandes anunciantes huyen de los medios que presentan investigaciones que comprometen a muchos hombres poderosos. La investigación a fondo se castiga” (2007: 226).

Empero, desde una visión más optimista, Jorge Lanata agrega que “nadie maneja un medio. Un medio es un montón de contradicciones que en algún momento terminan publicadas. Vos nunca controlás todo lo que va a salir. Menos mal, porque, si no, sería terrible” (Halperín, 2007: 268).

3.2- FALTA DE REGULACIÓN, AUTORREGULACIÓN Y CONTROL CIUDADANO

Aunque “la concentración de medios, la precarización del trabajo periodístico, la mercantilización de la información no son sólo patrimonio de la prensa local”, en el caso argentino, “la ausencia casi total de marcos referenciales potencia las presiones que estas nuevas circunstancias ejercen sobre la profesión”, señala Adriana Amado Suárez, docente en la Universidad Nacional de La Matanza y directora de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (2008).

En ese marco, Amado Suárez hace hincapié en que “a la ausencia de un marco legal de protección a la tarea de los periodistas, se agrega la falta de acuerdos de autorregulación impulsados por los participantes del sistema de información” (Amado Suárez, 2008). Esa situación hace que “los periodistas argentinos resulten más permeables a todo tipo de presiones y cambios de orientación y de propiedad de medios (privatizaciones mediante, incluso) sin que quepan argumentos legales de defensa en ese sentido; y eso también explica la debilidad del reportero para hacer valer su mirada y quedar supeditados a las decisiones de empresarios y fuentes en el proceso de producción de noticias” (2008).

Según Amado Suárez, en Argentina, tampoco se respeta la participación ciudadana, como sugiere el Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO en su Artículo 5: “Para que los medios propicien la participación activa de los públicos es necesario que el periodista favorezca el acceso del público a la información, y la participación del público en los medios, lo cual incluye la obligación de corrección, la rectificación y el derecho a respuesta” (2008).

Pero “una investigación sobre la autorregulación en Argentina arrojó que los antecedentes locales eran escasos. De hecho, sólo un diario institucionalizó la figura del Defensor: *Perfil*, en 1998, estableció que un periodista de trayectoria ejercería la función de Ombudsman para velar que se observen rigurosamente las reglas profesionales y éticas codificadas en el manual de estilo”. Pero tanto el diario como la función tuvieron unos pocos días de existencia. Y más escasas “son las referencias a la adopción por parte de los periodistas de un código de ética interno propuesto por el mismo medio. Puede citarse los casos de dos revistas: *Negocios*, en 1996, y *Veintiuno*, fundada por Jorge Lanata en 1998, que propuso firmar a sus colaboradores unas pautas de conducta ética (entre las que merecen destacarse, por lo desacostumbradas en nuestro contexto, la de no aceptar viajes pagados por ente estatal alguno ni ningún tipo de gentileza empresaria que superara el valor de 40 pesos)” (Amado Suárez, 2008).

El Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) “ha logrado inventariar 208 códigos de ética periodística pertenecientes a editores, clubes de prensa, comités, asociaciones públicas, privadas y mixtas, gremios, diarios, cadenas televisivas, emisoras de radio y también autoridades estatales. La mayoría de los países tiene por lo menos un código y muchos tienen más de uno. Argentina estaba entre los pocos que carecía de alguno de

estos recursos, hasta 2006 en que se suscribió un código entre los miembros de una asociación de periodistas local” (Amado Suárez, 2008). Al mismo tiempo:

“Tampoco existen Consejos profesionales, como el Consejo de Prensa Sueco, que se estableció en 1916, o el British Press Council, de 1953, o el Consejo de Prensa Alemán, de 1973. Al no haber colegiación, no hay un Colegio de Periodistas como existe en Perú, Chile, Costa Rica. Pareciera que en nuestro contexto estas instituciones no han sido percibidas como un estímulo para un mejor desempeño profesional ni como una protección de los abusos que padecen los periodistas” (Amado Suárez, 2008).

Frente a esto, el editor de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, propone la creación de un Observatorio Internacional de los Medios (Media Watch Global), “para disponer de un arma cívica, pacífica, que usen los ciudadanos para oponerse al nuevo superpoder de los medios” y obligue a los periodistas a actuar “en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, de las empresas o de los patronos que los emplean” (Amado Suárez, 2008).

Otra de las iniciativas que buscan articular los derechos ciudadanos con el ejercicio periodístico son los Consejos de lectores, como el del diario *Zero Hora*, de Porto Alegre, formado por nueve consejeros seleccionados entre los lectores, o el del diario *Do Grande*, de San Pablo, que tiene un consejo con 10 lectores que se postulan con “el deseo de discutir el contenido del periódico” (Amado Suárez, 2008).

A esto hay que adicionarle que, “desde el punto de vista de los propietarios de los medios, a juzgar por las declaraciones públicas con las que explicaban la precaria situación de los diarios en la década del noventa, la cuestión de los parámetros profesionales no está dentro de sus preocupaciones. Y desde su perspectiva, no parecieran estar relacionados a apoyar un buen producto. Es cierto que un manual de estilo o un defensor de lectores no garantizan el prestigio de un diario y su continuidad en el mercado, pero la ausencia de estos mecanismos pone en evidencia la poca importancia que le han asignado a propiciar mecanismos de credibilidad y transparencia para con las audiencias” (Amado Suárez, 2008).

Este recorrido señala una paradoja en la medida en que sirve para “constatar que los medios argentinos han propiciado un sistema de mercado pero no han ofrecido a sus públicos ni siquiera las garantías que las empresas comerciales suelen ofrecer a sus consumidores. De esta manera dejan un flanco muy débil a los señalamientos de algunos sectores de poder con relación a cierta falta de autocrítica de los periodistas y de los medios con relación a su tarea” (Amado Suárez, 2008).

Un gran número de políticos y voceros convocados a opinar afirmó que “los medios de comunicación son ‘el primer poder concentrado’ y que los periodistas pretenden estar por fuera de todo control, incluso del autocontrol o del control por sus propios pares como en cualquier profesión, llegando incluso a una ‘soberbia de poder’” (Lavalle Cobo y Schmidt-Liermann; 2008).

3.2- LA COMPETENCIA

El periodista y docentes de esta casa de estudios Fabricio Dietrich advierte sobre una tendencia de los últimos años: han salido a la luz varios casos de periodistas de primera

línea que falsificaron fuentes para inventarse buena parte de sus noticias. Y no deja de sorprenderle y parecerle un contrasentido que, en una sociedad sobresaturada de información como la actual, donde los medios sólo tienen espacio para publicar una ínfima porción de la catarata de datos que manejan a diario, se puedan generar situaciones en las cuales los reporteros recurran a la falsificación (2008).

Para Dietrich, “también llama la atención que en todos los casos se haya tratado de periódicos prestigiosos, ‘serios’, supuestamente rigurosos en el tratamiento de la información”. Sobre ese planteo, ensaya una respuesta:

“No se pueden achacar estas disfunciones del sistema de medios únicamente a la corrupción o falta de ética de los periodistas involucrados. Las causas hay que buscarlas, en primer término, en la descarnada competencia entre las empresas periodísticas –potenciada por la proliferación de los medios electrónicos- que puede relegar a un segundo plano el esencial trabajo editorial de chequear las fuentes y contrastar la información con la realidad, ante la posibilidad latente de que otra publicación se adelante a dar la noticia. La presión sobre editores y reporteros, generada por la aceleración de las rutinas laborales, tiene su lógica contrapartida en un relajamiento de los controles de calidad y veracidad” (2008).

Dietrich cita a Marvin Kalb, veterano periodista de los noticieros de la CBS y la NBC, en una columna en el periódico *Los Ángeles*: “La competencia, que siempre existió en el negocio de las noticias, se ha convertido ahora en una presión inexorable y brutal que fuerza a reporteros y productores, que normalmente serían cuidadosos, a ceder ante las tentaciones de desenfreno e imprudencia, apresurándose a imprimir o a transmitir historias que no están completamente investigadas, para las cuales no se han consultado suficientes fuentes, ni se han verificado” (2008).

A esa teoría suscribe la corresponsal internacional de *Clarín* Telma Luzzani: “Junto con la cantidad, el otro cambio importante en la dinámica de producción de informaciones tiene que ver con la velocidad, la cual hace que el periodista no tenga tiempo ni posibilidades de chequear la información y en caso de tomarse el tiempo para hacerlo, corre el altísimo riesgo de que la empresa competidora gane en velocidad y publique la noticia primero” (Amado Amado Suárez, 2005: 94).

Para fundamentar su argumentación, Dietrich describe un ejemplo: “Cuando estaba trabajando para *Newsweek* en el affaire Lewinsky, Michael Isikoff tenía en sus manos la información esencial sobre el asunto, pero esperó a conseguir la confirmación de fuentes que exige la buena práctica profesional. Un periodista con pocos escrúpulos, Matt Drudge, le birló la primicia y la publicó en su sitio de Internet. Resultado: Isikoff ganó reputación profesional, pero Drudge pasó a la historia como el hombre que aireó el escándalo. Seguramente esa experiencia pesó, varios años después, al momento de decidir publicar la información de que los responsables de Guantánamo habían tirado copias del Corán a los retretes. La difusión de la noticia generó en países musulmanes disturbios que dejaron un saldo de 17 personas muertas. A la semana siguiente, el editor de *Newsweek*, Mark Whitaker, pidió disculpas a las familias de las víctimas, y explicó que Isikoff había obtenido su información de una fuente gubernamental anónima, pero no había podido confirmarla en chequeos posteriores” (2008).

3.4- PELIGROS DE LA PROFESIÓN Y CENSURA EN DEMOCRACIA

Al panorama ya expuesto, se suma la peligrosidad que tiene la tarea, ya que su articulación con el poder, o la falta de ella, hace que los profesionales caminen por una delgada línea que en muchas ocasiones los deja muy expuestos a represalias de todo tipo, desde físicas (amenazas o cualquier tipo de agresión al periodista o su familia); hasta económicas (demandas); laborales (despidos o ingresar a una 'lista negra'); entre otras. En tanto:

“Las rupturas que permiten una circulación más democrática de las noticias hacen que los periodistas encuentren en los límites y las agresiones un riesgo profesional importante. Si bien la Argentina no encabeza los rankings de periodistas agredidos, la historia pone de manifiesto que el trabajo para lograr la multiplicidad de voces y la posibilidad de expresión de las divergencias es, aún, precario” (Martini y Luchessi, 2004: 62).

Según la clasificación 2008 de la ONG Periodistas Sin Fronteras (PSF), Argentina ocupa el puesto 68 entre 173 países evaluados para el “Barómetro de la libertad de prensa”. En la lista, el país no registró periodistas ni colaboradores muertos o encarcelados. No obstante, la organización alerta sobre la situación en las provincias del Interior, donde, “naturalmente, los medios más expuestos a la susceptibilidad de las autoridades locales padecen las presiones más directas”.

Por ejemplo, “al diario *El Observador* le cerraron la imprenta sin preaviso por orden de la municipalidad de San Lorenzo, Santa Fe, con la que se encontraba en conflicto abierto”, agrega PSF.

En la provincia de Santa Cruz –siempre con datos de 2008-, continúa PSF, a Marta Savorido, acusada de condescendencia con los profesores en huelga, le pidieron que se tomara un permiso en la emisora *LU14 Radio Provincia*, donde presentaba un programa. En tanto, acusado de “injuriar” al gobernador de Salta por haberle implicado en un caso de desvío de fondos, a Sergio Poma, propietario director de la radio *FM Noticias*, el 4 de septiembre, le cayó una condena inédita de un año de cárcel, con el cumplimiento en suspenso y, sobre todo, la prohibición de ejercer su profesión durante un año”.

“También en Salta, la detención y la paliza que le dieron a Darío Illanes, del diario regional *El Tribuno*, vinieron a recordar siniestros métodos. Cuando acudía a un centro de detención para menores, tres policías de civil subieron previamente al periodista a un coche sin placas de matrícula. El periodista fue liberado gracias a la intervención de sus colegas, y los tres funcionarios fueron suspendidos”, amplía el informe.

Pero para no caer en una exculpación total de los periodistas, aparece como necesario recurrir a las palabras del referente radical, ex legislador y ex ministro Rodolfo Terragno, quien fue director y redactor del mensual *Cuestionario*³⁸ durante el accionar de la Triple A y los primeros meses de la última dictadura militar:

“Pero yo nunca creía en el condicionamiento, que es algo que me indigna a veces cuando un periodista dice “estamos muy condicionados”. En un país donde hubo

³⁸ *Cuestionario* salió desde comienzos de 1973 a julio de 1976, cuando Terragno, por presión de la Junta Militar, debió abandonar el país como exiliado político. Según relata el político radical, el cerco se cerró sobre él cuando no quiso aceptar la censura previa del régimen.

periodistas que dieron la vida por decir su palabra, periodistas que fueron a la cárcel, periodistas que fueron torturados, que perdieron a su familia. Es inaudito que ahora alguien diga 'no puedo decir esto porque me llama el jefe de Gabinete'. ¡A mí me podía llamar el jefe de Gabinete todo lo que quisiera! No había en ese momento jefe de Gabinete, pero cualquier ministro me podía llamar, y no sólo a mí. Creo que hubo mucha gente que tuvo independencia de criterio y dijo que 'no' en momentos que era difícil decir que 'no'" (Halperín 2007: 164).

Por su parte, Luzzani prende la alarma sobre una nueva práctica que busca generar confusión: "Hoy, el volumen de información disponible es tan grande que supera la capacidad, no ya de chequearla, sino siquiera de abarcarla. La superabundancia informativa se ha convertido en una de las herramientas más poderosas para la manipulación de la noticia y el direccionamiento del sentido o la comprensión de la realidad. Esta es la forma mediante la cual se ejerce la censura en democracia" (Amado Suárez, 2005: 94).

3.5- PRESIÓN DE PÚBLICO

El humor de los lectores es otra de las presiones que reciben los medios y los periodistas —o sólo los primeros, que luego las trasladan a los segundos- al momento de trabajar con noticias. En su libro *Ultimas noticias del periodismo*, el italiano Furio Colombo denuncia la invasión de los servicios informativos "por masas de opinión que llegan directamente a las redacciones y a los estudios de televisión".

Según este autor, dichas masas provocan cambios de humor y tensión que sería preferible poder narrar, analizar y comprobar en lugar de soportar, dada la natural inestabilidad de dichos cambios. "Surge el riesgo de que prevalezcan campañas en lugar de crónicas —advierte Colombo—. Doblearse ante las exigencias inmediatas de la opinión y a sus ventoleras furiosas no compensa" (Halperín, 2007: 30).

Colombo describe también el fenómeno de los "estallidos de fe, de creencias, que tienden a intervenir sobre una masa de opinión que se ha desvinculado tanto de la política como de la información". Según él, esto vuelve cada vez más inseguros a los operadores de información: "Aflora cada vez con mayor frecuencia una referencia a 'lo que la gente pide', una referencia que jamás ha favorecido al sistema de las informaciones. El periodismo está en su mejor momento cuando es un asesor independiente del público, no cuando se inclina ante sus humores" (Halperín, 2007: 30).

En ese sentido, el periodista Jorge Halperín³⁹, pide poner en cuestión el axioma de que el público sólo busca que le digan la verdad. "Muchas veces, los medios son funcionales a la voluntad colectiva de ejercer una sanción (esto es visible, por ejemplo, en las condenas públicas a personajes procesados o no por la justicia a los cuales a veces los medios también condenan antes de tiempo), de plantear un cuestionamiento a una figura pública, o, incluso, en ciertos juegos de tolerancia de público y medios respecto de los aspectos más críticos de un gobierno con el cual se simpatiza. Por ejemplo, en febrero de 2007, una especialista en opinión pública señalaba que las chances electorales de

³⁹ Empezó en la profesión en 1967 y pasó por las redacciones de *La Razón*, *El Cronista Comercial* y *Clarín*. También ha publicado varios libros de técnica periodística, de ensayos y de conversaciones con intelectuales. También ha conducido y participado en varios programas radio y televisión.

Roberto Lavagna eran pocas porque el público no estaba interesado en su discurso, y esa indulgencia se traducían en el silencio de los medios” (2007: 29).

En esa dirección, Fernando Rúiz, profesor de periodismo en la Universidad Austral, aludió a ciertas complicidades entre el medio y sus lectores: “Suele ocurrir que el público demande al medio no tratar ciertos temas o tomar determinadas posiciones. Si *Página 12* publica cuatro páginas a favor de los disidentes cubanos, puede ser que el diario reciba muchos llamados indignados. Es decir, que hay un pacto de lectura que asegura una determinada mirada de la realidad. Y toda mirada de la realidad opaca algunos espacios” (Halperín, 2007: 30).

En contrapartida, el fallecido escritor y periodista Tomás Eloy Martínez denunciaba que “los periodistas invocan las expectativas del público para justificar una política de simplificación demagógica, que es contraria en forma absoluta al propósito democrático de informar o de educar. Y lo que estarían haciendo es proyectar sobre el público sus propias inclinaciones”. (Halperín, 2007: 51).

En el mismo rango, Martínez llamaba la atención sobre la consecuencias que provoca “el temor de aburrir”, que “induce a los periodistas a otorgar prioridad al combate sobre el debate, a la polémica sobre el diálogo rico, y a recurrir a cualquier medio para privilegiar el enfrentamiento entre las personas, los políticos, en particular, en detrimento de la confrontación de argumentos” (Halperín 2007: 51)

Terragno abona a esa teoría y precisa que "el cruce sale en los medios, pero la argumentación nunca". El ex funcionario de las presidencias de Raúl Alfonsín y Fernando De La Rúa advierte que los medios presentan a la política como "un juego de ajedrez", en el que ningún personaje tiene ideas ni ideologías:

"Parece que fuera, simplemente, un juego de posiciones, lo cual no permite distinguir a la gente que tiene ideas de la gente que tiene posicionamientos", dice. Y agrega: "El socialista Rubén Giustiniani es un tipo que tiene ideas, tiene una visión del mundo, es muy congruente. Pero ése no es un personaje interesante para el periodismo. Si Rubén Giustiniani concurre a la Facultad de Derecho a un acto organizado por Margarita Stolbizer, la cosa para los medios es por qué fue al evento y Hermes Binner no fue. Y entonces Binner está con Kirchner, y, por lo tanto, estará peleado con Giustiniani. Es decir, nadie tiene ideas" (Halperín, 2007: 51).

Por su parte, Lorenzo Gomis llama la atención sobre un aspecto a veces poco tenido en cuenta, que se refiere a cómo los periodistas se autoperceben dentro de la sociedad. Para el autor, en el análisis de ese aspecto se puede ubicar la explicación sobre la conformidad frente a los distintos condicionantes citados en este capítulo:

“Otra razón finalmente propicia la conformidad: es la naturaleza agradable y atractiva de la profesión. La redacción es un lugar de amigos, allí todo el mundo es tratado como un compañero. Hay un margen para negociar cómo se prepara una información. A los periodistas les gusta su trabajo. Los periodistas están cerca de las grandes decisiones sin tener la responsabilidad de tomarlas. Tocan el poder sin tener que usarlo. Así la moral de trabajo es alta, aunque no siempre lo sea la paga. Algunos podrían ganar más en otra cosa, pero les gusta esto. Les gusta además saber que la gente presta atención a su trabajo” (1997: 84).

“Y todavía se añade a ello una razón complementaria, que quizá sea el secreto de todo. La noticia es un valor. Aunque no haya ocurrido nada especial, hay que ofrecer noticias que tengan gancho. Es una aventura, un reto, un juego apasionante de todos los días. La noticia es lo primero. Cualquier discusión queda olvidada cuando salta la noticia. La solidaridad de la redacción se refuerza así. Los redactores saben que no se les paga por analizar la estructura social, sino por dar noticias. La armonía entre los redactores y sus jefes está cimentada en el común interés por las noticias”, completa Gomis (1997: 84).

3.6- NORMATIVA Y LEGISLACIÓN

La profesión periodística está regida por un marco legal que, en reiteradas ocasiones, es denunciado como insuficiente, más que nada con respecto al acceso de la información pública. Tal es el caso de las docentes Analía Eliades y Verónica Piovani, quienes reclaman “no olvidar los viejos desafíos del ejercicio efectivo del derecho a la libertad de expresión que aún no hemos superado, entre ellos, la pervivencia de las restricciones en el acceso a la información pública y, particularmente, la falta de una ley de acceso a la información pública. En efecto, en pleno 2007, aún carecemos a nivel nacional de una norma que consolide en forma democrática el acceso a la información pública” (2007).

En su camino de analizar el estado actual normativo del acceso a la información pública en Argentina, las autoras detallan que, en sus albores, la Constitución Argentina, de 1853 a 1860, ya consagraba la libertad de Imprenta en sus Artículos 14 y 32. Luego, continúan, con la reforma de 1994, se le otorgó jerarquía constitucional a diez tratados de Derechos Humanos -por intermedio del Artículo 75, inciso 22-, incorporándose así el Pacto de San José de Costa Rica, el cual, por su Artículo 13, consagra “el derecho a dar, recibir y difundir información”. Asimismo, en el Capítulo II de la Carta Magna Argentina (Nuevos derechos y garantías), se estableció, por su Artículo 41, el derecho a “ser provisto de información ambiental por las autoridades públicas” (2007).

En tanto, amplían las catedráticas, en el orden normativo específico, a nivel nacional, se ha dictado el Decreto 1172/03 (B.O.: 4/12/2003) por el cual se aprueban los Reglamentos Generales de Audiencias Públicas para el Poder Ejecutivo Nacional, para la Publicidad de la Gestión de Intereses en dicho ámbito. Asimismo se establecen las pautas para la elaboración participativa de normas, el acceso a la información pública y las reuniones abiertas de los entes reguladores de los servicios públicos. Por su parte, la Ley 25.831 ha establecido el Régimen de Libre Acceso a la Información Pública Ambiental (B.O.: 7/01/2004), “norma que ha marcado un importante logro en la materia porque establece que para acceder a información de ese tipo no será necesario acreditar razones ni interés determinado” (2007).

A su vez, y en el caso específico, el Estatuto del Periodista Profesional, Ley 12.908, establece, en su Artículo 13, que el periodista tiene derecho al “acceso libre a toda fuente de información de interés público”. Pero pese a toda esta reglamentación, reiteran Eliades y Piovani, aún hoy, en la República Argentina, “no contamos con una Ley Nacional de Acceso a la Información Pública, anhelo largamente esperado por la sociedad civil, que ha realizado diversos planteos y peticiones a través de las organizaciones no gubernamentales implicadas en el logro de una herramienta jurídica que posibilite obtener información pública para toda persona que lo solicite sin discriminación alguna” (2007).

No obstante, algunas provincias argentinas, en el marco del sistema federal de gobierno, han sancionado leyes que son pioneras en el ámbito del acceso a la información pública, destacándose, entre ellas, las de Río Negro, Chubut, Córdoba, La Pampa, Santiago del Estero y Tierra del Fuego (Elíades y Piovani, 2007).

Por último, Elíades y Piovani recuerdan que el Principio N° 4 de la Declaración sobre Libertad de Expresión, de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, firmada en el 2000, establece que “el acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. Los Estados están obligados a garantizar el ejercicio de este derecho. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por la ley para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas” (2007).

3.7- LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS

A modo de resumen, se dará cuenta de las empresas que manejan los principales multimedios como el Grupo Clarín, el grupo Vila-Manzano, Editorial Perfil, La Nación, América Medios, el grupo Szpolski, el grupo Hadad y Televisa.

Grupo Clarín: posee diarios Clarín (100%), La Razón (100%), Olé (100%); a través de Artear (99.2%), Canal 13 (100%), Pol-Ka (30%), Patagonik Film Group (33%), Ideas del Sur (30%); Televisión Satelital Codificada (50%); TyC Sports (50%); radios Mitre (100%), FM 100 (100%); revistas Elle (100%), Genios (100%), Pymes (100%), Ñ (100%), Tinta Fresca (100%); portales Clarín.com (100%), Deautos.com (100%), Masoportunidades.com (100%), Ubbi (100%); Impripost (50%); a través de Cimeco (100%), diarios La Voz del Interior –Córdoba-(81%), Los Andes –Medonza- (80%); agencia de noticias Diarios y Noticias –DyN- (26%); Cablevisión (60%), que a su vez controla Multicanal (100%), Fibertel (100%) y Teledigital (100%); Papel Prensa (38%); Todo Noticias (100%), canal Volver (100%); Expoagro (50%).

Vila-Manzano: diarios Uno –Mendoza, Entre Ríos, Santa Fe y Paraná- (100%), La Capital –Rosario- (100%), La Mañana –Córdoba- (100%); América Medios –controlado por Grupo De Narváez- (47,5%), Supercanal (83%), Multimedios La Capital (73%).

América Medios (controlado por Grupo De Narváez): radio La Red (100%); América 24 (85%); Junín TV (85%); América TV (85%); diario El Cronista (100%); revistas Apertura (100%), Information (100%), Technology (100%).

La Nación: diario La Nación (100%); Papel Prensa⁴⁰ (22%); revistas Rolling Stone (100%), Lugares (100%), Living (100%), Jardín (100%), Gatopardo (100%), First (100%), Brando (100%), Cinemania (100%), Oh La La (100%); Expoagro (50%).

Editorial Perfil: diario Perfil (100%); revistas Caras (100%), Noticias (100%), Claro (100%), Hombre (100%), Luz (100%), Semana (100%), Weekend (100%), Mía (100%), Fortuna (100%)

⁴⁰ La empresa Papel Prensa está conformada por Grupo Clarín (38%), Grupo La Nación (22%), el Estado Nacional (28%) y Cimeco (12%).

Szpolski: diarios El Argentino (100%), Diagonales (100%), Miradas al Sur (100%), Buenos Aires Herald (97%), Buenos Aires Económico –BAE- (100%); revistas Veintitrés (100%), Newsweek (100%), 7 Días (100%), La U (100%), Infosic (100%).

Hadad: radios 10 (100%), Amadeus (100%), FM Pop (100%), Mega (100%), Vale (100%); Infobae.com (100%); Canal 5 Noticias –C5N- (100%).

Televisa: revistas Maxim (100%), Cosmopolitan (100%); canales de cable National Geographic (100%), Men's Health (100%), Women's Health (100%); a través de Editorial Atlántida (100%), revistas Gente (100%), Para Ti (100%), Para Teens (100%), Billiken (100%), Papparazzi (100%).

3.8- NUEVA LEY DE SERVICIOS AUDIOVISUALES

La concentración mediática expresada de manera resumida en el subtítulo anterior (3.7) se tendría que ver modificada en el corto y mediano plazo a partir de que se comience a aplicar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que fue aprobada por el Congreso de la Nación en octubre de 2009 para reemplazar a Ley de Radiodifusión promulgada el 15 de septiembre de 1980 y firmada por los represores Jorge Rafael Videla y Albano Harguindeguy, y por el ideólogo económico del proceso José Alfredo Martínez de Hoz.

El texto, impulsado por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y redactado a partir de foros federales, si bien no comprende a la prensa gráfica, sí pone límite a los multimedios y a la concentración en la propiedad de radios, canales de televisión de aire y de cable, y de las empresas de señales pagas, donde los diarios son los principales aglutinadores. Los puntos más importantes de la flamante normativa son:

- Se garantiza "el derecho humano universal al derecho a la información y a la libertad de expresión" como lo prevé el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.
- El organismo que regulará los Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) será dirigido por un órgano colegiado integrado por representantes de la legislatura nacional, de la segunda y tercera minoría, y representantes del Poder Ejecutivo Nacional. Se establecerá un Consejo Multisectorial y Participativo integrado por representantes de las Universidades, de las Asociaciones sin fines de lucro, de los trabajadores del sector, etc.
- Se reserva el 33% del espectro para las personas jurídicas sin fines de lucro tales como: asociaciones, fundaciones, mutuales. Además, promueve la regularización de medios comunitarios.
- Crea la Comisión Bicameral de Seguimiento y Promoción de los Servicios de Comunicación Audiovisual. Y la Defensoría del Público, que tendrá como función recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público.
- Reduce de 24 a 10 las licencias de servicios abiertos (radio y TV) que puede poseer una persona o grupo. Para la explotación de servicios de televisión por cable se concederán hasta 24 licencias en diferentes localizaciones pero "en ningún caso la tenencia puede prestar más del 35% del total de abonados".

- En lugar de 15, las licencias durarán 10 años y se podrán prorrogar por 10 años más, previa realización de Audiencias Públicas.
- Protege el trabajo local y argentino mediante cuotas de pantalla de cine nacional. Se exigirá el 70% de producción nacional en las radios y el 60% en la televisión.
- El Estado nacional, las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los municipios tendrán asignadas frecuencias.
- Permite que las universidades tengan emisoras sin restricciones ni obligación de ser sociedades comerciales.
- Los responsables de los medios deberán mantener una carpeta de acceso público donde figure toda la información relevante del licenciatario.
- Para ser titular de una licencia se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Se excluirá de la posibilidad de ser titular a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática.
- Las señales de televisión serán reguladas. Se prevé que las responsabilidades sean asumidas por los titulares de los contenidos y no de quienes sólo prestan facilidades de acceso.
- Las nuevas tecnologías son consideradas una herramienta esencial para asegurar la pluralidad y diversidad de voces. Se promoverá la universalización de su acceso para achicar la brecha digital y promover la alfabetización tecnológica. Se auspicia la redistribución del conocimiento por vía del aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

3.9- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 3

Se reitera que el objetivo de hacer explícita la antesala, la cocina, como suele decirse, del relato periodístico, tiene como objetivo: primero, explicitar los condicionantes que tienen los trabajadores de prensa en su quehacer cotidiano –no para excusarlos de un posible periodismo de mala calidad, sino para reforzar el análisis los textos publicados-; y, segundo, para dar cuenta de la matriz que produce ese discurso que será puesto en cuestión.

Además, para alertar que el trabajo con las fuentes de información no es lineal ni aséptico, que no se produce dentro de un globo de cristal sino a partir de limitaciones personales y externas, de facilidades y obstáculos. Explicitar estas circunstancias servirá para intentar poner en su justa medida las responsabilidades de los cronistas y de sus patrones en el producto final, ya sea excelente o pobrísimo.

En primer lugar, hay que señalar que los periodistas se mueven en el espacio que queda entre las presiones del poder y los intereses empresarios y políticos del medio, donde se libra una verdadera “batalla” en la que tienen lugar, entre otras prácticas no muy santas, operaciones de prensa, maniobras de cooptación, jugadas, manipulación por parte de las fuentes, acciones de censura explícitas o encubiertas pero no menos efectivas, y otras

formas de disputa de la 'verdad periodística', según define el consultor en opinión pública Rosendo Fraga (Halperín 2007: 52).

Si bien los medios siempre han sido un emprendimiento comercial “el problema está cuando el negocio sobredetermina la información de interés ciudadano” e impulsa “la deshumanización del periodista, la subordinación de sus capacidades intelectuales y sus valores personales” (Martini y Luchessi, 2004: 70).

Luego, varios consultados decidieron apuntar a la concentración en las propiedades de los medios, iniciada y desarrollada en los años noventa, como el principal condicionante para la actividad, porque “la información y la opinión se vienen convirtiendo en un elemento de presión para la conquista de negocios”, en un marco donde megacorporaciones manejan, a la par del negocio periodístico en el más estricto sentido de la palabra, la industria editorial, la industria del entretenimiento, la industria de telefonía celular, etcétera (Aliverti, en Halperín 2007: 139).

En otro orden, se alerta sobre la precarización laboral (la desocupación, la falta de protección sindical, de normativa que regule la actividad, de control ciudadano, etcétera) como uno de las principales condicionantes a la hora de mostrar cierta audacia a la hora de investigar o, al menos, de incomodar al poder. Eso, a nivel individual. Después, “los medios redujeron su personal y el recorte presiona sobre la complejidad de la práctica y obliga a muchos a saltarse pasos en la construcción de la noticia, como el chequeo de las fuentes” (Martini y Luchessi, 2004: 75).

En ese marco, la catedrática Adriana Amado Suárez alerta que “las principales dificultades para el libre ejercicio de la información se relacionan con la presión que ejercen los otros actores participantes como anunciantes y poderes políticos, pero también la autocensura que los periodistas de un ámbito laboral precarizado se infligen por miedo a perder un lugar en el competitivo mercado periodístico” (2004:12).

Asimismo se impone la espectacularidad y la competencia en desmedro de la calidad. Por el apuro de tener la primicia o llegar antes –“descarnada lucha entre las empresas periodísticas, potenciada por la proliferación de los medios electrónicos”- se relega a un segundo plano el esencial trabajo editorial de chequear las fuentes y contrastar la información con la realidad (Dietrich, 2008).

Por último, hay que citar el humor de los lectores como otra de las presiones que reciben los medios y los periodistas. Según el italiano Furio Colombo, “aflora cada vez con mayor frecuencia una referencia a 'lo que la gente pide', una referencia que jamás ha favorecido al sistema de las informaciones”, porque “el periodismo está en su mejor momento cuando es un asesor independiente del público” (Halperín, 2007: 30).

También hay que tener en cuenta que muchos periodistas presentan conformidad frente a los distintos condicionantes citados en este capítulo, por el atractivo que presenta la profesión: “Están cerca de las grandes decisiones sin tener la responsabilidad de tomarlas. Tocan el poder sin tener que usarlo. Así la moral de trabajo es alta, aunque no siempre lo sea la paga”, explica Lorenzo Gomis (1997: 84).

A pesar de todo, es necesario decir que el periodista no es juez, ni fiscal ni puede ocupar el lugar que, en muchas ocasiones, dejan vacante los distintos estamentos

gubernamentales y estatales. Según Mario Wainfeld, “los periodistas son integrantes del sistema político; y como tales, son parte de una esfera de negociación y diálogo; es difícil de entender para los profanos, pero esto no es una trinchera contra el mal” (Martini y Luchessi, 2004: 24).

CAPÍTULO 4

Relación del periodista con las fuentes de información



4



CAPÍTULO 4: RELACIÓN DEL PERIODISTA CON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

4.1- RELACIÓN DE NECESIDAD MUTUA

Un punto fundamental a tener en cuenta, antes de analizar qué sucede con las fuentes de información en las actuaciones públicas de los diarios, es la relación de los periodistas con ellas, siempre compleja, tirante y, por momentos, contradictoria. De esto se desprende que “conseguir información es difícil y que los procesos para acceder a datos e informantes requieren de tiempo y destreza profesional” (Martini y Luchessi, 2004: 143).

Antes de comenzar, resulta interesante la opinión de José Ignacio Armentia Vizueté y José María Caminos Marcet, quienes marcan la existencia de una necesidad recíproca: “Las fuentes de información necesitan de los medios para que sus confidencias aparezcan publicadas, y los medios de comunicación, para su producción periodística diaria, precisan de las fuentes” (2003: 97).

Pero no se trata de una relación como cualquier otra porque “la puja entre quienes desean instalar los temas y quienes tienen posibilidad de difundirlos vuelve a la práctica periodística un campo apropiado para disputar espacios en el seno del poder” (Martini y Luchessi, 2004: 148).

A pesar de tantos recaudos, hay quienes cuestionan la relación entre las fuentes y los temas, y sugieren que las primeras deben estar al servicio de los segundos. Mientras, “algunos profesionales creen que la omisión de ciertos datos permite mantener a los informantes sin afectar los intereses de la sociedad” (Martini y Luchessi, 2004: 158).

Por lo general, el acceso de los periodistas a la información se sostiene por una triple vía: “1) el paraguas de la marca, de la ‘chapa’ del medio, habilita la posibilidad de ser atendidos, ya que los informantes valoran el hecho de la llegada a públicos masivos; 2) la trayectoria profesional de quien trata de contactarse también garantiza la circulación, en la medida en que los periodistas se construyen a ellos mismos a partir de la credibilidad que pudieren tener; 3) la permeabilidad que expresen -tanto medios como profesionales— a las necesidades y presiones de los informantes interesados” (Martini y Luchessi, 2004: 15).

4.2- CRÍTICAS DESDE EL PERIODISMO SOCIAL

Quizá una de las críticas más duras al uso que los periodistas hacen de las fuentes provenga desde el Periodismo Social, una corriente que plantea “jerarquizar el eje social, el tercer sector, en los medios de comunicación y explorar su articulación en la agenda diaria con los temas económicos y políticos” (Cytrynblum, 2004: 51). Según esta propuesta, “un primer paso hacia la construcción de una realidad más inclusiva y eficiente es la incorporación de las organizaciones de la sociedad civil en los medios de comunicación -lugar por excelencia donde se produce el diálogo social-, para que ayuden a encontrar las respuestas a los desafíos que hoy enfrentamos” (Cytrynblum, 2004: 52).

Desde el Periodismo Social se cuestiona que “en la edición de un diario, casi el ochenta por ciento de las fuentes tienen origen en el poder: políticos, empresarios, policía y jueces. El periodismo moderno sigue siendo un cronista del poder y el periodista devino en corresponsal del pueblo en el poder (en algunos casos, rodeado de ventajas y privilegios). Con honrosas excepciones, el periodista en el poder no siempre recuerda el mandato de origen, se distancia y se termina conformando con cumplir con la misión de mensajero”. (Cytrynblum, 2004: 50). Como consecuencia:

“Los medios de comunicación tienen una doble estrategia negativa y perjudicial para sí mismos. Por un lado, escamotean un tratamiento profundo y serio de temáticas afines a una gran cantidad de público, pero además consultan en forma casi excluyente a quienes nadie cree. Casi todos los actores institucionales atravesaron un proceso de pérdida de la confianza pública. A pesar de no contar con el crédito mínimo de la población, son elegidos como fuentes principales de la mayoría de los medios” (Cytrynblum, 2004: 45).

actores sociales

INSTITUCIONES	1992 %	1993 %	1994 %	1995 %	1996 %	1997 %	1998 %	1999 %	2000 %	2001 %	2002 %
Iglesia Católica	48	48	50	53	46	52	49	49	51	45	42
Medios de comunicación	49	50	51	54	62	59	53	51	49	44	27
Fuerzas Armadas	37	36	40	39	28	30	24	22	30	21	17
Empresariado	22	20	21	21	13	12	14	14	13	8	7
Partidos políticos	12	11	18	19	11	7	7	10	9	4	0
Congreso	15	12	20	21	13	7	8	10	6	6	0
Poder Judicial	19	13	16	21	10	7	6	7	9	6	1
Sindicalismo	8	7	10	10	7	6	7	8	8	5	0

Fuente: Centro de Estudios Nueva Mayoría.

Cuadro comparativo de confianza pública (Cytrynblum, 2004: 45).

Además, el Periodismo Social fundamenta su postura de centrar notas y cobertura en el tercer sector en una cuestión cuantitativa: “Existen nueve millones de personas que representan casi un 40% de los adultos argentinos, que están muy interesados en el tema social hasta el punto de que, al menos, una vez al año se acercan a una entidad de bien público a realizar tareas voluntarias. Este sólo registro debiera obligar a los responsables de las redacciones a repensar el lugar de las organizaciones sociales en los medios de comunicación como estrategia para crecer en ventas o brindar más servicios” (Cytrynblum, 2004:33).

Además de la crítica, el Periodismo Social propone ejemplos donde incluir nuevas fuentes. **En la cobertura de cualquier licitación:** “Tradicionalmente en estos temas se consultaba como fuentes autorizadas al organismo público que abría la licitación y a las empresas oferentes. Desde el Periodismo Social se considera que esta nota no está completa sin la consulta a las organizaciones locales, o de defensa del medio ambiente que evalúen el impacto ambiental de la obra en cuestión. Como vimos páginas atrás, la

exclusión de las organizaciones sociales de las principales decisiones que se tomaron en los noventa, por ejemplo las privatizaciones de los servicios públicos, permitió la instalación del modelo que destruyó la economía” (Cytrynblum, 2004: 71).

En el control de la gestión pública. “Hay un gran número de organizaciones que evalúan paso a paso las acciones de los tres poderes del Estado. Es recomendable consultarlas cuando un político o funcionario da cuenta de su gestión como la confirmación de la veracidad de la noticia” (Cytrynblum, 2004: 72).

Implementación de temas de salud: “Ejemplo: acceso a los medicamentos. Cuántas veces el ministro de salud comunica que se restableció la entrega de medicamentos en los hospitales. La noticia no debiera ser presentada como cierta hasta que las organizaciones que defienden a los enfermos lo confirmen” (Cytrynblum, 2004: 73).

Político en campaña: “Del mismo modo, si un funcionario afirma hacer cumplido con todo lo prometido en campaña, es interesante sumar en la cobertura alguna organización independiente que lo confirme. Esta estrategia colabora para aumentar la confiabilidad de las notas y de los periodistas” (Cytrynblum, 2004: 93).

4.3- VOCEROS Y CONFERENCIAS DE PRENSA

Félix Schwarz, agregado de Prensa de la Embajada de Alemania, advierte que en Argentina falta un canal institucionalizado para interrogar a los funcionarios, como sí existe en su país: “La *Bundespressekonferenz* es una conferencia de prensa que tiene la función de reunirse tres veces por semana. Es una organización de los periodistas que son los que invitan a los voceros del Gobierno y de los Ministerios que tienen así la posibilidad de explicar su política, a la vez que los periodistas tienen la posibilidad de preguntar. La mecánica es que cada periodista hace sólo una pregunta por conferencia de prensa, así todos tienen la posibilidad de participar. La *Bundespressekonferenz* es de verdad, en mi opinión, un hito importante. Es una institución con 900 miembros, es decir, con 900 periodistas que pueden participar” (Amado Suárez, 2007).

Según Jorge Marirrodriga, corresponsal del diario *El País*, de España, para América del Sur, la falta de canales preestablecidos para obtener datos genera “relaciones extrañas” y “vías paralelas” donde “aparecen favores que no lo son”:

“Se forman relaciones extrañas de favores que no lo son, es decir, se entienden como favores cosas que deberían ser obligaciones, obligaciones por parte de todos: yo te digo una cosa *off the record* y tú la respetas. Aquí nadie está haciendo un favor sino estamos todos cumpliendo con nuestra obligación. Cuando el gobierno necesita comunicar, que es el caso actual, se empiezan a formar vías paralelas de comunicación. Tú empiezas a tener contactos con Ministros no a través del cauce habitual sino a través de otras personas que te proponen encontrarte con alguien. Yo me encuentro, pero ¿por qué no me lo dice el vocero que sería más interesante?” (Amado Suárez, 2007)

Asimismo, María O’donnell, periodista de Radio Continental y miembro de FOPEA, cuestiona el papel de intermediario que cumplen los voceros de prensa porque no se reconoce como un funcionario público y porque, en muchos casos, usa la pauta oficial como un sistema de premios y castigos:

“El vocero argentino promedio no tiene ninguna idea de que es un funcionario público. Cree que es una persona asignada para hacerle prensa al ministro o al secretario para el cual trabaja. Además, porque te llaman por asuntos de campaña. La mezcla de la cuestión electoral y la cuestión de función pública es tan grande que se dan por descontadas situaciones que están mal. Ellos manejan información pública que tienen que dar. A mi me pasó hace poco, cuando el Ministerio de Defensa quería suspender las escuelas militares. Bueno, llame diez veces durante un día para preguntar a la vocería cuántas escuelas militares había en la Argentina y cuántos chicos asistían a esas escuelas. Jamás se dignaron ni a contestarme el teléfono y era una información vinculada a un anuncio que había hecho el gobierno. La idea de que ‘no tengo ninguna obligación de contestarte’ es frustrante. Terminé recurriendo al procedimiento de acceso a la información pública, con lo que he conseguido expedientes y un montón de cosas que son públicas, pero que de otra manera no las conseguiría, como las cuentas de Estado, ciertas contrataciones. El colmo de la perversión de todo éste sistema tiene que ver con que, en muchos casos, los voceros manejan la pauta oficial, lo cual genera una situación de una mezcla de funciones. Entonces se generan las condiciones para que la pauta sea un premio o un castigo a la cobertura” (Amado Suárez, 2007).

4.4- DEBATE SOBRE EL *OFF THE RECORD*

Tan defendido por quienes lo usan y tan atacado por quienes lo padecen, el *off the record* (es decir, con el grabador apagado) es quizá uno de los recursos periodísticos más polémicos, que se basa, justamente, en el principio de proteger a las fuentes de información para posibilitar que hasta los secretos mejor guardados conozcan la luz.

Mientras existe un consenso sobre que la fuente de información no puede ser identificada cuando brinda testimonios en *off the record*, esta práctica suscita grandes malentendidos y controversias al respecto de qué hacer con la información obtenida: si puede publicarse (*off the record* abierto) o no (*off the record* cerrado).

Para Martini, la variante ‘*off the record* abierto’ nace en América Latina, donde el *off the record*, muchas veces, se interpreta como que se puede publicar la información sin citar la fuente. No obstante, aclara: “Se trata de una manera de brindar información, un tanto ambigua, que suele ser utilizada muchas veces por las autoridades gubernamentales que buscan testear el impacto que puede tener una acción o una propuesta como la que aparece de manera extra oficial” (2004: 69).

Igual, la autora toma partido e identifica la información *off the record* como aquella confidencial y no publicable, fruto de una negociación del periodista con la fuente, que prefiere el anonimato por su responsabilidad o grado de participación en los acontecimientos, el estado que éstos han tomado o las estrategias que la institución a la cual pertenece ha delineado respecto del tema (2004: 136).

En esos casos, la noticia que incluye referencias a fuentes en *off the record* plantea la relación con el público desde el acuerdo de confiabilidad que el medio ya ha establecido con él. Este tipo de información suele constituir un discurso comúnmente destacado en la noticia, legitimado por la mención a fuentes ‘que prefirieron no identificarse’, ‘confiables’ o ‘cercanas a este medio’” (Martini, 2004: 69).

Héctor Borrat abona a la variante ‘cerrada’ y expresa que el *off* equivale “a la información confidencial no-publicable”. Se trataría de “datos no sólo no atribuibles a

nadie, sino que tampoco se pueden difundir, material para la información y uso exclusivo del periodista”. Según el autor, “la utilidad práctica de esta información está en que permite al periodista la interpretación correcta de lo que está pasando, le ayuda a investigar por su cuenta en otras fuentes y le evita perder el tiempo tras pistas falsas”. No obstante, aclara, “finalmente, la fuente que proporciona información *off* debe ser consciente de que si el periodista confirma esa información por otra fuente menos confidencial, tiene derecho a publicarla” (1989: 58).

Lo mismo expresan José Ignacio Armentia Vizuete y José María Caminos Marcet, quienes ven en esta modalidad “una fórmula que utilizan mucho los comentaristas políticos y una base fundamental para la práctica de determinadas especialidades periodísticas como son el ‘periodismo de investigación’ o el ‘periodismo confidencial’ (2003: 103). Empero, para los autores, hay que tener en cuenta que es siempre la fuente la que debe tomar la iniciativa y señalar con claridad y antes de realizar las declaraciones el carácter de la confidencia (2003: 104).

Por otro lado, Alejandro Di Lázzaro, ex editor de *La Nación*, entiende que “el abuso de este recurso hace daño”, pero también piensa que “el periodista tiene que ser lo suficientemente sagaz como para darle al lector los elementos necesarios para que se dé cuenta de quién es la fuente, o por lo menos que se acerque lo más posible. Hay que respetar el *off the record* porque así se pactó, pero tampoco hay que olvidar a los lectores. Eso no es traicionar a tu fuente, sino respetar el acuerdo que día a día se renueva con los lectores a partir de la confianza” (Aller, 2008).

Por su parte, tanto *Clarín* como *La Nación* –en sus Manuales de Estilo- permiten a sus empleados establecer un acuerdo de confidencialidad con fuentes para mantenerlas en el anonimato. Pero esta posibilidad está atada a ciertas condiciones como que la información conseguida sirva para “iniciar una investigación” (Clarín, 1997) o cuando “la importancia de difundir la noticia prevalezca sobre la identidad del informante” (La Nación, 1997).

En ese sentido, *La Nación* se ampara en el Artículo 43 de la Constitución Nacional (en uno de sus fragmentos dice: “No podrá afectarse el secreto de las fuentes de información periodística”) para “buscar tutelar el interés del periodista en proteger a sus fuentes” antes cualquier requerimiento externo, “para preservarlas y evitar eventuales represalias” (1997).

Para ambos periódicos, la información que se obtiene mediante un *off the record*, no puede ser publicada. Sin embargo, *La Nación* autoriza a no “respetar” ese silencio “cuando se consiga la misma información por otra vía que pueda ser registrada” (1997). Por su lado, *Clarín* alerta: “Es necesario tener en cuenta que el *off the record* sirve en muchos casos a los intereses personales de la fuente que lo exige. En estos casos juega el sentido común de cronistas y editores a la hora de tratar esa información” (1997).

A su vez, el diario español *ABC* coincide con *La Nación* en la sugerencia para utilizar el material capturado a partir de un *off*: “Si el periodista puede confirmar esa información en otra fuente con carácter no restringido podrá publicarla”. Esta publicación considera posible un caso intermedio como “una información no atribuible (*not for attribution*)”, aquella que se “proporciona para ser publicada pero sin que pueda darse a conocer una identidad de la fuente” (1993).

Para Fernando Cibeira, editor de *Página 12*, en la prensa gráfica argentina “hay un gran abuso del *off the record* como no existe en otro periodismo del mundo. Esto comenzó durante el gobierno de Carlos Saúl Menem (1989-1999), donde había muchas internas de gabinete y todos hablaban pestes de todos bajo condición de anonimato. Fue allí que el *off* pasó a ser ‘palabra santa’ y a justificar cualquier título”. Y agrega:

“En la agencia norteamericana Bloomberg, de temas económicos, tienen un chequeador que confirma todo lo que se va a publicar. Si eso sucediera acá, con la cantidad de *off* que hay, creo que la mitad de las notas no saldría. Para los periodistas argentinos, el *off* se ha convertido en un vicio que quedó institucionalizado y creo que alguna vez tendremos que replantearnos ese uso indiscriminado” (Aller, 2008).

Para el filósofo político uruguayo Pablo Da Silveyra, el poder nunca va a plantearle dilemas sencillos al periodista. Y entiende que el más delicado para la ética profesional es el pedido de anonimato a cambio de una revelación: “Por una parte, es casi inevitable que un periodista, para obtener información, tenga que generar una relación de confianza con una fuente y exista la posibilidad de que la fuente le diga ‘esto es *off the record*, no lo publiques’. Si no ocurre eso, el periodista no va a acceder a ninguna información. Y contar con alguna información es mejor que no contar con ninguna. Aun cuando haya cosas que no pueda publicar, el hecho de saberlas le permite interpretar datos de la realidad sobre los que sí puede hablar” (Halperín, 2007: 62).

María O’Donnell considera que no hay una preocupación entre sus colegas por transparentar cómo el periodista accede a la información. En ese sentido, cree que el manejo de fuentes por parte del periodismo argentino es malo porque “no se cumplen normas elementales. Por ejemplo, cuando le das un *off the record* a un funcionario, tenés que tratar de darle a tu oyente o a tu televidente la mayor cantidad de indicios posibles de esa persona, de manera tal que quien reciba la información pueda sospechar o contextualizar porqué esa persona dice algo. Dijeron que es un malhumorado bárbaro, que se ha robado todo, y sólo mencionan ‘dijo una fuente’. ¿Qué fuente? ¿Qué es esto? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué? (Amado Suárez, 2007).

Julio López, presidente de la Asociación de Periodistas Institucionales, abona esa posición y pregunta: “¿El diario Clarín tiene o debiera de tener el poder suficiente como para exigirle a quien habla poder identificarlo, de lo contrario no sale en el diario? Pero acá es una comodidad” (Amado Suárez, 2007).

En palabras del ex subdirector de *La Nación*, José Claudio Escribano, “lo que en la Argentina se entiende por *off the record* es, en realidad, *background information*, por el cual un periodista queda habilitado por su informante para publicar un cierto contenido con el compromiso de no atribuirlo a nadie en particular. El *off the record* genuino es, en cambio, expresión de un consenso entre informante y periodista por el que se pone a éste al tanto de algo, pero con la salvedad de que no sólo quedará inhabilitado para atribuirlo a alguien en particular sino que, además, deberá abstenerse de propalar lo que de esa forma haya sabido” (Diario Sobre Diarios, 2008).

4.5- FALTA DE CHEQUEO DE INFORMACIÓN Y FUENTES ANÓNIMAS

Una de las facetas negativas que, según los entrevistados por las abogadas Cornelia Schmidt-Liermann y Dolores Lavalle Cobo, caracteriza al periodismo y los medios de comunicación argentinos es la ausencia del chequeo de fuentes:

“El chequeo no ocurre con la frecuencia y el nivel deseables. En numerosas instituciones del Ejecutivo, se remarcó la publicación de notas citando fuentes alternativas, pero sin la previa consulta a la propia oficina que genera la información. Asimismo, la falta de chequeo de fuentes necesarias tiene otra consecuencia: muchas veces se hace cabeza de noticia sobre la base de un rumor. Es decir, que a partir de datos que no son debidamente constatados y por lo tanto, desconociendo su veracidad y autenticidad, se publican noticias que pueden resultar falsas y producir daños innecesarios” (Lavalle Cobo y Schmidt-Liermann, 2008).

Al respecto, en un debate entre los editores de los principales diarios del país, organizado por el portal web *Diario Sobre Diarios* (DSD), se consideró que, “en los últimos años, los diarios argentinos exacerbaron una práctica cuestionable: editar títulos principales de tapa basados en información brindada por fuentes anónimas. Adelantos de medidas oficiales, supuestos planes que el Gobierno pondrá en marcha, críticas que se le atribuyen a determinadas organizaciones pero de las que nadie se hace cargo (el FMI, el establishment, el Club de París, el sector energético), pistas en resonantes casos policiales; todos esos temas y muchos más son trasladados por los diarios, desde sus espacios centrales de tapa a los lectores sin que éstos puedan establecer el origen de la información” (2008). Según DSD:

“Las noticias que llegan a títulos de tapa sustentadas sólo en fuentes anónimas generan algunas dudas. En el mejor de los casos, si el diario no está siendo vehículo de ‘operaciones de prensa’ de alguien que no quiere aparecer con nombre y apellido impulsando, o bien información, o bien una visión sobre determinados hechos, que el diario legitima al hacerla pública. En el peor de los casos, es que el diario sea parte interesada en esa maniobra. La otra duda que generan es sobre la calidad de esos datos. Teniendo en cuenta que son editados con fuentes no identificables, la noticia puede ser desmentida sin mayor dificultad. Lo que deja en posición adelantada al medio que difundió la información como al periodista que escribió la nota. Ergo, el lector no sabe si debe creer la noticia publicada con fuente en *off* o la desmentida hecha por alguien con nombre y apellido” (2008).

No se trata de cuestionar el uso de la fuente anónima, sino advertir que el dilema aparece cuando “en lugar de ser un acompañamiento de noticias con fuentes identificables, pasa a ser el centro de la información y alcance el título principal de tapa: es allí donde se da la exacerbación de su uso. Pero el problema no es del periodista que en sus pesquisas rutinarias recurre a la fuente sin identificación, sino del editor que decide jerarquizar esa noticia. Y también está la exacerbación dentro del texto. Hay varios ejemplos de notas en donde la información que sustenta el título está brindada por una fuente no identificada y los informantes que confirman la información también son anónimos. Es decir, la información la brinda una fuente en *off* y el chequeo se hace con otras fuentes también en *off*. Un verdadero engendro informativo” (Diario Sobre Diarios, 2008).

Julio Blanck, Editor jefe de *Clarín*, ensaya una explicación y hace hincapié en las exigencias del “periodismo real”, en contraposición de un “periodismo teórico” que aparece impracticable en medio de las exigencias del sector: “Existe consenso en la

profesión -que trabaja con noticias en concreto, en tiempo real, con compromisos de edición y publicación, con parámetros de competencia y horarios de cierre-” acerca de que el uso de fuentes tales como “fuentes del Gobierno”, “fuentes oficiales”, “fuentes del juzgado”, “fuentes de la investigación” no deben ser consideradas anónimas. En cambio, la utilización de frases como “los analistas dicen”, “observadores consultados”, “trascendió que”, “pudo saberse” son “escondites en los que algunos periodistas, que no son pocos, suelen refugiarse para “bajar línea” propia o dictada, o sencillamente para decir lo que piensan sobre un tema, presuntamente de modo distante, sin jugar la opinión ni la firma (Diario Sobre Diarios; 2008). Continúa Blanck:

“Cualquiera que haga periodismo real sabe que nada tiene más fuerza que una noticia emitida por una fuente perfectamente identificada. Pero la experiencia muestra que cuanto más sensible es la información, de cualquier carácter que sea, más reacias son las fuentes a aceptar ser identificadas. Ellas se escudan en el *off the record*. Y nosotros proponemos y aceptamos a la vez esa regla, porque es el camino que nos acerca a la noticia en los tiempos que nuestras ediciones exigen. ¿Qué se pone en juego con la publicación del *off the record*? La credibilidad del medio y la del periodista. La prueba decisiva, siempre, es la posibilidad de comprobar cuánto de lo publicado se corresponde, antes o después (se recomienda el antes, en aras de la calidad de vida de cronistas, redactores y editores), con eso que llamamos ‘la realidad’” (Diario Sobre Diarios, 2008).

En la misma línea, Héctor D’Amico, Secretario General de redacción de *La Nación*, realiza una aclaración en defensa de sus colegas: “Ningún editor de diario recurre a una fuente anónima para sostener una noticia si puede evitarlo. Es así de simple. Las fuentes anónimas, de manera casi inevitable, son fuente de suspicacias, algo que quienes están al frente de los medios saben muy bien”. Al mismo tiempo, explica que “la decisión para que una noticia originada en fuentes anónimas ocupe un lugar en la tapa o en las páginas interiores del diario está basada, en última instancia, en la confiabilidad que el periodista, el editor y, llegado el caso, las máximas autoridades de la Redacción tengan en la noticia y en la fuente que la proporciona” (Diario Sobre Diarios, 2008).

Ricardo Kirschbaum, Editor General de *Clarín*, hace otra salvedad: “No se puede hacer periodismo político ni periodismo de investigación sin fuentes anónimas. Soy consciente que la fuente anónima puede ser una trampa, pero a veces es la única forma de acceder a determinada información. Yo tengo una cartera de fuentes anónimas y todos los periodistas del diario también. Una vez que confirmamos que la información es cierta, la publicamos” (Diario Sobre Diarios, 2008).

Para Edi Zunino, Secretario General de redacción del periódico *Perfil*, la defensa de la democracia y la vida o el trabajo de una persona no son las únicas razones para no revelar la identidad de la fuente: “La tranquilidad de esa persona o su deseo de evitar la exposición pública pueden ser otros motivos atendibles por parte del intermediario, a quien, vale insistir, casi siempre se le impone o por lo menos solicita el *off the record* como condición para brindar aquella información. Lo correcto en todos los casos sería poner al tanto al lector sobre cuáles son los motivos para mantener anónimo al emisor de la noticia, e incluso si el motivo es su propia hipocresía” (Diario Sobre Diarios; 2008).

Zunino considera que “no hay ‘*off* patrióticos’ y ‘*off* frívolos’, lo que hay son noticias más relevantes que otras. Es posible, claro, que cierta simpatía o amistad con las fuentes

por parte de ciertos periodistas termine convirtiendo en normal y habitual lo que debería ser excepcional. También es posible que ciertos periodistas especulen con que poner alguna cosa en boca de quien se las dijo impida que esas mismas fuentes vuelvan a atenderlos, o a subirlos al Tango 01 o a invitarlos al próximo cóctel. En eso pueden pesar la impericia, la falta de autoestima o la deslealtad hacia los lectores” (Diario Sobre Diarios, 2008).

El maestro de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), el colombiano Javier Darío Restrepo, afirma que “guardar el secreto profesional eleva el prestigio moral del periodista. Pero esa opinión pierde fuerza cuando escuchamos los casos de abusos de reporteros que, escudados en su secreto profesional, disimulan la inexistencia de fuentes o utilizan informaciones de fuentes sospechosas o nada fiables. El criterio que se ofrece para dar una dimensión justa al tema, es que la reserva de la fuente debe ser una práctica de excepción y no una norma general. Sólo en los casos que implican una información de relevancia social o ponen en peligro su vida o su trabajo, se justifica el pacto de reserva” (Diario Sobre Diarios, 2008).

Para el periodista de *Clarín*, Daniel Santoro, “nunca hay que romper los acuerdos *off the record*, salvo excepciones: si está en juego la democracia o la vida de una persona; o si la fuente deliberadamente nos dio información errónea para usarnos en alguna maniobra. En ese caso, enfrentamos el deber de aclararle al lector que la información era falsa y desenmascarar a quien nos usó” (Diario Sobre Diarios, 2008).

Cibeira señala que en el periodismo argentino “el chequeo de información es bajo porque se privilegia el impacto a que sea una información certera. Muchas veces la dinámica es: ‘Saquemos esto y después vemos qué pasa’. La realidad es que hay que sacar diarios todos los días, las noticias escasean y a las redacciones no les sobra gente. Es impensable tener dos o tres personas para que chequeen la información con fuentes alternativas cuando trabajamos con escasísimos medios” (Aller, 2008).

Para Dardo Fernández, creador y director del portal *Diario Sobre Diarios* (DSD), en la actualidad hay una “exacerbación de la fuente anónima. Hay notas escritas que ni siquiera mencionan cuál fue la fuente, ni de dónde sacaron la información. Ni siquiera lo dicen en forma genérica. No citan a nadie con nombre y apellido. Es todo anónimo. Pero ya es anónimo incluso decir genéricamente ‘la fuente’. El caso más paradigmático que cada tanto veo se da en *Página 12*. Cierta vez empecé a leer allí una nota de dos páginas y no decía cuál era la fuente, ni siquiera de dónde había salido. La fuente se omite, desaparece. Entonces, seguí leyendo el diario y llegué a recorrer cuatro notas que no mencionaban la fuente” (Halperín 2007: 81).

“De modo que estamos en la era de la fuente anónima y de la desaparición de la fuente. Por ejemplo, la nota de la página tres de *Clarín*, que es considerada la segunda tapa del diario, a veces, aparece sin firma. Yo no estoy afirmando que lo que aparece sin firma sea propaganda oficial. No. También se ofrecen datos. En cierto sentido, nos dice lo que Kirchner va a hacer dentro de tres meses con tal tema. Se aportan cifras. Es decir, hay sustancia. Lo que pasa es que está claramente orientada hacia un lugar y el tratamiento es, digamos, muy ‘positivo’. En ese caso, el periodista tiene derecho a no firmarlo, y en *Clarín* no lo firma. Ahora, ¿cuál es el debate hacia adentro de las redacciones? Porque no solamente pasa en *Clarín*. Ha pasado también en *Página 12*. Hasta donde sabemos, en *La Nación* no pasa. El periodista puede decir al respecto: ‘Bueno, sucede que mi

fuerza es privilegiada y única'. O sea, 'hay un solo actor en toda la sociedad que hoy tiene esta información, y ese actor o la fuente me ha pedido que lo proteja, y yo estoy obligado a protegerlo'. El problema es que así se justifican muchas operaciones de prensa", agrega Fernández (Halperín 2007: 83).

"También está claro que existe un condicionamiento de la fuente hacia el periodista, porque le dice: "Te doy esto. No se lo doy a *La Nación*; se lo podría dar a otro medio, pero te lo doy a vos porque sos mi amigo. Y ahí establece una relación totalmente distinta, porque uno sabe que, después, cuando el diario le demande conseguir información, tiene un amigo importante en el Gobierno", concluye el responsable de DSD (Halperín 2007: 83).

Santoro agrega que la falta de chequeo se combina con una vieja costumbre, "un vicio del periodismo argentino que es la 'declaracionitis'", que significa "reproducir el discurso del personaje que está en el poder económico, político o deportivo, y ahí se termina la noticia" (Halperín 2007: 235).

Jorge Lanata reclama no echarle la culpa al estamento político sobre la falta de varias voces en las notas. El fundador de *Página 12* y de *Crítica* invita, al igual que Santoro, a mirar para adentro: "Hay mucho de lo nuestro que está mal. Estamos laburando cada vez peor, el periodismo está cada vez peor. No puede ser que vos armés una nota que sea cabeza de página, con cinco fuentes que no identificás. Es obvio que el tipo que lee piensa que es todo mentira. Aparte, en ningún lugar en el mundo te dejan hacer eso, no te publican la nota. Viene el editor y te dice: 'Este, ¿quién carajo es?'. Y si no podés aclararlo no te publica la nota" (Halperín 2007: 275).

4.6- FUENTE PRIVILEGIADA

DSD pone en evidencia otra práctica arriesgada: "Desde hace un tiempo hasta hoy, en la Argentina, parecería haber emergido una nueva figura: la fuente privilegiada, que supone que la información que se brinda no hace falta chequearla debido a la jerarquía de la fuente" (2008). Es decir:

"Si el Presidente o una alta autoridad del Gobierno, le transmite algo a un periodista, no hace falta chequearlo porque se supone que desde tan altas esferas no se pueden transmitir mentiras u operaciones. Otra particularidad que tiene la 'fuente privilegiada' es que la información que brinda es pasible de ser desmentida por la propia fuente, dejando incluso al periodista o al medio desguarnecido. En nuestro país hubo innumerables títulos de diarios editados con esa lógica. Quizá el paradigmático sea el anuncio de inversiones chinas en la Argentina por 20.000 millones de dólares, que los diarios publicaron porque la información la transmitieron 'altas fuentes del Gobierno'. Cuando el hecho al final no sucedió, el por entonces presidente Néstor Kirchner acusó a la prensa de haber publicado 'una novela'" (2008).

El ya fallecido periodista Oscar Raúl Cardozo, un referente de la sección El Mundo de *Clarín*, realizaba una fuerte autocrítica: "Hay entre nosotros un bajo control de calidad. Aquí solemos caer en el mal hábito, y esto es aceptado por los editores y algunas empresas, de construir historias con una única fuente. Yo llego a tal ministro, hablo con él, y él me cuenta 'la precisa'. Probablemente, haber logrado que esa figura encumbrada te reconozca como interlocutor válido es sortear una gran dificultad y, por lo tanto, es

muy valioso. Pero, sinceramente, algo que tenga menos de dos o tres fuentes es impublicable” (Halperín, 2007: 66). Para el ‘Gordo’, “no hay fuente que sea irremplazable o no hay fuente que uno tenga que preservar por encima de lo que uno sabe que es cierto. Ahora, está claro que no es fácil enfrentarse” (Halperín 2007: 67).

Para el también ya fallecido José María Pasquini Durán, un histórico columnista y editor político de *Página 12*, “el periodismo político es demasiado dependiente porque “vivimos en un país sin más fuentes que el gobierno. Entre nosotros, las cuestiones que importan a la gente se producen siempre a través del gobierno, aunque se originen en corporaciones económicas. Entonces, interesa siempre el gobierno, esté quién esté. Me refiero al gobierno en general, inclusive cuando los militares han tenido el poder” (Halperín. 2007: 89).

Pero si la pluralidad de fuentes es una premisa esencial del trabajo, no siempre se puede cumplir con ella. En muchas ocasiones, aparece una revelación dramática aportada por un contacto regular o eventual de primera línea, y las condiciones no hacen aconsejable demorarse mucho en someter a un chequeo obsesivo la información antes de publicarla. "Hay casos en los que no tenemos más opción que trabajar con una única fuente, porque nos están dando un adelanto y no tenemos muchas posibilidades de chequearlo por otro lado. El riesgo es la filtración de una primicia muy fuerte, y, por lo tanto, la pérdida de la noticia", opina Carlos Eichelbaum, ex periodista de Política de *Clarín* (Halperín, 2007: 69).

Más allá del origen, Di Lázaro señala que constatar los datos conseguidos es una obligación porque “toda la información que recibís es interesada. Desde el tipo que dice ‘encontré un papel en la calle’ hasta un funcionario que brinda información confidencial. El problema lo tiene el periodista cuando publica lo que le dicen sin chequear, sin ver quién es la fuente, en qué contexto lo dice, a quién beneficia o a quién perjudica. La reconstrucción de ese rompecabezas hace que la nota salga lo más cimentada posible y no termine siendo una operación de prensa burda y radical. Aunque todos los días hay operaciones de prensa, hay que tratar de ver cómo viene la mano para evitarlas” (Aller, 2008)

4.7- JUEGO DE PODER Y CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA

Para el docente de esta casa de estudios Juan Mascioli, la circunstancia de que la producción periodística necesita contar de forma imprescindible con fuentes de información, “genera un doble juego en el que ambos protagonistas hacen valer un esquema de poder, donde tanto el valor como la veracidad de la información ocupan el centro de la escena. De allí que encontrar fuentes que sean accesibles, confiables, y que por lo tanto sirvan para la producción de un discurso informativo coherente, y leal a los hechos que se pretenden abordar y difundir, constituya uno de los desafíos elementales en el desempeño de la tarea periodística”. En ese marco, entiende que “el complejo espacio de acuerdos tácitos donde se genera la confianza entre periodista y fuente (y viceversa) constituye la condición fundamental para la labor periodística” (2008).

Según Blanck, “todas las fuentes van a dar solamente la parte de la información que les conviene, pero esto es algo que no se da sólo en la política. Un jugador de fútbol que hizo un gol en contra va a decir que se resbaló, que lo empujaron o que tuvo mala

suerte. Es humano y es legítimo que cada uno cuente la parte de la verdad que más le conviene”. Por tal razón, continúa Blanck:

“El trabajo del periodista es tratar de reconstruir el rompecabezas de la verdad o de lo verosímil tomando, en lo posible, más de una fuente para elaborar su noticia. En ese sentido, lo que tenemos que aprender los periodistas profesionales es a no tener inquina, ni rencor, ni enojo con quienes cuentan el pedacito de verdad que les conviene. Siempre les digo a los periodistas que hagan trato con las fuentes: ‘No me mientas. Contame solamente la parte de verdad que te conviene, pero no me mientas’. Porque con los pedacitos de verdad que a cada uno le conviene nosotros tratamos de armar una noticia que sea la versión más confiable de lo que pasó” (Romero Gauna, 2008).

Borrat prefiere advertir que “ni los periodistas ni los políticos desempeñan sus roles por sí y ante sí: son miembros de organizaciones de diferente naturaleza pero intensamente interrelacionadas. Las relaciones de antagonismo y de intercambio entre estos individuos son en realidad una variable dependiente de las relaciones entre las correspondientes organizaciones periodísticas y las políticas: no pueden considerarse al margen de éstas. Con esta afirmación no pretendo sostener que las relaciones interpersonales sean mero reflejo de las que existen entre las respectivas organizaciones, pero sí que éstas son las decisivas” (1989: 60).

Armentia Vizueté y Caminos Marcet prefieren hablar de “pactos” y de “inestabilidad” al describir la relación con la fuente. Para ellos, los pactos “contraídos pueden ser “múltiples y muy variados”. Por ejemplo, explican, “una fuente puede suministrar información a un periodista y pactar con él, por ejemplo, la fecha de la publicación; y si el periodista no acepta esa condición, puede negarse a hablar”.

Según los autores, esos “pactos” dan paso a una “relación claramente inestable y cambiante” porque se sustentan sobre “los intereses de unos y otros”, que no tienen necesariamente por qué ser coincidentes. Así, “en ocasiones será la fuente de la información la que marque la pauta de la relación. En otros casos puede ser el periodista el que haga valer sus condiciones. En otras ocasiones, la relación puede estar marcada por el equilibrio, sobre todo cuando los intereses del periodista y la fuente son más coincidentes” (2003, 104).

Armentia Vizueté y Caminos Marcet aclaran que la actitud que el periodista debe mantener con una fuente “depende de si existía o no una relación anterior con la fuente de información y de la implicación que la fuente tenga con el tema del que informa”, y entre las normas generales que deben presidir estos contactos señalan: la **confianza** (la fuente debe confiar en el periodista); la **corrección** (el periodista debe brindar buen trato a la fuente); el **respeto** (el periodista no debe juzgar a la fuente); la **habilidad** (con la experiencia se aprenden a manejar los mecanismos de presión para lograr las informaciones deseadas sin demostrar un desmesurado interés por lo que se pretende averiguar); la **independencia** (del periodista frente a la fuente de información); la **distancia** (periodista y fuente se contactan para transmitirse información, ya que otro tipo de relación puede poner en peligro la profesionalidad); la **privacidad** (la relación debe ser siempre confidencial y deben respetarse los pactos contraídos); **mantener los contactos** (no acudir a la fuente sólo cuando se la necesita, sino que es conveniente mantener contactos esporádicos e intercambiar información) (2003: 106-107).

En muchos casos la construcción de la confianza se da paso a paso, muy despacio, en un proceso en el que, por lo general, el que es puesto a prueba es el periodista. Quizá uno de los casos más emblemáticos de esta práctica sea el del ámbito judicial, donde las fuentes no son muchas y la información que circula es muy delicada porque puede hacer caer una investigación, entre otras consecuencias.

“En la mayoría de los casos, las fuentes de información, altas o bajas en la línea de responsabilidad institucional, suelen pedir la reserva de sus nombres para evitar represalias o, en el caso de los jueces, que los cuestionen por prejuizamiento, es decir, por pronunciarse respecto de los hechos de juicio antes de dictar una resolución. Entonces, la clave está en mantener a rajatabla el concepto de no revelar la fuente. Es cuando más confianza te tienen, porque en el ámbito judicial se trabaja por lo general con reserva de la fuente”, aclara el abogado Enrique Russo, con quince años en la cobertura de noticias judiciales para *El Día* (Miguel, 2008).

“Muchas veces se puede prestar a confusión que un magistrado emita alguna opinión sobre una causa que está en trámite; eso puede dar lugar, por ahí, a que alguna de las partes le realice un planteo y hasta lo recuse. Por eso, siempre hay que ser muy cuidadoso. Lo más común es que se tenga la información y se la ponga como fuente judicial”, agrega Russo (Miguel, 2008).

Para Javier Navarrete –también cronista judicial-, del diario *Hoy* de La Plata, “el magistrado prueba una y otra vez la confianza con el periodista. Es decir, cuida que haya un respeto a rajatabla e incondicional del *off*. Eso es determinante en el vínculo periodista-magistrado. Basta repasar cualquier información judicial para advertir que el 95 por ciento es *off*. Todo es aportado por ‘fuentes o voceros judiciales’, ‘allegados a la causa o a la investigación’. Cuando el magistrado advierte que el *off* es una herramienta considerable para la difusión de sus resoluciones todo se hace más fácil. Allí cambia todo. Sabe que puede contactar al periodista y permitirle el acceso al expediente, a resoluciones, a pericias y a testimoniales. También puede dar a conocer hipótesis de trabajo, sin que eso implique quebrantar el secreto de sumario o un obstáculo a la investigación” (Miguel 2008).

Como se dijo, la confianza que le tiene la fuente es el gran capital del periodista judicial. Pero para conocer a la fuente y luego congraciarse con ella, “el trabajador de prensa necesita mantener un contacto frecuente que se hace a través de lo que Adriana Meyer –periodista de *Página 12*- denomina ‘patear tribunales’ o Russo llama ‘pasar el rastrillo’, que no es ni más ni menos que la rutina diaria de visitar despachos, golpear puertas y hablar con empleados, abogados y magistrados, tanto defensores oficiales, como jueces y fiscales, de distintos fueros e instancias” (Miguel 2008).

Para Hernán Chiesa, editor de la agencia de noticias estatal *Télam* y profesor de la Universidad de Palermo, “estar en la calle en contacto con la fuente es fundamental, siempre y cuando sea posible. La realidad indica que es imprescindible ver cara a cara a la persona que te aporta la información y que ésta te conozca para que la confianza sea mayor. Pero no siempre es posible por lo vertiginoso de nuestro trabajo. Lamentablemente, es muy difícil poder dedicarse a un único tema y la variedad de trabajo hace que muchas veces la comunicación sea a través de otros medios, ya sea telefónico o por correo electrónico” (Martínez, 2008).

Otro ámbito difícil para conseguir fuentes, donde la confianza es fundamental, es el periodismo de policiales. Así lo relata el periodista Francisco Martínez, quien trabaja en el diario *Hoy*: “La reconstrucción de un hecho policial en el periodismo gráfico es una tarea que el cronista debe hacer prácticamente de manera íntegra. A diferencia de otras temáticas, la cuestión policial –delicada por estar ligada a la vida y a la muerte, a la libertad o al encarcelamiento de las personas, y por tanto, difícil de abarcar- parece ser una de las cosas de las que nadie tiene ganas de hablar. Ni para aparecer públicamente. Por lo general, la práctica del periodismo policial requiere de una paciencia para la consulta de las fuentes de información que no todos soportan. Nada está servido ‘en bandeja’, los comunicados y gacetillas prácticamente no existen y pocos entrevistados están dispuestos a dar la cara, salvo los que tengan un interés especial en la noticia” (Martínez, 2008).

Para Di Lázaro, “las fuentes se construyen día a día en una relación pura y exclusivamente personal, además de profesional. Pero no digo personal en el sentido de ir a comer un asado a la casa de la fuente, por ejemplo de un ministro, sino del respeto profesional que tiene que tener un periodista con un funcionario. Los ejemplos que ofrece el periodismo político son los mejores para ilustrar esa situación, aunque le puede pasar lo mismo a un redactor de información general que tiene que tratar con la policía” (Aller, 2008). En definitiva:

“Un policía te va a atender, un ministro te va a atender, el secretario de Estado te va a atender, siempre y cuando te conozcan. ¿Y cómo te van a conocer si nunca antes te vieron? Hay que dar un primer paso, y ese primer paso es ‘charlo con vos, te digo algo en *off the record* y veo si me respetás, si no hay un ensañamiento directo con la fuente’. La relación se empieza a construir de cero, como la amistad, bien de abajo, basada principalmente en la confianza” (Aller, 2008).

De igual forma, para Cibeira, los parámetros son los mismos, ya que “un funcionario no te va a dar buena información si no te conoce; es decir, hasta que no esté seguro de cómo lo vas a tratar no te va a dar ninguna declaración”, y agrega otra dimensión a tener en cuenta: “Las fuentes te dan determinada información porque saben que en cualquier momento te pueden pedir un favor. Quizá quiera ser candidato y te pida un espacio en el diario o un reportaje. Hay que ceder, pero también hay que saber decir basta” (Aller, 2008).

Empero, lograr una buena relación personal con la fuente, sin tomar ciertos recaudos, implica comenzar a transitar terrenos donde los límites ya no son tan claros. Es así que Di Lázaro identifica algunos peligros que pueden aparecer si no se logra, en su momento, tomar la suficiente distancia: “Existe el riesgo de compenetrarte con lo que dice tu fuente, de no ser crítico, y eso se traduce en una pelea diaria por saber si está diciendo una cosa por otra o está diciendo la mitad de la verdad. Es ahí donde aparecen las categorías de fuentes más o menos confiables” (Aller, 2008).

Pasquini Durán mantiene que “la relación con la fuente es una relación de pareja, porque es un diálogo que se construye con el tiempo, en la medida que vos verificás, en la práctica, que no te engaña. La actitud más honesta de una fuente es cuando te dice: ‘de esto, tal cosa; de esto, no se puede decir nada’. La actitud más deshonesta es la del tipo que en vez de decirte: ‘no te puedo decir nada’, o te la vende cambiada, o te vende una realidad que no existe” (Miceli, 1999: 96).

Este periodista también advierte que, “cuando uno tiene relación con la fuente, también el tono hacia la fuente cambia, porque uno quiere mantener esa relación. Y, entonces, se vuelve menos agresivo con la fuente. ¿Cuál es la solución, entonces? Yo soy contrario a cultivar fuentes. Creo que nuestra habilidad consiste en que tenemos una técnica para recortar la información de una manera útil para el lector. Pero que nuestro insumo no puede ser diferente al insumo del lector mismo” (Halperín 2007: 85).

“La relación fuente/periodismo está construida sobre la presunta confianza, que muchas veces camina en el filo de la cornisa” (Martini, 2004:46). Así, entre periodistas y fuentes “se establece una relación de (des)confianza, basada en la necesidad que cada uno tiene del otro, y en la que el periodista debe asegurar discrecionalidad”. Por ello:

“Los periodistas no suelen revelar sus fuentes, y cada uno se jacta de tener sus propios contactos, más allá de los que le provea el medio. Pero la relación entre el periodista y la fuente es una de las principales presiones que el periodista recibe en su trabajo cotidiano, y que en algún punto se articula por proposición con las presiones que el periodista sufre del editor, porque si el periodista está a medio camino entre la fuente y los lectores/audiencias, el editor está más cerca del público y de la lógica empresarial del medio, y la fuente tiene sus cartas echadas en el juego de intereses que defiende (incluso aún cuando es una de las llamadas fuentes ‘ocasionales’, y su posición se articule con intereses ortodoxamente enrolados en el sentido común). Por eso, la relación fuente/periodista es, casi siempre, del tipo: ‘Yo te quiero/Yo tampoco’” (Martini, 2004:55).

En consecuencia: “Esta relación, marcada por la necesidad, origina situaciones de negociaciones y conflictos, en mayor o menor grado. Se suele negociar la publicación de una información a cambio de resaltar las acciones ‘positivas’ realizadas por la fuente-actor de los acontecimientos, o de minimizar o excluir ciertos aspectos que la perjudicarían, si la fuente se compromete a brindar la información en forma exclusiva a ese medio (como adelantarle primicias, o servir siempre de fuente habitual) o si se ponen en juego intereses políticos y económicos diversos, y hasta incluso si las fuentes logran convencer al periodista de que los hechos no sucedieron tal como aparecían. En realidad, este juego que en apariencias se centra en otorgar y conceder no es tan simple, porque la noticia no es un reflejo sino una construcción de la realidad” (Martini, 2004:56).

Para Cardozo, “el tema es evitar la promiscuidad en la medida que uno pueda, y no dejarse manipular. Por supuesto que, si se nos cortan las cuatro o cinco fuentes básicas, quedamos colgados del pincel, y ésa es la sensación de vértigo que te da la vorágine de este trabajo. Sobre todo, porque uno sabe que los colegas de los otros diarios siguen teniendo la fuente, y aun nuestros propios compañeros siguen contando con ella. Pero ésta es una decisión que uno no toma de una vez y para siempre, la decisión de decir: yo negocio un montón de cosas; lo que no puedo negociar no es ni siquiera la verdad. Porque la verdad que yo cuento en una nota siempre es parcial. Lo que no puedo negociar es el principio de certidumbre. Yo no puedo sentarme a escribir y vender pescado podrido. Es el límite. Pero no es una decisión que uno toma de una vez para siempre, sino que hay que ratificarla cotidianamente” (Halperín, 2007: 68).

Según Mario Wainfeld, abogado y columnista dominical de *Página 12*, con las fuentes, hay un recurso que el periodista va acumulando con el tiempo, que es “su credibilidad y su confiabilidad”. Para quien escribe regularmente, dice, “pasan gobiernos, pasan funcionarios, se relevan personajes que eran importantísimos y ahora no son nadie, y

tipos que eran nadie y ahora son importantísimos. ¿Qué es lo que queda? Que yo respeto los complejos códigos de la relación entre periodista y fuente. Es decir, yo no traiciono la información que se me da a condición de no divulgarla. Manejo el *off the record* que es muy viscoso en el periodismo argentino actual. Pero, dentro de esos códigos demasiado patinosos que tenemos todos, yo no traiciono estas reglas implícitas y explícitas de la relación”. (Halperín, 2007: 203).

Para Manuel López, en tanto, “una familiaridad excesiva comportará el peligro de que las fuentes nos consideren ‘sus’ periodistas y que, por lo tanto, dosifiquen sus entregas de información en función de cómo vayamos tratándolas” (1995: 37).

En tanto, para José Ignacio Armentia Vizueté y José María Caminos Marcet, el periodista, junto al medio donde se desempeña, van construyendo una “red de fuentes informativas” que se reconfigura, de manera permanente, a partir del cotidiano proceso de selección y jerarquización. Los factores que condicionan esta red son (2003: 99):

- **El interés del periodista:** el periodista desea mantener contactos con el mayor número de fuentes posibles. Sin embargo, con el paso del tiempo, lo habitual es conservar un determinado número de contactos estables con algunas fuentes de información. Contactos que provienen del trabajo practicado durante años. El paso del tiempo juega un papel esencial a la hora de la agenda del periodista. Además de estos contactos estables, nuevos temas, nuevos trabajos, ponen al profesional en contacto con nuevas fuentes de información. La práctica profesional diaria obliga a un periodista a ampliar su red de influencia, a mantener constantes contactos con nuevas fuentes de información. La agenda del periodista, su red de fuentes de información, se va reconstruyendo permanentemente y configura una red de relaciones que está en continuo cambio. Cada nuevo tema abre las puertas a nuevas fuentes de información, mientras que otras, con las que ha estado trabajando en el pasado, se alejan de su influencia. El periodista incluye y excluye constante fuentes de una agenda que no adopta nunca un esquema definitivo ni cerrado.

-**El interés de la fuente:** a pesar de que periodista y fuente de información mantienen una relación de mutua necesidad, no todas las fuentes de información son permeables ni todas desean con la misma intensidad suministrar información. El interés de la fuente a colaborar o no con el periodista es determinante para que finalmente pase a formar parte de la red. La relación entre medio de comunicación o periodista y fuente de información no es lineal, ni en ocasiones tampoco fácil. No todas las fuentes se acercan con la misma facilidad a los medios de comunicación. En ocasiones las fuentes son permeables al trabajo con los medio, pero en otros casos, sin embargo, se mantienen cerradas y *a priori* no desean relacionarse con los medios de comunicación.

-**Interés del medio de comunicación:** en este proceso de elección de fuentes de información, en ocasiones es el periodista el que decide qué fuente incluye y cuáles excluye de su agenda. En otras ocasiones, sin embargo, son las propias fuentes de información las que jerarquizan a los medios y deciden con quiénes quieren trabajar y con cuáles no.

-**El proceso productivo:** los medios y los periodistas tienden a trabajar con aquellas fuentes que les proporcionan materiales ya acabados, entre las que se encuentran las agencias de noticias y los gabinetes de prensa. Por su parte, las informaciones que

añaden trabajo al periodista, como ser aquellas que necesitan ser contrastadas a través de varias fuentes, tienen más dificultades para ser publicadas.

Similar es el planteo de López, quien también habla de “tejer una amplia red de contactos, estableciendo con cada uno de ellos una especie de protocolo que nos permita acceder a las noticias y, al mismo tiempo, evitar intoxicaciones”. El autor entiende por “intoxicación” a cualquier intento de “proporcionar informaciones falsas a un medio con el objetivo de crear un estado de ánimo favorable o desfavorable a determinadas instituciones, empresas o personas” (1995: 31).

En tanto, en el ámbito político, por ser un lugar de disputa de poder, las fuentes pueden llevar al periodista a cometer graves errores o a participar de “operaciones” sin saberlo. “Ocurre que en las fuentes no son generalmente vecinos, comerciantes, policías, deportistas, artistas o simples entrevistados. Se trata de un universo especial de contactos que integran desde presidentes, ministros, legisladores, sindicalistas y diplomáticos, hasta los cada vez más numerosos voceros (periodistas o comunicadores sociales encargados de difundir actos de gobierno) y el círculo íntimo de cada funcionario público. Esto determina que en la sección Política de un medio los intereses en juego se potencian hasta niveles inimaginables. De ese modo, cada frase, cada dato o declaración de una fuente generalmente busca un efecto que muchas veces el cronista desconoce, pero que debe tratar de determinar antes de la publicación de la nota. Lo concreto es que el periodista político debe chequear las informaciones con mayor rigurosidad que el resto, y para ello las fuentes adquieren un valor irremplazable” (Palacios, 2008).

Los desafíos para el periodista político de hoy se multiplican: “Es que a las fuentes tradicionales se suma una impresionante cantidad de medios alternativos a través de los cuales llega la información. Departamentos de prensa de ministerios, organismos, municipios y dependencias públicas y privadas, además de los cada vez más numerosos medios electrónicos de información (los portales de noticias son la vedette de este rubro), potencian las chances de que el comunicador finalmente termine siendo víctima de una operación de prensa, o tomando como cierto un rumor o trascendido que no se condice con la realidad” (Palacios, 2008).

Otra de las encrucijadas que suelen enfrentar con cierta frecuencia los periodistas es aquella que se presenta cuando deben decidir si perjudican o no a una de sus fuentes, es decir, cuando tienen que calcular si se justifica “quemar una fuente” con la que se ha logrado, con mucha paciencia y laboriosidad, acordar en buenos términos. “La complicación surge cuando tenés una información que toca a alguna de tus fuentes, porque es muy probable que si la publicación la perjudica esa persona no te hable más. Ahí puede haber algo de autocensura por la importancia que le das a esa fuente, porque evaluás cuánto te complicaría no tenerla más y cuánto vale lo que tenés para publicar. De una forma u otra, el criterio básico es llamarla para que dé su descargo en la nota”, marca Cibeira.

Cibeira advierte que, muchas veces, no está bien visto que un periodista mantenga un relación cercana con un político o un funcionario, por más cuestionado o equivocado que se encuentre a los ojos de la sociedad: “Existe la creencia de que los periodistas somos fiscales, que tenemos que juzgar a determinadas personas y que no puede haber contacto, que no puede haber un café o un almuerzo de por medio. Lo que pasa es que a

la información hay que obtenerla de algún lado, no es que vas a Internet y la conseguís” (Aller, 2008). Es más:

“Cuando uno estudia, no queda claro que el periodista se valoriza a partir de las fuentes que tiene; que en un redacción, más allá de otras cosas, es muy tenido en cuenta aquel que tiene acceso a fuentes importantes. Esto es muy valorado, porque de lo contrario te quedás en la periferia y no tenés información. Además, cuando aparece un rumor, en la redacción siempre hace falta alguien que pueda chequearlo y preguntarle a la persona indicada si es o no es así” (Aller, 2008).

El docente de esta facultad y periodista de *Página 12* Washington Uranga remarca que “existen operaciones de prensa en la medida que existen malos periodistas. Porque las operaciones no funcionan cuando los periodistas chequean diferentes fuentes, y se comportan como puentes y no como dueños del proceso. Las operaciones de prensa son efectivas cuando el periodista se limita a repetir lo que determinada fuente le da” (Miceli, 1999: 193)

No obstante, “el poder de las instituciones oficiales les permite poner en juego, en su función de fuentes de los medios, estrategias para asegurar su prestigio. Las llamadas ‘operaciones de prensa’, habituales y hasta aceptadas tácitamente por los mismos voceros de prensa oficiales, remiten a tales motivaciones y consisten en desviar la atención de un hecho, relativizarlo o encauzarlo con otro sentido, a partir de otra información accesoria o diferente, y hasta hacerlo desaparecer” (Martini, 2004: 59).

4.8- POLÍTICOS ENTRENADOS

También es cierto que los personajes públicos han aprendido a pararse frente a los medios y cada vez más conocen sus lógicas de funcionamiento. “Las mentes políticas han aprendido que si llaman a un periodista con una operación política a las 9.30 de la noche, tienen más posibilidades de que salga publicada que si lo llaman a las dos de la tarde. Porque las redacciones tienen menos tiempo para chequear la información”, cuenta Santoro (Halperín 2007: 235).

Rosental Calmon Alves, con casi 30 años en el *Jornal do Brasil*, de donde se retiró como Sub-editor General, comenta que los actores políticos adquieren, o por formación empírica o por instinto, una capacidad notable para manipular la información.

“Eso también –sigue Calmon Alves - viene de su propia vida dentro de la política, de su propia actuación política, en la que están pensando siempre los movimientos como si fuera un juego de ajedrez. Analizan: ‘Soy político, voy a hablar mal de esa persona; entonces, se va a enojar conmigo, y debo calcular mi reacción’. La política está basada en el cálculo. Entonces, cuando ellos aceptan hablar con un periodista, es muy común que ya tengan preparado el mensaje de aquello de lo que van a convencer al periodista para que escriba” (Halperín 2007: 368).

Pero además, Calmon Alves cree que “últimamente, eso se volvió aún más sofisticado, porque ahora hay profesionales y entrenadores al servicio de los políticos: hay periodistas que explican a los políticos cómo hablar, que analizan para ellos los textos de otros periodistas. Estamos entrando en una era de una complejización muy grande en el periodismo político (Halperín 2007: 368).

El brasileño habla de un proceso de “desintermediación”, donde los “protagonistas no necesitaban desesperadamente a los medios tradicionales para conectarse con su gente, con su audiencia”, porque ahora tiene a disposición una amplia gama de nuevas tecnologías que le permite llegar de manera directa a su público. Con ese panorama, la exposición mediática sigue siendo central para sus aspiraciones de trascender, “pero cada vez menos”. Así, “los políticos más hábiles están armando sus propias redes de continuo acceso directo a la gente” (Halperín 2007: 376).

“Le doy un ejemplo: si yo fuera un político, y hoy concediera una entrevista a un periodista, yo sacaría una transcripción de la entrevista y la pondría en Internet. Porque, de mi experiencia de periodista y de editor, una de las quejas más comunes en el periodismo político es la fuente que dice ‘sí, yo hablé de eso. Pero antes de eso yo hablé de otra cosa, y después de otra cosa. Han sacado la cita de en medio de esas dos cosas y me dejaron fuera de contexto, con un sentido que yo no quería dar’”, fundamenta (Halperín 2007: 376).

4.9- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 4

La relación de los periodistas con las fuentes de información siempre es compleja, tirante y, por momentos, contradictoria, que sólo alcanza una estabilidad con tiempo y destreza profesional” (Martini y Luchessi, 2004: 143); y está marcada por una reciprocidad inevitable, que no se modifica ni cuando los intereses son coincidentes ni cuando son contradictorios.

“Las fuentes de información necesitan de los medios para que sus confidencias aparezcan publicadas, y los medios de comunicación, para su producción periodística diaria, precisan de las fuentes”, amplían Armentia Vizueté y Caminos Marcet (2003: 97). Claro que todo se complejiza porque, en muchas ocasiones, “la puja entre quienes desean instalar los temas y quienes tienen posibilidad de difundirlos vuelve a tener lugar en el seno del poder” (Martini y Luchessi, 2004: 148).

Por lo general, el acceso de los periodistas a la información se sostiene por una triple vía: la importancia del medio donde trabaja, la trayectoria profesional y la permeabilidad que expresen a las necesidades y presiones de la fuente (Martini y Luchessi, 2004: 15).

Una de las críticas más formales hacia el manejo actual de las fuentes de información parte desde el Periodismo Social: “Casi el ochenta por ciento de las fuentes tienen origen en el poder: políticos, empresarios, policía y jueces. Se consultan en forma casi excluyente a quienes nadie cree y se dejan afuera a la sociedad civil” (Cytrynblum, 2004:45).

En tanto, para Jorge Marirrodiga, corresponsal del diario *El País*, de España, en América del Sur, la falta de canales preestablecidos para obtener datos genera “relaciones extrañas” y “vías paralelas” donde “aparecen favores que no lo son” (Amado Suárez, 2007).

Luego, surge una de las prácticas que involucran a las fuentes de información y que generan más polémica y debate: el *off the record* (es decir, con el grabador apagado). Mientras existe un consenso sobre que la fuente de información no puede ser

identificada cuando brinda testimonios en *off the record*, esta práctica suscita grandes malentendidos y controversias al respecto de qué hacer con la información obtenida: si puede publicarse (*off the record* abierto) o no (*off the record* cerrado).

Discusión aparte, María O'donnell, periodista de Radio Continental, reclama que el uso del *off the record* tiene que estar acompañado por la mayor cantidad de indicios posibles de la persona que dio la información (Amado Suárez, 2007). Por su parte, Alejandro Di Lázaro, ex editor de *La Nación*, entiende que tampoco hay que olvidar a los lectores (Aller, 2008).

Para Pablo Da Silveyra, el poder nunca va a plantearle dilemas sencillos al periodista. Y entiende que “es casi inevitable que un periodista, para obtener información, tenga que generar una relación de confianza con una fuente y exista la posibilidad de que la fuente le diga ‘esto es *off the record*, no lo publiques’. Si no ocurre eso, el periodista no va a acceder a ninguna información” (Halperín, 2007: 62).

Asimismo, una de las facetas negativas que, según los entrevistados por las abogadas Cornelia Schmidt-Liermann y Dolores Lavalle Cobo, caracteriza al periodismo y los medios de comunicación argentinos constituye la ausencia del chequeo de fuentes. “Muchas veces se hace cabeza de noticia sobre la base de un rumor”, cuestionan (2008). A modo de explicación, Julio Blanck, Editor jefe de *Clarín*, hace hincapié en las exigencias del “periodismo real”, como en contraposición de un “periodismo teórico” que aparece impracticable en medios de las exigencias del sector. “Cuanto más sensible es la información, más reacias son las fuentes a aceptar ser identificadas” (Diario Sobre Diarios, 2008).

En el caso de anonimato, para el periodista Edi Zunino, lo correcto “sería poner al tanto al lector sobre cuáles son los motivos para mantener anónimo al emisor de la noticia, e incluso si el motivo es su propia hipocresía” (Diario Sobre Diarios, 2008).

El portal Diario Sobre Diarios pone en evidencia otra práctica arriesgada: “Desde hace un tiempo hasta hoy, en la Argentina, parecería haber emergido una nueva figura: la fuente privilegiada, que supone que la información que se brinda no hace falta chequearla debido a la jerarquía de la fuente” (2008).

Luego, hay un consenso sobre que la relación con las fuentes se basa en la construcción de confianza, tanto personal como profesional. Esto lleva consigo algunos riesgos, a transitar terrenos donde los límites ya no son tan claros, a perder la capacidad de “ser crítico” con los datos conseguidos (Di Lázaro, en Aller, 2008)

En tanto, en el ámbito político, por ser un lugar de disputa de poder, las fuentes pueden llevar al periodista a cometer graves errores o a participar de “operaciones” sin saberlo: “Se trata de un universo especial de contactos que integran desde presidentes, ministros, legisladores, sindicalistas, hasta los cada vez más numerosos voceros y el círculo íntimo de cada funcionario público. Esto determina que en la sección Política de un medio los intereses en juego se potencian hasta niveles inimaginables” (Palacios, 2008).

También es cierto que los personajes públicos han aprendido a pararse frente a los medios y cada vez más conocen sus lógicas de funcionamiento. Daniel Santoro explica que algunos funcionarios “han aprendido que si llaman a un periodista con una

operación política a las 9.30 de la noche, tienen más posibilidades de que salga publicada que si lo llaman a las dos de la tarde. Porque las redacciones tienen menos tiempo para chequear” (Halperín 2007: 235).

Pero además, Calmon Alves, cree que “últimamente, eso se volvió aún más sofisticado, porque ahora hay profesionales y entrenadores al servicio de los políticos” (Halperín, 2007: 368).

CAPÍTULO 5

Aproximación a la historia política y económica de Clarín, La Nación y Página 12



5



CAPÍTULO 5: APROXIMACIÓN A LA HISTORIA POLÍTICA Y ECONÓMICA DE CLARÍN, LA NACIÓN Y PÁGINA 12

5.1- CLARÍN

Clarín vio la luz el 28 de agosto de 1945 y pese a que al año siguiente, su fundador, Roberto Noble, había puesto el diario a disposición de la candidatura de su hermano, Julio Noble, representante de los demócratas progresistas en las listas de la Unión Democrática, *Clarín* dio sus primeros pasos a la par del primer gobierno peronista (1946-1952).

Juan Domingo Perón, al igual que con otros medios de comunicación, había intentado disciplinar al diario de Noble. Por entonces, el Estado manejaba la distribución de las bobinas de papel con las que los diarios imprimían sus ediciones y eso limitaba la oposición de las empresas de periodismo gráfico.

Roberto Noble tenía un pasado socialista, pero había girado a la derecha, simpatizado con Mussolini y Hitler; se había alineado con la Unión Democrática y luego había halagado a Perón desde sus editoriales, hasta que finalmente optó por el desarrollismo de Rogelio Frigerio y el ex presidente Arturo Frondizi, según lo expresa Pablo Llonto en su libro *La Noble Ernestina* (citado en Marco, 2009).

Después de la caída de Perón, el periodista y escrito Osvaldo Bayer integraba la mesa de jefes de redacción, como jefe de las secciones Política y Fuerzas Armadas, y tenía un equipo de redactores entre los que estaba el periodista e historiador Félix Luna.

Al comenzar el gobierno de facto de Juan Carlos Onganía, en 1966, *Clarín* todavía no era el ‘Gran Diario Argentino’ pero estaba muy cerca de lograr ese lugar. Desde la cuarta posición cómoda que ocupaba en la década del cincuenta detrás de *La Prensa*, *La Razón* y *La Nación*, ahora se asomaba al tope de la tabla de ventas, con un futuro enorme gracias al empuje de los avisos clasificados. Mucho había influenciado la clausura y posterior confiscación del diario *La Prensa* durante el segundo gobierno peronista (1952-1955): la gran masa de avisos clasificados que la clase media publicaba en ese diario saltaron al joven matutino.

Pocos años después, en 1969, *Clarín* valía 47 millones de pesos ley y era una máquina de fabricar dinero. El 12 de enero de ese año, al fallecer Roberto Noble, el diario fue heredado por Ernestina Herrera, su mujer.

Sin embargo, la viuda se demoró en tomar las riendas del medio. Quienes ocuparon ese rol fueron los cabecillas del Desarrollismo: Rogelio Frigerio y Arturo Frondizi. El cargo de Jefe de redacción fue ocupado por Oscar Camillón, hombre de confianza de Frigerio.

Noble le había encargado a Camillón la responsabilidad de darle “coherencia política” a la línea editorial de *Clarín* desde 1965. Camillón estaba considerado como uno de los mejores teóricos de las ideas del Movimiento Integración y Desarrollo (MID), el partido que Frondizi y Frigerio habían creado luego de la pelea y división que se armó en la Unión Cívica Radical Intransigente (UCRI) con el mayoritario sector de Oscar Alende.

Oswaldo Bayer, ante la muerte del fundador, sintió que el frigerismo pasaría a dominar el diario. Al poco tiempo le quitaron el cargo como jefe de secciones y “se cambió todo en la redacción, los antiguos jefes perdieron sus puestos y fueron reemplazados por gente que trajeron los nuevos comandantes. En la redacción entraron miembros del peronismo y se veía muy bien que Frigerio quería intentar una alianza ante el próximo regreso de Perón” (Marco, 2003).

Por esos años, *Clarín* no era aún un multimedio como el que representa actualmente. Todavía no había adquirido ninguna otra empresa relacionada con las comunicaciones, ni siquiera había ingresado como accionista en Papel Prensa Sociedad Anónima, la empresa creada por el Estado para producir papel de diario. Sí se había consolidado como medio gráfico y compartía la cima en las cifras de ventas con sus pares de *La Nación*, *La Razón* y *Crónica*.

Ernestina Herrera había decidido hacerse cargo del diario en 1970. Por entonces, si bien el desarrollismo seguía ocupando las páginas de *Clarín*, la administración aún estaba en manos de la vieja guardia antidesarrollista. Para terminar con ella, Frigerio hizo ingresar a Héctor Magnetto, un contador egresado en La Plata a partir del cual los desarrollistas no sólo iban a controlar la línea editorial, sino también serían los encargados de llevar las cuentas y resolver el grave problema financiero en el que se encontraba la empresa.

Ya para 1971 y con nuevas rotativas, *Clarín* se convertiría en el diario de mayor alcance nacional y en el diario de la mañana más vendido, con una tirada promedio de 360.000 ejemplares. Todavía, los diarios argentinos más comercializados eran *La Razón* y *Crónica* que vendían medio millón de ejemplares, aunque a esas cantidades llegaban si se sumaba la tirada de todas sus ediciones.

El MID había establecido línea directa con la dictadura de Onganía y tenía alto nivel político para negociar con los militares. Años después, apelaría a la solidaridad del gobierno de Agustín Lanusse para conseguir el alivio de los fondos estatales. Las deudas eran muy grandes y no había reducción de personal que alcanzara a mitigarlas.

La situación financiera del diario mejoraría en poco tiempo y ante los servicios prestados por el desarrollismo en el manejo de la crisis, Ernestina Herrera consolidó al MID en el manejo político del diario. Por su parte, la relación entre Frondizi, Frigerio y un Perón que preparaba las valijas para el regreso, era cada vez más cercana.

Camillón había renunciado al diario en 1972 para dedicarse a la política ante la próxima apertura democrática. Su reemplazante fue el abogado desarrollista Claudio Zaffore. En esos momentos, Frondizi y Frigerio estaban a punto de cerrar otro pacto con Perón, esta vez para la creación de lo que sería, en 1973, el Frente Justicialista de Liberación (FREJULI) y que por entonces llevaba el pluralista nombre de Frente Cívico de Liberación Nacional.

Unas semanas después de la reunión Frondizi-Perón, la viuda se reunió con Héctor Cámpora, el delegado de Perón en Argentina. Según Llonto, “durante los próximos meses, el matutino regresaría a los años en los que elogiaba a Perón en los editoriales y al mismo tiempo se reservaba cierta independencia para marcarle pequeñas diferencias” (Marco, 2009).

La turbulencia de aquellos meses era tal que “todos negociaban con todos y todos apaleaban a todos”, según afirma Llonto en su libro (Marco, 2009). Lo mismo ocurría en *Clarín*: mientras la heredera mantenía conversaciones con la primera plana de Lanusse, Perón distribuía el documento “La única verdad es la realidad. No ataco, crítico” en el que parecía tomar una serie de ideas básicas de Frigerio.

Ante las elecciones, Llonto asegura que Herrera llegó a pensar que en el próximo gobierno peronista que ya todos anticipaban, *Clarín*, o su brazo político –el MID–, ubicaría una cantidad importante de legisladores en la Cámara de Diputados (Marco, 2009).

Luego de esa etapa desarrollista, el matutino adoptó una postura pragmática frente a los diversos gobiernos de turno. Así pudo obtener una parte de Papel Prensa SA, durante la última dictadura militar, y asegurarse la modificación de la ley 22.285 (Radiodifusión), que prohibía a los medios gráficos administrar canales de televisión, gracias a las concesiones de Carlos Menem durante su primera etapa de gobierno.

Más tarde, desde el comienzo de la devaluación (2002), las empresas privatizadas en manos extranjeras entraron en cesación de pagos. A su vez, la mayoría de los medios habían acumulado pasivos en dólares que los desbordaban en el nuevo escenario de achicamiento.

El Grupo Clarín tenía una parte de sus deudas en dólares -alrededor de 1.500 millones- y otra parte en pesos -otros 1.500 millones-. Dado que tenía la totalidad de sus ingresos en pesos, la parte de la deuda en dólares se multiplicaba a medida que el dólar aumentaba. *Multicanal* tenía vencimientos para el 1º de febrero de 2002. Su endeudamiento era el arrastre de los años de competencia con *Cablevisión* y *Supercanal*, cuando estas empresas compraban la cartera de los pequeños operadores de cable a precios inflados y las sospechas se centraron en la necesidad de hacer operaciones financieras destinadas a blanquear dinero (Anguita, 2002: 132).

“La tabla de salvación era hacer lobby con el gobierno de Eduardo Duhalde. En el nuevo escenario, José Luis Manzano jugó un papel destacado. Por un lado era accionista del Grupo Uno –que también tenía empresas en convocatoria de acreedores, como Supercanal-, por el otro, guardaba las mejores vinculaciones”, explica el periodista Eduardo Anguita en su libro *Grandes Hermanos* (2002: 133).

Ahora, la disputa entre los grupos Uno y Clarín pasaba a un segundo plano. Héctor Magnetto –número 2 de *Clarín*- y Manzano entablaron un trato más que cordial y amistoso. La capacidad de lobby del Grupo Clarín con Manzano de socio aumentaba significativamente. Entonces, no fue sorpresa que, el mismo 6 de enero (2002), el Congreso sancionara la ley de Emergencia Pública (de quiebras), conocida como ‘ley Clarín’ (Anguita, 2002: 134).

Pocas semanas después, Duhalde alivió a las empresas deudoras. El 4 de febrero, por decreto (214/02) pesificó las deudas en dólares. El ministro de Economía, Jorge Remes Lenicov, anunció que los bancos oficiales tomarían la relación un dólar-un peso (y no 1,60 como valía en el mercado) para las deudas en dólares contraídas por empresas privadas. El mayor volumen correspondía a deudas con el Banco Provincia. Para el Grupo Clarín fue un alivio: *Multicanal* tenía una deuda de cientos de millones de

dólares que quedaba pesificada. Por supuesto, la pesificación significó una transferencia de ingresos de toda la sociedad al sistema financiero y a las empresas beneficiadas (Anguita, 2002: 135).

En abril, Duhalde tomó la segunda medida que benefició a los grandes deudores. Por decreto (318/02) vetó dos artículos de la ley de Emergencia. Uno de ellos, precisamente, referido al *cram down*: los acreedores no podrían hacerse cargo de la empresa mientras durara el concurso. La medida parecía un desafío directo al FMI: ante la crisis, Duhalde resultaba un defensor de los intereses nacionales. En realidad no era más que el intento de maniobrar entre los intereses de los grandes deudores y el FMI (Anguita, 2002: Págs. 135 y 136).

El Grupo Clarín lograba también una salida por la tangente: los legisladores patrocinaron un proyecto de ley de Defensa del Patrimonio Cultural.

Eso sería la exclusión encubierta del *cram down* para las empresas de producción de bienes culturales y de medios de comunicación de capitales nacionales. El proyecto declaró bajo resguardo el patrimonio cultural, pero curiosamente también a las empresas de medios de comunicación. En el caso de estos últimos fijó un tope del 30% al capital accionario extranjero. Más coincidencias: *Clarín* tenía un socio extranjero con el 18% de las acciones. El proyecto de ley era un traje a medida ya que el resto de los grandes grupos sumaban mucha más participación externa (Anguita, 2002: Págs. 138).

El Grupo, que tenía obligaciones millonarias en dólares, volvió a beneficiarse un mes después, en febrero de 2002, cuando el entonces presidente Eduardo Duhalde decretó la pesificación de las deudas contraídas en divisas.

Según los datos del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), recopilados por el portal *Diario sobre Diarios*, las ventas actuales del diario de Ernestina Herrera de Noble, viuda del fundador, tienen un promedio anual de ventas de 400.000 ejemplares de lunes a sábados, con picos de 800 mil los domingos.

5.2- LA NACIÓN

Cuando Bartolomé Mitre fundó *La Nación*, en enero de 1870, tenía 48 años y ya había sido gobernador de la provincia de Buenos Aires y el primer presidente de la República unida bajo el régimen de la Constitución de 1853–1860. En 1870 Domingo Faustino Sarmiento desempeñaba el cargo de presidente y como miembro de la dirigencia que había tomado en sus manos la conducción del país, pretendía forjar un Estado y una sociedad con virtudes suficientes para legitimar la Constitución Nacional, explica Natalio Botana en un artículo publicado en *La Nación* el 4 de enero de 2005.

La primera entrega del diario –que sale a la calle con 1.000 ejemplares– data del 4 de enero de 1870. El primer editorial de *La Nación* se tituló "Nuevos horizontes" y fue escrito por Mitre, que llamaba "director–gerente" a su función en el periódico (Marco, 2009).

Al diario *La Nación* le precedió otro diario editado por Mitre, que se llamó *La Nación Argentina*. Mitre señaló en el artículo de fondo inaugural la diferencia entre ambos órganos. Aquél había sido un "puesto de combate"; éste sería "una tribuna de doctrina".

La doctrina a la que se refiere Mitre en ese texto es la de los principios concretos de la Constitución Nacional de 1853–1860.

Según escribe Octavio Hornos Paz en un artículo sobre la historia del diario publicado en su página web⁴¹, *La Nación* tuvo que sufrir cinco clausuras entre 1870 y 1901, la obligación de reducir sus páginas a seis y su tirada al 30% por defender “la libertad, la pureza del sufragio, la tolerancia de las ideas encontradas y la moral pública”.

La primera clausura llegó de parte del gobierno de Sarmiento y se hizo efectiva desde el 27 de septiembre de 1874 hasta el 1 marzo de 1875. Al año siguiente, durante el mes de diciembre sufriría la segunda clausura por un período de siete días. Para 1890, el diario ya había alcanzado una circulación de más de 15 mil ejemplares y fue por entonces cuando *La Nación* es clausurado nuevamente por el gobierno de Juárez Celman, durante cuatro días del mes de julio. Luego en 1901 sería el gobierno de Julio A. Roca quien clausuraría al diario por decreto (Marco, 2009).

El directorio del diario se caracterizó por estar siempre ocupado por un miembro de la familia Mitre. Al fundador del diario lo sucedieron en la dirección sus hijos Bartolomé y Emilio Mitre. El último fundó en 1909 –poco antes de morir– la Sociedad Anónima *La Nación*. Luego les llegaría el turno de conducir el diario a los nietos, Luis y Jorge, que fueron codirectores entre 1909 y 1912. Más tarde, Luis sería presidente del directorio y Jorge, director periodístico. En 1932, Luis se haría cargo del diario hasta su muerte, en 1950.

A continuación le correspondió, entonces, a un bisnieto del general, el doctor Bartolomé Mitre, hacerse cargo de la dirección, que ocupó hasta su fallecimiento en 1982. Finalmente, la responsabilidad recaería en los tataranietos: en el doctor Bartolomé Mitre, actual director, y en otra rama de esa generación, los Saguier, encabezados por el presidente del directorio, Julio Saguier, actual presidente de la Sociedad.

Desde 1894 hasta 1919 el diario dejó de publicar noticias en la portada para imprimir allí avisos publicitarios. Hasta 1924, el diario estaba compuesto de ocho páginas, distribuidas en siete columnas de texto. Artículos se agrupaban bajo los denominadores: Notas de la semana, Espectáculos, Fúnebres, Avisos generales, Remates y Telegramas.

La cantidad de páginas que habían crecido hasta triplicarse, se redujo a 12 cuando en 1949 el gobierno de Juan Domingo Perón procedió a expropiar en nombre del Estado el papel importado por *La Prensa* y *La Nación*. El diario *La Prensa* sería finalmente confiscado en 1951 y para fines del gobierno peronista, *La Nación* se publicaba con sólo seis páginas. En septiembre de 1955 tras la caída del peronismo, el diario vivirá su relanzamiento (Marco, 2009).

El formato se redujo pero se aumentó la cantidad de páginas llevándolas a cuarenta. Aparece una tapa del diario con titulares principales, notas internacionales, notas locales diferenciadas por ciudades y provincias argentinas, notas sociales, clasificados, deportes, espectáculos, comercio, navegación, bolsas, bancos y mercados. Con el paso de otros treinta años la calidad de impresión mejoró ostensiblemente así como la calidad del papel. Para 1972, el diario presentaba una portada con los títulos de las principales

⁴¹ <http://www.lanacion.com.ar/varios/institucional/histo.asp>

noticias. La mayoría de ellas comenzaban a ser desarrolladas allí para continuar luego en las páginas del interior.

Desde su fundación, *La Nación* mantuvo una orientación liberal-conservadora favorable a los intereses de la oligarquía agroganadera nacional. Esa misma línea lo colocó muchas veces en posturas antipopulares, llegando incluso a respaldar con su discurso a las dictaduras más sangrientas de nuestra historia, como la que tomó el poder en marzo de 1976.

La Nación integra la sociedad de Papel Prensa SA. Precisamente, el matutino fue, junto a *Clarín* y *La Razón*, uno de los grandes beneficiados por la Junta Militar, que a cambio de papel barato consiguió apoyo y discreción de los grandes medios para su “Proceso de Reorganización Nacional”. En la actualidad, su paquete accionario en la papelera alcanza el 22%.

La expansión del diario se produjo también durante la década menemista, luego de la compra realizada por los Saguier. En 1995, Matilde Noble Mitre de Saguier, viuda del ex intendente radical de la ciudad de Buenos Aires Julio César Saguier, obtuvo el 66% de las acciones de *La Nación* y sus hijos, Julio y Fernan, se hicieron cargo de los puestos claves de la empresa.

Los Saguier adaptaron el diario sábana a la coyuntura de la globalización neoliberal, surgida del Consenso de Washington para no perder su condición de aparato ideológico del establishment. Mientras tanto, José Claudio Escribano, que se ocupó de la redacción hasta principios de 2006, le dio continuidad a los aspectos político-ideológicos más tradicionales del matutino.

Según los datos del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), recopilados por el portal Diario sobre Diarios, las ventas actuales del diario, tienen un promedio anual de ventas de 165 mil ejemplares de lunes a sábados, aproximado, con picos de 265 mil los domingos.

5.3 PÁGINA 12

El primer número de *Página 12* apareció el 25 de mayo de 1987 por iniciativa del periodista Jorge Lanata, quien convocó a varios colegas históricos del medio como Ernesto Tiffenberg, Martín Granovsky, Horacio Verbitsky, Miguel Bonasso, Luis Bruschtein, Juan Gelman, José María Pasquini Durán y Osvaldo Soriano

El puntapié inicial lo dio Lanata. A mediados de los '80, el periodista imaginaba un pequeño diario de "contrainformación", con tan sólo cuatro páginas y distribución en Capital Federal. Sería una versión cotidiana de lo que el ex secretario de redacción de *El Porteño* ya hacía en la *Posta Post*. La idea de Lanata era autofinanciar la publicación con los recursos generados por la venta de ejemplares.

Pero los primeros fondos para lanzar el matutino se consiguieron a través de Francisco Provenzano, fundador, junto a Enrique Gorriarán Merlo, del Movimiento Todos por la Patria (MTP). Provenzano, además de invertir una suma inicial de 100 mil dólares, acercó al empresario Fernando Sokolowicz, quien se convirtió en el editor responsable y principal accionista, mientras Lanata manejaba la dirección periodística.

Entonces, el primer número de *Página 12* apareció con 16 páginas, alrededor de 20 mil ejemplares, una línea editorial de centroizquierda que ponía el acento en los derechos humanos y la memoria e introducía varias innovaciones respecto de la forma tradicional de hacer prensa en la Argentina. Se buscó otra forma de presentar la información cotidiana

El MTP, que por esa época buscaba nuevas alianzas para sus aspiraciones políticas, siguió desembolsando dólares en *Página/12* hasta enero de 1989, cuando se produjo el intento de copamiento de La Tablada en donde fue asesinado Provenzano. Ese fracaso dejó al diario sin su principal fuente de financiamiento y con una deuda que Sokolowicz intentó cubrir con grandes anunciantes del poder político-partidario.

En ese momento, el diario se convirtió en uno de los matutinos nacionales más leído, detrás de *Clarín* y *La Nación*. Además, pudo ampliar su oferta editorial, con nuevos suplementos y la revista mensual *Página 30*, y también su cobertura territorial, con *Rosario /12* y las experiencias fallidas de *Córdoba 12* y *La Plata 12*.

Pero la hiperinflación y la crisis económica volvieron a golpear al diario y entonces Sokolowicz negoció con el Grupo Clarín durante su etapa de plena expansión, a través Héctor Magonetto.

Aunque la operación nunca fue blanqueada, se sabe que el Grupo Clarín habría obtenido más de un 50% de las acciones de *Página 12* por un monto que rondaría los 7 millones de dólares, según detallan algunas versiones periodísticas. Para algunos, la operación con Magonetto se confirmó un año después, al sumarse a la administración del matutino el contador de Clarín, Enrique Díaz (Anguita, 2002: 179-181).

Queda la duda si fue una compra directa o un leasing, una suerte de alquiler que le permitió a la gerencia de *Página 12* vender las acciones, superar la crisis y, al mismo tiempo, mantener el control de los contenidos (Anguita, 2002: 180). También es verdad que hubiese sido un verdadero suicidio empresario intentar cambiar la línea editorial que tanto éxito había traído.

Las primeras consecuencias no tardaron en llegar. El mayor cambio durante ese proceso fue el retiro de Jorge Lanata, quien años más tarde aseguró haberse desvinculado de *Página 12* por su oposición a la venta. A partir de entonces, el lugar de director periodístico lo ocupa Ernesto Tiffenberg (Anguita, 2002: 180).

En cuestiones de negocio, el editor responsable de *Página 12* tampoco dudó en asociarse con personajes de la ultraderecha como Daniel Hadad y Raúl Moneta, o ex funcionarios menemistas como Germán Kamerath y María Julia Alsogaray.

Ningún negocio de Sokolowicz molestó (ni sorprendió) más a los trabajadores y lectores de *Página/12* como el que tejió con el empresario periodístico de ultraderecha, Daniel Hadad, y el operador menemista Benjamín Vijnovsky, por la compra de Azul Televisión (Canal 9). La transacción con los propietarios del canal de aire -JP Morgan y Telefónica de España- se realizó el 3 de julio de 2002 en Nueva York por una suma en efectivo de 3 millones de dólares, más 9 millones a pagar con pautas publicitarias, espacios para películas y programas, entre otros beneficios.

El hecho suscitó la reacción inmediata de los principales periodistas de *Página/12*, que publicaron notas en contra de la alianza Sokolowicz, Hadad, Vijnovsky (SHV), y de la Asamblea de Trabajadores del diario, que hizo circular una solicitada para tranquilizar a los lectores. Luego de caracterizar a Hadad como racista, homofóbico y menemista, los trabajadores informaban que su decisión era: "Impedir cualquier intento de que las ideas que profesan el señor Hadad o sus mandantes hagan pie en este espacio". Menos de un año después, Sokolowicz se separó de la sociedad con Hadad y Vijnovsky, al vender su parte de la señal (Anguita, 2002: 220).

Con la asunción de Néstor Kirchner como presidente en mayo de 2003, *Página/12* se acercó al oficialismo tanto en lo simbólico como en lo material. Algunos de sus periodistas históricos, incluso, pasaron a desempeñar tareas públicas desde el kirchnerismo, como Martín Granovsky al frente de la Agencia *Télam* y Miguel Bonasso en la Cámara de Diputados, quien, en la actualidad, rompió con el oficialismo.

La retórica setentista del presidente comenzó a fundirse con el discurso de los columnistas del diario semana tras semana. Y de manera objetiva, Kirchner empezó a tender puentes con los columnistas más tradicionales y empezó a mostrarse en público con Sokolowicz para que éste tuviera más cotización en el negocio de los medios.

Actualmente, el matutino recibe una fuerte pauta publicitaria por parte del Gobierno nacional. Sus ventas alcanzan el tercer lugar en el mercado, luego de *Clarín* y *La Nación*, con una tirada promedio de 90 mil ejemplares diarios y 130 mil los domingos.

Quizá el conflicto más relevante en la historia del diario haya sido el que tomara estado público la censura del director a un artículo de economía de Julio Nudler. El periodista denunciaba hechos de corrupción que involucraban a los por entonces jefe de Gabinete y Síndico General de la Nación del kirchnerismo, cuando ambos eran, oportunamente, Superintendentes de Seguros.

A pesar que la comisión interna emitió un comunicado en apoyo a Nudler, Tiffenberg y Verbitsky no ahorraron tinta para explicar que no se trataba de censura sino de un simple entredicho editor-redactor.

Aunque poco se sabe de la propiedad del medio, se especula que el Grupo Szpolski, que durante el kirchnerismo fundó los diarios *El Argentino*, *Diagonales*, *Miradas al Sur*, y compró el *Buenos Aires Herald* y el *Buenos Aires Económico*, y las revistas *Veintitrés*, *Newsweek*, *7 Días*, *La U* e *Infosic*, fue desplazando al Grupo Clarín hasta llegar a controlar la publicación.

5.4- POSICIONAMIENTO POLÍTICO DE LOS DIARIOS

Ayudará en el análisis apuntar que el presente encuentra a los tres diarios ya mencionados posicionados claramente a favor y en contra del gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, según lo demuestran los sucesivos observatorios de medios⁴² realizados por la Agencia Periodísticas del Mercosur⁴³ (APM), que funciona

⁴² El modelo teórico y metodológico que se aplican en los observatorios se denomina Intencionalidad Editorial, que postula que objetividad significa remisión a fuentes y que no existe práctica periodística imparcial.

dentro de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Lo alarmante de este contexto no es la toma de partido sino la reiterada violación de uno de preceptos básicos de la actividad periodística (remisión a fuentes) para relatar los hechos.

Por ejemplo, este escenario pudo observarse de manera clara en el tratamiento informativo sobre el debate parlamentario y posterior sanción de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (ver puntos centrales en subtítulo 3.8).

En el observatorio realizado en el período comprendido entre el 27 de agosto y el 11 de octubre de 2009, APM afirma que, “para oponerse a la nueva ley de medios audiovisuales, al gobierno y a una mejor democracia, el matutino perteneciente al poderoso grupo mediático (*Clarín*) desconoció todos los principios de calidad profesional, incluso los que el mismo medio proclama como tales”⁴⁴. En el mismo texto se explica:

“El umbral mínimo de fidelidad a la realidad es denominar al proyecto de ley por su nombre oficial antes de cualquier calificación. Dar cuenta de que se trata de un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Sin embargo, el 28 de agosto, un día después del anuncio de la presidenta del ingreso del anteproyecto al Congreso, *Clarín* tituló: ‘Presentan la ley para controlar los medios’. A partir de esta denominación inaugural, toda vez que se refieran al proyecto de ley lo harán en ese sentido, tanto en los títulos como en el desarrollo de las notas. No obstante, desde el 28 de agosto al 20 de septiembre, con la aprobación de la ley en Diputados, estas denominaciones pasaron a ser más abreviadas: ‘Ley mordaza’; ‘Ley de radioconfusión’; y, la más extendida ‘Ley de medios K’”⁴⁵.

Otro dato a destacar por APM es que “casi el 30 por ciento de las notas de la cobertura carecieron de fuentes; cifra llamativa si nos guiamos por lo apuntado en el apartado ‘Fuentes’ del Manual de Estilo del diario, que dice: ‘Toda noticia debe sustentarse en fuentes legítimas y representativas’”⁴⁶.

En tanto, según esta agencia, *La Nación* estuvo “cien por cien en contra” de la nueva normativa: “Los siguientes titulares fueron más que elocuentes: ‘El proyecto licua el derecho de propiedad’; ‘Prohibido escribir en la pared’; ‘Un proyecto autoritario’; ‘La venganza fiscal’; ‘El peligro de regular los contenidos’; ‘Restricción de la Libertad’; ‘Violación a la libertad de expresión’”⁴⁷.

De la investigación de APM se desprende que el diario *La Nación* “desarrolló mecanismos y utilizó herramientas profesionales para ocultar su parcialidad; la selección y omisión de fuentes generó una tendencia opositora al proyecto de ley, en pos de sus intereses empresariales, escondidos estos tras la permanente invocación a la libertad de prensa”⁴⁸.

Siempre con el análisis del mismo estudio, *Página 12*, en contrapartida, mostró que se puede informar “sin llamar a silencio a quienes están del otro lado” y “expresó su

⁴³ www.prensamercosur.com.ar

⁴⁴ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4519

⁴⁵ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4519

⁴⁶ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4519

⁴⁷ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4520

⁴⁸ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4520

posicionamiento a favor del Proyecto de Ley” con titulares como “Esta Ley va a poner a prueba la democracia”, “Otra idea no positiva del vicepresidente” y “Cristina Kirchner envió el Congreso el Proyecto que busca remplazar a la ley de Radiodifusión de la dictadura”⁴⁹.

Otra de las marcas importantes de la cobertura de este periódico “estuvo dada por la utilización de fuentes directas, entrevistas o declaraciones de los distintos sectores que respaldan la sanción de la Ley”. También se destacó “que no sólo se usaron fuentes gubernamentales”. Por ejemplo, aparecieron “citados responsables de sectores sociales como la CTA, CELS; otros partidos políticos y organizaciones, como Libres del Sur, Asociación Madres de Plaza de Mayo, Partido Socialista”⁵⁰.

Se observó también “la utilización de fuentes en contra, como la presidenta de la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación, la radical Silvana Giúdice. Al mismo tiempo, aparecieron en forma reiterada las voces opositoras de Mauricio Macri, Francisco De Narváez, Federico Pinedo, Gerardo Morales y María Eugenia Estenssoro”⁵¹.

La posición de *Clarín* y *La Nación*, de un franco enfrentamiento con el oficialismo, no es nueva y ya había quedado expresada en el tratamiento mediático de las elecciones legislativas de 2009 y del debate parlamentario sobre la reestatización de las jubilaciones.

En una observación y análisis realizado entre los días 15 de junio y 1 de julio de 2009, también por APM, se llegó a la conclusión que *Clarín* “ha realizado un trabajo de orquestación de informaciones, datos y opiniones orientados a buscar el fracaso electoral del kirchnerismo”⁵².

Según el trabajo, esta publicación basó informaciones transcendentales en fuentes anónimas –como una supuesta renuncia de Cristina Kirchner en caso de una derrota oficial-, incurrió en la repetición sistemática para imponer valores, conceptos y prejuicios contra el Gobierno – “el Gobierno nacional es autoritario”; “Néstor Kirchner es una figura despótica”; entre otras- y usó la “exageración y desfiguración” basada en el sobredimensionamiento de un hecho con el objetivo de acentuar ciertos rasgos de un problema dado.

Otro de los recursos fue instalar la posibilidad de fraude a favor del candidato bonaerense del Frente para la Victoria y la figura de Francisco De Narváez, de Unión-Pro, como el único con posibilidades de derrotar al ‘pingüino’, lo que iba en detrimento de la postulante de la Coalición Cívica, Margarita Stolbizer.

En tanto, en una observación y análisis realizado entre los días 21 y 27 de octubre de 2008, APM afirma que *La Nación* “adoptó una posición abiertamente en contra de la eliminación del sistema de jubilación privado, las AFJP”⁵³.

⁴⁹ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4521

⁵⁰ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4521

⁵¹ http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4521

⁵² Disponible en www.prensamercosur.com.ar

⁵³ Disponible en www.prensamercosur.com.ar

Precisamente, es a partir de un artículo editorial publicado el 22 de octubre que el medio “intentará universalizar su propia parcialidad mediante el recurso de la repetición sistemática. Se trata de la nota titulada ‘Un robo legalizado’, donde se dice: “nada bueno puede esperarse del proyecto del gobierno nacional para eliminar el sistema privado de jubilaciones y crear un único régimen previsional de reparto, administrado por el Estado. Lejos de constituir un intento de proteger los aportes de los futuros jubilados, como se ha deslizado desde el kirchnerismo, la iniciativa oficial implica un nuevo manotazo sobre los ahorros de la población para seguir financiando el derroche de recursos públicos”.

En consecuencia, APM advierte que “cada uno de los artículos de opinión que se observaron posteriormente fue configurado en base a esa parcialidad, mientras que en las notas informativas se detectó una selección unilateral de fuentes en coincidencia con la postura del medio, excluyendo en la mayor parte de los casos a aquellas voces de signo contrario”.

De esta forma, “los términos ‘robo’ y ‘saqueo’ se repitieron al menos una vez por día, a lo largo de todo el período, con el objeto de caracterizar y crear sentido común en torno al eventual traspaso de los fondos administrados por las AFJP hacia el Estado”.

CAPÍTULO 6

Objetivos, métodos y técnicas



6



CAPÍTULO 6: OBJETIVOS, MÉTODOS Y TÉCNICAS

6.1- OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

En la etapa de análisis de esta Tesis se usará tanto el método cualitativo como el cuantitativo. Esta operación complementaria recibe el nombre de triangulación y busca corregir los inevitables sesgos y superar las limitaciones presentes en ambas operaciones.

Mientras las metodologías cualitativas son apropiadas cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales o brindar una descripción detallada de la realidad; las cuantitativas son adecuadas cuando el propósito es, en cambio, describir la distribución de rasgos, opiniones, conductas y tendencias (Wainerman y Satau, 2001: 236).

Antes de continuar, cabe recordar que hay cierto consenso académico sobre que no existen métodos que, en principio, sean mejores que otros. En todo caso, se puede decir que hay procedimientos más o menos apropiados según el tema o problema que se desea investigar.

En tanto, la elección de tres diarios tiene que ver con la propuesta analítica de Eliseo Verón, quien advierte que “las estructuras de comunicación no pueden determinarse sino por diferencia. Las características de un mensaje se ponen de manifiesto cuando lo comparamos con otros mensajes, reales o posibles, y este es el único camino para reconstruir las operaciones mediante las cuales los distintos mensajes han sido construidos. No se puede decir gran cosa de un texto porque, justamente, puedo decir demasiadas. Lo que sí se puede decir es que es diferente de otro, y puedo describir esa diferencia” (1971: 97).

También es necesario reiterar que el objetivo general de este trabajo es **determinar la “potencia informativa” (Borrat, 1989: 57) de los discursos del periodismo político de los diarios argentinos Clarín, La Nación y Página 12** a partir de la utilización de las fuentes de información y de los datos que éstas proveen. Los resultados servirán para saber **qué capacidad de “lucrar e influir”** tiene cada publicación (Borrat, 1989: 42); para medir la rigurosidad, la seriedad y confiabilidad de su trabajo periodístico; establecer qué grado de independencia mantienen frente a cualquier otro centro de poder distinto sus propios intereses como empresas editoras (Borrat, 1989: 118).

Como un desprendimiento necesario e inevitable, también se podrá **describir el desempeño, en materia de “potencia informativa” y rigurosidad profesional de los tres matutinos en su conjunto**, lo que servirá para contrastar con los resultados individuales y conocer en detalle un aspecto fundamental del debate político de la sociedad.

Sobre el objetivo planteado surgen como necesarias algunas especificaciones. Se hace referencias a “discursos” del periodismo político porque se trabajará, siempre con el desarrollo de Verón, sobre “pedazos de significado”, en tanto materialidad, “extraídos del proceso semiótico, fragmentos que son productos de la intervención para el análisis” (1987: 124).

“El discurso es la dimensión significante, y por lo tanto material, de un fenómeno social (en este caso, las secciones de política de los diarios en cuestión). Cualquiera que fuere el soporte material (en este caso, el texto impreso sobre papel), lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que un configuración espacio-temporal de sentido”, amplia Verón (1987: 124).

Luego se menciona la “potencia informativa” como “capacidad” para “lucrar e influir” porque se trata de una posibilidad latente, ya que para saber cuánto lucra e influye un diario se tendría que analizar su estado contable y a sus lectores, por citar dos dimensiones. Es decir habría que analizar “discursos” –materialidades- como los libros contables o las declaraciones juradas de las empresas editoras, y encuestas o entrevistas a los consumidores de las publicaciones.

Según Verón, son necesarios análisis distintos para la instancia de producción y la de recepción o reconocimiento. Él las llamará “reglas de generación y reglas de lectura”. Sobre esto, ampliará: “La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable, según el nivel de funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca, así como según el tipo de conjunto significante estudiado. No hay, por el contrario, propiamente hablando, huellas de la circulación: el aspecto ‘circulación’ sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento. El concepto de circulación es, de hecho, el nombre de esa diferencia” (1987: 129)

No obstante, en esta Tesis no se usará en un sentido estricto “la teoría de los discursos sociales” o “teoría de discursividad” de Verón, la cual busca definir los procesos de producción a partir de las huellas y marcas⁵⁴ que éstos dejan de manera formal o subyacente, respectivamente, en los productos (los fragmentos de materia significante analizados) (1987: 129). La teoría que aquí se aplicará (la “potencia informativa” de Borrat) apunta a evaluar la utilización de ciertas técnicas y herramientas periodísticas.

Sobre el discurso informativo en concreto, Verón dirá que es aquel que produce la realidad en las sociedades industriales. Para el semiólogo argentino, el discurso informativo es aquel del cual se valen los medios masivos de comunicación para elaborar y construir acontecimientos sociales a partir de hechos que uno o algunos individuos pudieron experimentar de manera directa (1981: 2).

Al mismo tiempo, los objetivos específicos de este estudio son describir aquellas dimensiones de los distintos discursos periodísticos analizados que, juntos, dan como resultado la “potencia informativa”, a saber:

La cantidad de fuentes de información utilizadas: en directa relación con el número, la cantidad de fuentes de información en una pieza periodística es un dato que habla de la productividad del periodista, de la importancia del medio dentro del sistema político, de un relato con diferentes miradas –porque aunque con el mismo interés, cada fuente

⁵⁴ “Se puede hablar de marcas cuando se trata de propiedades significantes cuya relación, sea con las condiciones de producción o con las de reconocimiento, no está especificada. Cuando la relación entre una propiedad significante y sus condiciones (sea de producción o de reconocimiento) se establece, estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto de condiciones (Verón, 1987: 129).E

de información brinda una narración irrepetible de lo que ha ocurrido porque incluye, excluye y jerarquiza (Borrat, 1989: Págs. 56 y 57).

Además, “ante un hecho noticiable determinado, el periódico necesita disponer de varias fuentes contrastables para que su propia versión no sea mera transcripción o reproducción de la que le ha proporcionado una sola fuente” (Borrat, 1989: 57).

La calidad de las fuentes de información utilizadas tiene relación con el grado de acercamiento, de comprensión o exclusividad que alcanza el medio con respecto a lo que verdaderamente ha ocurrido. Es decir, devela la capacidad del diario para reducir los grados de intermediación con lo sucedido.

Por eso, no será lo mismo una fuente de información de primer orden o segundo orden – protagonista o testigo-; una compartida por todos los medios –un comunicado oficial, por ejemplo- o una exclusiva; una autorizada o legitimada de manera formal –un vocero, por ejemplo- o una con autoridad -conocimiento experto-; una personalizada con nombre y apellido o un anónimo; un documento o una parainformación como un rumor, un chisme, un afiche, etcétera.

La pluralidad de las fuentes de información utilizadas reflejaría la pretensión de objetividad del periódico, relacionada con la intención de consultar a todas las partes en cada conflicto relatado o, en un sentido más amplio, a la mayor cantidad de sectores presentes en la sociedad para neutralizar los intereses que cada fuente de información representa, ya sean individuales, colectivos, corporativos, políticos, etcétera.

En este sentido, se buscará señalar qué espacio tienen en el discurso el Gobierno y los espacios oficialistas, los partidos políticos de la oposición y los espacios opositores, los empresarios y los sindicatos, los ruralistas y los campesinos, los comerciantes y los consumidores, las prestadoras y los usuarios, etcétera.

Aparece como atinado refrescar aquí que las fuentes de información “suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés o de otros sectores de la sociedad” que buscan “impregnarlo todo”, tanto que “el trabajo con unas u otras aporta claras pistas sobre la estrategia de los medios de comunicación” (Armentia Vizuete y Caminos Marcet, 2003: 97).

Se trata de una teoría reforzada por Julio Del Río Reynaga: “Es a través de su ideología y tomando en cuenta sus intereses económicos, políticos, sociales, etc., como los individuos e instituciones proporcionan datos (opiniones y hechos) a los periodistas para la confección de sus informaciones” (1991: 66).

La forma de atribuir las informaciones conseguidas hablarán sobre la credibilidad, transparencia y contundencia de cada discurso; de la alta confianza que despierta cada diario y sus periodistas en las fuentes de información como para que éstas brinden datos con nombre y apellido o, al menos, para no recurrir al *off the record*. Aquí, como ya quedó establecido en el Capítulo 2, apartado 10, las categorías conceptuales serán atribución Directa, Indirecta, Indirecta con reservas y con Reserva total.

Sólo a modo de ejemplo, se puede decir que un testimonio con nombre y apellido (atribución directa) hace menos vulnerable a la desmentida al texto que lo incluye y es

más útil para el lector, que puede tomarlo de insumo para sus decisiones ciudadanas (votar a un candidato o a otro, por caso).

La forma de citar las informaciones conseguidas es un aspecto del que puede decirse lo mismo que en el punto anterior, donde también hay un estilo Directo o textual, un estilo Indirecto –se parafrasea el testimonio recabado- y un estilo Híbrido, intermedio entre lo textual y lo indirecto, donde el periodista recrea el contexto de la declaración para introducir un parte de manera textual.

Aquí también una frase textual dotará de más credibilidad al relato, además de dar cuenta de la capacidad del matutino para conseguir que sus fuentes de información le den mensajes claros y concretos, donde no sea necesaria la interpretación ni la transcripción de manera indirecta. Las citas textuales también son más difíciles de desmentir y generan más certidumbre en el lector.

6.2- EL ANÁLISIS CUANTITATIVO

La instancia cuantitativa será la confección de una herramienta que permita obtener porcentajes sobre la cantidad, la calidad y el pluralismo de las fuentes de información usadas por los diarios analizados y sobre las formas de atribuir y de citar dentro del relato la información conseguida a partir de las primeras.

Cabe recordar que, en esta fase, el corpus a tratar estará dado por todas las piezas periodísticas –de cualquier género- que *Clarín*, *Página 12* y *La Nación* le dedican al tema principal en la secciones El País, para los dos primeros, y Política, para el tercero, durante los últimos quince días del mes de julio de 2009. Cabe aclarar que para determinar el tema principal se tomará un criterio basado en la ubicación dentro de la superficie redaccional: el tema que ‘abre’ la sección. Entonces, se completará una ficha⁵⁵ por cada fuente de información que tendrá los siguientes 21 campos:

Nº	Campo	Descripción
1	Diario	Clarín, La Nación ó Página 12
2	Día	Lunes, martes, miércoles, etcétera
3	Día N°	17, 18, 19 de julio, etcétera
4	Título tapa	Sí o No (si la nota tiene título de tapa)
5	Foto tapa	Sí o No (si la nota tiene foto en tapa)
6	Título	El título -interior- de la nota (textual)
7	Firma	Sí o No (si la nota está firmada)
8	Periodista	Nombre y apellido del quien firma la nota)
9	Género	Informativo, Análisis, Opinión, Híbrido o Cuadro de contexto
10	Nota N°	Número de la nota
11	Tema de la nota	Conflicto del campo, Pelean en la CGT, Conflicto en el INDEC, etcétera
12	Cantidad de fotos	Cantidad de fotos en la nota
13	Fuente N°	Número de la fuente

⁵⁵ Ver ficha de ejemplo en el ANEXO 9

14	Denominación	La fuente como aparece escrita: Eduardo Buzzi, Cristina Fernández de Kirchner, 'según pudo saber este medio', etcétera
15	Sector de la Fuente	Gobierno, Mesa de Enlace, Ruralitas, Kirchnerismo, etcétera
16	Atribución	Directa, Indirecta, Indirecta con reservas y Reserva total
17	Estilo de citar	Directo, Indirecto o Híbrido
18	Calidad	Anónimo, Archivo, Autorizada, Observación directa, Otros medios, Parainformación, Primer orden, Segundo orden, Testigos
19	SopORTE	Acto, Agencia de noticias, Boletín Oficial, Comunicado, Conferencia de prensa, Declaración, Documento, Entrevista, Prensa, Radio, Televisión, Volantes
20	Cargo	Presidente, Secretario General, Gobernador, etcétera
	Nota	<i>Cuando la Descripción termina con etcétera es por que hay una gran cantidad de opciones. En el resto, están todas las posibilidades que se encontraron</i>

Una vez terminado el llenado de las fichas y a partir de los programas Excel (del paquete Office de Microsoft) y SPSS, un software muy utilizado por los sociólogos para resolver resultados de encuestas, que permite operaciones porcentuales complejas, se tendrán los resultados ordenados por cada uno de los campos, por cada diario y para su conjunto. Puede suceder que algunos campos no se utilicen en el análisis individual por su baja cantidad casos positivos.

En este caso, la limitación estará dada por la imposibilidad de saber qué ocurre en detalle dentro de cada pieza periodística, panorama que se tendrá con análisis cualitativo. Esta herramienta cuantitativa mostrará cómo funciona el discurso periodístico en el largo plazo, los trazos de gruesos de sus alianzas y estrategias políticas y económicas, su alta, baja o media “potencia informativa” sin tener en cuenta la coyuntura, el día a día.

6.3- EL ANÁLISIS CUALITATIVO

Para el análisis cualitativo, se tendrán en cuenta las piezas periodísticas de los temas que hayan sido tratados por los tres diarios durante la última quincena de julio, del género informativo y con prioridad principal⁵⁶ (no se tomarán las notas secundarias ni de contexto). Como ya se dijo, en esta parte se intentará complementar los resultados cuantitativos con una descripción detallada y pormenorizada de cómo los medios usan sus fuentes de información y de los insumos que éstas conceden.

Aquí se propone un criterio temático porque, entre otras cosas, se buscará saber, en la comparación, cuáles son fuentes compartidas y cuáles las exclusivas. Y lo mismo para los testimonios. La tarea de cotejar es necesaria porque los conceptos de exclusividad o de primicia no son absolutos sino relativos al sistema mediático.

⁵⁶ Es un concepto que hace referencia a la ubicación de la nota en la página. Hay cierto consenso profesional para establecer que la nota principal es la que está en la zona superior, lo que se conoce como ‘cabeza de página’. Luego, abajo o a un costado, se ubican las notas secundarias y los cuadros de contexto, casi siempre sin foto y con un tamaño menor en la tipografía de sus títulos.

Resulta pertinente citar que las fuentes exclusivas son “las más valoradas por los medios, ya que aportan información privilegiada, y también por esto las más difíciles de obtener” (Albertini y Ruiz, 2008).

En el examen cualitativo también será posible describir qué función cumple la información aportada por la fuente: si se trata de un dato central, en el cual se asienta todo el andamiaje de la noticia, o si se trata de un dato complementario, que tan solo amplía.

En este sentido, además, podrá verse la relación estrecha entre forma de atribuir, estilo de citar e información, situación de la que advierte Alex Grijelmo: “Quien facilita un dato tiene derecho a permanecer en el limbo de los nombres, quien da una opinión debe avalarla porque de otro modo carece de interés” (Albertini y Ruiz, 2008).

Con el método cualitativo, asimismo, se podrá agregar al concepto de pluralidad lo que tiene que ver con el trato justo y equilibrado que cada publicación le dispensa a cada una de las partes o sectores presentes en el discurso, con respeto a la cantidad y a la calidad de las fuentes de información introducidas. Observar esta cuestión es imposible desde lo porcentual pero accesible desde el ‘nota a nota’. En ese punto se partirá de que lo ideal sería que cada fracción esté representada en el relato con igual número de fuentes y con el mismo grado de acercamiento al hecho narrado.

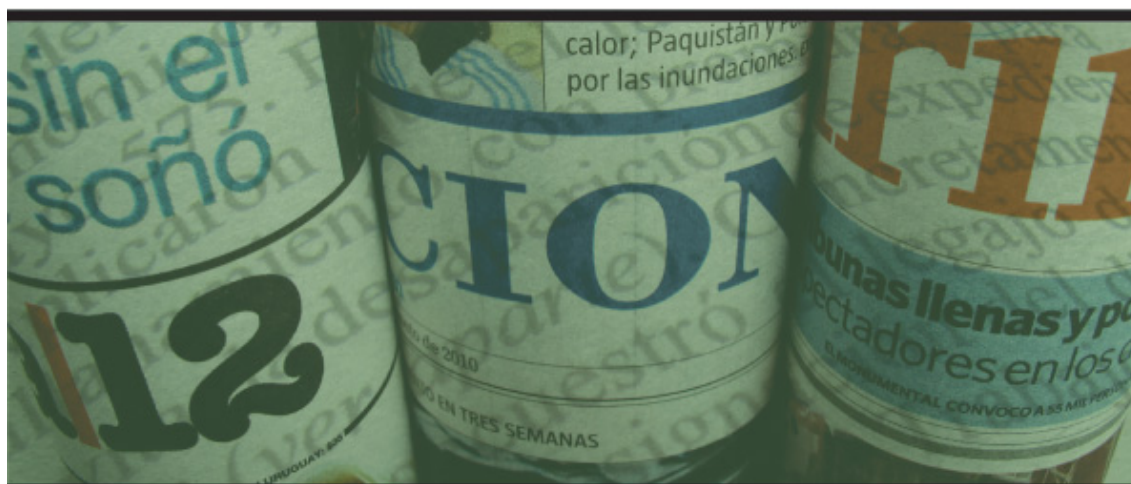
A su vez, el procedimiento cualitativo servirá para saber en qué medida los diarios recurren a la famosa ‘tercera fuente’ además de las voces de todos los interesados, como aconsejan los Manuales de Estilo de *Clarín* y *La Nación*.

En tanto, cuando las piezas periodísticas analizadas no de cuenta de un conflicto de intereses en sentido estricto, es decir, A contra B, la técnica cualitativa servirá para saber si el desarrollo es “monolítico” e “irreprochable desde el punto de vista profesional”, cómo explica Alejandro Di Lázaro, ex editor de *La Nación* (Aller, 2008), porque “no hay rendija por la que alguien te pueda desmentir”.

Según Di Lázaro, “una nota con varias voces se hace más creíble. La función fundamental de poner muchas fuentes es conseguir credibilidad, lograr que la información esté atada, resuelta y cerrada, que no haya rendija por la que alguien te pueda desmentir. Si hablaste con el policía que llegó primero al lugar, con el ladrón cuando se lo estaban llevando, con la fiscal que interviene en el caso, con el juez que lleva adelante la investigación y con los vecinos, la nota es monolítica y se cierra el círculo”.

CAPÍTULO 7

Análisis cuantitativo



7



CAPÍTULO 7: ANÁLISIS CUANTITATIVO

7.1- LOS TRES DIARIOS: PORCENTAJES Y PROMEDIOS DE FUENTES

En la instancia cuantitativa, se analizaron 200 piezas periodísticas entre notas principales, notas secundarias y de contexto (divididas en informativas, de análisis, de opinión, híbridas y cuadros de contexto). En ellas, se hallaron 625 fuentes (contando también las repeticiones, es decir, no son 625 fuentes distintas, y las mencionadas y las no expresadas u omitidas). Como vemos en el Cuadro 1, a continuación, el diario que más fuentes utilizó fue *La Nación*, con 39,7 por ciento del total (248), seguido por *Página 12* y *Clarín*.

Como quedó establecido en el inciso 6.6, en esta fase, el corpus a tratar estará dado por todas las piezas periodísticas –de cualquier género- que *Clarín*, *Página 12* y *La Nación* le dedican al tema principal en la secciones El País, para los dos primeros, y Política, para el tercero, durante los últimos quince días del mes de julio de 2009. Para determinar el tema principal se tomará un criterio basado en la ubicación dentro de la superficie redaccional: el tema que ‘abre’ la sección.

Cuadro 1

Diario	Notas analizadas	Fuentes usadas	Porcentaje de fuentes usadas
Clarín	77	176	28,2
La Nación	64	248	39,7
Página 12	59	201	32,2
Total	200	625	100

A partir de la grilla anterior, aparecen los promedios de las fuentes utilizadas, en el Cuadro 1.1, donde, al tomar a los tres diarios como un solo conjunto, puede decirse que se respeta la norma profesional de, al menos, 3 por nota –esto no quiere decir que haya un equilibrio ni que la tercera fuente sea neutral-. No obstante, se advierte que este razonamiento beneficia a *Clarín* porque, tomado por separado, apenas supera las dos fuentes por pieza. En cuestión a cantidad de fuentes, entonces, los mejores desempeños son los de *La Nación* y *Página 12*.

Cuadro 1.1

Diario	Notas analizadas	Fuentes usadas	Promedio de fuentes por nota
Clarín	77	176	2,2
La Nación	64	248	3,8
Página 12	59	201	3,1
Total	200	625	3,1

Empero, en el cuadro siguiente (Cuadro 1.2), puede observarse que el promedio de fuentes sube hasta casi 4 cuando se trata de las notas firmadas, lo que podría dar cuenta

de que la rúbrica significa mayor elaboración y que hay un compromiso mayor del periodista cuando su nombre está en juego. Se repite aquí el último puesto de *Clarín*, con 2,7 fuentes por nota, y los primeros lugares para *La Nación*, con casi 5, y *Página 12*.

Cuadro 1.2

Diario	Notas firmadas	Fuentes utilizadas	Promedio
Clarín	46	124	2,7
La Nación	36	178	4,9
Página 12	32	141	4,4
Total	114	443	3,9

Una importante advertencia a realizar es sobre el porcentaje total de notas sin, al menos, una información atribuida a una fuente, ya sea con nombre y apellido o con algún tipo de reserva, que alcanza el 15 por ciento, como muestra el Cuadro 1.3, ubicado a posteriori. Otra vez, *Clarín* aparece a la cabeza del ‘anti-podio’, con un 10 por ciento, superando por un abultado margen a los dos restantes.

Cuando una nota aparece sin fuentes, caben dos posibilidades: o el periodista inventó su relato o acordó con sus fuentes un *off the record abierto* (concepto desarrollado en el inciso 4.4, “Debate sobre el *off the record*”), donde consigue dar a conocer ciertos datos pero bajo condición de anonimato. Como el análisis propuesto en esta Tesis, a partir del material ya publicado, impide conocer esa diferencia, a las notas de este tipo se le asigna el valor de 1 fuente. Porque decir que tiene cero fuentes sería un error, al igual que decir que usó varias fuentes.

Hay que aclarar también que en el caso de *Página 12* y *La Nación*, las piezas sin fuente expresada son sólo cuadros de contexto o notas de opinión, formatos que estarían exculpados, en cierta medida, de tener fuentes inidentificables. Caso contrario sucede en *Clarín*, donde hay cuatro notas informativas y ocho de análisis, que deben tener una relación más estrecha con los hechos que reconstruyen.

Cuadro 1.3

Diario	Notas analizadas	Notas sin fuente expresada o con fuente omitida	Porcentaje de notas sin fuente
Clarín	77	20	10
La Nación	64	6	3
Página 12	59	4	2
Total	200	30	15

Por otro lado, en el Cuadro 1.4 (a continuación) se observa el promedio de fuentes según el género de la nota. Cómo era esperable, las piezas informativas superan, con un 4,7, a las de análisis, opinión y cuadros de contexto. También puede verse que los

cuadros de contexto se quedan con el nada despreciable 20 por ciento de las fuentes utilizadas, lo que evidencia la importancia de este tipo de textos en materia de datos y puntos de vista. Por su parte, en el Cuadro 1.5, donde sólo se toman las notas informativas, se reafirma la tendencia general que *Clarín* es la publicación con menor cantidad de fuentes por nota, con 3,8. *La Nación*, por parte, vuelve a quedar al tope con 5,7 fuentes por nota.

Cuadro 1.4

Género	Cantidad de notas	Cantidad de fuentes	Promedio	Porcentaje
Notas informativas	87	410	4,7	65,6
Notas de análisis	28	61	2,2	9,76
Notas de opinión	14	28	2,0	4,48
Cuadros de contexto	71	126	1,8	20,16
Total	200	625	3,1	100

Cuadro 1.5

Notas informativas			
Diario	Cantidad de notas	Cantidad de fuentes	Promedio
Clarín	28	105	3,8
La Nación	30	170	5,7
Página 12	29	135	4,7
Total	87	410	4,7

Ahora, cuando se observa el Cuadro 1.6, se tiene que el 44,5 por ciento de las notas analizadas (89) se hicieron a partir de una sola fuente. Y si se toma en cuenta las piezas con dos fuentes, se deduce que el 56, 5 por ciento no alcanza un piso mínimo de 3 – siempre en cuestión de cantidad, sin tener en cuenta el equilibrio y la calidad-. Después, en el 28, 5 por ciento de las piezas se utilizan entre 3 y 6 fuentes, y en el 15 por ciento, entre 8 y 12 fuentes.

Cuadro 1.6

Cantidad de fuentes	Cantidad de notas con x fuentes	Porcentaje
1	89	44,5
2	24	12
3	26	13
4	14	7
5	9	4,5
6	8	4
7	8	4
8	8	4
9	5	2,5
10	5	2,5
11	2	1
12	2	1
Totales	200	100

Por último, en el Cuadro 1.7 se reafirma lo que mostraba el Cuadro 1.2 sobre la mayor cantidad de fuentes por nota en aquellas que llevan firma. O, al menos, lo que queda claro es que bajan en casi diez puntos porcentuales los textos con una sola fuente y suben los que usan 6, 7, 8, 9 ó 10 fuentes.

Cuadro 1.7

Cantidad de fuentes	Cantidad de notas firmadas con x fuentes	Porcentaje
1	40	35,1
2	11	9,6
3	14	12,3
4	7	6,1
5	9	7,9
6	7	6,1
7	8	7,0
8	6	5,3
9	5	4,4
10	4	3,5
11	1	0,9
12	2	1,8
Total	114	100

A su vez, el Cuadro 1.8 muestra el detalle del promedio de fuentes utilizadas por nota en los cinco temas que más fuentes se llevaron. Así, puede verse una curiosa tendencia inversamente proporcional entre notas y fuentes por notas: mientras aumenta el primer ítem, disminuye el segundo.

A partir de esto, podría decirse que la cantidad de notas que se hagan de un tema no se relaciona de manera estrecha con la cantidad de fuentes y que el tema mejor abordado no es aquel al cual más piezas periodísticas se le dedican. También podría decirse que, para los diarios analizados, darle más importancia a un tema no significa entrevistar a

más personas, buscar más material de archivo y documentos, etcétera, sino que procuran darle más espacio en las páginas.

Cuadro 1.8

Tema de la nota	Fuente usadas	Notas por tema	Promedio por nota
Conflicto del campo	268	79	3,4
Pelea en la CGT	120	40	3,00
Conflicto en el INDEC	51	16	3,19
Fondos provinciales	41	10	4,10
Superpoderes	40	5	8,00

7.2- LOS TRES DIARIOS: PORCENTAJES Y PROMEDIOS DE FUENTES SEGÚN DÍA DE PUBLICACIÓN, FOTO Y TÍTULO DE TAPA.

Si se toma la utilización de fuentes por día –datos del Cuadro 2, ubicado abajo-, aparece primero el Viernes, con un 25,9 por ciento, seguido por Miércoles y Martes. El dato más relevante en este punto es que Domingo y Sábado aparecen en anteúltimo y último lugar, respectivamente, cuando existe cierta creencia de que en esos días aparecen las notas más elaboradas y con un tratamiento más amplio y profundo. Quizá también haya que decir que los fines de semana son a otras las secciones, como Interés general, Sociedad y Deportes, a las que los diarios les prestan más espacio y recursos, generalmente con la publicación de algún informe especial.

Cuadro 2

Día de la semana	Fuentes usadas por día	Porcentaje
Lunes	83	13,3
Martes	95	15,2
Miércoles	112	17,9
Jueves	91	14,6
Viernes	162	25,9
Sábado	40	6,4
Domingo	42	6,7
Total	625	100

En tanto, los siguientes Cuadros 3 y 4 intentan buscar qué tipo relación existe entre la publicidad que las notas tienen en la tapa, ya sea con un titular o con una foto, y la cantidad de fuentes que utilizan. En la tabla 3, se demuestra que aquellas piezas que se adelantan en portada son las que más densidad de fuentes tienen, con un promedio que alcanza las 4,7, bastante más alto que el 3,1 general.

Cuadro 3

Con título de tapa	Cantidad de notas	Fuentes usadas	Promedio
No	140	344	2,5
Sí	60	281	4,7
Total	200	625	3,1

La tendencia se acentúa, como muestra la caja 4, cuando se trata de temas con foto en tapa, donde los textos que han sido adelantados con imágenes tienen un promedio de 5,9 fuentes. A partir de estos datos, se puede decir que el promedio de fuentes es uno de los tantos criterios que usan los editores para armar la portada.

Cuadro 4

Con foto de tapa	Cantidad de notas	Fuentes usadas	Promedio
No	183	525	2,9
Sí	17	100	5,9
Total	200	625	3,1

7.2- LOS TRES DIARIOS: DESEMPEÑO DE PERIODISTAS Y FUENTES MÁS USADAS

El Cuadro 7 señala cuáles fueron los periodistas que más fuentes usaron entre aquellos que cuentan con 4 ó 5 notas dentro del corpus analizado –hay una alta cantidad con 1, 2 ó 3 notas-. Así se destacan José Crettaz, de *La Nación*, con 4 notas y 30 fuentes, y Sebastián Premici, de *Página 12*, con 5 notas y 34 fuentes. Luego, en el fondo de la tabla, aparecen Marcelo Canton con 4 notas y 6 fuentes, y Silvia Naishtat con 4 notas y 8 fuentes, ambos cronistas de *Clarín*.

Cuadro 7

Periodista	Cantidad de notas	Cantidad de fuentes	Promedio
José Crettaz	4	30	7,5
Leonardo Mindez	4	25	6,25
Marcelo Canton	4	6	1,5
Mariano Obarrio	4	24	6
Pablo Dorfman	4	10	2,5
Silvia Naishtat	4	8	2
Mariano Thieberger	5	11	2,2
Sebastián Premici	5	34	6,8

En el Cuadro 8 aparecen las 16 fuentes más usadas (con 7 apariciones o más) al tomar en cuenta los tres diarios como un todo. Como dato alarmante, se lee que el primer lugar

es compartido por “según pudo saber este medio”. Esto da cuenta del alto uso que se le da a las fuentes anónimas. Después, puede verse que la figura presidencial sigue siendo preponderante más allá de la postura política de los medios y que las posiciones en contra de un Gobierno no se traducen en no nombrarlo sino que se explicitan de modos más complejos.

El resto del *top ten* demuestra cómo los medios se inclinan por los sectores corporativos más tradicionales como el Gobierno, el agro (Hugo Biolcatti, Eduardo Buzzi, Mario Llambías, la Mesa de Enlace), el sindicalismo (Hugo Moyano, Oscar Lescano, Andrés Rodríguez, Gerardo Martínez) y el empresariado (AEA). También es evidente un desequilibrio a la hora de consultar a los Gobernadores, ya que sólo aparece Daniel Scioli de Buenos Aires –de 24 mandatarios provinciales posibles- y al momento de acudir a los legisladores sólo aparece un senador nacional, Gerardo Morales, de 72 posibles, y dos diputados nacionales, Francisco De Narváez y Felipe Solá, de 257 posibles

Cuadro 8

Fuente usada	Cantidad de veces	Porcentaje del total de fuentes usadas
Cristina Kirchner	16	2,6
Según pudo saber este medio	16	2,6
Hugo Biolcatti	14	2,2
Eduardo Buzzi	12	1,9
Hugo Moyano	12	1,9
Francisco De Narváez	9	1,4
Oscar Lescano	9	1,4
AEA (Asociación Empresaria Argentina)	8	1,3
Gobierno nacional	8	1,3
Mesa de Enlace	8	1,3
Andrés Rodríguez	7	1,1
Daniel Scioli	7	1,1
Felipe Solá	7	1,1
Gerardo Martínez	7	1,1
Gerardo Morales	7	1,1
Mario Llambías	7	1,1

En los Cuadro 9 y 10, puede observarse que, cuando se toman las fuentes por el sector de la sociedad al cual representan, se mantiene la tendencia que ubica al Gobierno nacional en primer lugar, seguido por los testimonios o datos atribuidos a anónimos. También se repite la prominencia del sector agropecuario –que al momento del reagrupamiento, pasa al primer lugar-, acompañado de los espacios de poder más tradicionales. También puede leerse que los economistas y las consultoras son los principales expertos consultados por sobre otros profesionales y organizaciones. Otra cosa que queda en evidencia como son ninguneados los partidos progresistas aliados al Gobierno.

Cuadro 9

Sector de la fuente	Cantidad de veces	Porcentaje
Gobierno nacional	102	16
Muy difícil o imposible de identificar	87	8
Ruralistas	63	10,1
Mesa de Enlace	60	9,6
Kirchnerismo	36	5,8
Peronismo disidente	35	5,3
Moyanismo	30	4,6
Empresarios	26	4,2
Gordos	26	4,2
Independientes - CGT	19	3
Gremialismo	16	2,1
Sciolismo	15	2,4
Frente Para Victoria	14	2,2
Coalición Cívica	11	1,8
Oposición	11	1,8
UCR	11	1,8
Unión-PRO	11	1,1
Economista	7	1,1
SI	7	1,1
Grupo Clarín	6	1
Consultoras	5	0,8
Intendentes bonaerenses	5	0,8
Socialismo	5	0,8
Medios oficiales	3	0,5
ONG	3	0,5
Intelectuales	2	0,3
Corte Suprema	1	0,2
Crítica de la Argentina	1	0,2
Grupo La Nación	1	0,2
Iglesia	1	0,2
Izquierda	1	0,2
Movimiento social anti k	1	0,2
Nuevo Encuentro	1	0,2
Partido Comunista	1	0,2
Universidad privada	1	0,2
Total	625	100

Cuadro 10

Reagrupados		
Sector de la fuente	Cantidad de veces	Porcentaje
El campo	123	19,68
Gobierno	102	16
Sindicalismo	94	15,04
Oposición	89	14,24
Muy difícil o imposible de identificar	87	13,92
Kirchnerismo	58	9,28
Empresarios	26	4,16
Otros	16	2,56
Economistas y consultoras	14	2,24
Medios opositores	8	1,28
Partidos progresistas	8	1,28
Total	625	100

Asimismo, en el Cuadro 11, aparecen los cargos o funciones más consultados. En general, se puede leer que hay una tendencia a consultar a las primeras líneas, como en el caso de los presidentes (de entidades rurales, empresarias, etcétera), secretarios generales (en el caso de los gremios), Jefes de Estado, gobernadores, diputados, senadores, ministros e intendentes (en el ámbito político). Rompe con este esquema la alta demanda de los referentes y los especialistas, que, igual, no superan el 6 por ciento de los entrevistados.

Cuadro 11

Cargo de la fuente	Frecuencia	Porcentaje
Presidente	61	9,8
Diputado nacional	56	9
Secretario general	53	8,5
Referente / Especialista	37	5,9
Ministro	25	4
Cámaras	18	2,9
Senador nacional	14	2,2
Gobernador	11	1,8
Productor	9	1,4
Intendente	5	0,8

7.2- LOS TRES DIARIOS: ATRIBUCIÓN, ESTILO DE CITAR, CALIDAD Y SOPORTE DE LA FUENTE

En el Cuadro 12 aparece cómo se atribuye la información que proviene de una fuente. Si bien el primer golpe de vista entrega a la Atribución Directa en el tope de la tabla, cuando se pasa al Cuadro 13, con los datos reagrupados, vemos que casi hay una división por mitades entre una Atribución Directa y una atribución con algún tipo de reserva. Es más, dentro de este último grupo aparece en primer lugar la reserva total, es decir, un anónimo, que se lleva el 24 por ciento de las fuentes usadas.

Cuadro 12

Atribución	Cantidad de veces usada la atribución	Porcentaje
Directa	357	57,1
Reserva total	148	23,7
Indirecta con reservas	64	10,2
Indirecta	26	4,2
No expresada o fuente omitida	30	4,8
Total	625	100

Cuadro 13

Reagrupados		
Atribución	Cantidad de veces usada la atribución	Porcentaje
Directa	357	57,1
Con algún tipo de reserva	268	42,9
Total	625	100

Por otra parte, en el Cuadro 14, puede observarse que el Estilo Directo es el menos utilizado frente a la sumatoria de los dos restantes. Es decir, frente a la credibilidad que puede entregar las citas textuales –no por ello exentas de recortes-, se prefiere o, en el mejor de los casos, se usa indistintamente construcciones que necesitan más interpretación y que pueden ser desmentidas o refutadas con más facilidad. Esos números pueden disparar varias conclusiones pero dos en primer lugar: que las fuentes no emiten mensajes de buena calidad y, por lo tanto, hay que reelaborarlos o interpretarlos; o se trata de algo a lo cual no se le presta la suficiente atención y para el cronista sólo se trata de diferencias de forma.

Cuadro 14

Estilo de citar	Cantidad de fuentes citadas	Porcentaje
Directo	284	45,4
Indirecto	97	15,5
Híbrido	214	34,2
No expresada o fuente omitida	30	4,8
Total	625	100,0

En el Cuadro 15 se muestra la calidad de las fuentes utilizadas. Aunque en la cima de la nómina aparecen las fuentes de Primer Orden, es decir, aquellas que su grado de intermediación es cero porque ellas son parte de la noticia, hay que hacer un llamado de atención: no se puede obviar la preponderancia que tiene el material de las agencias noticias en los productos de los diarios. La nula mención al uso de despachos informativos echa duda sobre todo el material elaborado. Si bien no puede decirse que los diarios acceden a todas las fuentes de primer orden a través de las agencias, menos puede decirse lo contrario.

El otro dato negativo que hecha por tierra los consensos mínimos profesionales es que entre fuentes anónimas (37,8) y omitidas (4,8) se alcanza un 42,6 por ciento, es decir, 4 de cada 10 fuentes usadas no tienen un origen cierto para los lectores. Aquí otra vez hay que llamar la atención sobre el trabajo de los editores, de los propietarios de medios y de los lectores, quienes, desde su lugar, avalan esta metodología.

Cuadro 15

Calidad	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Primer orden	298	47,7
Anónimo	236	37,8
Autorizada	43	6,9
No expresada o fuente omitida	30	4,8
Otros medios	10	1,6
Segundo orden	4	0,6
Archivo	2	0,3
Observación directa	1	0,2
Parainformación	1	0,2
Total	625	100

Por último, cuando se analiza el soporte (Cuadro 16) de las fuentes usadas, queda de manifiesto que la declaración de los protagonistas, ya sea en primer o segundo orden, es el recurso, por amplio margen, más utilizado para armar las piezas periodísticas. Además, en segunda instancia también aparecen los actos, elementos que se relacionan de maneja directa con las declaraciones; con el agravante que producen testimonios que comparten todos los medios. En tercer lugar, muy atrás, con un 7,2 por ciento, se encuentran los documentos, sobre los que existe un consenso de que se tratan de las fuentes más contundentes. Luego, la entrevista, que también es una declaración pero con la fortaleza de la exclusividad, también tiene una utilización mínima.

Cuadro 16

Soporte	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Declaración	296	47,4
No especificado	144	23
Acto	53	8,5
Documento	45	7,2
No expresada o fuente omitida	30	4,8
Conferencia de prensa	24	3,8
Entrevista	12	1,9
Comunicado	9	1,4
Radio	3	0,5
Televisión	3	0,5
Boletín Oficial	2	0,3
Prensa gráfica	2	0,3

Volante	1	0,2
Agencia de noticias	1	0,16
Total	625	100

7.2- ANÁLISIS POR DIARIO: SECTOR DE LA FUENTE

Los Cuadros 18, 19 y 20, ubicados abajo, muestran datos desagregados por cada uno de los diarios analizados, *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*, respectivamente, según la cantidad de veces que fueron consultados los sectores que aparecen en la primera columna, tomando todos los temas. La aclaración que hay que hacer antes de continuar se refiere a los ítems Otros y Fuente no expresada o fuente omitida. En el primer caso, se ubican los sectores difíciles de clasificar o que tienen una aparición extraordinaria con respecto a la muestra.

En el segundo caso, Fuente no expresada o fuente omitida, cómo ya se explicó, se trata de las notas que fueron elaboradas sin una fuente identificable. Aquí aparece un límite difícil de soslayar pero si bien no se puede asegurar que en todos los casos se trate de una información inventada o con poco fundamento, tampoco estaría bien pensar que se tratan de testimonios exclusivos y trascendentes que merecen un *off the record abierto*. Hay que tener en cuenta que son casos donde no aparece ni una exigua mención al origen de los datos; porque si no sería una Atribución de Reserva Total y podría ser ubicada en algún sector o, al menos, en el ítem Otros, como ya fue explicado.

Cuadro 18

CLARÍN		
Sector	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Peronismo disidente	16	9,1
Coalición Cívica	2	1,1
Oposición	2	1,1
Duhaldismo	1	0,6
UCR	1	0,6
Socialismo de Santa Fe	1	0,6
Total Oposición	23	13,1
Gobierno	14	8,0
Sciolismo	6	3,4
Kirchnerismo	5	2,8
Total Oficialismo	25	14,2
Gordos'	12	6,8
Moyanismo	9	5,1
Gremialismo	7	4,0
CGT Independientes	6	3,4
CGT	1	0,6
Total Sindicalismo	35	19,9
Mesa de Enlace	17	9,7
Ruralistas	13	7,4
Total Campo	30	17,0

Grupo Clarín	4	2,3
Grupo La Nación	1	0,6
Medios oficiales	1	0,6
Total Medios	6	3,4
Empresarios	9	5,1
Consutoras	3	1,7
ONG	2	1,1
Economistas	1	0,6
Total Analistas	15	8,5
Otros	22	12,5
Total Otros	22	12,5
No expresada o fuente omitida	20	11,4
Total Fuente no expresada	20	11,4
Total Fuentes	176	100,0

Cuadro 19

LA NACIÓN		
Sector	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Peronismo disidente	8	3,2
Coalición Cívica	5	2,0
Oposición	5	2,0
UCR	4	1,6
Unión-PRO	3	1,2
Macrismo	2	0,8
Socialismo de Santa Fe	2	0,8
Duhaldismo	1	0,4
Piqueteros 'anti k'	1	0,4
Total Oposición	31	12,5
Gobierno	34	13,7
Kirchnerismo	30	12,1
Sciolismo	9	3,6
Intendentes bonaerenses	5	2,0
Frente Para la Victoria	4	1,6
Total Oficialismo	82	33,1
Moyanismo	12	4,8
Gordos	7	2,8
CGT Independientes	7	2,8
Gremialismo	5	2,0
UOM	1	0,4
Total Sindicalismo	32	12,9
Ruralistas	35	14,1
Mesa de Enlace	15	6,0
Total Campo	50	20,2
Grupo Clarín	3	1,2
Diario Crítica	1	0,4
Medios oficiales	1	0,4

Total Medios	5	2,0
Empresarios	14	5,6
Economistas	5	2,0
ONG	1	0,4
Total Analistas	20	8,1
Solidaridad de Igualdad	3	1,2
Total Otros partidos políticos	3	1,2
Otros	19	7,7
Total Otros	19	7,7
No expresada o fuente omitida	6	2,4
Total Fuente no expresada	6	2,4
Total Fuentes	248	100,0

Cuadro 20

PÁGINA 12		
Sector	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Peronismo disidente	9	4,5
Unión-PRO	6	3,0
UCR	6	3,0
Coalición Cívica	4	2,0
Oposición	4	2,0
Socialismo Santa Fe	2	1,0
Total Oposición	31	15,4
Gobierno	54	26,9
Frente Para la Victoria	10	5,0
Kirchnerismo	1	0,5
Total Oficialismo	65	32,3
Moyanismo	8	4,0
Gordos	7	3,5
CGT Independientes	6	3,0
Gremialismo	1	0,5
ATE	1	0,5
CTA	1	0,5
Total Sindicalismo	24	11,9
Mesa de Enlace	28	13,9
Ruralistas	15	7,5
Total Campo	43	21,4
Empresarios	3	1,5
Intelectuales	2	1,0
Consultora	1	0,5
Economistas	1	0,5
Universidad privada	1	0,5
Total Analistas	8	4,0
Solidaridad e Igualdad	4	2,0
MST	1	0,5
Partido Comunista	1	0,5
Total Otros partidos políticos	6	3,0
Otros	18	9,0

Total Otros	18	9,0
No expresada o fuente omitida	4	3,0
Total Fuente no expresada	4	3,0
Total Fuentes	201	100,0

Con respecto a los números que aportan las tablas, la primera cuestión que puede marcarse está en el cuadro correspondiente a *Clarín*. Ahí puede apreciarse el sector que más fuentes se lleva es el Sindicalismo, con un 20 por ciento del total. Si bien en parte esto es un fenómeno que se da por las características de la muestra –problema que es zanjado más adelante con el detalle por temas-, la desproporción se hace evidente en la comparación con los otros dos matutinos. En este sentido hay que señalar que hay un cierto equilibrio hacia las distintas partes del Sindicalismo.

Otra divergencia manifiesta es que *Clarín* es, por lejos, el que menos recurre al Oficialismo: sólo en el 14 por ciento de las ocasiones; mientras *La Nación* y *Página 12* lo hacen en un 33 y 32 por ciento, respectivamente. El trato desigual se agudiza en *Clarín* porque la Oposición es buscada el 13 por ciento de las veces y el Campo, en el 17; lo que significa un 30 por ciento de voces que cuestionan lo que representa el Ejecutivo. Hay que señalar que, en los cinco temas que más fuentes acaparan –Cuadro 18-, el Oficialismo es una de las partes principales.

Siempre con *Clarín*, también se aprecia un importante desnivel al señalar que dentro de la Oposición predomina casi de manera de total el Peronismo disidente, con un 9 por ciento (de 13). Sin ser perfecta, puede observarse que la distribución de cantidades en los otros dos diarios es más pareja. Algo similar ocurre con los Analistas: el 5 por ciento son Empresarios (de 8,5). En este apartado, *La Nación* se comporta de la misma manera –predominio de los Empresarios- y sólo *Página 12* se preocupa por nivelar las apariciones con la consulta a Intelectuales.

En el caso de *La Nación* –Cuadro 19-, la diferencia más amplia está en las referencias al Campo, con un 20 por ciento de las fuentes consultadas, en lo que respecta a los sectores contrarios al oficialismo, relegando a un 12 por ciento a la Oposición en términos de partidos políticos. Esta amplitud de 8 puntos porcentuales duplica a la de *Clarín* (17 y 13 por ciento respectivamente) y supera en 2 puntos a la de *Página 12* (21 y 15 por ciento, respectivamente). Otro desequilibrio fuerte en este diario tiene lugar dentro del sector Campo, donde los Ruralistas fueron requeridos en un 14 por ciento de y la Mesa de Enlace, un 6.

Por último, al examinar *Página 12* –Cuadro 20-, el desequilibrio más grande aparece dentro del sector Oficialismo, donde el Gobierno tiene un 27 por ciento de las fuentes, de 32, seguido muy atrás por el Frente Para la Victoria, con un 5. En *Clarín*, esta amplitud de 22 puntos porcentuales se reduce a 4 puntos (8 y 4, Gobierno y Sciolismo, respectivamente) y casi no existe en *La Nación* (13 y 12, Gobierno y Kirchnerismo, respectivamente).

En general, hacia dentro de cada diario se repite la tendencia que mostraban los Cuadros 9 y 10, que los sectores más consultados son los más tradicionales y los que ostentan más poder e influencia (agro, oficialismo y partido políticos de centroderecha y derecha); es decir, las publicaciones son permeables a sus discursos y resultan inaccesibles para otros de menor nivel de corporativismo pero quizá con más

representación en la sociedad, como podría ser el caso de los consumidores o de las ONG, que casi no aparecen. Lo mismo ocurre al momento de tratar el tema del sindicalismo, donde sólo *Página 12* hace un mínimo intento de sumar a ATE y CTA al debate, gremio y central, respectivamente, que nuclean a una parte mayoría de los empleados públicos del país.

7.3- ANÁLISIS POR DIARIO: ATRIBUCIÓN DE LA FUENTE

Con respecto a la atribución de las fuentes, los tres cuadros 21, 22 y 23 muestran que, para los diarios analizados, la opción de no usar la forma Directa (con nombre y apellido, para decirlo más claro) no es un recurso extraordinario sino la segunda elección, y más que nada para *Clarín* y, en menor medida, para *La Nación* y *Página 12*, respectivamente.

Cuadro 21

CLARÍN		
Atribución	Cantidad de fuentes atribuidas	Porcentaje
Directa	96	54,5
Indirecta	13	7,4
Indirecta con reservas	17	9,7
Reserva total	30	17,0
No expresada o fuente omitida	20	11,4
Total	176	100,0

Cuadro 22

LA NACIÓN		
Atribución	Cantidad de fuentes atribuidas	Porcentaje
Directa	142	57,3
Indirecta	9	3,6
Indirecta con reservas	25	10,1
Reserva total	66	26,6
No expresada o fuente omitida	6	2,4
Total	248	100,0

Cuadro 23

PÁGINA 12		
Atribución	Cantidad de fuentes atribuidas	Porcentaje
Directa	119	59,2
Indirecta	4	2,0
Indirecta con reservas	22	10,9
Reserva total	52	25,9
No expresada o fuente omitida	4	2,0
Total	201	100,0

El comparativo de estas tablas casi no arroja grandes matices y no precisamente se trata de un emparejamiento 'hacia arriba', todo lo contrario. Al contabilizar las atribuciones

de Reserva total y No expresada, *Clarín* tiene un 28 por ciento; *La Nación*, un 29; y *Página 12*, un 28. Esto demuestra que la Reserva total no es el último recurso sino una opción usada una de cada tres veces. En esta tabla y en las siguientes, aparece el ítem 'no expresada' para evitar que se disparen los demás al reducir los casos computados (a menor cantidad, los porcentajes suben).

7.4- ANÁLISIS POR DIARIO: ESTILO DE CITAR LA FUENTE

Con respecto a estilo de citar –Cuadros 25, 26 y 27, ubicados abajo-, se puede apreciar que *Clarín* es el que más bajo porcentaje de Estilo directo computa, un 39, frente a 52 de *La Nación*, que se ubica primero, y 42 de *Página 12*. Además, *Clarín* es el diario que más usa el Estilo indirecto, con un 19 por ciento. Estos dos datos significan que éste último apela más parafrasear e interpretar las palabras de sus fuentes que las otras publicaciones estudiadas. En este sentido, es *La Nación* el que más esfuerzo hace por presentar a sus lectores citas textuales, ya que además sólo usa en un 14 por ciento el Estilo indirecto.

Cuadro 25

CLARÍN		
Estilo de citar	Cantidad de fuentes citadas	Porcentaje
Directo	69	39,2
Indirecto	33	18,8
Híbrido	54	30,7
No expresada o fuente omitida	20	11,4
Total	176	100,0

Cuadro 26

LA NACIÓN		
Estilo de citar	Cantidad de fuentes citadas	Porcentaje
Directo	130	52,4
Indirecto	36	14,5
Híbrido	76	30,6
No expresada o fuente omitida	6	2,4
Total	248	100,0

Cuadro 27

PÁGINA 12		
Estilo de citar	Cantidad de fuentes citadas	Porcentaje
Directo	85	42,3
Indirecto	28	13,9
Híbrido	84	41,8
No expresada o fuente omitida	4	2,0
Total	201	100,0

Aquí se hace especial hincapié en el desempeño de los Estilos directo e indirecto porque el Estilo híbrido es una combinación de los dos –siempre en una misma cita, no a lo

largo de un párrafo o de un texto- por lo que su valor tiende a ser neutro; aunque, por supuesto, tiene un nivel más alto de parafraseo o interpretación que una cita directa, sin olvidar nunca que esta última también es parte de un recorte y que las declaraciones textuales son insertadas en un contexto que no es el mismo donde fueron realizadas.

7.5- ANÁLISIS POR DIARIO: CALIDAD DE LA FUENTE

Los siguientes Cuadros 28, 29 y 30 corresponden a la calidad de las fuentes utilizadas por los diarios indagados. El dato que resalta primero se relaciona con las fuentes de Primer orden –aquellas que refieren a los protagonistas de los diferentes hechos narrados-, punto más alto en los tres casos: 55 por ciento para *Página 12*; 45 para *Clarín*, y 43 para *La Nación*. Si bien es para destacar la importante porción que se dedica a las voces de primera mano, hay que decir que, salvo en alguna entrevista presentada como tal, los matutinos rara vez acompañan los testimonios con el adjetivo ‘exclusivo’ o con alguna referencia a cómo y en qué contexto fueron conseguidos.

A esto hay que sumarle el rol medular e irremplazable que cumplen las agencias de noticias nacionales e internacionales, las cuales sirven para cubrir gran parte de la superficie redaccional –el autor de esta Tesis puede confirmar esto a partir de su trabajo en una redacción en un diario de alcance regional-. Es decir, hay fuertes indicios para pensar que la mayoría de las fuentes de primer orden son, en realidad, de segundo orden, que surgen de cables noticiosos. Esta sospecha se refuerza con una simple pregunta retórica: ¿si una publicación puede acceder a un protagonista y sus competidores no, por qué no lo va a decir para congraciarse con sus lectores?

Cuadro 28

CLARÍN		
Calidad	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Anónimo	59	33,5
Archivo	1	0,6
Autorizada	9	5,1
Otros medios	5	2,8
Primer orden	80	45,5
Segundo orden	2	1,1
Observación directa	0	0,0
Parainformación	0	0,0
No expresada o fuente omitida	20	11,4
Total	176	100,0

Cuadro 29

LA NACIÓN		
Calidad	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Anónimo	101	40,7
Archivo	1	0,4
Autorizada	25	10,1
Otros medios	4	1,6
Primer orden	107	43,1

Segundo orden	2	0,8
Observación directa	1	0,4
Parainformación	1	0,4
No expresada o fuente omitida	6	2,4
Total	248	100,0

Cuadro 30

PÁGINA 12		
Calidad	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Anónimo	76	37,8
Archivo	0	0,0
Autorizada	9	4,5
Otros medios	1	0,5
Primer orden	111	55,2
Segundo orden	0	0,0
Observación directa	0	0,0
Parainformación	0	0,0
No expresada o fuente omitida	4	2,0
Total	201	100,0

La otra conclusión que se desprende, urgente, de estas tres tablas es el elevado uso de los anónimos, que ocupan la segunda posición en los tres diarios con las siguientes w impactantes cifras: *La Nación*, 40 por ciento; *Página 12*, 37; y *Clarín*, 33. Aquí se puede retomar un concepto vertido con anterioridad: no se trata de un recurso extraordinario si no la segunda opción o tercera. En el caso de *La Nación*, por ejemplo, parece difícil que esa decisión sea producto de tener un 40 por ciento de informaciones cruciales, peligrosas, complicadas u ocultas que merezcan la protección del emisor y el respaldo, frente a los lectores, con el prestigio y la credibilidad del diario. Lo mismo para los dos restantes.

Para destacar surge el alto nivel –siempre con respecto a la comparación– que obtienen las fuentes Autorizadas en *La Nación*, un 10 por ciento, frente al 5 de *Clarín* y el 4 de *Página 12*. Además de que los protagonistas no siempre son los más indicados para informar sobre los acontecimientos, dado que son parte interesada, las Autorizadas suelen tener un componente de interpretación o de experiencia muy útil para los lectores. Quizá reforzar este ítem podría ser una clave si los diarios se decidieran a sincerar de dónde salen las de Primer orden. O apostar a las de Segundo orden –que no sean compartidas–, las cuales casi no existen.

7.6- ANÁLISIS POR DIARIO: SOPORTE DE LA FUENTE

Con respecto al soporte de la fuente, problemática abordada con los Cuadros 31, 32 y 33, puede verse como se mantiene la tendencia general (47 por ciento, Cuadro 16) de la prioridad de las Declaraciones, aunque *Página 12* (con 51) y *La Nación* (con 50) sobrepasan ese nivel y *Clarín* (con 38) se ubica por debajo con un margen cercano al 10 por ciento. No es que los otros soportes no se manifiesten o no se compongan de declaraciones pero, al menos, se aclara en qué contexto particular fueron recopilados los testimonios.

Cuadro 31

CLARÍN		
Soporte	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Acto	21	11,9
Boletín Oficial	1	0,6
Comunicado	2	1,1
Conferencia de prensa	6	3,4
Declaración	68	38,6
Documento	16	9,1
Entrevista	3	1,7
Prensa gráfica	1	0,6
Radio	2	1,1
Televisión	1	0,6
No especificado	35	19,9
No expresada o fuente omitida	20	11,4
Total	176	100

Cuadro 32

LA NACIÓN		
Soporte	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Acto	21	8,5
Boletín Oficial	1	0,4
Comunicado	4	1,6
Conferencia de prensa	13	5,2
Declaración	124	50,0
Documento	13	5,2
Entrevista	2	0,8
Prensa gráfica	1	0,4
Radio	1	0,4
Televisión	2	0,8
Volante	1	0,4
No especificado	59	23,8
No expresada o fuente omitida	6	2,4
Total	248	100

Cuadro 33

PÁGINA 12		
Soporte	Cantidad de fuentes	Porcentaje
Acto	11	5,5
Agencia de noticias	1	0,5
Comunicado	3	1,5
Conferencia de prensa	5	2,5
Declaración	104	51,7
Documento	16	8,0
Entrevista	7	3,5
No especificado	50	24,9
No expresada o fuente omitida	4	2,0
Total	201	100,0

Otro comportamiento presente en los tres diarios es el bajo nivel en el uso de Entrevistas, el formato que garantiza una conversación exclusiva, donde el periodista impone, con matices, las temáticas y elige las preguntas, siempre según un equilibrio entre sus inquietudes, las del medio y las de sus lectores; todo lo contrario a la declaración simplona y presentada así, a secas, donde los protagonistas se expiden a su gusto sobre los temas que ellos desean o eligen. Es realmente llamativo que los medios gráficos casi no recurran a esta herramienta de recopilación de información, uno de los instrumentos periodísticos por excelencia.

Tampoco supera el 10 por ciento, en ninguno de los matutinos, la utilización de Documentos, el soporte más contundente, por su alto valor de veracidad, para construir las noticias. Es más, en *La Nación* cae a 5 puntos el empleo de ese recurso. Quizá haya una idea extendida de que sólo son necesarios cuando se denuncian grandes hechos de corrupción o delitos graves; lo que se conoce como periodismo de investigación.

Por último, también hay que advertir que en *Clarín* y *La Nación* los Actos y las Conferencias de prensa, sumados, están por el 14 por ciento; quizá un tanto elevado si se considera que se trata de soportes compartidos por todos los medios, no sólo gráficos, y que, en varias ocasiones, son televisados en directo, más que nada por los canales de noticias que transmiten las 24 horas.

7.7- ANÁLISIS POR TEMA

En el Cuadro 34, ubicado a continuación, se pone la lupa en como cada diario abordó, con respecto al sector de las fuentes utilizadas, el denominado “Conflicto del campo”, nombre que aquí se toma para lograr una referencia rápida pero sin desconocer que ‘conflicto’ y ‘campo’ no son conceptos neutros. Se eligió esta temática porque se trata de la que mayor cobertura recibió, a nivel notas y fuentes, durante el período de tiempo que se tomó para este trabajo.

Lo que sí se puede decir, a partir de las cifras, es que estas publicaciones decidieron plantear –simplificar, se podría decir- los sucesos como una puja entre tres partes (Gobierno, Ruralistas y Mesa de Enlace) o dos (Gobierno y el Campo). Y esto es lo que permite hablar de equilibrio o desequilibrio. De lo contrario, siempre sería posible encontrar a una persona o sector no representado. Por eso es necesario primero establecer sobre qué actores el sistema de medios construye el conflicto para después sí hablar de trato justo, siempre con respecto a los protagonistas elegidos.

De regreso al interés de esta Tesis, la tabla arroja que no hay trato equilibrado hacia las partes en pugna ni siquiera si se divide al campo en Mesa de Enlace y Ruralistas, ya que, en los tres diarios, uno u otro de estos dos sectores supera con un margen considerable al Gobierno; franja que se hace mucho más extensa al sumarlos.

Con respecto a las fuentes más utilizadas, *Clarín* priorizó a la Mesa de Enlace como sector de consulta (20,3 por ciento). Lo mismo hizo *Página 12*, aunque con más énfasis, ya que recurrió a ese sector en el 32 por ciento de las veces. Por su parte, las fuentes más utilizadas por *La Nación* provienen de Ruralistas (31). En ese marco, es en este último donde la distancia entre uno de los sectores del Campo le saca más ventaja al

Gobierno, casi un 18 por ciento. Esa distancia baja a 12 puntos en *Clarín* y a 7 en *Página 12*. En tanto, si se toma como uno sólo sector a Ruralistas y Mesa de Enlace, vuelve a ser *La Nación* donde la brecha es más profunda con respecto al Gobierno, un 30 por ciento. Mientras, en *Clarín* es de 26 y en *Página 12*, de 15.

Por último, se puede señalar que *Clarín* es el único que atiende, con cierta importancia, a un sector por fuera de los tres más consultados. El autodenominado “gran diario argentino” toma en cuenta al Peronismo disidente en el 9 por ciento de las veces. También merece una mención el hecho que *Página 12* sea el medio que más fue en busca del Gobierno (en un 25 por ciento).

Cuadro 34

	CONFLICTO DEL CAMPO					
	CLARÍN (32 notas)		LA NACIÓN (26)		PÁGINA 12 (21)	
	Cantidad de fuentes	Porcentaje	Cantidad de f.	Por.	Cantidad de f.	Por.
Coalición Cívica	2	2,5	2	1,9	1	1,2
Consultora	2	2,5	0	0,0	0	0,0
Duhaldismo	1	1,3	1	0,9	0	0,0
Empresarios	1	1,3	4	3,7	2	2,4
Frente Para la Victoria	0	0,0	4	3,7	0	0,0
Gobierno	7	8,9	15	13,9	21	25,0
Grupo Clarín	0	0,0	1	0,9	0	0,0
Iglesia	1	1,3	0	0,0	0	0,0
Intelectual	0	0,0	0	0,0	1	1,2
Kirchnerismo	4	5,1	11	10,2	1	1,2
Medios oficiales	1	1,3	1	0,9	0	0,0
Mesa de Enlace	16	20,3	15	13,9	27	32,1
Mov'to social anti k	0	0,0	1	0,9	0	0,0
Oposición	1	1,3	1	0,9	0	0,0
Peronismo disidente	7	8,9	5	4,6	5	6,0
Ruralistas	12	15,2	34	31,5	15	17,9
Sciolismo	3	3,8	5	4,6	0	0,0
SI	0	0,0	1	0,9	0	0,0
Socialismo	3	3,8	0	0,0	0	0,0
UCR	1	1,3	1	0,9	1	1,2
Unión-PRO	0	0,0	1	0,9	3	3,6
Otros	7	8,9	5	4,6	5	6,0
No Expresada	10	12,7	0	0,0	2	2,4
Total	79	100,0	108	100,0	84	100,0

	Más alto
	2do más alto
	3ro más alto

7.8- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 7

Lo primero que quedó señalado –por aparición y no por importancia-, a partir de este análisis cuantitativo, para el cual se tomaron 200 piezas periodísticas y se relevaron 625 fuentes (contando también las repeticiones), es que si bien el promedio general indica que los diarios usan, al menos, 3 fuentes por nota, como indica la norma profesional, *Clarín*, tomado por separado, apenas supera las dos fuentes por texto.

No obstante, otro dato que surge es que el 44, 5 por ciento de las notas analizadas (89) se hicieron a partir de una sola fuente. Y si se toma en cuenta también las piezas con dos fuentes, se deduce que el 56, 5 por ciento no alcanza un piso mínimo de 3

El segunda conclusión a destacar es que el promedio de fuentes sube hasta casi 4 cuando se trata de las notas firmadas, lo que podría dar cuenta de que la rúbrica significa mayor elaboración y que el periodista se compromete más con su labor al momento de poner su nombre y apellido en juego. También puede decirse que los cronistas toman con más responsabilidad la profesión que los dueños de los medios.

Por otro lado, cuando la mirada parte del género de las notas, se obtiene que las fuentes por nota llegan a un 4,7 en las piezas informativas. En este caso, *Clarín* consigue, otra vez, el peor desempeño. Asimismo, los cuadros de contexto aportan el nada despreciable 20 por ciento de las fuentes.

Cuando se hace un análisis por día, Domingo y Sábado aparecen en anteúltimo y último lugar, respectivamente, en cuanto a cantidad de fuentes usadas. Esto va contra la sensación generalizada de esos días aparecen las producciones más elaboradas.

En tanto, se llegó a establecer que la cantidad de fuentes no es un criterio que usan los editores para armar la tapa porque las notas adelantadas en portada con titular o foto no son las que más fuentes tienen. Por el contrario, registran menos. Tampoco lo es al momento de abordar un tema porque los sucesos con más cobertura –es decir, los que más notas se llevan- no son los que más fuentes ameritan. Por el contrario, disminuyen a medida que aumenta el espacio destinado.

Al momento de ver las fuentes más usadas, irrumpe como información preocupante que el primer lugar es compartido por “según pudo saber este medio”, lo que indica la elevada utilización de los anónimos. El otro lugar de la cúspide es para Cristina Fernández de Kirchner, lo que demuestra que la figura presidencial sigue siendo la más buscada por los medios, más allá de sus posturas políticas.

El resto de las diez primeras posiciones demuestran cómo los diarios se inclinan por los sectores corporativos más tradiciones como el Gobierno, el agro (Hugo Biolcatti, Eduardo Buzzi, Mario Llambías, la Mesa de Enlace), el sindicalismo (Hugo Moyano, Oscar Lescano, Andrés Rodríguez, Gerardo Martínez) y el empresariado (AEA).

Aquí hay que recordar que *Clarín* es, por lejos, el que menos recurre al Oficialismo: sólo en el 14 por ciento de las ocasiones; mientras *La Nación* y *Página 12* lo hacen en un 33 y 32 por ciento, respectivamente.

Por otra parte, cuando se examina el estilo de atribución a las fuentes, se tiene que casi hay una división por mitades entre una Atribución directa y una atribución con algún tipo reserva, lo que delata el poco esfuerzo de los matutinos y sus periodistas en suministrarle a sus lectores el origen de sus informaciones o, por lo menos, otorgarle algún indicio fuerte.

Con el estilo de citar ocurre algo parecido en el sentido de despejar velos y ofrecer mensajes claros: el Estilo directo es el menos utilizado frente a la sumatoria de los dos restantes, el indirecto y el híbrido, opciones que necesitan más interpretación y que pueden ser desmentidas o refutadas con más facilidad.

Se puede apreciar que *Clarín* es el que más bajo porcentaje de Estilo directo computa, un 39, frente a 52 de *La Nación*, que se ubica primero, y 42 de *Página 12*. Además, *Clarín* es el diario que más usa el Estilo indirecto, con un 19 por ciento.

En general, se puede leer que hay una marcada tendencia a consultar a las primeras líneas, como en caso de los titulares o presidentes (de entidades rurales, empresarias, etcétera), secretarios generales (en el caso de los gremios), Jefes de Estado, gobernadores, diputados, senadores, ministros e intendentes (en el ámbito político).

Con respecto a la calidad, en la cima aparecen las fuentes de Primer orden (47,7 por ciento), es decir, aquellas que su grado de intermediación es cero porque ellas son parte de la noticia. No obstante, se reitera, la nula mención al uso de agencias de noticias genera cierta sospecha sobre el material publicado.

Aquí también alarma el alto porcentaje que cosechan los anónimos (37,8) y el bajo porcentaje que tienen las fuentes Autorizadas, el material de Archivo y la Observación directa. La Entrevista, que también es una declaración pero con la fortaleza de la exclusividad, también tiene una utilización mínima. No obstante, la Declaración de los protagonistas es el recurso, por amplio margen, más utilizado para armar las piezas periodísticas. En materia de anónimos, *La Nación* lidera las acciones con un 40 por ciento.

Por último, al momento de analizar cómo fue abordado el llamado “Conflicto del campo”, los resultados indican que no hubo trato equilibrado hacia las partes en pugna ni siquiera si se divide al campo en Mesa de Enlace y Ruralistas, ya que, en los tres diarios, uno u otro de estos dos sectores supera con un margen considerable al Gobierno; franja que se hace mucho más extensa al sumarlos.

Con respecto a las fuentes más utilizadas, *Clarín* priorizó a la Mesa de Enlace como sector de consulta (20,3 por ciento). Lo mismo hizo *Página 12*, aunque con más énfasis, ya que recurrió a ese sector en el 32 por ciento de las veces. Por su parte, las fuentes más utilizadas por *La Nación* provienen de Ruralistas (31).

CAPÍTULO 8

Análisis cualitativo



8



CAPÍTULO 8: ANÁLISIS CUALITATIVO

Para realizar el análisis cualitativo se tomaron las 30 piezas periodísticas que reunían tres requisitos: pertenecer a un tema tratado por los tres medios (Conflicto del campo, Pelea en la CGT, Superpoderes y Conflicto en el INDEC), tener prioridad principal⁵⁷ – es decir, aquellas que no eran notas secundarias ni contextuales-, y ser del género informativo. A partir de la lectura de esos textos (11 notas de *Clarín*, 11 de *La Nación* y 8 de *Página 12*) se establecieron una serie de comportamientos, de los cuales se dan cuenta a continuación:

8.1- ASEVERACIONES SIN RESPALDO DE FUENTES O CON FUENTES ANÓNIMAS

En la nota “Compromiso de los líderes de la oposición con la Mesa de Enlace”⁵⁸, el periodista de *Clarín* Matías Longoni comienza con una cita directa - que sólo es atribuida a “un dirigente agropecuario”. Es decir, se apela al anonimato en una información que es muy importante para el texto, que inicia así:

“Kirchner dijo durante toda la campaña: 'Soy yo o el caos'. Bueno, esto es el caos", bromeó un dirigente agropecuario.

Lo mismo ocurre en “El campo va al diálogo pero quiere una reunión a solas con el Gobierno”⁵⁹, que *Clarín* publica el lunes 20 de julio y aparece firmada por Silvia Naishtat: no existe fuente que avale una de las hipótesis centrales. En el primer párrafo, el periodista asegura que “desde entonces (desde el voto “no positivo” de Julio Cobos), para el campo, las cosas no cambiaron demasiado”, aseveración que no se apoya en testimonios ni datos.

La práctica de no fundamentar en una fuente identificable los puntos más importantes de la nota también aparece en “Scioli le llevará a la Presidenta los reclamos que tiene el campo”⁶⁰, pieza publicada el sábado 25 de julio y suscrita por Leonardo Mindez para *Clarín*.

Allí, la contundente afirmación “Daniel Scioli sigue avanzando en la construcción de un camino propio tras el cachetazo electoral que sufrió junto a Néstor Kirchner” se apoya en un solo testimonio atribuido con reserva total de la siguiente forma: “Según pudo saber Clarín de fuentes presentes en la reunión”, en referencia a un encuentro que Scioli mantuvo con dirigentes agropecuarios durante la Exposición Rural de Palermo.

En el mismo texto, el cronista también omite sustento al siguiente enunciado, potente como el anterior: “José Pampuro, otro que dio todas las muestras de fidelidad kirchnerista en el pasado pero que ahora elige sumarse al reagrupamiento de peronistas bonaerenses con perfil dialoguista que ensaya Scioli”.

⁵⁷ Es un concepto que hace referencia a la ubicación de la nota en la página. Hay cierto consenso profesional para establecer que la nota principal es la que está en la zona superior, lo que se conoce como ‘cabeza de página’. Luego, abajo o a un costado, se ubican las notas secundarias y los cuadros de contexto, casi siempre sin foto y con un tamaño menor en la tipografía de sus títulos.

⁵⁸ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/17/elpais/p-01959949.htm>

⁵⁹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/20/elpais/p-01961803.htm>

⁶⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/27/elpais/p-01966223.htm>

Asimismo, en la nota “Pulseada entre el Gobierno y el campo por US\$ 3.000 millones”⁶¹, escrita por Longoni el lunes 27 de julio para *Clarín*, tres ideas fuertes, de cuatro, no son consecuencia de una fuente: que “el Gobierno, en tanto, estudia correcciones que van en el sentido que pide el agro, pero serían de alcance más limitado”; “la UCR considera que el reclamo rural es por lo menos exagerado”; y “el PRO y el peronismo disidente parecen más cerca de la posición del campo, lo mismo que -con matices- la Coalición Cívica”.

Otra muestra de enunciados nada respaldados puede señalarse en “Cristina se anticipó y anunció más subsidios a los tamberos”⁶², publicada del viernes 31 de julio con la firma de Marta Platía en *Clarín*. La nota se refiere a un acuerdo que la Presidenta había cerrado con tamberos de Córdoba y el dato más importante, porque contradice la efectividad de la medida, es que los firmantes fueron “unos pocos productores e industriales lácteos”. Pero por qué se dice “unos pocos” no aparece explicado.

Más adelante, ocurre algo similar porque, a partir de un trascendido, se le da entidad a una protesta que estaba pensada contra la Jefa de Estado: “Durante las casi siete horas de espera, en los corrillos se especuló con un posible escrache de la Federación Agraria”. Así, otra información delicada y trascendente, surge desde el anonimato.

Aún cuando el escrache era un supuesto, la cronista redacta que, así, “Cristina Kirchner gozó de un acto casi amable en el que aprovechó para inventariar sus últimos logros”. Es decir, se salvó de algo que no nunca estuvo confirmado de manera fehaciente.

En “Gestiones urgentes del Gobierno para evitar que se fracture la CGT”⁶³, del miércoles 22 de julio –con la firma de Leonardo Mindez-, aparece otra vez que lo central de la nota no está demasiado respaldado. Aquí, es a partir de un anónimo –“según pudo saber *Clarín*”, a secas- que surge la información de que “el jefe de Gabinete, Aníbal Fernández, y los ministros de Planificación y de Trabajo, Julio De Vido y Carlos Tomada, gastaron sus teléfonos en las últimas horas en contactos con los principales dirigentes sindicales para tratar de encauzar la crisis”.

Otra nota dónde su idea-fuerza no está cimentada con fuentes es la que escribió José Crettaz para *La Nación*, el lunes 17 de julio, titulada “La oposición acordó con la Comisión de Enlace impulsar en el Congreso la baja inmediata de las retenciones y la reforma de la Oncca”⁶⁴. Se trata de la crónica del encuentro que mantuvieron los integrantes de la Mesa de Enlace y otros dirigentes del campo con más de cuarenta legisladores opositores, entre diputados y senadores nacionales.

A pesar de la masividad de la convocatoria, ningún testimonio avala la siguiente proposición de Crettaz, que aparece en el primer párrafo y provoca el titular: “Todos los partidos de la oposición y la Comisión de Enlace del campo acordaron ayer impulsar el mes próximo la baja inmediata de las retenciones a las exportaciones de granos y reformar la Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario (Oncca), organismo que regula y restringe el comercio de los productos del campo”.

⁶¹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/27/elpais/p-01966223.htm>

⁶² <http://www.clarin.com/diario/2009/07/31/elpais/p-01969135.htm>

⁶³ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/22/elpais/p-01963038.htm>

⁶⁴ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1151437

Otra pieza periodística que aparece débil porque dos cuestiones de peso no son defendidas con fuentes es “Fuerte protesta del campo en todo el país”⁶⁵ -de Mercedes Manfroni para *La Nación*-. La primera es que no está demostrado el carácter “nacional” del reclamo. Sólo se menciona a “14 ciudades del interior”, las cuales no están identificadas ni se informa las cantidades de asistentes en cada punto.

La segunda es en el último párrafo, donde queda expresado que “en Santa Fe, los tamberos fueron más duros y le solicitaron a la Comisión de Enlace que el viernes próximo dispusiera movilizaciones y bloqueos a industrias lácteas de todo el país si a partir de esa fecha no se obtienen respuestas favorables al reclamo de actualización del precio que recibe el productor”. Tan grave amenaza no tiene un emisor identificado, sólo “tamberos de Santa Fe”.

Otra nota construida a partir de un solo anónimo es “El Gobierno convocará hoy al campo”⁶⁶, de *La Nación* del lunes 27 de julio y firmada por Crettaz. Justamente, la idea de que el Ejecutivo llamará a los dirigentes rurales sale de una “fuente oficial” que permanece en reserva total.

En “Los pesos pesado juegan su último round”⁶⁷, de la edición de *Página 12* del jueves 23, firmada por Martín Piqué, el dato más trascendente de la nota, que el Gobierno terció para que la CGT no se fracturara, no está respaldado con una fuente. Es más, ni siquiera se dice dónde salió la información usando los tan trillados “según pudo saber este medio”; “una alta fuente oficial señaló a este medio”; “señaló uno de los negociadores en *off the record*”, etcétera. Esta omisión puede hablar también de la poca exigencia que sienten desde sus lectores los periodistas y dueños de los diarios.

Siempre en *Página 12*, el mismo método persiste un día después, el viernes 24, en la nota “Si algún error cometí, pido disculpas”⁶⁸, también de Piqué. Allí, otra vez, el dato de ministros del Gobierno intercedieron entre Moyano y los “Gordos” no está acompañado de una fuente, siquiera en reserva total.

En esta pieza se suma que también está carente de fuentes la aseveración de “que Gordos e Independientes están reclamando que Moyano les permita incorporar a hombres de su confianza en los lugares de decisión de la Administración de Programas Especiales (APE) de la Superintendencia de Servicios de Salud”.

8.2- FALTA DE PLURALISMO O TERCERA FUENTE

Por ejemplo, esto ocurre en la ya citada “Compromiso de los líderes de la oposición con la Mesa de Enlace”⁶⁹. En esta pieza periodística de *Clarín* sólo se usa como fuentes a dirigentes del campo y a figuras de la oposición, omitiendo una segunda y tercera fuente, el Gobierno y un sector con cierta imparcialidad, respectivamente.

⁶⁵ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1151934

⁶⁶ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1155355

⁶⁷ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128712-2009-07-23.html>

⁶⁸ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128791-2009-07-24.html>

⁶⁹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/17/elpais/p-01959949.htm>

Otra vez, *Clarín* no apela al pluralismo en “El campo va al diálogo pero quiere una reunión a solas con el Gobierno”⁷⁰: las únicas fuentes citadas sólo pertenecen a entidades agrarias (Pablo Orsolini y Eduarco Buzzi, Federación Agraria Argentina; Carlos Garetto; Coninagro; Mario Llabías, Confederaciones Rurales Argentinas). Tampoco aparece la mención de que hubo algún intento no exitoso de consultar al oficialismo, el otro sector que aparece mencionado.

Por su parte, Mindez –para *Clarín* en “Scioli le llevará a la Presidenta los reclamos que tiene el campo”⁷¹ - cita como terceras fuentes a ruralistas, al diputado opositor Francisco De Narváez y a la Iglesia Católica, de sectores enfrentados al Gobierno nacional – cuando éste es parte del conflicto-, por lo que surge un desequilibrio en el trato que reciben los involucrados.

Los mismo sucede en “Pulseada entre el Gobierno y el campo por US\$ 3.000 millones”⁷² –de Longoni para *Clarín*-, texto en el que, pese a ser presentado como “una pulseada”, sólo aparecen fuentes relacionadas con la Mesa de Enlace de Entidades Agropecuarias –un proyecto parlamentario- y con el sector rural, como la consultora Agritrend –estimaciones sobre la cosecha de soja para 2010-.

En tanto, la falta de pluralismo también puede marcarse en “Fuerte protesta del campo en todo el país”⁷³, de Mercedes Manfroni para *La Nación* del sábado 18. Allí, las únicas fuentes provienen de los organizadores de la movida: la Mesa de Enlace y de movimientos sociales enfrentados al Gobierno. Así, sólo se reproducen las palabras de Eduardo Buzzi (Federación Agraria), Hugo Biolcatti (Sociedad Rural) y Juan Carlos Alderete (Corriente Clasista y Combativa (CCC). A pesar de que los tres aparecen críticos hacia la Casa Rosada, la postura de ésta no está representada en la nota.

Una muestra de falta de pluralismo es la nota “El kirchnerismo limitó en comisión el debate del agro”⁷⁴, del periodista Jaime Rosemberg, del miércoles 29 de julio, en *La Nación*. Allí, aparecen citados 6 opositores al Gobierno contra 2 voces oficiales y una imparcial:

Opositores:

1. Un alterado productor de boina blanca
2. Alfredo De Ángeli, que fue citado dos veces
3. Diputado nacional Francisco Ferro (UCR)
4. Diputado nacional Cristian Gribaudo (PRO)
5. Diputado nacional Jorge Sarghini (PJ disidente)
6. Roberto Lavagna (PJ disidente)

Oficialismo:

1. Diputado nacional Raúl Solanas (FPV)
2. Diputada nacional Patricia Fadel (FPV)

⁷⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/20/elpais/p-01961803.htm>

⁷¹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/27/elpais/p-01966223.htm>

⁷² <http://www.clarin.com/diario/2009/07/27/elpais/p-01966223.htm>

⁷³ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1151934

⁷⁴ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1156131

Imparcial:

1. Diputado nacional Eduardo Macaluse (SI)

Además, hay que decir que las fuentes que representan al kirchnerismo son ubicadas en un contexto negativo para reforzar la idea de central de la nota: que el oficialismo se niega a debatir los problemas más urgentes del campo. Hasta la tercera fuente no recibe un buen trato. Así, se publicó:

-No bien entraron, **recibieron un mazazo. "El temario está cerrado"**, dijo el kirchnerista entrerriano Raúl Solanas a modo de bienvenida

- "Las retenciones deben tratarse en la Comisión de Comercio, no aquí", explicó la secretaria del bloque kirchnerista, Patricia Fadel (FPV-Mendoza) **como para cerrar el temario definitivamente**

-Macaluse, luego de la reunión, **debió dar explicaciones en tono elevado** a distintos grupos de productores entrerrianos

8.3- OPINIONES NEGATIVAS Y ANÓNIMAS

La pieza "Pulseada entre el Gobierno y el campo por US\$ 3.000 millones"⁷⁵ –de Longoni para *Clarín*- también sirve para ver cómo aparece, atribuida con reserva total, una cita bastante extensa, de carácter opinativo y de matiz negativo hacia el Gobierno, en este caso. Es más, el testimonio es bastante coloquial. Además, el periodista no explica los motivos del anonimato. La cita es la siguiente: "Cedimos US\$ 30.000 millones en retenciones estos ocho años y venimos de dos años de sequía. Es hora de que devuelvan algo, porque si no lo hacen muchos productores quedarán en el camino".

Un recurso similar es utilizado en "La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras"⁷⁶, firmada por Annabella Quiroga, el martes 28 de julio, en *Clarín*, donde es citado "alguien del público" para señalar que la administración de Cristina Fernández de Kirchner no dice la verdad: "Cada mención a la convocatoria era recibida por chiflidos. 'Están mintiendo', gritó alguien del público".

Y como si eso fuera poco, la pieza cierra con otro dato bastante débil, ya que no aparecen cifras: "A la salida varios puestos vendían souvenirs de la protesta agraria. Los más vendidos fueron unas remeras blancas con la letra K tachada, como en el signo de prohibido estacionar".

Lo mismo se puede señalar en un pasaje de "Gestiones urgentes del Gobierno para evitar que se fracture la CGT"⁷⁷ –de Mindez para *Clarín*-, donde una opinión negativa o una descalificación es difundida con reserva de total. Mindez escribía: "(Moyano) Dice que somos oportunistas, pero él es un chantajista que hace una semana amenazaba irse con Duhalde hasta que consiguió nuevos beneficios para él", bramaba por lo bajo uno de los "independientes" con más peso".

⁷⁵ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/27/elpais/p-01966223.htm>

⁷⁶ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

⁷⁷ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/22/elpais/p-01963038.htm>

Cabe preguntarse por qué conceder anonimato a una fuente cuando se trata de una agresión, es decir, un mero punto de vista que se enmarca en una pelea personal. Sí se entendería si fuese una revelación de algún delito o algo más trascendente para el interés general.

8.4- NOTA CONSTRUIDA CON UNA SOLA FUENTE O CON FUENTES COMPARTIDAS

Un ejemplo de una nota construida a partir de una sola fuente puede identificarse en “La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras”⁷⁸ –de Quiroga para *Clarín*-. Allí, sólo aparecen citas de los discursos realizados por dirigentes agropecuarios en un acto en la Rural de Palermo.

Al igual que su colega de *Clarín*, el periodista de *La Nación* José Crettaz informó sobre el acto de la Mesa de Enlace⁷⁹, en la Exposición Rural, con la misma única fuente: los discursos, abiertos y televisados, de los cuatro integrantes de esa entidad. La nota es débil porque es baja la cantidad y exclusividad de las fuentes (la fuente, en este caso). Obvio que el pluralismo es inexistente.

En “Moyano tuvo que pedir perdón y así evitó la ruptura de la CGT”⁸⁰, firmada por Mindez el viernes 24 de julio para *Clarín*, lo que puede apreciarse es que la nota sólo se basa en dos fuentes accesibles a todos los medios de comunicación: un acto de Moyano y una conferencia de prensa de los sindicales apodados “Gordos”.

Allí no aparece una tercera fuente ni otras alternativas a esos pronunciamientos en público, que además fueron televisados en directo por las señales de cable *Todo Noticias* y *C5N*. Aquí, si bien hablan los protagonistas, las fuentes son de baja calidad porque son compartidas no sólo por una gran cantidad de periodistas sino por el público en general.

La Nación cubrió el episodio central del conflicto en la CGT⁸¹ (pelea entre Hugo Moyano y los “Gordos”) de una manera similar a como lo hizo *Clarín*. Así, el periodista Luis Laugé, el viernes 24 de julio, uso el acto del líder camionero y una improvisada conferencia de prensa de sus rivales como fuentes preponderantes; ambas compartidas con varios medios y un amplio público a través de la televisión.

Además, sólo tuvo un anónimo para informar que la Presidenta y varios ministros conversaron con los sindicalistas para evitar una ruptura en la central obrera. Lo que puede también indicarse es que la cantidad de fuentes favorece claramente a los “Gordos”.

Algo parecido ocurre en “El Gobierno tuvo que ceder y limitará los superpoderes”⁸², nota de Guido Braslavsky para la edición del jueves 30 de julio de *Clarín* sobre el

⁷⁸ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

⁷⁹ “Con exigencias, el campo irá al diálogo”, en <http://www.lanacion.com.ar/archivo/index-dia.asp?fecha=28/07/2009>

⁸⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/24/elpais/p-01964305.htm>

⁸¹ “El Gobierno evitó la fractura en la CGT”, en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1154403

⁸² <http://www.clarin.com/diario/2009/07/30/elpais/p-01968461.htm>

anuncio de un decreto para limitar, hasta el 5% del Presupuesto, las partidas que puede reasignar el Jefe de Gabinete.

Allí, la única fuente que se utiliza es un discurso de la Presidenta en el Salón de las Mujeres de la Casa Rosada, en el marco de un acto abierto y que también fue ampliamente televisado.

El texto “La oposición acordó con la Comisión de Enlace impulsar en el Congreso la baja inmediata de ese impuesto y la reforma de la Oncca”⁸³ –de Crettaz para *La Nación*– también sirve para engrosar la lista de notas con una sola fuente. En ese caso se trata de un anónimo que aporta un dato complementario.

Según la información, “uno de los presentes” dijo que “a lo mejor ahora llegamos y no tenemos que esperar hasta (el recambio legislativo) diciembre (para bajar las retenciones)”. Cabe preguntarse por qué *La Nación* brinda reserva total a un confidente en el caso de una mera estimación, esperable de un opositor.

“Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo”⁸⁴, del *Página 12* del viernes 17 de julio, es un ejemplo claro de una nota trabajada sin fuentes. Se trata de una extensa pieza, escrita por Fernando Krakowiak, donde se explica, punto por punto, y de manera detallada, “una carpeta que le acercaron a Cristina Fernández de Kirchner” con medidas que favorezcan al agro. En ningún momento se hace mínima referencia a cómo se accedió a ese supuesto documento.

Si se recuerda la teoría de Intencionalidad Editorial, desarrollada por el profesor Víctor Ego Ducrot, podrá decirse que, en el caso anterior, se está ante una lisa y llana propaganda o publicidad porque se está en ausencia de fuentes.

Conclusión parecida puede sacarse de “Índices a la carta para medir la inflación”⁸⁵, publicada por *Página 12* el martes 21 de julio y firmada por David Cufre y Roberto Navarro. La pieza se trata sólo de la transcripción de los puntos más sobresalientes del “proyecto que el nuevo titular de la cartera económica (Amado Boudou) ya comenzó a diseñar” para “recuperar credibilidad para las estadísticas oficiales y descomprimir la presión política por este tema”.

La diferencia con el caso citado párrafo arriba es que los periodistas aclaran que se trata de una información a la que *Página 12* “tuvo acceso exclusivo”. Aquí, lo que cabe preguntar es por qué se presenta como un logro –tener material exclusivo– cuando es algo positivo para el Gobierno, que se beneficia con la publicación. Y aun más cuando el material no es tratado críticamente ni puesto en cuestión con otras posturas.

8.5- ORIENTACIÓN DE LA NOTA

En “El Gobierno tuvo que ceder y limitará los superpoderes”⁸⁶ –de Braslavsky para *Clarín*–, pese a que sólo se trata de fragmentos de una alocución de la Presidenta, es en el verbo “ceder” del título donde se trata de generar un texto negativo para el Gobierno

⁸³ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1151437

⁸⁴ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128537-2009-07-20.html>

⁸⁵ <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-128588-2009-07-21.html>

⁸⁶ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/30/elpais/p-01968461.htm>

nacional. Aquí puede advertirse que no siempre hay relación directa entre cantidad de fuentes y una imagen positiva. Es decir, quizá la única fuente es un diputado, cualquiera sea, pero es tratado con dureza y su figura termina atacada. Por lo general, la orientación de la nota se define a partir de la interpretación u opinión del periodista.

El mismo caso, pero de tendencia contraria, se da en el *Página 12* de ese mismo día - jueves 30 de julio- y tema. En la nota “Unos poderes que ya no son tan súper”⁸⁷, de Daniel Miguez, la única fuente es la mandataria argentina pero ahora sí el resultado de la pieza le es positivo a ésta.

Si el periodista de *Clarín* interpretó que el Gobierno había “cedido”, el de *Página 12* prefirió interpretar que la medida “tiene un alto valor simbólico: es el primer proyecto que llega al Congreso en sintonía con los reclamos de la oposición a partir de la etapa de diálogo abierto después de las elecciones”.

Una metodología que coincide con los ejemplos anteriores se manifiesta en “(Amado) Boudou descartó un ajuste y dijo que va a trabajar sobre el INDEC”⁸⁸, pieza del sábado 18 de julio producida por Quiroga para *Clarín*. Allí, sólo puede encontrarse una fuente: el ministro de Economía de la Nación en diálogo con *Radio Mitre*, la cual es puesta en duda por opiniones e interpretaciones del periodista, enarboladas sin sustento explícito. A continuación se muestran esos fragmentos:

- En medio de las **suspicias** que desata **la demora** en confirmar el equipo
- Boudou se prestó ayer a una entrevista sin sobresaltos en la que paseó por los principales temas económicos, **aunque sin profundizar en ninguno**
- Dijo que, **a pesar de los pronósticos en contra de los economistas**, este año habrá saldo favorable
- La mayoría de los analistas económicos opina que **en la segunda parte del año el Gobierno reducirá los gastos**, pero Boudou indica que nada de eso ocurrirá.
- En relación al INDEC, el ministro sostuvo que "es una parte de la agenda de la Presidenta, de la mía y de la agenda de la sociedad", **reconociendo implícitamente que allí hay un problema a resolver**
- Lo que trascendió es que durante esta semana Boudou estuvo armando un proyecto para reformar el INDEC y buscar **recuperar la credibilidad perdida por el organismo**
- Boudou también aseguró que la semana que viene su equipo estará en funciones. **Pero no se explayó sobre las dificultades que tiene** para terminar de confirmarlo
- Entre los temas que analizaron (con el titular de la AFIP) estuvo **la evolución del empleo informal, en ascenso desde que comenzó la crisis económica**, aunque hasta ahora **no haya aparecido reflejado en las cifras oficiales**

⁸⁷ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-129100-2009-07-30.html>

⁸⁸ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/18/elpais/p-01960996.htm>

Como sucede en la nota de *Clarín* citada con anterioridad, sobre un serie de medidas anunciadas por el ministro de Economía, Amado Boudou, en *La Nación* del jueves 30⁸⁹, le nota es negativa hacia el Gobierno aunque la fuente preponderante es un discurso de Fernández de Kirchner. Así, los dichos de la mandataria son desacreditados por las opiniones o acotaciones del periodista -Mariano Obarrio, en este caso-, que tienen nulo sustento. Por ejemplo, estos son los fragmentos que acompañan las palabras de la Jefa de Estado:

-En un intento de despejar reclamos de la oposición y del campo, la presidenta Cristina Kirchner anunció ayer que enviará al Congreso un proyecto de ley para limitar al Poder Ejecutivo en el uso de los denominados superpoderes

-Por ese motivo, con un margen de 5%, **la Presidenta preservará un margen amplio para administrar recursos sin pasar por el Congreso**

-La jefa del Estado **incluyó el anuncio en una lista de golpes de efecto con los que el Gobierno busca retomar la iniciativa**

Y lo mismo ocurre, ahora sí, en la nota referida a la iniciativa de Boudou para reformar el Indec⁹⁰. El periodista de *La Nación* Rafael Mathus Ruiz, aunque su única fuente identificable es el proyecto del titular de Hacienda, se las arregla para dejar una carga negativa a través de la figura de uno de los directores de organismo de estadísticas y censos, Norberto Itzcovich, a quien relaciona con el secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno:

-La iniciativa, que abre la puerta a una amplia revisión de las cifras y las metodologías del organismo, **tendrá como actor preponderante a uno de los actuales directores del Indec, Norberto Itzcovich, hombre vinculado al secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, y acérrimo defensor de la gestión actual**

-Las principales novedades son la creación de dos consejos asesores que evaluarán las cifras y las metodologías del organismo, y de un cargo, **el de director técnico del Indec, que ejercerá Itzcovich**

-Itzcovich, que fue ascendido en el organismo un día antes de que Boudou asumiera como ministro de Economía, será promovido nuevamente

-Vale una salvedad: el encargado de suministrar toda la información necesaria al Consejo Académico para esa tarea (presentar un informe al Congreso) **será el mismo Itzcovich**

-LA NACION le preguntó a Boudou si **la participación de Itzcovich, un hombre vinculado a Moreno, podía restarle peso a la reforma**

-En medio de los rumores de alejamiento **del polémico guardián de los precios, Itzcovich dijo que había "Moreno para rato"**

⁸⁹ "Proyecto para limitar los superpoderes", en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1156549

⁹⁰ "Boudou anunció cambios en el Indec", en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1153308

-Itzcovich es el único funcionario de rango del Indec **que ha defendido públicamente** en actos, o a través de columnas y entrevistas en diarios- **la polémica gestión actual** en el organismo

A su turno, *Página 12* cubrió de igual manera el anuncio⁹¹ –sólo usó como fuente las declaraciones del ministro Boudou en conferencia de prensa- pero, a diferencia de *La Nación*, aparece un mínima referencia a la relación entre Itzcovich y Moreno. “Funcionario que escaló en el Indec de la mano de Guillermo Moreno”, escribió Sebastián Premici el miércoles 12 de julio. Así, la nota se hace considerablemente menos negativa para el Gobierno.

También se da en *Página 12*, el viernes 27 de julio, en una nota firmada por Alejandra Dandan⁹², la situación de una pieza con una sala fuente de un sector y que dicho sector salga perjudicado. En ese caso, se trata de la cobertura de la reunión entre ruralistas y dirigentes opositores en el Hotel Continental.

El diario desacredita el encuentro desde la primera línea: “Finalmente lograron la foto. Las patronales del campo nucleadas en la Mesa de Enlace reunieron en el Hotel Continental del microcentro porteño a los líderes de la oposición para forzar un programa de consenso en el Congreso”.

El caso es que la idea de “la foto” surge de una fuente anónima. También aparece sin nombre y apellido otra fuente que refuerza esa teoría: “‘Estamos para el Guinness’, se congratuló un vocero de la Mesa con la lista de invitados en la mano”. Y también aparece con reserva total una fuente para socavar el éxito de la convocatoria: “En *off the record*, sólo dos días antes un dirigente de la FAA admitía ante *Página 12* que la cumbre corría peligro porque no tenían confirmados a los invitados”.

También aparece el recurso de usar interpretaciones u opiniones para cargar de negatividad los hechos relatados. Por ejemplo: “Stolbizer suspendió una reunión con Daniel Scioli porque después de las elecciones empezó con las vacaciones, pero les puso un paréntesis. Fue a la Rosada el miércoles y estuvo entre las primeras que confirmó su presencia en el Continental. Como ella, lo hicieron **los dirigentes que después de las elecciones salieron a devolverle favores al campo**”.

Algo similar queda plasmado en la nota de *Página 12* del martes 28 de julio, escrita por Krakowiak y titulada “En el campo el diálogo se parece a monólogo”⁹³. Allí, las únicas fuentes provienen de la Mesa de Enlace pero la nota es totalmente negativa para este espacio del sector campestre. ¿Por qué? Por las distintas consideraciones, aclaraciones, oraciones subordinadas que realiza el periodista entre testimonio y testimonio. Algunos ejemplos:

-Los dirigentes de la Mesa de Enlace dejaron entrever ayer una singular idea sobre lo que entienden por “diálogo”

⁹¹ “Un Indec con académicos, empresarios y sindicatos”, en <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-128654-2009-07-22.html>

⁹² “Otra vez juntos, para más de una foto”, en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128409-2009-07-17.html>

⁹³ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128976-2009-07-28.html>

-“Ni ellos tienen margen político ni nosotros tenemos la disposición a una tolerancia indefinida”, sostuvo Eduardo Buzzi, **quien ni siquiera tuvo piedad con los gestos conciliadores que viene haciendo el gobernador bonaerense, Daniel Scioli**

-“¿Dónde estaba durante todo este tiempo?”, remarcó el presidente de Federación Agraria, **pese a que desde las elecciones no paró de criticar al Gobierno por “no escuchar el mensaje de las urnas”**

-“No se le mueve un músculo”, remató e **hizo silencio para darles lugar a los silbidos**

-Parece una apuesta de máxima, **pero “las bases” que estaban presentes en el acto lo consideraron insuficiente y comenzaron con los silbidos y los abucheos**

-“Lo que estamos planteando es una eliminación gradual que no afecte el equilibrio fiscal”, remarcó ante **los chacareros más fanáticos** que por un momento **miraron a los dirigentes como si fueran traidores a la patria**

“La aspiración de todos nosotros es retenciones cero”, afirmó Buzzi **como si fuera el presidente de la Sociedad Rural**

-“Votó para que su exigencia se convierta en realidad”, afirmó el filósofo para el deleite de **“las bases” que se regodeaban pensando en lo que vendrá**

Para ese suceso, los tres diarios analizados recurren a fuentes de los mismos sectores: el campo y la oposición. Entonces, la diferencia de enfoque está dada por las opiniones e interpretaciones del periodista que carecen de fundamento o aparecen como consecuencias de datos concretos.

8.6- OTROS CASOS

Otro de los aspectos que puede apuntarse es aquel que tiene lugar cuando se usan las fuentes y sus declaraciones para confirmar la interpretación del periodista, la cual, a su vez, no está basada en nada concreto. Por ejemplo, esto ocurre en la nota de *La Nación* “Scioli pedirá una baja de retenciones”⁹⁴, del jueves 23 de julio, cuya autoría corresponde a la corresponsalía de La Plata. Allí, el objetivo es instalar que el Gobernador de Buenos Aires quiere dar “un fuerte gesto” para “diferenciarse del kirchnerismo”.

Dicho escenario no aparece confirmado por fuentes del Gobierno bonaerense pero, en cambio, sí es construido con fuentes del sector agropecuario: “Scioli se sumó a nuestro equipo”, Abel Guerrireri, de la Sociedad Rural; “éste es el mayor aporte que puede hacer el gobernador para facilitar el diálogo”, Guillermo Gianassi, de Federación Agraria; “el gobernador ha asumido el compromiso público”, Pedro Apaolaza, de Carbap.

Otra circunstancia que puede analizarse en una nota de *La Nación* – “Scioli: ‘Hay que dejar atrás las diferencias’”⁹⁵- del jueves 23 de julio, firmada por Martín Dinatale, es cómo la interpretación del periodista va en el sentido contrario de la información que

⁹⁴ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1153962

⁹⁵ http://www.lanacion.com.ar/archivo/index-seccion.asp?fecha=25/07/2009&categoria_id=30

aportan las fuentes. Dicha interpretación aparece al comienzo y funciona para direccionar la lectura. Pero, ¿no tendría que ser al revés, escuchar a las fuentes y luego sacar las conclusiones?

En ese caso, puede leerse, en el primer párrafo, que, “en los últimos días, el gobernador bonaerense comenzó a tomar cierta distancia de los Kirchner”. Pero luego, la primera respuesta del mandatario provincial es: “No (se trata de un distanciamiento con la Nación), para nada. La provincia viene trabajando con la Nación y tengo que agradecerle a la Presidenta por esto”.

Luego, el cronista consulta: “¿Qué pasó para que usted saliera a diferenciarse tanto de los Kirchner en estos días?”. Y Scioli devuelve: “Yo no me diferencié. Simplemente estoy hablando a favor de mi provincia. Cuando hubo problemas de gobernabilidad, le puse el hombro a la Nación. Ahora, es importante que la Nación defienda también los intereses de la provincia”.

Si Scioli insiste en que no existe “distanciamiento” ni un intento de “diferenciación” hacia el Gobierno nacional, por qué el inicio es la apreciación opuesta.

En “Cristina se anticipó y anunció más subsidios a los tamberos”⁹⁶ – de Platía para *Clarín*- es posible observar el recurso de darle una desmedida entidad a un testimonio negativo hacia una de las partes aunque no esté respaldado con nombre y apellido: “A un costado, Claudia y Roxana, dos empleadas de limpieza de la Escuela de Lechería, estaban satisfechas de que, al fin, todo se hubiera concretado: ‘Trabajamos de corrido y enceramos hasta la Bandera’”. También genera dudas el hecho de que dos personas contesten a coro. Estas situaciones hacen pensar en la posibilidad de que los periodistas caigan en la tentación de introducir este tipo de elementos para satisfacer sus necesidades de redacción; para ‘cierre’ bien la nota.

8.7- CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 8

Una de las primeras tendencias que se marcaron durante el análisis cualitativo, de 30 piezas periodísticas, de *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*, es la liviandad con la que diferentes cronistas vierten aseveraciones de peso y trascendentes sin respaldo de fuentes o con fuentes anónimas. Una de las construcciones más utilizada para este fin son del tipo “según pudo saber este medio”, justamente, las más rechazadas por los Manuales de Estilo y los teóricos de la profesión revisados en esta tesis.

Por ejemplo, en una nota donde se asegura que, “en Santa Fe, los tamberos fueron más duros y le solicitaron a la Comisión de Enlace que el viernes próximo dispusiera movilizaciones y bloqueos a industrias lácteas de todo el país”, tal amenaza, de gravedad y carácter nacional, no tiene un emisor identificado, sólo “tamberos de Santa Fe”.

Otro tanto ocurre el texto que firmó Martín Piqué para *Página 12*, el jueves 23 -“Los pesos pesado juegan su último round”⁹⁷-, donde el dato más trascendente de la nota, que el Gobierno terció para que la CGT no se fracturara, no está avalado con un testimonio de origen identificable.

⁹⁶ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/31/elpais/p-01969135.htm>

⁹⁷ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-128712-2009-07-23.html>

Otra de los problemas detectados es la falta de pluralismo o de una tercera fuente con imparcialidad, como rezan hasta los más básicos tratados de periodismo gráfico. Un caso para ilustrar esta situación se encuentra en “Compromiso de los líderes de la oposición con la Mesa de Enlace”⁹⁸, de *Clarín*, donde sólo se usa como fuentes a dirigentes del campo y a figuras de la oposición, omitiendo una segunda y tercera fuente, es decir, el Gobierno y un sector con cierta imparcialidad, respectivamente.

Clarín no apela tampoco al pluralismo en “El campo va al diálogo pero quiere una reunión a solas con el Gobierno”⁹⁹. Allí, los únicos citados pertenecen a entidades agrarias (Pablo Orsolini y Eduarco Buzzi, Federación Agraria Argentina; Carlos Garetto; Coninagro; Mario Llabías, Confederaciones Rurales Argentinas). Tampoco aparece la mención de que hubo algún intento no exitoso de consultar al oficialismo, el otro sector que aparece mencionado en la narración de los acontecimientos.

En tercer lugar, hay que señalar una práctica por la que las publicaciones tendrían que dar algún tipo de explicación: conceder anonimato a una fuente cuando se trata de una agresión, es decir, un mero punto de vista que se enmarca en una pelea personal; algo muy lejos de una revelación de algún delito o algo más trascendente para el interés general.

Esto ocurre en “La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras”¹⁰⁰, firmada por Annabella Quiroga, el martes 28 de julio, en *Clarín*. En una parte del texto, es citado “alguien del público” para señalar que la administración de Cristina Fernández de Kirchner no dice la verdad: “Cada mención a la convocatoria era recibida por chiflidos. ‘Están mintiendo’, gritó alguien del público”.

En tanto, apareció con cierta repitencia el recurso (¿o habría que decir la falta de recurso?) de notas construidas con una sola fuente o con fuentes compartidas, como pueden ser actos públicos, conferencias de prensa, etcétera.

Un ejemplo de esta metodología, débil por donde se la mire, está presente en “La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras”¹⁰¹ –de Quiroga para *Clarín*-. Allí, sólo aparecen citas de los discursos realizados por dirigentes agropecuarios en un acto en la Rural de Palermo. Allí no aparece una tercera fuente ni otras alternativas a esos pronunciamientos, que además fueron televisados en directo por las señales de cable *Todo Noticias* y *C5N*.

Por otra parte, un ejemplo claro de una nota trabajada sin fuentes es “Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo”, del *Página 12* del viernes 17 de julio, escrita por Fernando Krakowiak. En la misma, se explica punto por punto y de manera detallada, “una carpeta que le acercaron a Cristina Fernández de Kirchner” con medidas que favorezcan al agro. Pero en ningún momento se hace mínima referencia sobre cómo se accedió a ese supuesto documento.

⁹⁸ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/17/elpais/p-01959949.htm>

⁹⁹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/20/elpais/p-01961803.htm>

¹⁰⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

¹⁰¹ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

Asimismo, otra de las prácticas detectadas es la orientación de las informaciones, a partir de las interpretaciones del periodista, hacia lo negativo o positivo, independientemente de las fuentes usadas.

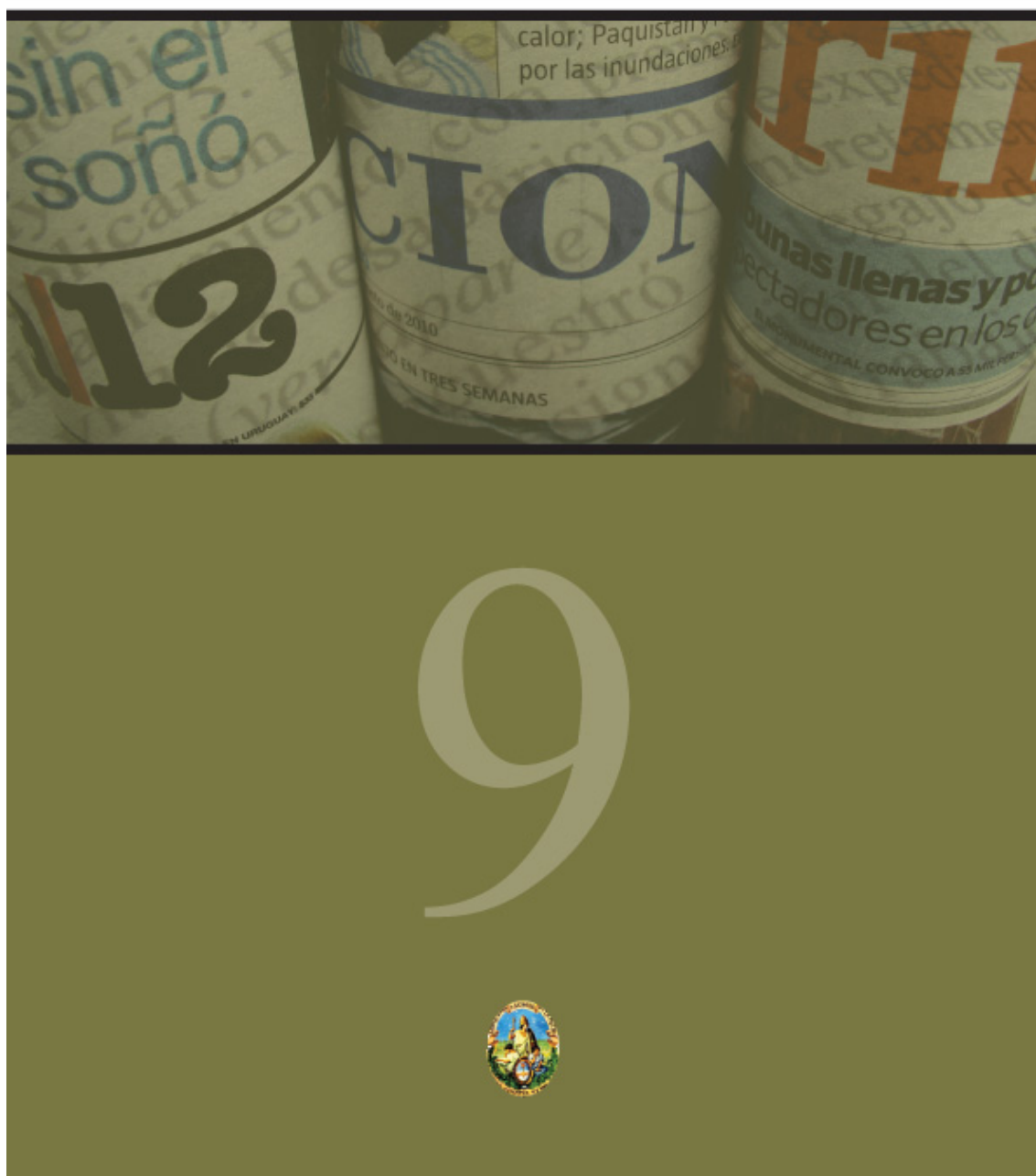
De esto puede tomarse conciencia a partir de la cobertura antagónica que *Clarín* y *Página 12* le dieron a un discurso de la Presidenta sobre los denominados “superpoderes”. Mientras el primero entendió que la mandataria argentina había “cedido” frente las presiones de la oposición, el segundo prefirió considerar que la medida “tiene un alto valor simbólico: es el primer proyecto que llega al Congreso en sintonía con los reclamos de la oposición a partir de la etapa de diálogo abierto después de las elecciones”.

Por último, debe apuntarse aquella situación que tiene lugar cuando se usan las fuentes y sus declaraciones para confirmar la interpretación del periodista, la cual, a su vez, no está basada en nada concreto, cuando tendría que ser, al menos en el género informativo, a la inversa: sacar las conclusiones a partir de los dichos. De esta manera se instala que el Gobernador de Buenos Aires quiere dar “un fuerte gesto” para “diferenciarse del kirchnerismo”, en “Scioli pedirá una baja de retenciones”¹⁰², del jueves 23 de marzo, en *La Nación*. Este es escenario se armar a partir de preguntas sobre algo que no ocurrió: “Este es el mayor aporte que puede hacer el gobernador para facilitar el diálogo”, dijo Guillermo Gianassi al ser consultado.

¹⁰² http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1153962

CAPÍTULO 9

Conclusiones finales



CAPÍTULO 9: CONCLUSIONES FINALES

Si bien cada capítulo de esta Tesis tiene un apartado con conclusiones, las Conclusiones Finales buscan responder estrictamente al objetivo general y a los objetivos específicos que fueron planteados en detalle en el Capítulo 6, que se podría resumir en determinar la “potencia informativa”, es decir, la capacidad de “lucrar e influir” que tienen los diarios argentinos *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* a partir del discurso informativo en sus secciones de política.

9.1- CANTIDAD DE FUENTES

Una de las dimensiones que hacen a la “potencia informativa” es la cantidad de fuentes de información usadas por nota publicada; un dato que habla de la productividad del periodista, de la importancia del medio dentro del sistema político, de un relato con diferentes miradas, en el sentido de la subjetividad de cada actor -porque aunque con el mismo interés, cada fuente de información brinda una narración irrepetible de lo que ha ocurrido porque incluye, excluye y jerarquiza (Borrat, 1989: Págs. 56 y 57)-.

En ese aspecto, los resultados del análisis cuantitativo –para el cual se relevaron 200 piezas y se contabilizaron 625 fuentes- arrojan que *Clarín* es el que peor se posicionó, con 2,2 fuentes por texto. En tanto, el que mejor desempeño tuvo aquí fue *La Nación*, con 3, 8. En tanto, el segundo lugar fue para *Página 12*, con un 3,1.

Si bien los manuales de estilo consultados y las declaraciones de periodistas recabadas no permiten establecer cuál deber ser el número ideal de fuentes por nota, sí aparece explicitada la necesidad de darle lugar a todas las partes involucradas y “acudir a una tercera fuente” (Clarín, 1997). Entonces, si dos es el mínimo número de partes necesarios para que haya un conflicto, se puede decir que *La Nación* y *Página 12* están en condiciones de generar cierto pluralismo y *Clarín*, no.

El autodenominado ‘gran diario argentino’ asoma a esa posibilidad cuando sólo se computan las piezas informativas, con un promedio de 3,8 fuentes por nota. Pero en este ítem vuelve a quedar muy lejos del resto, ya que la publicación de la familia Mitre sube hasta 5,7 y *Página* hasta 4,7.

La necesidad de varias voces no sólo pasa por mostrar varios puntos de vista sobre un mismo tema, sino por tratar de acercarse con la mayor exactitud posible al acontecimiento narrado y generar un producto “irreprochable desde el punto de vista profesional”, según explica Alejandro Di Lázzaro, experimentado periodista y ex editor de *La Nación*:

“La función fundamental de poner muchas fuentes es conseguir credibilidad, lograr que la información esté atada, resuelta y cerrada, que no haya rendija por la que alguien te pueda desmentir. Si hablaste con el policía que llegó primero al lugar, con el ladrón cuando se lo estaban llevando, con la fiscal que interviene en el caso, con el juez que lleva adelante la investigación y con lo vecinos, la nota es monolítica y se cierra el círculo. Ante todo es llevadera, pero además es irreprochable desde el punto de vista profesional” (Aller, 2008).

Con respecto al desempeño general, es decir, al tomar las tres publicaciones en conjunto, las fuentes utilizadas por nota fueron 3,1. Con esto se puede marcar que

Clarín es el único que queda por debajo de la media. En tanto, *La Nación* la supera con cierta comodidad.

No obstante, los datos apuntan que el 44,5 por ciento de las notas analizadas (89) se hicieron a partir de una sola fuente. Y si se toma en cuenta las piezas con dos fuentes, se deduce que el 56, 5 por ciento no alcanza el piso de 3,1 –siempre en cuestión de cantidad, sin tener en cuenta el equilibrio y la calidad-. Después, en el 28, 5 por ciento de las piezas se utilizan entre 3 y 6 fuentes, y en el 15 por ciento, entre 8 y 12 fuentes.

Por ejemplo –a partir del análisis cualitativo del Capítulo 8-, una nota construida a partir de una sola fuente puede identificarse en “La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras”¹⁰³ –de *Clarín*-. Allí, sólo aparecen citas de los discursos realizados por dirigentes agropecuarios en un acto en la Rural de Palermo.

A nivel general, también puede atenderse que el promedio de fuentes sube hasta casi 4 cuando se trata de las notas firmadas, lo que podría dar cuenta de que la rúbrica significa mayor elaboración y que el periodista se compromete más en la composición cuando está su nombre y apellido de por medio. También puede decirse que los cronistas toman con más responsabilidad la profesión que los dueños de los medios. Al mismo tiempo, cuando existe la rúbrica, bajan en casi diez puntos porcentuales los textos con una sola fuente y suben los que usan 6, 7, 8, 9 ó 10 fuentes.

Como conclusión tangencial que se desprende del análisis de la cantidad de fuentes por notas, se llegó a establecer que este podría ser un criterio que usan los editores para armar la tapa: las notas adelantadas en portada con titular o foto son las que más fuentes tienen.

Por el contrario, los sucesos con más cobertura –es decir, los que más notas se llevan- no son los que más fuentes ameritan. Por el contrario, disminuyen a medida que aumenta el espacio destinado.

9.2- CALIDAD DE LAS FUENTES

Con respecto a la calidad¹⁰⁴ de las fuentes usadas por los tres matutinos, segunda dimensión constituyente de la “potencia informativa”, *La Nación* es el que más utiliza anónimos, que aparecen, nada menos, como respaldo del 40 por ciento de las informaciones. Es decir, por cada dos fuentes que utiliza, casi un no está identificada con nombre y apellido. No obstante, *Página 12* no queda atrás con un 37,8. Al revés que el punto anterior, *Clarín* fue el mejor posicionado con un 33,5. Asimismo, como era de esperar, la media general es de 37,8.

Aquí se puede reiterar un concepto vertido con anterioridad (apartado 7.5): no se trata de un recurso extraordinario si no la segunda opción o tercera. En el caso de *La Nación*, por ejemplo, parece difícil que esa decisión sea producto de tener un 40 por ciento de informaciones cruciales, peligrosas, complicadas u ocultas que merezcan la protección

¹⁰³ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

¹⁰⁴ La calidad de las fuentes de información utilizadas tiene relación con el grado de acercamiento, de comprensión o exclusividad que alcanza el medio con respecto a lo que verdaderamente ha ocurrido. Es decir, devela la capacidad del diario para reducir los grados de intermediación con lo sucedido.

del emisor y el respaldo, frente a los lectores, con el prestigio y la credibilidad del diario.

Sobre esta cuestión puede señalarse que “no se puede concebir la información sin una fuente, pues es su origen y fundamento. Allí se origina la noticia. Ahí nace y en ella se apoya el periodista para afirmar o negar la existencia de la noticia” (Del Río Reynaga 1991: 65).

Se trata de una tendencia anunciada por Dardo Fernández, creador y director del portal *Diario Sobre Diarios*: “En la actualidad, hay una exacerbación de la fuente anónima. Hay notas escritas que ni siquiera mencionan cuál fue la fuente, ni de dónde sacaron la información. Ni siquiera lo dicen en forma genérica. No citan a nadie con nombre y apellido. Es todo anónimo. Estamos en la era de la fuente anónima” (Halperín 2007: 81). Por su parte, el periodista Jorge Lanata reclama autocrítica:

“Hay mucho de lo nuestro que está mal. Estamos laburando cada vez peor, el periodismo está cada vez peor. No puede ser que vos armés una nota que sea cabeza de página, con cinco fuentes que no identificás. Es obvio que el tipo que lee piensa que es todo mentira. Aparte, en ningún lugar en el mundo te dejan hacer eso, no te publican la nota. Viene el editor y te dice: ‘Este, ¿quién carajo es?’. Y si no podés aclararlo no te publica la nota” (Halperín 2007: 275).

Por otro lado, Di Lázaro entiende que “el abuso de este recurso hace daño”, pero también piensa que “el periodista tiene que ser lo suficientemente sagaz como para darle al lector los elementos necesarios para que se dé cuenta de quién es la fuente, o por lo menos que se acerque lo más posible. Hay que respetar el *off the record* porque así se pactó, pero tampoco hay que olvidar a los lectores. Eso no es traicionar a tu fuente, sino respetar el acuerdo que día a día se renueva con los lectores a partir de la confianza” (Aller, 2008).

Pero también hay quienes defienden el uso de los anónimos, como es el caso de Ricardo Kirschbaum, Editor General de *Clarín*: “No se puede hacer periodismo político ni periodismo de investigación sin fuentes anónimas. Soy conciente que la fuente anónima puede ser una trampa, pero a veces es la única forma de acceder a determinada información. Yo tengo una cartera de fuentes anónimas y todos los periodistas del diario también. Una vez que confirmamos que la información es cierta, la publicamos” (Diario Sobre Diarios, 2008). En coincidencia con esto, Héctor D’Amico, Secretario General de redacción de *La Nación*, aclara:

“Ningún editor de diario recurre a una fuente anónima para sostener una noticia si puede evitarlo. Es así de simple. Las fuentes anónimas, de manera casi inevitable, son fuente de suspicacias, algo que quienes están al frente de los medios saben muy bien”. Al mismo tiempo, explica que “la decisión para que una noticia originada en fuentes anónimas ocupe un lugar en la tapa o en las páginas interiores del diario está basada, en última instancia, en la confiabilidad que el periodista, el editor y, llegado el caso, las máximas autoridades de la Redacción tengan en la noticia y en la fuente que la proporciona” (Diario Sobre Diarios, 2008).

El panorama se oscurece cuando se acoplan los resultados del análisis cualitativo (Capítulo 8), los cuales evidencian que los anónimos fueron usados para fundamentar

las hipótesis centrales de las notas en varias ocasiones. Por ejemplo, en la nota “Compromiso de los líderes de la oposición con la Mesa de Enlace”¹⁰⁵, el periodista de *Clarín* Matías Longoni comenzó con una cita directa -que sólo es atribuida a “un dirigente agropecuario”. Es decir, se apeló al anonimato en una información que es muy importante para el texto, que iniciaba así: “Kirchner dijo durante toda la campaña: 'Soy yo o el caos'. Bueno, esto es el caos”, bromeó un dirigente agropecuario.

Lo mismo ocurrió en “El campo va al diálogo pero quiere una reunión a solas con el Gobierno”¹⁰⁶, que *Clarín* publicó el lunes 20 de julio y apareció firmada por Silvia Naishtat: no existió fuente que avale una de las hipótesis centrales. En el primer párrafo, el periodista aseguró que “desde entonces (desde el voto “no positivo” de Julio Cobos), para el campo, las cosas no cambiaron demasiado”, aseveración que no se apoyó en testimonios ni datos

Otra pieza periodística que apareció débil porque dos cuestiones de peso no son defendidas con fuentes es “Fuerte protesta del campo en todo el país”¹⁰⁷ -de Mercedes Manfroni para *La Nación*-. La primera es que no fue demostrado el carácter “nacional” del reclamo. Sólo se mencionó a “14 ciudades del interior”, las cuales no están identificadas ni se informa las cantidades de asistentes en cada punto. La segunda es en el último párrafo, donde quedó expresado que “en Santa Fe, los tamberos fueron más duros y le solicitaron a la Comisión de Enlace que el viernes próximo dispusiera movilizaciones y bloqueos a industrias lácteas de todo el país si a partir de esa fecha no se obtienen respuestas favorables al reclamo de actualización del precio que recibe el productor”. Tan grave amenaza no tuvo un emisor identificado, sólo “tamberos de Santa Fe”.

Otro recuso que atenta contra la rigurosidad y ética periodística es el uso de anónimos para cubrir opiniones negativas. Esto pasó en “La Mesa de Enlace va al diálogo pero lleva críticas muy duras”¹⁰⁸, firmada por Annabella Quiroga, el martes 28 de julio, en *Clarín*, donde fue citado “alguien del público” para señalar que la administración de Cristina Fernández de Kirchner no dice la verdad: “Cada mención a la convocatoria era recibida por chiflidos. ‘Están mintiendo’, gritó alguien del público”. Y como la pieza cerró con otro dato bastante débil, ya que no aparecieron cifras ni nombres: “A la salida varios puestos vendían souvenirs de la protesta agraria. Los más vendidos fueron unas remeras blancas con la letra K tachada, como en el signo de prohibido estacionar”.

Una mención especial merecen las fuentes de primer orden, es decir, aquellas que refieren a los protagonistas de los sucesos comentados. Si bien su utilización fue elevada, es pertinente volver a mencionar de que hay muchas posibilidades de esos números estén ‘inflados’ por los despachos noticiosos de las agencias de noticias – fuentes de segundo orden-, un material que cumple un rol medular e irremplazable en las diferentes redacciones para cubrir gran parte de la superficie redaccional

Hecha otra vez esta salvedad, se tiene que *Página 12* fue el que más fuentes de primera mano ubicó, con un 55 por ciento, seguido por *Clarín*, con 45, y *La Nación*, con 43. En estos casos, los matutinos rara vez acompañan los testimonios con el adjetivo ‘exclusivo’

¹⁰⁵ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/17/elpais/p-01959949.htm>

¹⁰⁶ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/20/elpais/p-01961803.htm>

¹⁰⁷ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1151934

¹⁰⁸ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/28/elpais/p-01966769.htm>

o con alguna referencia a cómo y en qué contexto fueron conseguidos. Cabe refrescar ahora que:

“Las de ‘primer orden’ incluyen a los individuos e instituciones que producen o permiten el acceso a la información. Si bien no se trata de discursos de primer orden en sentido estricto (sólo los acontecimientos mismos en su momento de ocurrencia lo son), se conectan directamente (por conocimiento o porque son actores implicados) con los acontecimientos. En tanto, las de ‘segundo orden’ son aquellas que, a través de fuentes de ‘primer orden’, acceden a los acontecimientos, los seleccionan y los construyen bajo el formato del cable noticioso y se constituyen en fuente de información” (Martini, 2004: 67).

Aunque separadas por amplio margen de los anónimos y de las de primer orden, las fuentes con autoridad cosecharon un porcentaje que se destaca. En este ítem, quedó arriba *La Nación*, con un 10 por ciento, que así duplica a *Página 12* (5) y a *Clarín* (4,5). Además de que los protagonistas no siempre son los más indicados para informar sobre los acontecimientos, dado que son parte interesada, las fuentes autorizadas tienen “experiencia en su campo, aparecen como instancia legitimadora de una información controversial” (Martini, 2004: 66) y “garantizan informaciones que tienen trascendencia y en cierta medida consenso y legitimidad” (Del Río Reynaga, 1995: 65-66).

Las fuentes autorizadas podrían oficiar de una buena posibilidad para el ingreso a la agenda pública de las actividades del llamado tercer sector (la sociedad civil), iniciativa que impulsa el Periodismo Social¹⁰⁹. Por ejemplo, en el control de la gestión pública, “hay un gran número de organizaciones sin fines de lucro que evalúan paso a paso las acciones de los tres poderes del Estado. Es recomendable consultarlas cuando un político o funcionario da cuenta de su gestión como la confirmación de la veracidad de la noticia” (Cytrynblum, 2004: 72). Esta corriente profesional también aconseja recurrir a las ONG en los casos de las coberturas de cualquier licitación, la implementación de planes de salud y en las campañas políticas, entre otros.

Por otra parte, llama mucho la atención la nula referencia a material de archivo; lo que podría mostrar un total desinterés por contextualizar las informaciones o una total falta de contraste de los hechos del presente con los del pasado, ejercicio que cobra vital importancia en la sección de política, donde es de suma importancia, por ejemplo, la trayectoria de los protagonistas. Como dicen los autores Sibila Camps y Luis Pazos:

“La búsqueda de archivo es un trabajo esencial en determinadas facetas informativas. Cualquier entrevista periodística o la elaboración de un reportaje precisan de un minucioso trabajo de consulta documental. El archivo es el lugar que el periodista deberá visitar una y otra vez para conseguir la información base sobre determinados temas informativos” (2003, 114).

Con respecto al soporte de la fuente, una sub-dimensión de la calidad, se registró como tendencia general darle prioridad a las declaraciones de las protagonistas. En ese marco, *Página 12* lideró el cuadro con 51 por ciento; y fue seguido por *La Nación* (con 50), primero, y *Clarín* (con 38), después. No es que los otros soportes no se manifiesten o no se compongan de declaraciones pero, al menos, se aclara en qué contexto particular

¹⁰⁹ El Periodismo Social es una corriente que plantea “jerarquizar el eje social, el tercer sector, en los medios de comunicación y explorar su articulación en la agenda diaria con los temas económicos y políticos” (Cytrynblum, 2004: 51).

fueron recopilados los testimonios. Quizá este punto sea uno de los más cuestionados por los teóricos y profesionales. Por ejemplo, para Rosental Calmon Alves, quien trabajó veintitrés años en el *Jornal do Brasil*, de donde se retiró, en 1995, como Editor Ejecutivo, se trata de un “peligro”:

“Veo que el peligro mayor es que el periodista sea ingenuo o que no tenga la sofisticación suficiente para ver este juego, y se deje utilizar. Cuando uno ve en muchos de nuestros países cómo se hace el periodismo político, éste se hace en base a declaraciones. Es el periodismo declaratorio, y yo pienso que ésa es la principal trampa, el principal peligro: que el periodista se limite a transcribir declaraciones. El problema está presente en todas las secciones pero en política se manifiesta de una forma muy sofisticada” (Halperín, 2007: 367).

Las declaraciones son para el español Lorenzo Gomis —que las llama “apariciones”— “periodismo barato, incluso gratuito” que sólo busca “producir mucho comentario con poca inversión”. Según este autor, se trata de “personajes conocidos que dicen algo, la palabra considerada como hecho, la subjetividad recogida por los medios con atención y respeto y difundida ampliamente” (1997: 125). Por eso cuestiona que:

“La pura opinión más o menos improvisada y oportunista de una persona conocida —probablemente un político-, pueda tener la misma repercusión que construcciones que han necesitado mucho tiempo, dinero e inteligencia, o de leyes que han sido minuciosamente redactadas, enmendadas y consensuadas y que modificarán la conducta de millones de personas durante un par de decenios” (1997:129).

Como fue establecido en el apartado 7.6, otro comportamiento presente en los tres diarios es el bajo nivel en el uso de Entrevistas, el formato que garantiza una conversación exclusiva, donde el periodista impone, con matices, las temáticas y elige las preguntas, siempre según un equilibrio entre sus inquietudes, las del medio y las de sus lectores; todo lo contrario a la declaración simplona y presentada así, a secas, donde los protagonistas se expiden a su gusto sobre los temas que ellos desean o eligen.

Tampoco supera el 10 por ciento, en ninguno de los matutinos, la utilización de Documentos, el soporte más contundente, por su alto valor de veracidad, para construir y respaldar las noticias. En este aspecto, *Clarín* quedó arriba con un 9 por ciento. Después apareció *Página 12* con 8 y bastante relegado se ubicó *La Nación*, con 5. Quizá haya una idea extendida de que sólo son necesarios cuando se denuncian grandes hechos de corrupción o delitos graves.

El periodista Daniel Santoro, un referente del periodismo de investigación en Argentina, es uno de los defensores más acérrimos del uso de documentos. “Siempre es recomendable tener otra fuente, un documento que corrobore lo que se está diciendo. Si hay documentos, siempre es mejor, el documento siempre es más irrefutable” (Martini y Luchessi, 2004: 152). Además, “los documentos aparecen como una de las fórmulas más seguras para preservarse individualmente de los problemas con las otras fuentes. El chequeo documental permite que el material sea publicable, independientemente de los pactos explícitos o tácitos que se puedan hacer con ellas” (Martini y Luchessi, 2004: 155). En su opinión, muchos textos actuales son:

“A lo sumo, el discurso de lo que el presidente o un diputado dijo en la radio, en el Congreso, en la Casa Rosada, con un poco de análisis, y punto. Por eso hay algunos

periodistas que están empezando a buscar documentación, están usando el decreto que sacó el presidente, tratando de someter a un examen crítico las afirmaciones. Con eso buscan romper el formato clásico de la cobertura periodística mecanizada. La ‘declaracionitis’ ha llevado, por ejemplo, a que muchas veces *Clarín* y *La Nación* tengan el mismo título en la tapa, porque no hay producción propia o porque no se busca más allá. Debería fomentarse más la producción propia, la investigación periodística, el trabajo con documentos, sobre todo frente a un gobierno como éste, que maneja la información muy centralizadamente en el jefe de Gabinete” (Halperín 2007: 235).

Por último, *Clarín* resultó el que más recurrió a los Actos y a las Conferencias de prensa, ya que lo hizo el 15,3 por ciento de las ocasiones (11,9 y 3,4, respectivamente). Lo secundó *La Nación* con un 13,7. Y el tercer lugar fue para *Página 12*, con un 8,2. Estas fuentes presentan un debilidad de origen: se trata de soportes compartidos por todos los medios, no sólo gráficos, y que, en varias ocasiones, son televisados en directo, más que nada por los canales de noticias que transmiten las 24 horas.

Como fue explicada en el apartado 2.7, en su mayoría organizadas por los gabinetes o voceros, de manera oficial, las ruedas o conferencias de prensa pueden ser consideradas como una modalidad de la entrevista colectiva. Pero, aunque en inferioridad numérica, el entrevistado tiene la iniciativa y marca las reglas: hora, lugar, periodistas acreditados, duración, cantidad y orden de preguntas, temario. Por lo general, los cronistas acuden sin muchas expectativas a este tipo de invitaciones porque, además de lo antedicho, no hay lugar para las confidencias ni exclusivas, porque las declaraciones serán escuchadas por todos los medios. Son raras las ocasiones donde se consiguen palabras importantes que se salgan del guión que previamente ha establecido el convocante.

Por ejemplo, según el análisis cualitativo, en “Moyano tuvo que pedir perdón y así evitó la ruptura de la CGT”¹¹⁰, firmada por Leonardo Mindez el viernes 24 de julio para *Clarín*, lo que puede apreciarse es que la nota sólo se basa en dos fuentes accesibles a todos los medios de comunicación: un acto de Moyano y una conferencia de prensa de los sindicales apodados “Gordos”.

Allí no aparece una tercera fuente ni otras alternativas a esos pronunciamientos en público, que además fueron televisados en directo por las señales de cable *Todo Noticias* y *C5N*. Aquí, si bien hablan los protagonistas, las fuentes son de baja calidad porque son compartidas no sólo por una gran cantidad de periodistas sino por el público en general.

9.3- PLURALIDAD DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

El tercer elemento que hace a la potencia informativa, como se la entiende en esta Tesis, es la pluralidad de las fuentes de información utilizadas, lo que refleja la pretensión de objetividad del periódico, relacionada con la intención de consultar a todas las partes en cada conflicto relatado o, en un sentido más amplio, a la mayor cantidad de sectores presentes en la sociedad para neutralizar los intereses que cada fuente de información representa.

¹¹⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/07/24/elpais/p-01964305.htm>

Para comenzar de lo general a lo particular, se puede indicar que los tres diarios consultaron de manera mayoritaria y excluyente a los sectores más tradicionales y los que ostentan más poder económico e influencia política, como el Gobierno y el oficialismo (25,3 por ciento); los representantes del sector agroganadero (lo que se conoce como ‘el campo’) como la Mesa de Enlace y los diferentes ruralistas (19,7); la CGT en todas sus vertientes -moyanistas, ‘Gordos’ e independientes- (15); partidos políticos opositores ubicados en el centro y la centrodercha -Peronismo disidente, PRO, UCR, Coalición Cívica- (15) y el empresariado, economistas y consultoras (6,4). La ausencia que más brilla es la de la Iglesia. Si bien el corpus analizado no incluyó temas donde ésta sea protagonista, no se puede obviar que no resulta de consulta habitual.

A esta situación se dirige otras de las críticas del Periodismo Social al periodismo según impera en los medios de comunicación masivos: “En la edición de un diario, casi el ochenta por ciento de las fuentes tienen origen en el poder: políticos, empresarios, policía y jueces. El periodismo moderno sigue siendo un cronista del poder y el periodista devino en corresponsal del pueblo en el poder (en algunos casos, rodeado de ventajas y privilegios). Con honrosas excepciones, el periodista en el poder no siempre recuerda el mandato de origen, se distancia y se termina conformando con cumplir con la misión de mensajero” (Cytrynblum, 2004: 50). Como consecuencia:

“Los medios de comunicación tienen una doble estrategia negativa y perjudicial para sí mismos. Por un lado, escamotean un tratamiento profundo y serio de temáticas afines a una gran cantidad de público, pero además consultan en forma casi excluyente a quienes nadie cree. Casi todos los actores institucionales atravesaron un proceso de pérdida de la confianza pública. A pesar de no contar con el crédito mínimo de la población, son elegidos como fuentes principales de la mayoría de los medios” (Cytrynblum, 2004: 45).

En ese escenario, y según lo expresado en el apartado 7.2, tenemos que es *Clarín* es, por lejos, el que menos consultó al Oficialismo: sólo en el 14 por ciento de las ocasiones; mientras *La Nación* y *Página 12* lo hicieron en un 33 y 32 por ciento, respectivamente. El trato desigual se agudiza en *Clarín* porque la Oposición fue buscada el 13 por ciento de las veces y el Campo, en el 17; lo que significa un 30 por ciento de voces que cuestionan lo que representa el Ejecutivo.

En *Clarín*, también se apreció un importante desnivel dentro de la Oposición, donde predominó, casi de manera de total, el Peronismo disidente, con un 9 por ciento (de 13). Sin ser perfecta, puede observarse que la distribución de cantidades en los otros dos diarios es más pareja. Algo similar ocurre con los Analistas: el 5 por ciento son Empresarios (de 8,5). En este apartado, *La Nación* se comporta de la misma manera – predominio de los Empresarios- y sólo *Página 12* se preocupa por nivelar las apariciones con la consulta a Intelectuales.

Aunque el objetivo principal de la Tesis no es describir las estrategias políticas de los diarios, en este punto surge como oportuna la referencia la animosidad manifiesta que *Clarín* mantiene con el Gobierno nacional desde julio de 2008, cuando el autodenominado “gran diario argentino” tomó clara posición a favor de los reclamos del sector agrario, encabezado por la Mesa de Enlace. Por ejemplo, en un observatorio de medios gráficos que realizó la Agencia Periodísticas del Mercosur (APM), entre los días 15 de junio y 1 de julio de 2009, se llegó a la conclusión que *Clarín* “realizó un trabajo

de orquestación de informaciones, datos y opiniones orientados a buscar el fracaso electoral del kirchnerismo”¹¹¹.

Según el trabajo, la publicación de la familia Herrera de Noble basó informaciones trascendentes en fuentes anónimas –como una supuesta renuncia de Cristina Kirchner en caso de una derrota oficial-, incurrió en la repetición sistemática para imponer valores, conceptos y prejuicios contra el Gobierno –“el Gobierno nacional es autoritario”; “Néstor Kirchner es una figura despótica”; entre otras- y usó la “exageración y desfiguración” basada en “el sobredimensionamiento de un hecho con el objetivo de acentuar ciertos rasgos de un problema dado”. Otro de los recursos fue instalar la posibilidad de fraude a favor del candidato bonaerense del Frente para la Victoria y la figura de Francisco De Narváez, de Unión-Pro, como el único con posibilidades de derrotar al ‘pingüino’, lo que iba en detrimento de la postulante de la Coalición Cívica, Margarita Stolbizer.

Como quedó asentado en el apartado 2.1, la exclusión o inclusión y jerarquización de las distintas fuentes de información es “muy significativa para el análisis de la línea política que sostiene cada periódico y las maneras reales o ficticias como resuelve el equilibrio en la información y el pluralismo en la opinión” (Borrat, 1989: 47).

En el caso de *La Nación*, la diferencia más amplia está en las referencias al Campo, con un 20 por ciento de las fuentes consultadas, en lo que respecta a los sectores contrarios al oficialismo, relegando a un 12 por ciento a la Oposición en términos de partidos políticos. Esta amplitud de 8 puntos porcentuales duplica a la de *Clarín* (17 y 13 por ciento respectivamente) y supera en 2 puntos a la de *Página 12* (21 y 15 por ciento, respectivamente). Otro desequilibrio fuerte en este diario se dio dentro del sector Campo, donde los Ruralistas fueron requeridos en un 14 por ciento de y la Mesa de Enlace, en un 6.

Por último, al examinar *Página 12*, el desequilibrio más grande apareció dentro del sector Oficialismo, donde el Gobierno tuvo un 27 por ciento de las fuentes, de 32, seguido muy atrás por el Frente Para la Victoria, con un 5. En *Clarín*, esta amplitud de 22 puntos porcentuales se reduce a 4 puntos (8 y 4, Gobierno y Sciolismo, respectivamente) y casi no existe en *La Nación* (13 y 12, Gobierno y Kirchnerismo, respectivamente).

Para revisar con más detalle y exactitud el pluralismo en el uso de fuentes, se realizó un análisis cuantitativo sobre el caso específico del llamado “conflicto del campo”, en el apartado 7.7, el cual dio como resultado que ninguno de los tres medios brindó un trato equilibrado a las partes en pugna: en todos, el sector agrario (representado por la Mesa de Enlace y los ruralistas) superó de manera holgada al Gobierno. La distancia más profunda se localizó en *La Nación*, con 18 puntos porcentuales de diferencia. Atrás quedaron *Clarín* (diferencia de 12) y *Página 12* (diferencia de 7).

Con respecto a las fuentes más utilizadas, *Clarín* priorizó a la Mesa de Enlace como sector de consulta (20,3 por ciento). Lo mismo hizo *Página 12*, aunque con más énfasis, ya que recurrió a ese sector en el 32 por ciento de las veces. Por su parte, las fuentes más utilizadas por *La Nación* provinieron de Ruralistas (31). Además, *Clarín* es el único

¹¹¹ Disponible en www.prensamercosur.com.ar

que atendió, con cierta importancia, a un sector por fuera de los dos más consultados, ya que tomó en cuenta al Peronismo disidente en el 9 por ciento de las veces. También merece una mención el hecho que Página 12 fue el medio que más buscó al Gobierno (en un 25 por ciento).

Esta conclusión coincide en algún punto con el mensaje que brindó, cuando aún era senadora nacional, la presidenta, Cristina Fernández de Kirchner, en una conferencia que dio en la Universidad George Washington sobre las experiencias de gobierno y la comunicación: "Los medios de comunicación se han independizado de los partidos políticos, pero no de los intereses económicos". Y agregó: "Pocas veces en la historia de la humanidad como en la actualidad, los sistemas de comunicación estuvieron tan vinculados a los actores económicos, y tal vez sumamente desvinculados de los sujetos políticos y sociales" (Halperín, 2007: 48).

El defasaje también aparece cuando la comparación es con los preceptos que aparecen en los Manuales de Estilo, donde *Clarín* "se presenta como un espacio público plural y eficaz donde se manifiestan y debaten los acontecimientos y las ideas centrales de nuestra época" (1997: 17). Por su parte, desde la empresa de la familia Mitre, aseguran: "En los ternas en los que haya posiciones contrapuestas, *La Nación* recogerá en sus páginas todas las disidencias, a fin de ofrecer al lector una cobertura completa del asunto" (1997: 47).

Estos números deben leerse también a partir de la advertencia de Gomis: quien influye es quien aporta el hecho, aunque hayan sido neutralizados en su presentación por la actitud informativa de los medios, los hechos transmitidos contienen en el interior la influencia de las fuentes que originaron o proveyeron el relato (1997: 156). En ese sentido, desde el Taller de Periodismo de Investigación de nuestra casa de estudios, se alerta sobre que "no hay fuente desinteresada y el relato corre serio riesgo de ser condicionado –y hasta determinado- por las fuentes en las que hacemos pie" (Benítez y Sortino, 2006).

En tanto Julio Del Río Reynaga completa: "Pareciera que el interés de informar fuese exclusivo del periodista; pero la realidad es que los actores sociales son los más interesados en manifestarse ante la sociedad por medio de los instrumentos de difusión para conservar, reforzar, aclarar, modificar o cambiar la opinión y la imagen que dicha sociedad o parte de ella, tiene de ellos". Con un perspectiva bastante parecida, Armentia Vizuet y Caminos Marcet indican que la característica más destacada de las fuentes es que "suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés o de otros sectores de la sociedad. Así, lo impregnan" (2003: 97).

Los resultados cualitativos también arrojan y pueden ampliar las conclusiones sobre la pluralidad de las fuentes, en este caso, desde el nota a nota. Por ejemplo, en "Compromiso de los líderes de la oposición con la Mesa de Enlace"¹¹², de *Clarín*, sólo se usa como fuentes a dirigentes del campo y a figuras de la oposición, omitiendo una segunda y tercera fuente, el Gobierno y un sector con cierta imparcialidad, respectivamente.

¹¹² <http://www.clarin.com/diario/2009/07/17/elpais/p-01959949.htm>

Otra muestra de falta de pluralismo es la nota “El kirchnerismo limitó en comisión el debate del agro”¹¹³, del periodista Jaime Rosenberg, del miércoles 29 de julio, en *La Nación*. Allí, aparecen citados 6 opositores al Gobierno contra 2 voces oficiales y una imparcial:

Opositores:

7. Un alterado producto de boina blanca
8. Alfredo De Ángeli, que fue citado dos veces
9. Diputado nacional Francisco Ferro (UCR)
10. Diputado nacional Cristian Gribaudo (PRO)
11. Diputado nacional Jorge Sarghini (PJ disidente)
12. Roberto Lavagna (PJ disidente)

Oficialismo:

3. Diputado nacional Raúl Solanas (FPV)
4. Diputada nacional Patricia Fadel (FPV)

Imparcial:

2. Diputado nacional Eduardo Macaluse (SI)

9.4- LA FORMA DE ATRIBUCIÓN

Como cuarta faceta de la potencia informativa está la forma de atribuir los datos conseguidos de las fuentes, aspecto que servirá para evaluar la credibilidad, transparencia y contundencia de cada discurso; de la alta confianza que despierta cada diario y sus periodistas en las fuentes de información como para que éstas brinden datos con nombre y apellido o, al menos, para no recurrir *al off the record*.

Según las tablas dispuestas en el apartado 7.3, en *Página 12*, *La Nación* y *Clarín* se impone la utilización de la Atribución Directa, es decir, con nombre y apellido, con un 59 por ciento, 57 y 54, respectivamente.

Empero, la opción de no usar la forma directa (con nombre y apellido, para decirlo más claro) no es un recurso extraordinario sino la segunda elección, y más que nada para *Clarín*. Al contabilizar las atribuciones de Reserva total y No expresada, *Clarín* tiene un 28 por ciento; *La Nación*, un 29; y *Página 12*, un 28. Esto demuestra que la Reserva total no es el último recurso sino una opción usada una de cada tres veces.

Además, cuando los testimonios no aparecen identificados de una manera clara, los diarios no explican por qué, en una clara contradicción con lo que aconseja buena parte de la biblioteca en esta materia. Por ejemplo, *La Nación* recurre al *The Washington post* para indicar dos opciones: “1) En caso de que no sea posible (citar la fuente por su nombre), los redactores deben considerar la alternativa de buscar información en otra parte; 2) si esto tampoco es posible los redactores deben pedir una razón para mantener secreta la identidad de la fuente e incluirla en su crónica” (1997).

A su turno, Camps y Pazos proponen el recurso “del mayor blanqueo posible”. A su entender, las opciones para dar datos de la fuente sin comprometerla incluyen:

¹¹³ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1156131

“Destacar que la fuente pidió no ser identificada; definirla por el ámbito al cual pertenece o en el que se desempeña; encarnarla en un personaje ambiguo o difuso, aunque probable o verosímil; dar sólo el nombre de pila, el apodo o las iniciales, siempre que no ponga en peligro su identidad. Asimismo, agregan que si la fuente no admite que se dé ningún indicio debe usarse el modo condicional o potencial, pero sólo si el periodista tiene la certeza absoluta de que la información es cierta” (Albertini y Ruiz, 2008). Otro tanto aporta la investigadora Stella Martini:

“Se puede hablar también de ‘fuentes personalizadas’ y ‘fuentes no personalizadas’ o cuasi anónimas. Mientras las primeras permiten la mención directa del informante y alcanzar la verosimilitud derivada del poder del testimonio y de la cercanía con el hecho producido, las segundas generan incertidumbre y ponen a los datos vertidos bajo un manto de sospecha. Por ejemplo, “la mención del ‘oficial a cargo de la detención’ es más eficaz y creíble que el más genérico ‘fuentes oficiales’; o el nombre y apellido de un individuo (común) resulta más puntual que ‘vecinos del lugar’” (2004: 69).

9.5- EL ESTILO DE CITAR

Por último, la quinta parte de la potencia informativa es la forma de citar las informaciones conseguidas, donde entra en juego la intermediación del periodista entre lo dicho y lo escrito, en un espectro que va desde un estilo Directo o textual, pasa por un estilo Indirecto –donde se parafrasea el testimonio recabado- y termina en un estilo Híbrido, intermedio entre lo textual y lo indirecto, donde el periodista recrea el contexto de la declaración para introducir un parte de manera textual.

Como fue plasmado en el apartado 7.4, se puede apreciar que *Clarín* es el que más bajo porcentaje de Directo computó, un 39, frente a 52 de *La Nación*, que se ubica primero, y 42 de *Página 12*. Además, *Clarín* es el diario que más usa el estilo Indirecto, con un 19 por ciento. Estos dos datos significan que éste último apela más parafrasear e interpretar las palabras de sus fuentes que las otras publicaciones estudiadas. En este sentido, es *La Nación* el que más esfuerzo hace por presentar a sus lectores citas textuales, ya que además sólo usa en un 14 por ciento el Estilo indirecto.

9.6- POTENCIA INFORMATIVA

Para terminar de definir qué diario tiene más “potencia informativa”, es decir, más capacidad de “lucrar e influir” resulta práctico confeccionar una tabla de doble entrada donde aparezcan los campos claves para definir la dicha “potencia informativa”. Y para cada uno de éstos, se elabora una ranking, entre *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*, donde el que mejor desempeño tuvo recibe el número 1, el siguiente, el 2, y el peor, el 3.

Al final, el que menos puntos obtenga (porque se quedó con más 1º y 2º que el resto), será el que haya aplicado con más corrección y rigurosidad las herramientas periodísticas y, en consecuencia, más “potencia informativa” haya alcanzado. Claro que este cuadro, que aparece a continuación, borra los matices y varias conclusiones y apreciaciones vertidas en estas Conclusiones Finales y los análisis cuantitativos y cualitativos; pero tiene la fuerza del resumen y aporta una forma rápida de entrar en contacto con los resultados.

CAMPOS CLAVES PARA POTENCIA INFORMATIVA	CLARÍN	LA NACIÓN	PÁGINA 12
CANTIDAD DE FUENTES POR NOTA	3	1	2
ANÓNIMOS	1	2	3
DECLARACIONES	1	2	3
PRIMER ORDEN	2	3	1
DOCUMENTOS	1	3	2
ACTOS Y CONFERENCIAS	3	2	1
AUTORIZADAS	3	1	2
PLURALIDAD DE FUENTE EN TEMA "CONFLICTO DEL CAMPO"	3	2	1
ATRIBUCIÓN DIRECTA	3	2	1
CITAS ESTILO DIRECTO	3	1	2
TOTAL	23	19	18

Entonces, según la grilla, *Página 12* es el que más "potencia informativa" alcanzó –le sacó una diferencia mínima a *La Nación*– porque fue el mejor en Pluralidad de fuentes en el tema "Conflicto del Campo", el que más fuentes de primer orden usó, el que menos utilizó Actos y Conferencias, y el que más atribuciones directas hizo. Además, quedó en segundo lugar en Cantidad de fuentes por nota, aplicación de Documentos, consultas a Autorizadas y en la aplicación del estilo Directo para citar las informaciones. En tanto, sólo fue el peor en el abuso de Anónimos y Declaraciones.

9.7- ALCANCES, LIMITACIONES, Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN

Parafraseando a Verón, como esta Tesis sólo ha trabajado sobre "sentido cristalizado", es decir "fragmentos" (productos) de una semiosis infinita (1987: 124), las conclusiones aquí tipeadas valen para un momento determinado y en un contexto determinado, es decir, un momento espacio-temporal determinado; por lo que no tienen carácter retroactivo ni prospectivo.

Al mismo tiempo, los resultados sólo equivalen, de manera estricta, para el discurso del periodismo político de los tres diarios analizados. Es decir, no podrán ser tomados como válidos para otras secciones y terceros matutinos. Esto no inhabilita que puedan tomarse como referencia, marco teórico, disparador, modelo, etcétera, para investigaciones similares. Además, vale recordar que sólo se tomó un corpus de dos semanas, de las cuales se puso la mira en la cobertura del tema principal de cada día; siquiera se trata de una revisión de la sección.

Quizá otra suerte pueda correr, y servir para otros trabajos, el marco teórico y la recopilación bibliográfica que forman la primera parte, los cuales exceden, de alguna manera, el objetivo general y los objetivos específicos, como sucede con la mención de las redes sociales y otros soportes de Internet como posibles fuentes de información. Si bien estos conceptos no fueron utilizados, sí podrían resultar pertinentes para evaluaciones posteriores.

Las líneas de investigación a profundizar a partir de esta Tesis surgen atadas a los diferentes aspectos que componen la potencia informativa, a saber: cantidad, calidad, pluralismo de las fuentes, y atribución y estilo de citar. Es decir, cada uno de estos cinco ítems podrían ser en sí mismos objetos de próximos análisis. Y el desafío estaría en poder establecer las herramientas más adecuadas para eso, lo que implicaría reajustar y actualizar las instancias teóricas y bibliográficas.

Una segunda tarea que se presenta convocante es poder mejorar la triangulación metodológica, es decir, la complementación entre el análisis cuantitativo y cualitativo. En esta Tesis, el primer resultó más sistemático y organizado que el segundo, que ofició como complemento, como reafirmación de los promedios y porcentajes presentados en las tablas y cuadros.

Un tercer camino a continuar se relaciona con “la teoría de los discursos sociales” o “teoría de la discursividad” de Verón que propone partir de análisis de los productos (materialidad significativa) para describir los procesos de producción de sentido de una práctica social determinada, donde también entrarían en juego las problemáticas de lo ideológico y del poder. Esto podría servir para la construcción, por ejemplo, de un observatorio permanente sobre la tarea periodística.

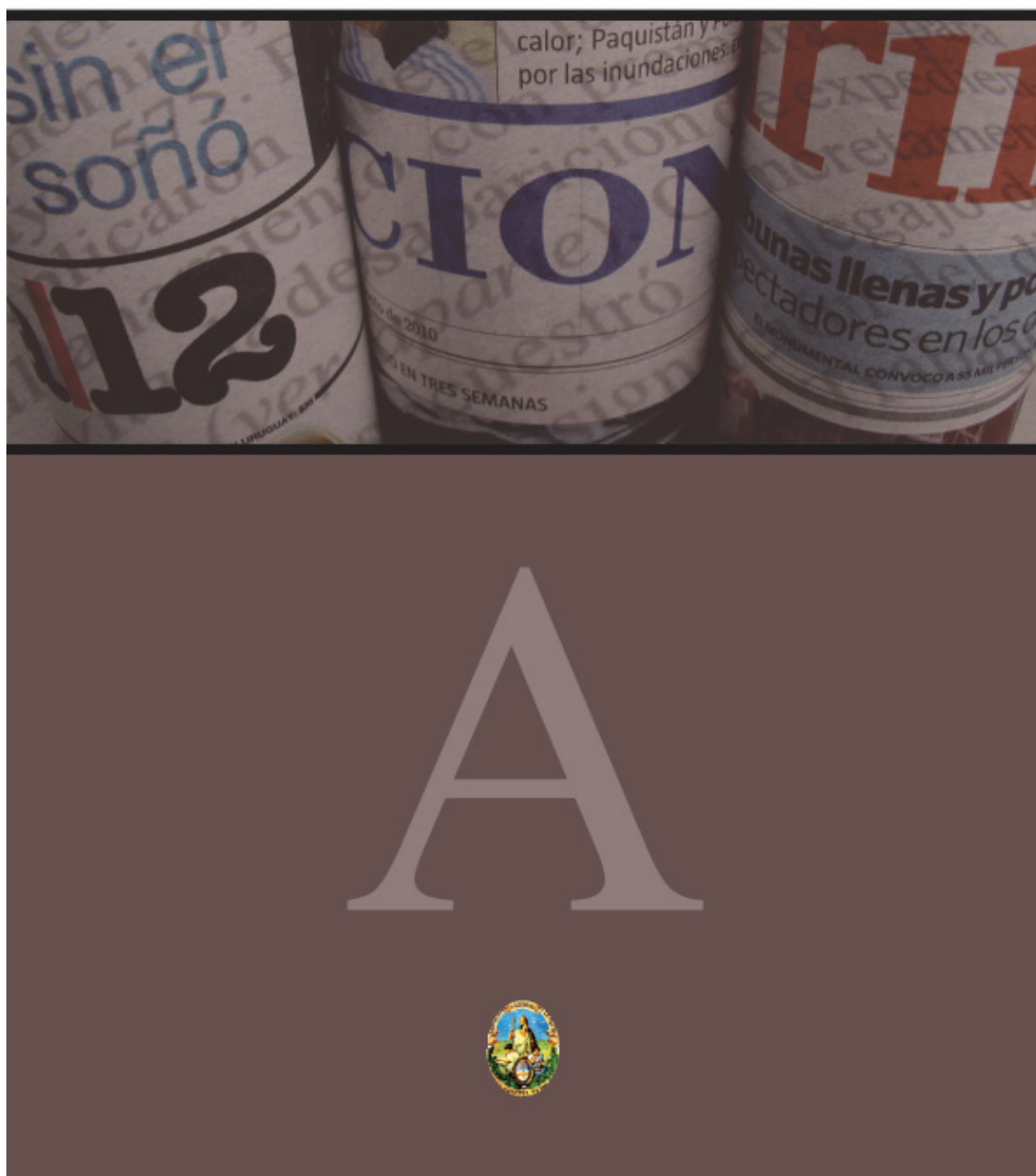
Un cuarto escenario que se abre es el análisis de los públicos, de las empresas periodísticas y de los actores políticos para saber cuánto es el poder real de lucrar e influir, es decir, cuán exitosa puede resultar esa “potencia informativa” que aquí quedó establecida y donde *Página 12* quedó mejor posicionado con respecto a *La Nación* y *Clarín*.

Como posibilidad de aplicación, la más concreta aparece en el marco esta Facultad, la cual está comprometida con el debate actual que la sociedad entabla sobre el trabajo, la influencia, el rol de los medios masivos de comunicación, en el marco del inicio de la implementación de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Las ansias están puestas en que esta herramienta de análisis pueda mejorar y complejizar esa discusión, ya sea desde un análisis propio o acoplándose a otras iniciativas más avanzadas como el proyecto de investigación que impulsa la cátedra del Taller de Producción Gráfica I, también sobre fuentes de información en la prensa gráfica.

Por último, esta Tesis pretende ser un aporte en el objetivo de lograr un periodismo de más calidad, mejor escrito, que recupere cierta pretensión pedagógica y reflexiva, camino en el cual también se encuentra esta casa de estudios. Además, hay una búsqueda de que las conclusiones aquí vertidas colaboraren a generar más equilibrio y pluralidad en el tratamiento de cada uno de los temas, confrontación de ideas que resulta necesaria para toda sociedad democrática.

Porque las afirmaciones de este trabajo, provisorias y seguramente perfectibles, no sólo tienen como destinatarios a docentes, alumnos y profesionales, también están dirigidas a los lectores, para que estos puedan demandar un mejor producto periodístico, rico en contenido, que pueda ser usado como insumo para participar plenamente en el debate político.

ANEXO



ANEXO 1

8 | POLÍTICA / ECONOMÍA | Diagonales
Luzes 11 de enero de 2010

LAS NUEVAS FACTURAS ESTÁN EN INTERNET

La tasa SUM llegará a las viviendas de La Plata con aumentos de hasta el 40%

En muchos casos las subas superan el 30% que había autorizado el Concejo

CRISTIAN LORA
clora@diariodiagonales.com.ar

Los vecinos de la ciudad de La Plata recibirán en los próximos días la primera boleta de la tasa de Servicios Urbanos Municipales (SUM) correspondiente a 2010 con un aumento cercano al 40% respecto de la última cuota del año pasado. Ese porcentual supera a lo autorizado por el Concejo Deliberante.

Desde la Comuna todavía no comenzaron la distribución de las clásicas "boletas azules", pero la primera cuota del año ya puede consultarse a través de internet ingresando al sitio web municipal.

A través de ese vía, Diagonales pudo constatar que el aumento es mayor a lo contemplado en la reforma aprobada por los concejales. Son varios los casos en que el aumento supera el 30% permitido por la ordenanza con la que en octubre pasado la asamblea de mayores contribuyentes habilitó la suba.

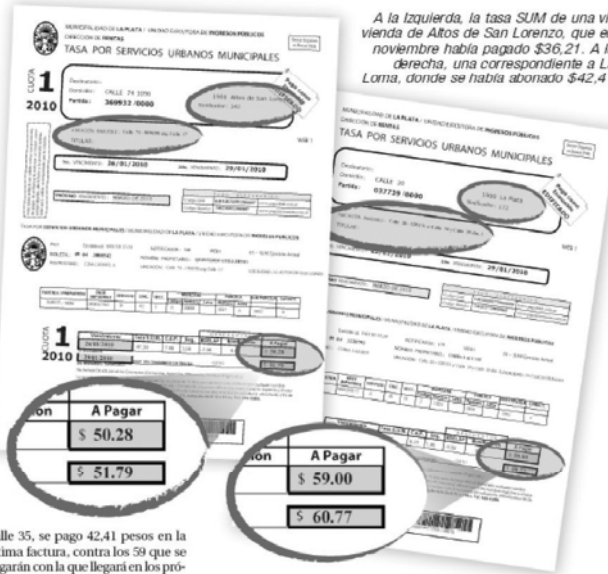
Poner el tope del 30% fue una idea del propio Ejecutivo, aunque fue la oposición la que exigió que fuera el Concejo quien tuviera la potestad de fijarlo.

En los casos relevados, una familia propietaria de una vivienda en calle 74 entre 16 y 17 pagó en noviembre de 2009 \$36,21 y este mes pagará 50,28. (39% de aumento)

En Gonnert en una casa de la calle 489 y 16, la boleta de noviembre fue de 126,14. Ahora, con el aumento pagará 177,55. (41%)

En Tolosa, en los monoblocks ubicados en 525 entre 12 y 13, en noviembre de 2009 pagaron 28,57. En tanto, la cuota 1 de 2010 será de \$39,96. (39,9% de aumento)

En tanto, en el barrio La Loma, en una vivienda de calle 20 entre 34 y



Calle 35, se pagó 42,41 pesos en la última factura, contra los 59 que se pagarán con la que llegará en los próximos días (39,1% de aumento).

SEGURIDAD E HIGIENE. Los empleados de comercios de comestibles deberán pagar un 50% más para adquirir la libreta sanitaria. Hasta el año pasado este permiso costaba \$10, ahora cuesta \$15.

En tanto, la libreta sanitaria más el permiso para manipular alimentos aumentó un 40%. Antes costaba 25, ahora 35 pesos.

Los bares, confiterías y restaurantes también sufrirán aumentos de 100% para los espectáculos in vivo. Antes pagaban 50 pesos, contra los 100 que pagarán ahora. Por su parte, aquellos salones de baile o confiterías bailes donde se cobre entrada o consumición también sufrirán un aumento del 100% en la tasa de Seguridad e Higiene. Hasta diciembre de 2009 pagaban 90 pesos, y pasarán a pagar 180.

Las alcuotas en la venta de golosinas es una de las que más aumentó: 166%. Antes pagaban 3 por mil y ahora pagarán 8 por mil. El mismo porcentaje de aumento tendrán la venta al por menor de vinos. Mientras que la alcuota para la venta de productos farmacéuticos y herboristería aumentará un 33%.

Los comercios de venta al por mayor de instrumental médico, odontológico, artículos ortopédicos; venta al por mayor de muebles metálicos, y artículos de iluminación sufrirán un aumento del 33%. Antes pagaban una alcuota del 6 por mil, ahora pagarán 8 por mil.

En tanto, las ferias francas deberán pagar con incrementos del 200%. Cada puesto pagaba \$20 pesos, ahora pagará 60. Y los servicios de transporte automotor urbano verán duplicada su alcuota alcanzando un índice del 8 por mil.

TASAS MENORES. Quienes deban renovar el carnet de conducir este año lo harán con un 20% de aumento. Para las categorías particulares los permisos para personas de entre 17 hasta 64 años (por un término de cinco años) pasará de 60 a 72 pesos. Para personas de 65 hasta 71 años (por el término de tres años) aumentará de 35 a 42. Y para personas mayores de 72 (por el término de un año) pasará de 25 a 30.

En tanto, para las categorías profesionales de taxi, remis, transporte escolar y de pasajeros las subas también rondan el 20%. Para personas cuyas edades llegan a 55 años, por un término de cinco años, el carnet pasó a costar 12 pesos más (\$72). De 56 a 64 años, por el término de tres años, 7 pesos más caro (\$42). El mismo aumento tienen los permisos para personas de 65 hasta 69 años, por el término de dos años. En tanto, para personas de 70 años en adelante y por el término de un año, el permiso aumentó cinco pesos, llegando a \$30.

En tanto, en los derechos de Cementerio, se agregaron conceptos por cremación de \$500. En tanto, en los derechos de Cementerio, se agregaron conceptos por cremación de \$500. En tanto, en los derechos de Cementerio, se agregaron conceptos por cremación de \$500.

LAS FACTURAS LLEGARÁN EN LOS PRÓXIMOS DÍAS Y VENCEN A FIN DE MES

LOS CONCEJALES SE HABÍAN RESERVADO LA POTESTAD DE ESTABLECER EL TOPE



Martín Di Bella, frente al mar

En la costa detectaron cada día evasión por 3 millones

Durante la primera semana de 2010, en la costa atlántica se detectó una evasión de 21 millones de pesos, a razón de 3 millones diarios. Del monto total, unos 15 millones (más del 70%) corresponden a comerciantes y turistas localizados en los lugares turísticos, que mantienen deudas de patentes de automotor, impuesto inmobiliario y/o ingresos brutos. Los 6 millones restantes corresponden a los detectados en las rutas.

La información fue difundida por la Agencia de Recaudación (ARBA), en el marco de los operativos de control de "multipuestos", en los que, según explicó el titular de ARBA, Martín Di Bella, "los inspectores recorren balnearios, estacionamientos y lugares de concentración de vehículos para determinar a través del número de patente la deuda que su titular mantiene".

De acuerdo a los datos, los agentes notificaron deudas por \$15.312.790, lo que representa un 57% del total de los contribuyentes verificados.

Este año el gobierno de Daniel Scioli implementó el pago de impuestos en puestos fijos y móviles con tarjetas de crédito, débito y dinero en efectivo, para "multiplicar la buena conducta tributaria".

En cuanto a notificaciones con deudas rojas y celestes se entregaron 14.470. Y en los controles "puerta a puerta" se detectó una evasión en el impuesto por los Ingresos Brutos, en la primera visita de los agentes, del 36%.

Además, se labraron 22 actas en casi 500 fiscalizaciones de la mercadería en el tránsito.

Di Bella explicó que estos operativos se llevan a cabo desde antes de las fiestas para "optimizar las acciones de control de las obligaciones tributarias y evitar perjudicar a quien cumple en tiempo y forma".

Agregó que "ser más eficiente es una manera de cuidar y reconocer a los operadores turísticos que brindan servicios y generan trabajo".

En otra serie de operativos en zonas ajenas a los centros turísticos, se notificaron deudas por casi 5,4 millones de pesos y se clausuraron 9 locales. La fiscalización alcanzó al movimiento de pasaje-

jeros de aviones, ferris y automóviles que se trasladan al extranjero o al interior del país. E incluyó controles en puntos fijos, el control de la emisión de venta, la fiscalización ejecutiva y el monitoreo satelital.

Los técnicos de ARBA pudieron notificar mediante obleas a un total de 1.522 contribuyentes, relevando a su vez 1.479 patentes correspondientes a otras jurisdicciones. Y clausuraron 9 locales de los partidos de San Miguel, Campana, Trenque Lauquen, Azul, Bolívar, Tres de Febrero, Morón, Ituzaingó y Lobos.

Di Bella aclaró que "se apunta a controlar en las rutas la situación fiscal de sectores de altos ingresos". Para ello se dispuso una serie de operativos "cerojos" en Aeroparque, Aeropuerto de Ezeiza, y Buquebús.

EL CONTROL INCLUYE PATENTES DE AUTOS, INMOBILIARIO E INGRESOS BRUTOS

ANEXO 2

<http://www.pagina12.com.ar/diario/cartas/24-139331-2010-01-31.html>

Congelamientos

Por Juan Gelman

El 1º de febrero se conocerá con exactitud qué gastos del presupuesto de EE.UU. congelará el presidente Obama durante tres años. Lo anunció en su primer mensaje a la Unión del miércoles pasado (www.nytimes.com, 27-1-10) y el Pentágono y el organismo de seguridad nacional se salvarán del hielo. El monto del ahorro en materia de servicios y de expensas burocráticas que no atañen a la “guerra antiterrorista” podría elevarse a 250 mil millones de dólares en el trienio (edition.cnn.com, 26-1-10). Lástima que BO pedirá 708 mil millones de dólares para continuar las guerras en el solo año fiscal de 2011 (AP, 13-1-10), una suma que ni W. Bush superó con esos fines. Multiplíquesela por tres. Por ahora.

El mensaje presidencial abordó la situación económica imperante en el país del Norte y prometió medidas que contrarrestarían la creciente tasa de desempleo que afecta a los estadounidenses. Fue, sin embargo, omiso o parco en lo que hace a la política exterior. Obama reiteró el compromiso de retirar las tropas de Irak antes de septiembre de este año, pero no mencionó que el día anterior a su mensaje había informado al Congreso que hasta 50.000 efectivos podrían permanecer allí por tiempo indefinido y participando en operaciones de combate (AP, 26-1-10). Tampoco recordó que, en verdad, estos militares no están regresando a sus hogares: son enviados a Afganistán.

Item más, como escribía Hernán Cortés: el mandatario reconoció en entrevista concedida al semanario Time que habían fracasado sus intentos de terminar con el punto muerto en las relaciones Israel/Palestina. Dicho de otra manera, no logró persuadir al primer ministro israelí Benjamin Netanyahu de que cesara su política de construir aún más asentamientos en territorio palestino ocupado (www.theguardian.co.uk, 22-1-10). Notable. Israel es uno de los países del planeta que más se benefician de la ayuda militar –y otras– de EE.UU., fue el segundo detrás de Irak en el 2004, y en el 2007 W. Bush la incrementó en más del 25 por ciento. Actualmente el gobierno de Tel Aviv recibe armamentos –y avanzados– por valor de 3000 millones de dólares anuales. La Casa Blanca tiene medios –que no emplea– para convencer a su mejor amigo en Medio Oriente, pero Obama no mencionó el tema en su mensaje.

Otra casi ausencia fue Afganistán: el presidente le dedicó apenas menos de 100 palabras de las más de siete mil del texto, aunque es el centro de su política militar y resolvió enviar otros 30.000 soldados. Cantidad aparte, la calidad de esas palabras no es muy convincente. “En Afganistán –dijo– estamos aumentando nuestras tropas y entrenando a las fuerzas de seguridad afganas para que tomen el mando en julio de 2011 y nuestra tropas puedan comenzar a volver a casa.” Los mandos militares dudan de que sea posible: hubo más de 300 bajas estadounidenses en el 2009, cifra nunca registrada antes en los ocho años de ocupación y guerra.

Washington propuso a algunos aliados crear una Fundación para la Paz y la Reintegración que permitiría invertir de 500 a 1000 millones de dólares en los próximos

cinco años para comprar talibán rasos y cuadros medios con dinero en efectivo y promesas de empleo y de cargos en el gobierno de Karzai (www.thenational.ae, 26-1-10). Al parecer, la Casa Blanca tampoco confía plenamente en un triunfo por las armas. Está por verse el éxito de esta táctica monetaria: la dirigencia talibán denunció que era “una trampa” para dividir sus fuerzas (www.thenews.com, 29-1-10). En efecto.

Se dice que Obama careció por completo de un buen asesoramiento al diseñar la estrategia para Afganistán. Quién sabe. El teniente general (R) Karl W. Eikenberry, actual embajador de EE.UU. en el país centroasiático, sirvió dos veces en el terreno –la primera, encargado de reconstruir las fuerzas de seguridad afganas; la segunda, en calidad de comandante en jefe de todas las tropas invasoras estadounidenses– y supo advertir a Obama en un cable que le envió el 6 de noviembre pasado: el aumento de tropas “entrañará más gastos y obligará a EE.UU. a un desempeño militar a largo plazo y en gran escala... Nosotros sobreestimamos la capacidad de las fuerzas armadas afganas de hacerse cargo hacia el 2013 y subestimamos el tiempo que nos llevará instaurar o establecer un gobierno civil” (www.nytimes.com, 26-1-10). No fue escuchado.

Una manifiesta omisión del mensaje de Obama: la prisión de Guantánamo y su incumplida promesa de cerrarla en el primer año de su mandato. Otra: Yemen, a pesar de que lo incluyó en los frentes de batalla contra el terrorismo y que ya combaten allí comandos especiales estadounidenses. Y un alarde: se jactó de que en 2009 habían sido muertos y capturados más miembros de Al Qaida que en 2008. Imposible verificarlo. Se sabe, sí, que abundan las víctimas civiles de afganos y paquistaníes. Esa matanza tampoco se congela.

ANEXO 3

<http://www.infobae.com/tecnologia/492846-100918-0-Argentina-tiene-mas-de-un-celular-por-habitante>

En el país hay 50,4 millones de celulares, lo que significa más de un aparato por habitante considerando una población de 40 millones de personas, según informó el Indec

En la Argentina hay 50,4 millones de teléfonos móviles, lo que significa más de un aparato por habitante considerando una población de 40 millones de personas, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec).

Los celulares aparecieron hace menos de dos décadas pero tuvieron un explosivo crecimiento en los últimos años, en los que el sector telefónico viene liderando la expansión en el consumo de servicios públicos.

En noviembre pasado el número de celulares alcanzó 50.409.800 y el sector telefónico siguió al tope de la expansión en el consumo de servicios públicos con un incremento del 8,7% con respecto a igual mes de 2008, según el Indec.

En la medición interanual, el consumo de la telefonía en general subió 21,7%, publicó la agencia AFP. La cantidad de llamados desde esos aparatos aumentó 24,5% y el número de mensajes de texto creció 19% en el lapso analizado. En tanto, en el servicio de telefonía fija, las llamadas locales aumentaron entre un 12% y 17,8%, y las internacionales subieron 28,5%.

ANEXO 4

<http://www.eldia.com.ar/edis/20100128/laciudad30.htm>

Susto y un nene lesionado en un juego de la República
Ocurrió en el "gusano". El chico tiene 10 años y debió ser atendido en un hospital

A raíz de un accidente ocurrido ayer en el juego mecánico conocido como "el gusano", en la República de los Niños, un niño de diez años sufrió contusiones en casi toda la parte izquierda de su cuerpo. El "espectacular" episodio -como lo describieron algunos testigos- aconteció cerca de las tres de la tarde, momento en que se desprendió parte de la carcasa de fibra de vidrio del primer vagón, y dio de lleno sobre el cuerpo de Rodrigo Roma que, hasta entonces, disfrutaba de la diversión en el segundo carro.

El secretario general de la Municipalidad de La Plata, Mario Rodríguez, aseguró que "se inició un sumario interno para deslindar responsabilidades. De momento, manejamos la versión de un accidente, pero si se comprueba que existió negligencia del operador, no descartamos caducar la concesión", indicó el funcionario comunal. Y añadió: "hasta que se sustancien las actuaciones, hemos dispuesto que las inspecciones técnicas se realicen todos los días".

Tras salir del hospital San Roque de Gonnet, donde fue atendido su hijo, Daniel Roma comentó que a Rodrigo "le dijeron que se suba en el segundo carro porque el primero temblaba mucho. Y así lo hizo, acompañado por una nena".

"LO GOLPEO DE LLENO"

El padre del chico describió que "en un momento determinado se desprendió la cabeza del gusano (el primer vagón) y lo golpeó de lleno en la cabeza, el brazo y la cadera".

"Aparentemente no hay ninguna quebradura, pero sufrió fuertes contusiones", detalló Daniel Roma, quien confirmó que ayer mismo radicaron una denuncia en la comisaría de Gonnet. "Ahora, la Fiscalía actuará de oficio", añadió.

Según el relato de Arturo, un visitante de Buenos Aires que en el momento del accidente se hallaba comprando boletos para el juego, en "el gusano" viajaban dos niños más. "Por suerte, a ninguno de ellos le ocurrió nada, como tampoco a la acompañante del chico accidentado".

Quien sí recibió un golpe fue "el señor que manejaba el juego -contó Roma-, de modo que no lo podía parar; para ello tuvo que venir corriendo un operario de otra diversión".

Mario Rodríguez explicó que "los juegos están concesionados y, una vez al mes, pasan por una inspección técnica que realiza el ingeniero de la compañía aseguradora". En ese marco reiteró que se dio la orden para que las inspecciones se efectúen a diario, hasta tanto "se aclare bien el hecho".

"SIN MEDICO"

"Lo que es incomprensible -enfaticó el padre del niño golpeado-, es que no había médico ni ambulancia, así como tampoco ninguna autoridad del predio. Lo atendió una enfermera que, realmente, se portó diez puntos", dijo.

Ir al inicio de la nota 7 comentarios de los usuarios28/01/2010 - 11:56 | enelhorno todas las veces que hemos ido los juegos estan a cargo de menores chicos que no tiene ni idea atienden a 3 juegos al mismo tiempo los tenes que andar buscando y no te dan pelota solo ponen gente los fines de semana hay unas colas interminable en cada juego y nadie se hace cargo del orden si mandas a una chicos olo a un juego le sacan 2 boletos en vez de uno un desastre digo porque la comuna no pone gente competente en el lugar ya que los juegos son lo mas que recaudan los pases estan como30 \$ carisimo y solo alcanza para 6 juegos es mucho dinero por chico hacen falta mas juegos mecanicos para chicos e/ 6 y 12 años podrian hacer un circulito de cuatris como hace muchos años bien hecho con seguridad para los chicos por otra parte adentro la gente que trabaja en concesionarios entran y salen rapido por calles internas donde no se puede circular es decir que si una nena patina en la callesita de la est caperucita tiene el riesgo de ser atropellada ademas cerraron todo un costado y dejaron la playa de estacionamiento al sol pleno hay mala organizacion par un predio tan lindo e importantemnete turistico de la ciudad es inadmisibile que no haya ambulancias dentros del predio ni medicos

Reportar este comentario

28/01/2010 - 11:32 | leonegro

Estas cosas, pueden pasar ,por que son aparatos mecanicos, pero si las inspecciones no se realizan frecuentemente, y como se realice la inspeccion, con que ojo se mire. Con respecto a la atencion medica es vergonzoso y y una total falta de responsabilidad, habiendo una colonia, por la mañana y por la tarde, que no exista un servicio de atencion por cualquier necesidad de los chicos y de algun grande que vaya de visita, es una verguenza.Estuve hace muy poco y un niño de la colonia de lastimo y no tenian nada para ponerle i alcohool ni gasa ni una curita, o sea que no se hacen las cosas bien.soy vecino y si no voy con una tarjeta que me dan por ser vecino, si voy a correr se arruga y hasta se rompe la tarjeta tendria que solicitar diariamente, sino la tengo me exigen el pago,...como dice leona70, realmente adonde van esos fondos, porque los fines de semana la repu se llena, y contabilicemos los demas servicios ,de comidas kioscos etec....cuando los funcionarios se van a poner los pantolones largos aunque haga calor, vamos cuando.....

Reportar este comentario

28/01/2010 - 10:22 | claude

Por más que la concesión caduque el daño al menor ya está, y podría haber sido mucho peor. En este país tiene que suceder algo irreversible como la tragedia de Cromagnon para que se tomen las medidas que corresponden. y en cuanto a las inspecciones técnicas a las que hace referencia el funcionario, sinceramente no creo que se hagan en tiempo y forma.Cada vez que he visitado el lugar (años y años, todos los domingos) el estado de los juegos es deplorable, son viejos, están reciclados y pintados para que

parezcan nuevitos. Los papás deberían mirar el estado de los juegos antes de dejar subir a sus hijos.

Reportar este comentario

28/01/2010 - 09:23 | leona70

En la Republica de los niños cobran entrada a los que no son vecinos y dicen que ese dinero va a una "fundación", será la fundación "caja chica de los funcionarios de turno"? Los chicos que van a la colonia municipal que funciona ahí dentro son llevados en unos micros naranjas en estado deplorable, como así también una Traffic de la organización con los logos bien grandes en los laterales de la MUNICIPALIDAD DE LA PLATA, sin puertas traseras, o sea sin patente, cubiertas lisas y asientos puestos atrás de manera lateral sin cinturones. Más de lo mismo, impunidad para cualquiera de la gestión, lindo ejemplo.

Reportar este comentario

28/01/2010 - 07:43 | 53_por ciento

es privada, la estamos haciendo a pulmón y no tenemos fines comerciales. y pronto vamos a mejorar nuestro alcance...

Reportar este comentario

ANEXO 5

<http://www.pecyp.com.ar/una-campana-con-candidatos-electronicos>

Una campaña con candidatos electrónicos

Por María Victoria Romero (*)

La calle y la plaza en tanto iconos y lugares de acción de la política parecen haber caído en desuso tras el arribo a la escena política de la TV, las TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación) e Internet. Los políticos se actualizan y ya no sólo utilizan la campaña publicitaria en la vía pública, en los medios y en los celulares, sino que presentan su blog y comienzan a aparecer en redes sociales como amigos.

Ya había anunciado parte de estos cambios, Anne Marie Gingras en el libro “El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas” al advertir que desde la década del '70 la televisión y el show le estaban ganando terreno a los tradicionales modos de hacer política, sobre todo en épocas de campaña electoral.

En efecto, Gingras planteaba que el énfasis puesto en el marketing político y el papel cada vez más activo de los medios de comunicación en la vida política introducían y reintroducían interrogantes sobre el sentido de la política.

Y en esa problematización sobre la vida política donde la autora establece algunas peculiaridades que caracterizan la comunicación en la política y lo político, y en especial, los métodos que los políticos se valen al momento de captar electores.

Es así como la política se convirtió con la ayuda del soporte mediático en especial de la TV y ahora con las nuevas ventajas que favorecen las Tics, en una herramienta del marketing que combina las aristas y variables del espectáculo y una ferviente personalización de los candidatos en detrimento de las ideas y planes de su administración.

No obstante, poner el acento en algunos individuos, implica el riesgo de que la política aparezca como una mera lucha de personalidades. Y es en ese artilugio de marketing donde se hace posible que en la memoria colectiva aparezcan imágenes de dos candidatos en dos polos absolutamente opuestos... ¿opuestos fáciles de recordar para el electorado?

Será más sencillo entonces retener en la memoria la imagen de un candidato presidencial magnate y la de otro austero, la del candidato joven que representa el cambio contra la de un candidato veinte años mayor que aquel e indefectiblemente vocero de lo viejo en la política. Una imagen contra otra, como las dos únicas competidoras de una carrera en la que se juega el futuro de una nación.

Limitar de ese modo el marco explicativo de los acontecimientos provoca una descontextualización de los problemas, un ocultamiento de los fenómenos estructurales y las cuestiones en juego, advierte Gingras. La imagen de la campaña como una competencia deportiva deja el sabor de un olvido histórico, una negación de las relaciones de poder profundas y superficiales que existen en la sociedad.

Con el condimento mediático, la política tomó elementos del espectáculo y se tiñó de sus emociones dramáticas. Sucede que en pos del interés de las personalidades políticas en que se hable todo el tiempo de ellas en los medios, su actividad se concentra en hechos que tengan un alto potencial mediático: un candidato tomado de la mano de una niña pobre en medio de un basural, otro fotografiado con una estrella de Hollywood.

LA LLEGADA DEL PODCAST. Con el arribo de las Tics y el mundo cibernético, la tendencia hacia la personalización parece crecer. Si hoy la televisión deviene en el escenario por excelencia para el marketing político y las campañas, la Web 2.0 avanza hacia convertirse en el nuevo espacio donde el “arte de lo posible” montará su espectáculo y el Podcast será el soporte de moda.

Los discursos con enormes concentraciones para escuchar al líder, los escenarios tradicionales, de a poco pierden fuerza frente a nuevos soportes tecnológicos que se acercan al electorado sin necesidad de salir de casa y siguen la tendencia de varios ciudadanos de pasar más tiempo on line que mirando televisión. La cara del político, las ideas, su curriculum, sus críticas a la oposición, todo es visto en la TV y todo es navegable en la Web.

Internet abrió la posibilidad de encontrar a una franja electoral que no es fácil contactar: los cibernautas que no siempre se constituyen como habitues de la TV. En la campaña presidencial de Barak Obama, el marketing político 2.0 se convirtió en una de las peculiaridades del candidato. En my.barackobama.com en versión español, los votantes tenían la posibilidad de interactuar con Obama y sus asesores.

En Argentina, la cercanía de las elecciones legislativas, ubica a Internet y a las Tics en un horizonte relativamente nuevo para cooptar votantes. “Desde hace 50 años, los políticos se han acostumbrado a comunicar a través de los medios masivos, utilizando un modelo dominante de comunicación vertical: impersonal, homogéneo y unidireccional. Hoy las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones nos otorgan la oportunidad de cambiar este modelo sin importar la distancia o las jerarquías”, afirma en su blog Margarita Stolbizer, la referente de la Coalición Cívica Nacional.

La candidata a diputada nacional añade que Internet ofrece un sistema de información y comunicación abierto, que permite a todos interactuar libremente “maximizando la calidad de nuestra novel democracia y participando de la toma de decisiones, no sólo por parte de los dirigentes sino creando canales de diálogo entre militantes, ciudadanos y simpatizantes”, indica en su sitio on line donde además invita a que se envíe la palabra “futuro” por mensaje de texto, con el fin de lograr un “pequeño aporte para un gran cambio”.

Por su parte, el ex candidato a gobernador para la provincia de Buenos Aires y candidato a diputado nacional por el peronismo disidente, Francisco De Narváez, en su página Web postula que “el cambio empieza algún día” y que para ello “faltan 80 días, 7 horas y 37 minutos”.

“Internet hace a la información y ésta a la transparencia. Por eso, los dirigentes necesitan y deben estar en Internet”, dice en su página Web Aníbal Ibarra, el ex jefe de

Gobierno de la ciudad de Buenos Aires y ahora referente del Frente Progresista y Nacional.

En el sitio de Campañas y Acción Política en Internet, se estima que, desde 1997, los candidatos argentinos utilizan la Web para comunicar sus ideas a la hora de hacer campaña. Pero no fue hasta las elecciones de 2007 que hubo un vuelco masivo a usar las Tics.

En tanto, de acuerdo al Instituto Política y Democracia de la Sociedad de la Información para las Américas (IPD-SIA), el 95 por ciento de los candidatos a la Presidencia, a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y a Gobernador de las principales provincias de Argentina utilizaron la Web para sus campañas.

Las posibilidades de acercamiento visual que brinda la tecnología generan una nueva relación entre los políticos y sus electorados. Las cámaras de TV, permiten descubrir a los líderes en su vida cotidiana y el político tiene la oportunidad de “mirar a los ojos” al ciudadano. Existen veces en que el líder electrónico no necesita una organización con un programa ni conocer en su totalidad los temas de discusión: si es lo suficientemente espectacular y genera gestos simbólicos, logrará al menos que los televidentes e internautas lo recuerden.

En época electoral, los ciudadanos convertidos en público desde la óptica del marketing político, asiste a un show del debate entre líderes que se asimilan a dos competidores, fuertemente personalizados y exaltadas sus características, donde el acento está puesto en la dialéctica y la retórica y no en las ideas y programas de acción, sino en el quién y cómo lo dice, en los gestos, en la imagen que detecte sus destrezas, miedos, astucias y pasiones.

(*) María Victoria Romero es Licenciada en Comunicación Social, docente universitaria e integrante del Portal de Estudios en Comunicación y Periodismo (PECYP)

ANEXO 6

<http://www.jugala.com/?p=15552>

Hollywood prohíbe usar Twitter a las estrellas

Los directivos de diferentes estudios de Hollywood decidieron prohibirles a sus actores el uso de la aplicación de Twitter.

El problema surgió cuando varias estrellas comenzaron a actualizar sus perfiles, revelando información acerca de los rodajes y futuros proyectos laborales.

Por ejemplo, algunos estudios ya pusieron dentro de sus contratos, cláusulas que no permiten el uso de Twitter y en algunos casos, de Facebook.

“Twitter en manos de ciertos famosos es como darle a un niño una pistola cargada”, declararon varios directores de Hollywood.

Ejecutivos de Dreamworks han prohibido a Cameron Díaz y Mike Mayers usar su cuenta de Twitter, para así evitar que divulguen detalles de la nueva película Shrek.

La compañía cinematográfica ha incluido esta nueva cláusula en los contratos con sus actores para los nuevos proyectos.

Otros de los famosos que fueron censurados y que revelaban información en Twitter fueron Demi Moore y Ashton Kutcher.

Ella es fanática del programa y colgó una foto de su boca sin un diente, pero no le gustó que su marido publique una foto de su trasero, ya que tiene el mayor número de seguidores en la red social (3,778,464).

Entre las publicaciones polémicas, se destaca la del cantante Lenny Kravitz, que sube fotos en las que está desnudo en su gira.

Por otro lado, otras productoras se aferran al 100 por ciento de las redes sociales. Es el caso de Summit que aprovechó al máximo el uso de Internet, y anunció a través de Twitter con bombos y platillos el lanzamiento de Crepúsculo, abriendo un perfil público para todos sus fans.

<http://www.diaadia.com.ar/?q=content/una-nueva-tendencia-prohiben-twitter-en-clubes-de-futbol-americano-0>

Una nueva tendencia: prohíben Twitter en clubes de fútbol americano

Los Dolphins de Miami se pusieron a la cabeza de una nueva tendencia en el fútbol americano: prohíben en sus instalaciones el uso de redes sociales de Internet como Twitter, no sólo a los jugadores sino a la prensa e incluso a los espectadores.

El autoritario régimen del técnico Bill Parcells en el campo de entrenamiento en Miami prohíbe el uso de Twitter, blogs y mensajes de texto. Por lo menos seis equipos más imponen restricciones similares a la prensa, aunque el público puede asistir a los entrenamientos.

La intolerancia para con el Twitter no sorprende en una liga deportiva donde la paranoia es parte del manual de juego. Como mucha gente, los entrenadores están asustados y confundidos por el veloz avance de las comunicaciones.

Sin embargo, las prohibiciones son contrarias a las recomendaciones de la liga: "No es práctico prohibir a la prensa que envíe algo de información por medio de Twitter, mensajes de texto, blogs, etc.", dice un memorando de la liga a los dueños de equipos.

Además de los Dolphins, los otros equipos que impiden enviar información desde el campo de entrenamiento son los Broncos de Denver, los Patriots de Nueva Inglaterra, los Buffalo Bills, los Colts de Indianapolis, los Saints de Nueva Orleans y los Lions de Detroit.

Los Broncos prohibieron los teléfonos celulares y las computadoras en los entrenamientos para impedir los tweets y los mensajes de texto.

Algunos equipos, como los Dolphins, exhortan a sus jugadores que no usen Twitter. Otros equipos son más flexibles sobre el uso de las redes sociales. Todos están ponderando el impacto de los nuevos medios de comunicación.

<http://ar.news.yahoo.com/s/20012010/40/n-sports-manchester-united-prohibe-jugadores-redes.html>

Manchester United prohíbe a sus jugadores usar redes sociales

Manchester (Inglaterra), 20 de enero (Télam).- Manchester United, equipo de la Premier League inglesa de fútbol, les prohibió a sus jugadores usar las redes sociales Facebook y Twitter, mediante un comunicado oficial del club.

Tras la determinación, Wayne Rooney y Darren Fletcher dieron de baja sus cuentas en Twitter, mientras que Ryan Giggs y Rio Ferdinand hicieron lo mismo con sus páginas en Facebook.

El club inglés también remite a su propia página oficial como único vínculo garantizado con sus futbolistas: "Cualquier noticia oficial relacionada al Manchester United o de sus jugadores será comunicada a través de ManUtd.com", consignó el Diario As.

En tanto, James Hurst, jugador del Portsmouth de la Premier League, fue separado del equipo, que acumula deudas con sus futbolistas, por revelar en Facebook que deseaba que su equipo perdiera contra el Arsenal.

Lo decidido por Manchester no es novedad en el mundo del deporte ya que en la NBA los jugadores tienen vetado el uso de las redes sociales para evitar enfrentamientos con los aficionados rivales.

ANEXO 7

Jessica Simpson niega rumores sobre romance con Tiger Woods

Los Angeles, 17 dic (dpa) - La cantante estadounidense Jessica Simpson desmintió los rumores que la involucran con el golfista Tiger Woods, envuelto en un gran escándalo por relaciones extramaritales, según informó hoy la publicación "Access Hollywood".

"No puedo creer que esté en la portada de una revista con Tiger Woods. Qué chiste", aseguró en su página de la red social Twitter. La intérprete de "Do You Know" catalogó la historia de una "mentira ridícula".

La revista asegura que Simpson y Woods intercambiaron correos electrónicos y números de teléfono tras un encuentro en el torneo de golf AT&T National.

Según una fuente cercana a la artista, lo único cierto de la historia es que los dos posaron para una foto. "Se trató de un encuentro rápido y una foto. Eso fue todo", afirmó la fuente.

ANEXO 8

Joseph Biden designado candidato a vicepresidente por Barack Obama

EFE Actualizado 23-08-2008 07:36 CET. Washington.- Joseph Biden, veterano senador por Delaware y presidente del Comité de Exteriores del Senado, fue designado hoy candidato a vicepresidente por el demócrata Barack Obama.

El nombramiento fue confirmado por distintas cadenas de televisión de EE.UU. esta madrugada, poco después de la una, hora local (08.00 GMT), y antes de que la noticia pudiera ser transmitida a los seguidores del candidato mediante mensajes de texto enviados a sus teléfonos móviles.

Biden, senador desde hace 35 años y uno de los mayores expertos demócratas en política exterior, aportará a la candidatura de Obama la experiencia internacional que el candidato a la presidencia no tiene, así como un profundo conocimiento de los pasillos del poder de Washington.

Extrovertido, buen argumentador y mordaz orador, Biden reúne los tres requisitos que Obama busca en un compañero de papeleta electoral: Está preparado para ser presidente, será capaz de ayudarlo a gobernar y, sobre todo, tiene ideas propias.

"Quiero a alguien capaz de retar mis ideas y no simplemente a alguien que diga que sí a todo", aseguró el viernes Obama en unas declaraciones en las que, sin desvelar el nombre del elegido, sí hizo un retrato de la persona con la que quiere compartir las tareas de la presidencia.

La designación fue el secreto mejor guardado de Washington hasta la pasada noche cuando se supo que dos de los principales "elegibles", el Gobernador de Virginia, Tom Kaine, y el senador de Indiana Evan Bayh, se habían "caído" de la lista.

Desde ese momento y hasta esta madrugada, todo apuntaba ya a la designación de Biden que, finalmente, se hizo pública en la medianoche del sábado, algo más de doce horas antes de que el candidato demócrata comparezca con su flamante compañero en Springfield, Illinois, en el que será su primer mitin conjunto.

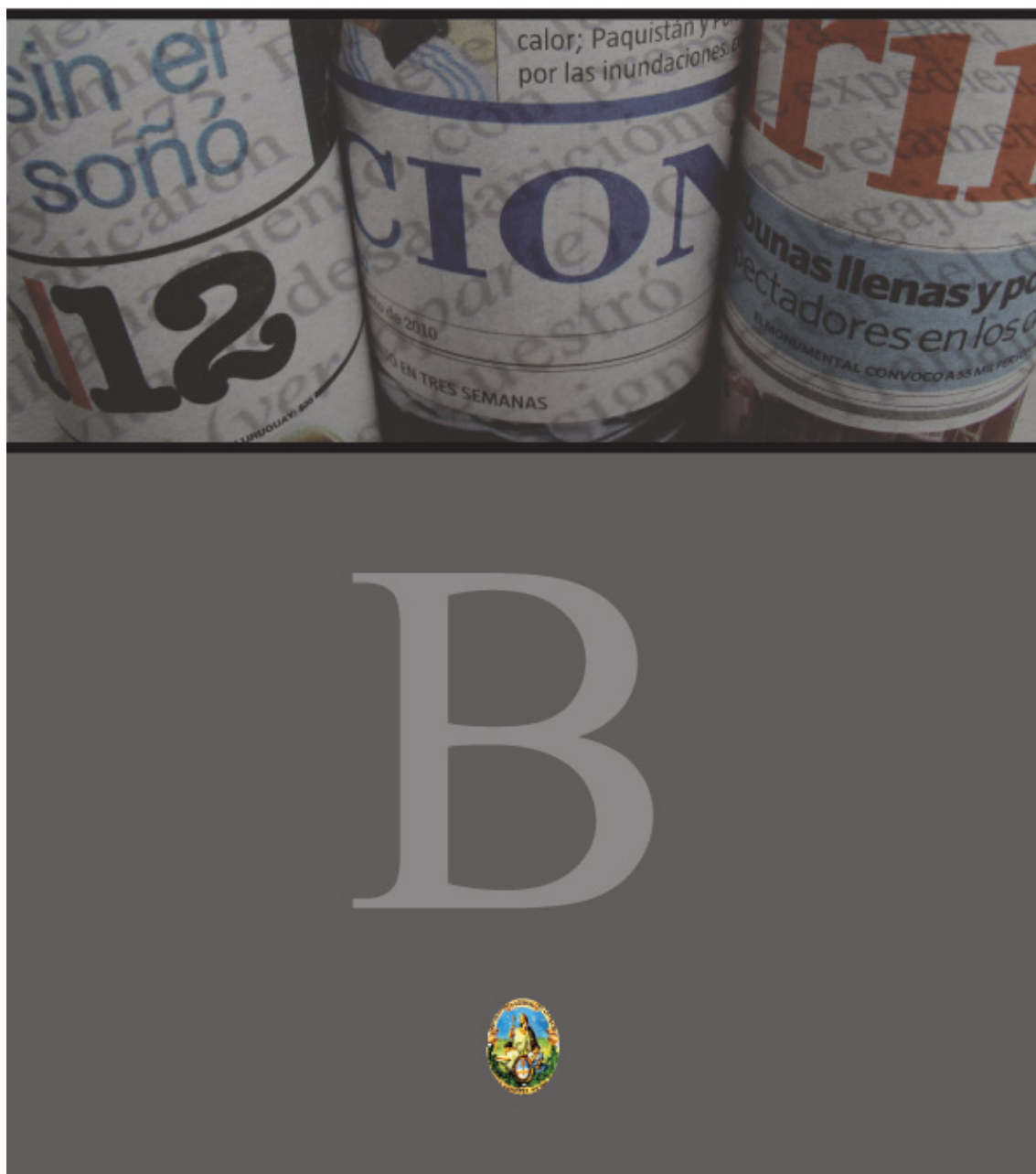
Fue precisamente en esta localidad del corazón de EE.UU., tierra adoptiva del XVI presidente de los EE.UU., Abraham Lincoln, el hombre que abolió la esclavitud en este país, donde Obama lanzó, en febrero del 2007, su candidatura a la presidencia.

Springfield será también el comienzo de la verdadera campaña electoral demócrata 2008.

ANEXO 9

EJEMPLO SOBRE LA NOTA "Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo", de Página 12 del lunes 20 de julio									
Diario	Día	Día N°	Título tapa	Foto tapa	Título	Firma	Periodista	Género	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Página 12	Lunes	20	sí	sí	Una oferta bajo el brazo para iniciar el diálogo	sí	Fernando Krakowiak	Informativo	
Nota N°	Tema de la nota	Fotos noti	Fuente N°	Denominación	Sector de la Fuente	Atribución	Estilo de citar		
1	Conflicto con el campo	1	1	Carlos Cheif	Gobierno	Directa	Indirecto		
1	Conflicto con el campo	1	2	Algunos turn	Gobierno	Reserva total	Indirecto		
1	Conflicto con el campo	1	3	Carpeta de	Gobierno	Reserva total	Indirecto		
1	Conflicto con el campo	1	4	Los análisis	Gobierno	Reserva total	Indirecto		
1	Conflicto con el campo	1	5	Los especia	99	Reserva total	Indirecto		
1	Conflicto con el campo	1	6	Dirigentes	Mesa de Enlace	Indirecta con reservas	Indirecto		
Calidad	Soporte	Cargo							
Primer orden	Declaración	Ministro							
Anónimo	99	99							
Anónimo	99	99							
Anónimo	99	99							
Anónimo	99	99							
Anónimo	99	Cámaras							

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

ABC (1993), *Libro de Estilo*, Barcelona, España, Editorial Ariel.

Albertini, Emiliano y Ruiz, Adela (2008), “Fuentes de información: concepto, clasificación y modos de uso”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Aller, Eduardo (2008), “Periodistas y fuentes: una relación mundana que desafía los límites profesionales”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Amado Suárez, Adriana (2004), “El proceso de la prensa: las condiciones estructurales del periodismo argentino”, en *Cátedra/a*, 21 de septiembre.

-(2005), *Información: ¿se puede saber lo que pasa?*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Norma.

-(2007), “Relaciones informativas, los voceros y las fuentes gubernamentales frente a la prensa. Mesa redonda”, en *Cátedra/a*, 24 de junio.

-(2008), “La autorregulación en el periodismo argentino. El caso de los grandes diarios”, en revista *Oficios Terrestres*, n° XXI, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Anguita, Eduardo (2002), *Grandes Hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Colihue.

Armentia Vizueté, José Ignacio y Caminos Marcet, José María (2003), *Fundamentos de periodismo impreso*, Barcelona, España, Editorial Ariel.

Benítez, Milva y Sortino, Carlos (2006), “Sobre informes e informantes”, en *Apunte de cátedra* del Taller de Periodismo de Investigación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Borrat, Héctor (1989), *El periódico, actor político*, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili.

Camps, Sibila y Pazos, Luis (1993), *Así se hace periodismo. Manual práctico del periodista gráfico*, Buenos Aires, Argentina, Beas Ediciones.

Clarín (1997), *Manual de Estilo. Diario "Clarín"*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Aguilar.

Cytrynblum, Alicia (2004), *Periodismo Social: una nueva disciplina*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones La Crujía.

Del Río Reynaga, Julio (1991), *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*, Ciudad de México, México, Editorial Diana.

Diario Sobre Diarios (2008), “Los títulos de tapa basados en noticias con fuentes anónimas”, en *www.diariosobrediarios.com.ar*, 23 de octubre.

Dietrich, Fabricio (2008), “La credibilidad periodística en jaque: no mentirás”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Ducrot, Víctor Ego (2006), “Coca-Cola NO refresca mejor”, en *www.prensamercosur.com.ar*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 2 de diciembre

El País (1991), *Libro de estilo*, Madrid, España, El País Ediciones.

Elíades, Analía y Piovani, Verónica (2007), “Una perspectiva jurídico-comunicacional. El derecho de acceso a la información pública”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 55, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Gómez, Laura (2008), “Otra manera de llegar a las fuentes: el periodismo ciudadano”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Gomis, Lorenzo (1997), *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*, Barcelona, España, Editorial Paidós.

Halperín, Jorge (2007), *Noticias del poder (buenas y malas artes del periodismo político)*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Aguilar.

La Nación (1997), *Manual de Estilo y Ética Periodística*, Buenos Aires, Argentina, Editorial S.A. La Nación.

López, Manuel (1995), *Cómo se fabrican las noticias*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidós.

Majul, Luis (1999), *Periodistas: qué piensan y qué hacen los que deciden en los medios*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Sudamericana.

Marco, Pablo (2009), *El tejido del ballotage. Construcción mediática sobre la instauración en Argentina de la posibilidad de efectuar una Segunda Vuelta en las elecciones presidenciales de 1973*, Tesis de grado, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad nacional de La Plata.

Martínez, Francisco (2008), “Trascendió de fuentes policiales: la sangre se vuelve tinta impresa”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Martini, Stella y Luchessi, Lila (2004), *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Biblos.

Martini, Stella (2004), *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Bogotá, Colombia, Editorial Norma.

Mascioli, Juan -(2007), “El estilo directo e indirecto”, en *Apunte de cátedra* del Taller de Producción Gráfica I, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

-(2008), “Casos para tener en cuenta: fuentes que hicieron historia”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Miceli, Walter (editor) y otros (1999), *¿Qué es noticia en los diarios nacionales? Contextos de construcción y legitimación*, Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Ediciones del GITEPP.

Miguel, Lucas (2008), “Cuáles son las fuentes judiciales y cómo actúan: la difícil tarea de buscar la noticia en los tribunales”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, abril.

Muro Benayas, Ignacio (2006), *Globalización de la información y agencias de noticias. Entre el negocio y el interés general*, Barcelona, España, Editorial Paidós.

Orozco Gómez, Guillermo (1996), *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, en *Ediciones de Periodismo y Comunicación*, n° 1, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Palacios, Javier (2008), “Las fuentes en el periodismo político: un arma de doble filo”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Pedelaborde, Paula y Burgos, Florencia (2004), “El rol de los testimonios en la consolidación del diario tradicional” (Avance de investigación), en *Oficios terrestres*, n° 15/16, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Peralta, Dante y Urtasun, Marta (2004), *La crónica periodística: herramientas para una lectura crítica y redacción*, Buenos Aires, Argentina, Editorial La Crujía.

Romero Gauna, Walter (2008), “Los periodistas frente a las oficinas de prensa: guerra de intereses”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Sanucci, María Elena (Editora) (2005), *Prensa escrita: Procesos, transformaciones y Configuraciones*, Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Schmidt-Liermann, Cornelia y Lavalle Cobo, Dolores (2008), “La visión de los políticos y voceros de prensa acerca del periodismo y los medios de comunicación argentinos”, estudio para la Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires, Argentina.

Vázquez Montalbán, Manuel (1980), *Historia y Comunicación Social*, Madrid, España, Editorial Alianza.

Vázquez, Cristian (2008), “Cómo son los nuevos intercambios de información: las fuentes de los blogs y los blogs como fuentes”, en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, n° 60, revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Verón, Eliseo (1971), *Ideología y comunicación de masas*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Nueva Visión.

-(1987), *La semiosis social*, Barcelona, España, Editorial Gedisa.

-(1981), *La construcción del acontecimiento*, Barcelona, España, Editorial Gedisa.

Wainerman, Carolina y Satau, Ruth (Compiladoras) (2001), *La trastienda de la investigación*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Lumiere.