

Fuentes de información y credibilidad periodística

JAVIER MAYORAL SÁNCHEZ

jmayoral@wanadoo.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 15 de abril de 2005

Aceptado: 20 de mayo de 2005

RESUMEN

Este estudio se ha centrado en el uso periodístico actual de las fuentes de información. Tras analizar una muestra de más de seis mil textos, los datos obtenidos reflejan una situación preocupante: los medios de comunicación parecen haber sucumbido al embrujo y al poder retórico de las fuentes informativas. El mensaje periodístico, formalmente independiente, está hipotecado por *oscuras servidumbres*. Se ha escrito *oscuras* porque los profesionales de la información no identifican debidamente a sus fuentes; y *servidumbres*, porque los periodistas difunden una versión de realidad que, con gran frecuencia, es tan sólo una versión interesada –y, por tanto, cabe deducir que deformada– de esa realidad.

Palabras clave: Fuentes de información, gabinetes de prensa, credibilidad periodística, periodismo informativo.

Sources and Journalistic Credibility

ABSTRACT

This study has centred on the journalistic current use of the information sources. After analyzing a sample of more than six thousand texts, the obtained information reflects a worrying situation: the mass media seem to have succumbed to the magic and to the rhetorical power of the information sources. The journalistic message, formally independent, is mortgaged by dark servitudes. *Dark* because the professionals of the information do not identify due to his sources; and *servitudes*, because the journalists spread a version of reality that, with great frequency, is only an interested version - and, therefore, it is necessary to deduce that deformed - of this reality.

Keywords: Information sources, press offices, journalistic credibility, informative journalism.

SUMARIO 1. Introducción. 2. Datos sobre la muestra. 3. Tipos de fuentes. 4. Grados de identificación. 5. Tipo de Información facilitada por la fuente. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Esta investigación ha surgido y se ha desarrollado en un aula de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, en la asignatura de primer curso de Periodismo denominada *Comunicación e información escrita* (Aula 536, grupo C). Los autores¹ partieron de la teoría clásica sobre las fuentes de información. En un ámbito docente, y teniendo en cuenta las necesidades y posibilidades de un amplio grupo de futuros periodistas, el equipo de investigadores se propuso profundizar en ciertos aspectos de esa doctrina clásica que quizá hoy resulten revisables. En particular, se fijaron dos cuestiones fundamentales:

A. La definición de 'fuente de información'. Parece difícilmente discutible la idea genérica de que las fuentes de información proporcionan contenidos, datos o argumentos a los periodistas para que éstos puedan incluir en sus textos todo o parte de ese material². Sin embargo, sí conviene volver a considerar la noción de simples 'abastecedores de información' que a menudo se asocia a la definición de *fuentes*³. En tanto que obedecen casi siempre a una estrategia retórica y discursiva muy precisa, las fuentes no sólo ofrecen información, sino que además, con mucha (y creciente) frecuencia, esperan obtener un beneficio de su acercamiento a los periodistas. O, dicho de otro modo, las fuentes no acostumbran a aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo. Actúan, más bien, llevadas por la ambición de *prefabricar un relato de los hechos*. Esto es: si entregan información a quienes cuentan qué ocurre (los periodistas), es sólo para influir más intensa y directamente en el relato de lo ocurrido. Ya se ha apuntado en las líneas anteriores, pero cabe insistir en que este fenómeno es cada vez más apreciable, e incluso podríamos considerarlo como un rasgo esencial, definitorio, de la moderna sociedad de la información⁴.

B. El uso periodístico actual de las fuentes. Al abordar en un aula de Periodismo el tema correspondiente a las fuentes de información, resulta muy fácil naufragar en un laberinto de definiciones que oscilan entre la ingenuidad más absoluta y el cinismo más descarnado. Las fuentes *cuentan* o *mandan*, *confían* o *engañan*, *ayudan* o *sobornan*. En función de los autores que manejemos, se obtendrá una u otra impresión. Sin embargo, hay algo en común en todas estas teorías: ninguna renuncia a lanzar su clasificación de fuentes. Lo malo es que muchas clasificaciones apenas se diferencian en nada de las

¹ Autores de este texto han de considerarse los 99 alumnos del grupo 1º G (Periodismo) que han participado en el estudio de campo. Los coordinadores de los seis grupos establecidos son los siguientes: Isabel María Sancho, Ana Tombo, Lucía Carrera, Fátima Martel, Susana Saavedra, Juan Ventura Lado, Carlos Zotes, Sergio Rodríguez, Virginia Seseña, Pilar Navareño, Guillermo Pedrero, Teresa Ávila, Irene García, Carmen Llovet, María del Mar Sevilla, Ana Cristina Hernández, Elena Alcalde, María del Carmen Fernández y Julián Cantero. La investigación ha sido dirigida por el profesor de la asignatura de *Comunicación e información escrita*, Javier Mayoral Sánchez.

² Se puede encontrar un planteamiento muy similar a éste en textos de Núñez Ladevéze (1995: 49)

³ Véase, por ejemplo, Armentia y Caminos (1998: 241).

⁴ A propósito del fenómeno que aquí se comenta, Fernando González Urbaneja ha hablado en varias ocasiones de un "rearme de las fuentes". Utilizó esa ilustrativa expresión, por ejemplo, en septiembre de 2001, durante su intervención en el Curso de Verano de la UCM en El Escorial (*Fronteras del periodismo*, curso dirigido por Bernardino M. Hernando).

anteriores. Y lo peor es que este furor taxológico acaba eclipsando algo que debería ser aún más relevante. Porque más importante que optar sin dudarle entre decenas de *clases de fuentes*, a nuestro juicio, es descubrir cómo acostumbran a utilizar esas fuentes los periodistas. O a *defenderse* de ellas, si aceptamos que la inmensa mayoría de las fuentes de información, en las sociedades modernas, aspiran a influir en los relatos periodísticos a los que pretenden llegar de forma expresa o tácita⁵. Sabemos que las fuentes han trazado un minucioso plan para difundir su versión de la realidad: por eso hay miles y miles de gabinetes de prensa por doquier. No sabemos, en cambio, si el periodismo dispone de un *plan de defensa* para mantener su relato a salvo de versiones conscientemente deformadas de la realidad (o a salvo de intereses particulares que pretenden servirse del lector, más que contarle algo): por eso hemos querido analizar en este trabajo cómo y para qué utilizan los periodistas, en sus textos diarios, las fuentes de información.

2. Metodología: datos de la muestra

En cuanto a la metodología empleada, somos conscientes de la dificultad que supone mantener unidad de criterio en un equipo de casi cien investigadores. Hemos procurado, no obstante, fijar unos objetivos fácilmente alcanzables, modestos, y unas pautas de análisis cuantitativo suficientemente claras. Al tiempo hemos intentado aprovechar al máximo las ventajas de disponer de un grupo de investigadores tan numeroso. Gracias a ello, se ha podido estudiar el uso periodístico de las fuentes de información en cinco periódicos de difusión nacional durante quince días (15-29 de noviembre de 2004). En total, han sido analizados 6.162 textos informativos. Y, como mínimo, esas 6.162 piezas textuales han sido revisadas por dos personas. El trabajo se distribuyó de modo que cada sección de cada diario fuera analizada por *al menos* dos investigadores. De ese modo se establecía un mayor control de los datos, al tiempo que se encendía automáticamente una luz de alarma en caso de error. Los diarios analizados son *El País*, *El Mundo del siglo XXI*, *ABC*, *La Razón* y *La Vanguardia*. Además, se han examinado —aunque no aportemos los datos en este texto— otros dos periódicos de características muy distintas: los diarios gratuitos *Metro* y *20 minutos* (ambos, en su edición de Madrid).

Cada investigador se ha ocupado de una sección. Sus datos debían ser entregados al grupo coordinación (compuesto por tres miembros) encargado de sumar los datos referentes a un determinado periódico. Tanto en los trabajos individuales como en las fichas elaboradas por los grupos de coordinación debía aparecer, al menos, la siguiente información:

2.1. Datos básicos sobre la muestra diaria y total:

- Páginas por sección / páginas totales examinadas.
- Textos analizados.

⁵ Es curioso: este aspecto del estudio de las fuentes (el modo en que aparecen citadas o identificadas las fuentes en el texto periodístico) sí que suele aparecer desarrollado con detalle en libros de texto y monografías. Véase, por citar sólo un texto, STRENTZ (1983: 288).

- Fotografías, infografías y gráficos.
- 2.2. Tipos de fuentes:**
- Intermediarios o agencias informativas:
 - Fuentes oficiales (gobierno central, gobiernos autonómicos, ayuntamientos, sindicatos, partidos políticos, patronal, otras instituciones y otros).
 - Fuentes no oficiales (asociaciones, organizaciones no gubernamentales, expertos, miembros de instituciones u organismos, otros).
- 2.3. Grados de identificación de las fuentes:**
- Atribución directa.
 - Atribución reservada.
 - No atribuido (fuente anónima).
- 2.4. Tipo de información facilitada por la fuente:**
- ¿Es la única versión sobre un determinado hecho? ¿Hay fuentes complementarias?
 - ¿Afecta esa información, directa o indirectamente, a los intereses particulares de la fuente?
 - ¿Qué grado de importancia tiene esa información en el texto periodístico analizado? (Se establecen cinco categorías que permiten evaluar esa importancia de 1 a 5: 'anécdota', 'versión que compite con otras fuentes', 'importancia total', 'entrevista' y 'es la propia fuente la que crea un acto informativo para generar una noticia').

Por todo lo expuesto, será fácil adivinar que el primero de los apartados anteriores sólo quiere ofrecer una idea del tamaño de la muestra (y algunos datos adicionales); que el segundo capítulo pretende responder a la tradición con más respeto que desdén; y que el tercero y, sobre todo, el cuarto condensan las cuestiones esenciales que motivaron la realización de este estudio.

Conviene aclarar que, si bien ofrecemos datos sobre cinco diarios, en realidad eran siete los periódicos que constituían el objeto de estudio de esta investigación. Hemos eliminado de las tablas la información correspondiente a *Metro* y *20 minutos* (ediciones de Madrid). Como curiosidad, valga este apunte: *Metro* citó durante los quince días de estudio una sexta parte de las fuentes a las remitió *La Vanguardia*. En otra ocasión tal vez resulte útil comparar el uso de las fuentes en este tipo de diarios gratuitos con el modo en que las emplean los periódicos citados en este estudio. Sin embargo, y por no mezclar datos que corresponden claramente a propuestas periodísticas muy distintas (y que, a nuestro juicio, merecen un análisis más reposado y profundo), de momento se ha optado por ignorar los resultados obtenidos en la investigación sobre estos dos diarios.

Los datos incluidos en la siguiente tabla presentan una doble utilidad: de forma clara y directa, señalan el tamaño de la muestra analizada (y, en consecuencia, permiten otorgar un determinado *valor de representación* a los resultados finales del estudio); en segundo lugar, ayudan a establecer interesantes cuantificaciones mediante un sencillo cruce de datos.

Resulta en sí mismo relevante el simple dato del número total de textos analizados en cada periódico. Durante el mismo periodo, un diario publica 783 textos informativos (*La Razón*). Otro, *La Vanguardia*, 1.627 (más del doble, por tanto). El número de fotografías, infografías y gráficos, sin embargo, apenas varía si examinamos las cifras correspondientes a cada periódico (con la notable excepción de *La Vanguardia*).

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>La Razón</i>	Total
Páginas examinadas	628	617	751	908	429	3.333
Textos analizados	1.358	1.124	1.266	1.627	783	6.158
Fotografías, infografías, gráficos	794	684	885	1.332	613	4.308

El dato sobre el conjunto de textos analizados (6.158) permitirá hallar la media de fuentes citadas por pieza textual. En la segunda tabla veremos que, durante los quince días de análisis, se han contabilizado 8.179 fuentes. Se obtiene, por tanto, una media de 1,33 fuentes por texto. Es decir: en tres piezas, como promedio, los periodistas citan a cuatro fuentes (incluidas, como se verá más adelante, aquellas que no están plenamente identificadas). Con malévola ingenuidad, se podría sugerir que quizá la idea de 'conflicto' se presenta en uno de cada cuatro textos periodísticos. Si esto no resultara empíricamente aceptable, nos encontraríamos ante una situación no apta para ingenuos, ni siquiera para *ingenuos malévolos*.

3. Tipos de fuentes.

Muy cerca de la media de fuentes por texto (1,33, que coincide, por cierto, con la de *El Mundo*) se sitúan *La Vanguardia* y *ABC*. El diario *La Razón* aparece claramente por debajo de esa media (0,83 fuentes por texto) y *El País* ligeramente⁶ por encima (1,61)

Sobre la distribución de fuentes oficiales / no oficiales, cabe hacer una pequeña - pero importante - aclaración. Los resultados finales son éstos: un 37,10 por ciento de fuentes oficiales y un 33,92 por ciento de fuentes no oficiales. Sin embargo, esos datos pueden resultar engañosos. Conviene tener en cuenta que hay además casi un 30 por ciento de agencias, que en la mayor parte de los casos remiten a fuentes oficiales. El modo en que aquí se ofrecen los porcentajes puede plantear una distorsión de la realidad, pero se ha preferido, en primer lugar, separar con nitidez el uso de agencias; y en segunda instancia, no dejar de plasmar los resultados con cierta sencillez⁸.

⁶ Obsérvese, no obstante, que *El País* casi dobla el promedio de *La Razón*.

⁷ Consideramos que las agencias deben ser tenidas en cuenta como categoría de fuente muy distinta a las demás. Las agencias de noticias son observadores profesionales, intermediarios, y en principio no hay motivos para sospechar que intenten distorsionar su relato conforme a intereses particulares.

⁸ Una solución a este problema hubiera consistido en dividir la tabla correspondiente a *agencias* y señalar el número de casos en que éstas remiten a fuentes oficiales y a fuentes no oficiales. Esto, evidentemente, hubiera complicado la cuestión, porque nos encontraríamos ante un grupo de fuentes oficiales citadas directamente por el periódico y otro grupo de fuentes oficiales citadas a través de una agencia. Y exactamente lo mismo en el caso de las no oficiales. En cualquier caso, ya se ha explicado más arriba (1, apartado B) que el asunto de las clasificaciones no es prioritario en esta investigación.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>La Razón</i>	Total
Total fuentes empleadas	2.199	1.495	1.636	2.200	649	8.179
Fuentes por texto	1,61	1,33	1,29	1,35	0,83	(Media:1,33)
Total Agencias (%)	348 (15,82)	485 (32,44)	571 (34,90)	676 (30,72)	289 (44,53)	2.369 (28,96)
Total fuentes oficiales (%)	1.012 (46,02)	437 (29,23)	553 (33,80)	865 (39,31)	168 (25,88)	3.035 (37,10)
Total fuentes no oficiales (%)	839 (38,15)	573 (38,32)	512 (31,29)	659 (29,95)	192 (29,58)	2.775 (33,92)

No será necesario insistir en el *valor de representación* de la muestra. Y no tanto por el total de fuentes documentadas (8.179) como por el volumen de textos en que han sido halladas todas esas fuentes (recordemos: 6.158). Tampoco habrá que resaltar un dato quizá esperable, sí, pero no por ello menos significativo: casi el 29 por ciento de las fuentes citadas por los medios analizados son agencias de noticias. O lo que es lo mismo: de cada 20 fuentes registradas, siete son agencias. Esto si hablamos de promedios. La estadística es aún más llamativa si nos referimos a algún diario concreto. Por ejemplo, a *La Razón*: casi el 45 por ciento de sus fuentes corresponden a este tipo de intermediarios. Incluso en un periódico como *El País*, cuya media se sitúa en poco más del 15 por ciento, podemos encontrar alguna sección⁹ en la que el uso de agencias sobrepasa el 40 por ciento del total de las fuentes empleadas.

4. Grados de identificación.

A partir de este punto, nos situamos en el núcleo básico de la investigación que pretendíamos abordar. Nos planteamos cómo usan los periodistas las fuentes de información, cómo afecta la información de esas fuentes al texto final de los periodistas, hasta qué punto se contrastan las versiones de una determinada fuente con otras versiones de *suministradores de información* alternativos.

Y, para empezar, debemos preguntarnos si hay transparencia en el uso de las fuentes. Como se acaba de decir respecto a la frecuencia de uso de las agencias, quizá también aquí nos hallamos ante un dato previsible: la atribución plena, directa, con nombres y apellidos, no llega al 70 por ciento de los casos analizados. La atribución reservada, que al menos permite saber de dónde parte la información y a qué ámbito pertenece la fuente, supone el 22,68 por ciento del total¹⁰. Por último, las fuentes que no presentan ningún tipo de atribución concreta sobrepasan el 10 por ciento del conjunto analizado.

⁹ VILLAFANE, BUSTAMANTE y PRADO (1987) mostraron este mismo fenómeno en una investigación sobre medios audiovisuales.

¹⁰ El dato exacto correspondiente a la sección de Economía es éste: 41.9 por ciento. En general, se ha prescindido de los resultados parciales, por secciones, para no enmarañar este texto con un sinfín de tablas estadísticas.

¹¹ Los diferentes periódicos analizados parecen tener aquí un comportamiento cuantitativamente muy semejante, pues la oscilación entre el que más emplea la atribución reservada (*ABC*) y el que menos (*El País*) es de menos de seis puntos.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>La Razón</i>	Total
Atribución directa (%)	1.511 (68,71)	1.030 (68,89)	1.002 (61,24)	1.557 (70,77)	396 (61,01)	5.496 (67,2)
Atribución reservada (%)	453 (20,60)	356 (23,81)	432 (26,41)	466 (21,18)	148 (22,80)	1855 (22,68)
Sin atribución (%)	235 (10,68)	109 (7,29)	202 (12,35)	177 (8,04)	105 (16,17)	828 (10,12)

Pueden parecer, así pues, datos moderados y hasta cierto punto previsibles. Quizá. Sin embargo, no deja de resultar al menos inquietante que casi el 33 por ciento de las fuentes empleadas por los distintos diarios no muestre una identificación plena. Es decir: no está perfectamente identificada una de cada tres fuentes. En algún periódico (*ABC* o *La Razón*) se roza el 40 por ciento de identificación no plena. *La Vanguardia*, en cambio, no pasa del 30 por ciento.

5. Tipo de información facilitada por la fuente.

Apenas hay que poner música a la letra, contundente y diáfana, que marcan los datos de las siguientes tablas. La letra tiene armonía propia: casi la mitad de la fuentes analizadas en este estudio (46,5%) ofrecía al periodista una versión que no había de competir con la de ninguna otra fuente. Los diarios *La Vanguardia* (42,09%) y *La Razón* (52,54%) se sitúan de nuevo en los extremos de la estadística. No mejora la situación si nos imponemos la tarea de observar el asunto desde el ángulo opuesto. De las 8.179 consideradas, sólo 4.376 fuentes (53,50%) debían competir con versiones complementarias o alternativas.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>La Razón</i>	Total
Versión única (%)	997 (45,33)	704 (47,09)	835 (51,03)	926 (42,09)	341 (52,54)	3.803 (46,50)
Versiones (%)	1.202 (54,66)	791 (52,90)	801 (48,96)	1.274 (57,90)	308 (47,45)	4.376 (53,50)
Afecta información a fuente (%)	1.032 (46,93)	721 (48,22)	1052 (64,30)	1.114 (50,63)	376 (57,93)	4.295 (52,51)
No afecta información a fuente (%)	1.167 (53,06)	774 (51,77)	584 (35,70)	1.086 (49,36)	273 (42,06)	3.884 (47,49)

Aún más contundentes son los resultados de derivados de la siguiente pregunta sobre el tipo de información que facilitan las fuentes: ¿afecta esa información, de forma directa o indirecta, a los intereses particulares de esa fuente (o de la empresa que ha constituido la fuente)? Es cierto que tanto esta cuestión como la siguiente implican un cierto grado de subjetividad en el proceso de elaboración de datos. Y es cierto además que en algunos casos ha habido dudas. Pero se trata de casos muy concretos que apenas acabarían suponiendo una centésima en el resultado global que hemos obtenido: el 52,51 por ciento de las fuentes ofrecen una información que afecta a los intereses particulares o personales de la propia fuente¹².

¹² En el caso de *ABC*, ese porcentaje se dispara al 64,30 por ciento.

En sí mismo considerado, el dato no debería sorprender: parece lógico que las fuentes ofrezcan información de aquello que más les interesa y que, por otra parte, más cerca tienen. Casi todo el mundo tiende a hablar de sí mismo. Sería absurdo que no lo hicieran las fuentes. Consideremos para qué han florecido durante los últimos años miles y miles de gabinetes de prensa, empresas de comunicación o equipos de relaciones públicas. Su egotismo no es accidental, sino estructural. Así pues, ese 52,51 por ciento, considerado aisladamente, no es más que la confirmación de una sospecha que parece tejida con fundamento. En cierto modo, es lo *previsible* convertido en *visible*. Casi más llamativo y misterioso es el 47,49 por ciento restante. De nuevo con malévola ingenuidad, podíamos preguntarnos: ¿sobre qué hablan esas 3.884 fuentes?

Sin embargo, la importancia y la gravedad de estos últimos resultados afloran cuando nos disponemos a relacionar esa tabla estadística con la anterior y con la siguiente. Empecemos por lo último. Recordemos que se trataba de asignar a cada fuente una determinada calificación. Y ello, en función de la importancia que, para el texto final del periodista, concediéramos a la información ofrecida por la fuente. Procuramos controlar la subjetividad del investigador estableciendo cinco categorías:

1. Si pensamos que la información de la fuente desempeña una función absolutamente menor en el texto publicado, la consideramos ‘anécdota’.
2. Si la información tiene un peso algo mayor, pues compite con fuentes complementarias o alternativas en el texto periodístico, la incluimos en la categoría ‘compite con otras fuentes’.
3. Si esa competencia no se establece en condiciones de igualdad, y una fuente consigue imponer su voz en la pieza periodística, la fuente acabará en la casilla denominada ‘gran importancia’.
4. Si la voz es única porque así se ha determinado mediante la selección del género periodístico, le otorgaremos la denominación de ‘entrevista’.
5. Y si, por último, además de suceder lo que puntábamos en el punto 3, resulta que el periodista ha dado cuenta de un acto ideado o creado por la fuente sólo para que a ese acto acudieran periodistas en calidad de *testigos*¹³, entendemos que ‘la fuente crea noticia’.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>La Razón</i>	Total
Anécdota	566	198	272	394	125	1.555
(%)	25,73	13,24	16,62	17,9	19,26	19,01
Compite con otras	955	548	467	1.148	162	3.280
(%)	43,42	36,65	28,54	52,18	24,96	40,1
Gran importancia	465	562	764	454	247	2.492
(%)	21,14	37,59	46,7	20,63	38,05	30,47
Entrevista	74	42	85	58	25	284
(%)	3,36	2,8	5,19	2,63	3,85	3,47
La fuente crea noticia	139	145	48	146	90	568
(%)	6,32	9,69	2,93	6,63	13,86	6,94

¹³ Falsos testigos, en realidad, pues el periodista sólo ve aquello que ha sido fabricado para ser visto públicamente. El testigo, por tanto, se convierte en espectador.

Si sumamos los porcentajes de las tres últimas categorías, descubriremos que más del 40 por ciento (40,88%) de las fuentes ofrece una información de capital importancia para el periodista. Y así queda reflejado en el texto periodístico resultante¹⁴. En el diario *La Razón*, por ejemplo, la suma de 'gran importancia', 'entrevista' y 'la fuente crea noticia' supera en el 55 por ciento. *ABC* se sitúa sólo unas décimas por detrás.

6. Conclusiones

En definitiva, y relacionando algunos de los datos ya comentados, nos atrevemos a proponer las siguientes conclusiones:

1. Se ha constatado una escasísima presencia de fuentes de información en los 6.158 textos analizados. La media es de 1,33 fuentes por texto. Del total de fuentes registradas (8.179), el 28,96 por ciento corresponde a agencias. Las fuentes oficiales (37,10%) superan claramente a las no oficiales (33,92%).
2. El 32,80 por ciento de las fuentes analizadas no aparecen plenamente identificadas. Más del 10 por ciento de las fuentes no presentan ningún tipo de atribución.
3. Se ofrece una información que no encuentra réplica de otras fuentes en el 46,50 por ciento de los casos. En algún diario se sobrepasa el 52,5 por ciento¹⁵.
4. Ese último porcentaje (52,5%) corresponde también al número de casos en que la información aportada por la fuente al periodista afecta a los intereses particulares de la propia fuente.
5. De cada diez fuentes, cuatro proporcionan información de gran relevancia para el texto que acaba elaborando el periodista.
6. En consecuencia, y si sumamos algunas de las circunstancias anteriores, cabe concluir que los periodistas emplean un altísimo número de fuentes insuficientemente identificadas, que no compiten con otras fuentes ni, por tanto, con otras versiones de lo sucedido), que ofrecen información que afecta a sus intereses particulares y que, por último, consiguen que el texto periodístico recoja lo fundamental de su versión de lo acontecido.
7. Todo ello dibuja las condiciones perfectas para un mensaje de apariencia informativa,

¹⁴ Evidentemente no es propósito de esta investigación analizar cómo los periódicos y los medios de comunicación reaccionan a la estrategia de las fuentes. El sentido común y nuestra experiencia de lectores nos indican que cada diario ofrece *su visión particular* de la realidad. Todos los días hay ejemplos de una pintoresca selección de datos y puntos de vista que sólo buscan confirmar los juicios previamente formulados por ese periódico acerca de la actualidad. Pero no se pretende aquí dictaminar si los problemas que descubrimos en nuestro análisis se deben a la capacidad persuasiva de las fuentes (y a la vulnerabilidad de los medios, por tanto) o a la confluencia de intereses entre medios y fuentes. Desde el punto de vista del lector, ambas hipótesis resultan igualmente enervantes.

¹⁵ Cabe apuntar algo, de forma genérica, sobre estas diferencias entre diarios: está claro que los problemas en el uso de las fuentes son comunes, pero también resulta evidente que en unos periódicos la gravedad del problema es mayor; en otros, menor. El correcto uso de las fuentes de información es sin duda un buen índice de la calidad periodística.

pero de esencia persuasiva como es, con frecuencia, el de las fuentes). Las fuentes se esconden, hablan de lo que les interesa y afecta, su relato no compite con versiones alternativas y, al final, consiguen dominar el relato informativo que firma un periodista.

8. Dicho de otro modo: la retórica persuasiva de las fuentes funciona considerablemente bien. Cabe preguntarse cómo funciona la estrategia de defensa -si es que existe- diseñada por los medios de comunicación para garantizar su independencia. Cabe plantearse, en fin, si a la vista de todos estos datos el lector se encuentra debidamente protegido.

7. Referencias bibliográficas

ARMENTIA, J.I., Y CAMINOS MARCET, J.M.

1998: *La información. Redacción y estructuras*. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco

NÚÑEZ LADEVÉZE, LUIS

1995: *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona, Ariel

STRENTZ, HERBERT

1983: *Periodistas y fuentes informativas*. Buenos Aires, Marymar

VILLAFANE, J., Y OTROS

1987: *Fabricar noticias*. Barcelona, Mitre