

GABINETES DE PRENSA, UNA ENCRUCIJADA DE PODER. DESDE LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA A LA MANIPULACIÓN MEDIÁTICA

CONCHA PÉREZ CURIEL

INTRODUCCIÓN

Sólo es noticia aquello que se publica, axioma ampliamente conocido y utilizado por aquellos que cuestionan el proceso de selección y producción de actualidad en un alarde de defensa de los mínimos códigos éticos de la comunicación, refleja la importancia que la categorización de las fuentes o su visibilidad-invisibilidad mediática alcanzan como factores determinantes de una información dominada por los poderes institucionales gubernamentales.

Un extenso tesoro de fuentes, clasificadas en orden a criterios como la procedencia, la cercanía, la frecuencia, la actitud, la especialización y cualificación o la vinculación con el medio, entre otros, permite demostrar científicamente el protagonismo y la primacía de determinadas tipologías en detrimento de grupos minoritarios que suelen representar a los ciudadanos y se constituyen como única garantía democrática dentro del maremagnum informativo organizado y controlado por las superestructuras de poder. En general, existe una tendencia a prestar una mayor y más destacada atención a las declaraciones o los comunicados de prensa de funcionarios estatales o municipales, de agencias o instituciones nacionales, en proporciones desmedidas respecto

a los informes o declaraciones de los grupos u organizaciones de gente común implicada en discusiones o decisiones oficiales. (VAN DIJK, 1990:191)./

En este proceso dirigido de construcción del presente, los Gabinetes de Prensa o de comunicación desempeñan un teórico papel de intermediarios entre la institucionalidad política y el ente mediático que en cualquier caso garantice un tiempo, un espacio y una prioridad temática en el discurrir informativo diario. Las estrategias, consensuadas y compartidas por los medios —con independencia de su dependencia ideológica— se escudan en un sistema de rutinas periodísticas en el que la comodidad de un periodismo servil y de mesa supera los principios básicos de contraste, análisis, profundización e investigación, baluartes de la veracidad y democratización informativa.

1.- PRODUCCIÓN MEDIÁTICA, RÉGIMEN TOTALITARIO DEL DISCURSO

La llamada sociedad de la imagen, de la digitalización, de la teleinformación no deja de ser un producto comercial más dentro del sistema capitalista y mercantil que emana de las políticas de control de los bloques geográficos dominantes. Estados Unidos, la nueva Europa o los centros neurálgicos asiáticos y africanos, expertos en la producción de una información vertical, homogénea y persuasiva presentan un revolucionario modelo social en el que las audiencias mediáticas ejerzan una función de acción-intervención en el proceso de configuración social. Internet, los nuevos formatos televisivos para un público analítico y crítico o el aplauso ante el asociacionismo de la ciudadanía en defensa de sus intereses, son parte del espejismo social que han sabido construir los auténticos promotores y productores del pseudoacontecimiento informativo, capaces de generar un mensaje formal y de ficción que en su estructura profunda esconde la auténtica dinámica de posesión de las minorías de poder. No deja de ser pues una falacia la apertura de los medios de comunicación hacia aquellos sectores desvinculados del estamento político, económico y mediático que siguen constituyendo, en definitiva la voz directora y emisora del sistema.

Expertos e investigadores de muy diversos ámbitos han dedicado gran parte de su trayectoria científica a estudiar el proceso de producción informativa desde el preciso momento en que surge el acontecimiento hasta que es dado a conocer a los "consumidores de las noticias". La superficialidad en el tratamiento de la información por parte de los periodistas, la selección de los hechos desde la perspectiva de cierto tipo de fuentes que pactan o imponen previamente cuál debe ser la línea del discurso o la crítica ante la actitud rutinaria de los profesionales de la información que se sustenta en la comodidad del periodista de mesa de acceder sólo a filtros institucionales, como primera y única fuente, sin validar siquiera los datos y enfoques ofrecidos, son objeciones que han recibido justificaciones centradas en la economía espacio-temporal de los medios o en la inmediatez o productividad que los caracteriza. Se trata de argumentos que no han seccionado la inquietud de los investigadores para poner en cuestión la veracidad de los hechos informados y el proceso diario de construcción de la actualidad. Mar de Fontcuberta, haciendo referencia a la historia del Periodismo y a las interpretaciones que se han barajado sobre la naturaleza, el desarrollo y la producción de las noticias explica:

[...] Dado su papel predominante, los medios no tardaron en recibir críticas al considerar que ofrecían una realidad parcial o deformada que no se limitaba a ser un mero reflejo de lo que ocurría. Fueron acusados de falsear la realidad y de ofrecer interpretaciones erróneas. La posibilidad o imposibilidad periodística se convirtió en un tema de debate, tan apasionado como difícil, en el que unos defendían conceptos como verdad, rigor informativo, puntos de vista e imparcialidad, y otros lanzaban acusaciones de intencionalidad o manipulación tendenciosa de los hechos. Por último, los medios fueron considerados constructores y no meros espejos, de una sociedad que los acataba como únicos referentes. Ello significaba aceptar que las noticias no existían al margen de los medios, sino que eran estos quiénes decidían qué hechos eran noticia o no, y por lo tanto, quienes administraban el material informativo del que iba a nutrirse la opinión pública (1993: 15-16).

Por su parte, Paul Manning, en su estudio sobre las noticias y las fuentes que las generan señala que dadas las presiones organizacionales, el proceso de selección de noticias se ve fuertemente

influido por las estrategias definidas por las fuentes que van a contribuir a la producción informativa, ya que las noticias no pueden ser objetivas en el sentido de no influidas por el proceso de producción. En general, la mayoría del material periodístico con el que se trabaja en la elaboración de noticias está contaminado por los valores y usos profesionales. (2001:61-68).

Las investigaciones sociológicas llevadas a cabo por expertos en la materia evidencian la inmadurez y a su vez la impotencia de las audiencias ante el control que ejercen las fuentes tradicionales, eje de la rutina periodística. Las instituciones políticas y económicas generan redes de control mediático con efectos manipuladores y persuasivos, redes difíciles de deshilar que acaban imponiendo su ley ante la sumisión de los públicos. Por encima de cualquier otro tipo de interlocutores, las fuentes institucionales se convierten en protagonistas mediáticos por excelencia, con el beneplácito de los profesionales de la información. Se trata de una dinámica que los propios periodistas llegan a asumir como parte del proceso de producción informativa y que Félix Ortega y María Luisa Humanes describen desde una perspectiva sociológica:

La impronta que el uso de las fuentes deja en el periodismo tiene consecuencias decisivas en la reconstrucción social que proporciona a sus públicos. Porque en muchos casos, el periodista no trata con materiales brutos, con el múltiple y libre fluir de la dinámica social, sino que sólo lo hace con ciertos portavoces privilegiados de la misma. [...] De esta manera, la sociedad globalmente considerada puede desaparecer del horizonte de expectativas profesionales. En su lugar emerge una red de instancias (personales e institucionales) que se encargarán de elaborar relatos sobre la realidad que transmitidos se transforman en el origen y fundamento de las noticias. En vez de la sociedad y sus actores aparece solamente un reducido núcleo institucional capaz de proporcionar representaciones de lo social directamente asimilables por la maquinaria de la información (2000:65).

Un reducido núcleo institucional que ejerce su función a través de equipos bien adiestrados para mercantilizar el pseudoacontecimiento, la filtración, el globo sonda, la desinformación o el secreto y que, en muchos casos en connivencia y con

el consentimiento de los propios medios se convierten en fuentes privilegiadas y determinantes del espacio informativo. En cualquier caso, son la profesionalidad y el criterio de veracidad y ética informativa de los responsables de comunicación institucionales los auténticos principios que permiten diferenciar la labor de unos y otros, su capacidad para informar y "enseñar" al informador los códigos temáticos y técnicos que faciliten la divulgación y su disponibilidad como fuentes para ofrecer datos antecedentes y de contexto relacionados con su organismo y con el acontecimiento en sí. No es posible entonces hablar de los Gabinetes de Prensa institucionales desde la generalidad aunque sí existen conductas habituales que provocan el rechazo de aquellos expertos que consideran que los gabinetes no pueden constituirse en genios de una lámpara que sólo ilumine la versión política favorable de los hechos o la ocultación de datos que por derecho debe conocer la opinión pública.

2.- GABINETES DE PRENSA, ESTRELLAS DE LA RUTINA PERIODÍSTICA

El análisis en profundidad de la figura de los responsables de comunicación institucionales reproduce una multiplicidad de argumentos que avalan o rechazan este perfil en función de la posición que ocupen los encuestados. Un estudio realizado en los distintos gobiernos autonómicos de España en el que se contrastaron las opiniones de jefes de Gabinetes de Prensa y la de los profesionales de los medios que habitualmente se relacionaban con ellos sobre un tema candente y polémico como la transparencia informativa reveló las posiciones encontradas entre ambos sectores. Por un lado, para los periodistas, los Jefes de Prensa no tienen por objeto facilitar la tarea del periodista ni responder a sus solicitudes de información, sino dar a conocer la gestión de su institución y asesorar al político y dirigirle la estrategia informativa. Y cuando se les plantearon situaciones de conflicto, mientras para los periodistas estaba claro que debía primar la transparencia informativa, para los componentes de los gabinetes prevalecía el derecho del político a favorecer su imagen pública. Por otro lado, sólo el 27% de los gabinetes

se mostró partidario de facilitar todas las informaciones que les fueran solicitadas. En última instancia y según expone Ofa Bezunartea:

[...] la cuestión plantea un problema que trasciende la simple polémica entre periodistas y expertos en comunicación al otro lado de la barrera. Se trata de clarificar si es política y éticamente admisible que miembros del gobierno y dentro del presupuesto público contraten a expertos de la comunicación cuyo cometido es más de índole partidaria que de servicio a la obligada transparencia de la administración (1998:88).

Todo un debate abierto que teóricamente se desarrolla en congresos, seminarios y foros de otra índole pero que en el día a día se reduce a la dinámica de economía y productividad por la que se rigen habitualmente los medios de comunicación y al interés desmedido por el pseudoacontecimiento que muestran las estructuras políticas y sus secuaces portavoces, con el objeto de demostrar a la ciudadanía su buena gestión y de ocultar a su vez las acciones no justificables que les delatan. El sistema rutinario que envuelve estos modos de producir actualidad lejos de derrumbarse se afianza en tanto que cada día se multiplican los centros políticos de comunicación en una progresión geométrica distinta a como lo hacen las plantillas de las estructuras mediáticas; se genera un ritmo de urgencia, de esfuerzo, de necesidad de documentación rápida y "fiable" que, unido a las condiciones de precariedad laboral a la que se enfrentan los periodistas, convierten a la información institucional en eje motor del engranaje de la producción mediática. La labor de adecuación de los Gabinetes de Comunicación a las rutinas periodísticas y sus consecuencias negativas es un hecho cada vez más evidente para los propios profesionales de la comunicación. El periodista Javier Algarra (1991:8.) advierte que los Gabinetes de Prensa han alcanzado un grado de profesionalidad tal que son capaces, en ocasiones, de hacer llegar notas tan bien redactadas y oportunas que los periodistas transcriben casi literalmente... La incidencia de estos centros informativos en el ejercicio mediático diario conduce a una intervención cada vez más difuminada de los periodistas en el proceso de selección de la noticia. Así mismo, los

informadores ya no van tanto en busca de la noticia, sino más bien al contrario; esto es, ahora son las noticias las que van en pos de los periodistas. Se trata de una cuestión no sólo achacable a la labor de los Gabinetes de Comunicación sino que intervienen otros factores como los avances tecnológicos, la progresiva burocratización del trabajo productivo en las redacciones, etc. En definitiva, existe un proceso de funcionarización de los medios, un peligro tan extendido en el que el equilibrio y la democracia informativa hacen agua inexorablemente.

Algunas investigaciones llevadas a cabo por expertos en este tema demuestran que cada vez es mayor el número de informaciones procedentes de organismos públicos y privados que reciben las redacciones de agencias y medios, informaciones vehiculadas por los Gabinetes de Comunicación que han proliferado durante los últimos años tanto a nivel público como privado. En este sentido, un experto como Ignacio Ramonet alerta de la invasión de los Departamentos de Comunicación Institucionales:

[...] No hay ninguna institución que no tenga su propio sistema de comunicación, lo que provoca que los periodistas no estén en contacto directo con lo que sucede en la realidad, sino con lo que las instituciones quieren transmitir (*El País*, 19-IX-1993:27).

Como dato estadístico, en 1991 había en España 4.000 periodistas trabajando en Gabinetes de Prensa. Un año después, el Gobierno central invirtió casi 2.000 millones de pesetas en la Oficina del Portavoz del Gobierno, con lo que dio trabajo a unos 300 técnicos y periodistas. Así mismo en 1992, el 52% de la información política procedía de los gabinetes de prensa, mientras que en 1978 dicho porcentaje ascendía únicamente al 3%. (TXEMA RAMÍREZ, *Telos* nº 40, 47-56). En definitiva, se dibuja una capa protectora y difusora de información, que en el ámbito institucional gubernamental adquiere matices preocupantes ante el talante que alcanzan los falsos acontecimientos frente al hecho-noticia. Porque no se trata sólo de la dependencia de las fuentes, en función del material que suministran, sino de la dualidad comunicativa que representan los informantes (fuentes) y los informadores (periodistas). Los periodistas casi nunca

tratan con los hechos mismos sino con versiones ya codificadas, es decir interpretaciones o construcciones de los hechos en forma de discurso de muchas fuentes. Sería importante establecer empíricamente la naturaleza de estas formas de elaboración textual. ¿Cómo proceden los periodistas para contactar, hablar con alguien, escuchar, interpretar, resumir?... ¿De qué manera (re) construyen los acontecimientos sociales, políticos, como acontecimientos de noticias y cuáles estrategias emplean en la producción real del discurso noticiero? (VAN DIJK, 1983). Es un hecho probado la comodidad y superficialidad con la que los periodistas no especializados tratan la actualidad, lo que ha generado el tan criticado Periodismo de mesa y de teléfono frente a la tradicional figura del "plumilla" que buscaba la noticia en el mismo lugar donde ocurría y contactaba con fuentes directas y primarias capaces de dar una versión aproximada del suceso, pero al que le fallaba la aplicación de las técnicas de análisis, explicación e interpretación textual, el acceso a fuentes expertas o la descodificación lingüística que caracteriza la labor del periodista especializado. El periodismo de calle, lleno de la frescura informativa que da el seguimiento in situ de los hechos da paso a un periodismo para el que la información institucional constituye un factor de máxima garantía respecto de la difusión diaria de la actualidad.

Si el gabinete o departamento de comunicación es para el ente mediático una respuesta más o menos inmediata en función de las condiciones impuestas a priori, también para los primeros (y sobre todo para sus mandatarios) es un recurso de primera necesidad la oportunidad de vender, filtrar, maquillar o desviar la atención sobre determinadas políticas de acción a través de los medios. El seguimiento de las emisiones audiovisuales y publicaciones de prensa en el ámbito internacional, nacional o local revela que los falsos acontecimientos (ruedas de prensa, desayunos informativos, comunicados y notas) promovidos por los organismos gubernamentales ocupan el máximo porcentaje espaciotemporal de los medios frente a la aparición mínima o nula de las fuentes que corresponden a la sociedad civil. La presión de los falsos acontecimientos, creados fundamentalmente para difundir el discurso institucional gubernamental aumenta

en detrimento de otros sucesos que por sí solo son noticia, de otras caras que, exentas de poder, no atraen la atención de los medios porque no garantizan la seguridad de una información reglada. En este sentido, la prominencia de las fuentes del Gobierno determina todo el proceso de acceso, selección y producción informativa, fuentes que al igual que las agencias, constituyen un flujo constante y habitual para el periódico y los medios audiovisuales. Las oficinas de información de los organismos oficiales se han definido como los "nuevos *gatekeeper*" de la comunicación. Cuentan con equipos formados por jefes de prensa, portavoces, asesores de imagen, que defienden el discurso de la transparencia tras el que se esconde una figura publicitaria que busca rentabilizar al máximo ante la opinión pública sus ideas, mediante la producción de noticias con criterios selectivos interesados. Hoy los Gabinetes de Prensa se han convertido en una fuente de primer orden cuya función ha sido por una parte reconocida, dado el servicio informativo institucional que prestan a los periodistas y por otra parte enjuiciada por investigadores, estudiosos y por los propios medios ante la matización y manipulación de los hechos en los que intervienen los sujetos y organismos gubernamentales para los que trabajan. El sistema político está muy interesado en aparecer a los ojos de los ciudadanos, de los funcionarios de los militantes, de las potencias exteriores y en general del universo mundo como extremadamente capacitado para plantear correctamente los problemas y resolverlos con eficacia. Se proponen leyes, se discuten, se votan, se pronuncian discursos, se convocan conferencias de prensa, se inauguran obras. Los políticos, pertenezcan al gobierno o a la oposición son la principal fuente interesada en demostrar que la gestión social marcha adecuadamente o por el contrario en criticar que no se lleva como es debido. (GOMIS, 1991:72-73). A su vez, los medios necesitan optimizar al máximo sus recursos, cuestión no sólo cuantitativa sino cualitativa. Puestos a seleccionar los lugares de donde, con seguridad, se podrán obtener suficientes noticias, la elección lógica es optar por centros donde se toman las decisiones más importantes y que incumben a la mayoría de los ciudadanos, que primordialmente representan al poder ejecutivo, legislativo y judicial, en el plano político pero



también centros que representan a la elite intelectual, deportiva, cultural, etc. Son focos de preferencia donde los periodistas acuden para nutrirse de noticias y asegurar la productividad que exige cualquier empresa, mediática o no. Ello genera un proceso rutinario y en ocasiones servil del periodista respecto a las fuentes que presiden estas organizaciones públicas o privadas. (OFA BEZUNARTEA, 1998:75-76). En esta dinámica es clave el papel que desempeñan los gabinetes o las Oficinas de Comunicación de los organismos oficiales que actúan como filtro para impedir el acceso directo de los medios de comunicación a las instituciones y, por otra parte, como centros emisores de información siempre interesada y con profundas cargas ideológicas, por lo que el medio deberá contextualizar siempre las informaciones que proceden de estas fuentes.

Gabinetes de prensa, agencias y portavocías institucionales gubernamentales se encuentran en el punto de mira de una opinión pública cada vez más consciente del engaño, la manipulación y la distorsión de la actualidad que le ofrecen los medios; abogar por un intermediario entre la institución y el medio de comunicación que colabore con los periodistas en la labor de ofrecer una información especializada capaz de explicar los hechos, contextualizarlos y analizarlos en profundidad en beneficio de audiencias más críticas que contribuyan también con su demanda a la construcción social es una meta que unos y otros, gabinetes y profesionales mediáticos, intentan alcanzar sin perder el norte de la especialización como técnica de base contra la manipulación y la propaganda que fluya desde cualquier ámbito.

3.- SER O NO SER DE LOS GABINETES DE PRENSA

La parafernalia creada en torno a los Departamentos de Comunicación de organismos institucionales y empresas ha contribuido a analizar estas estructuras bien desde posiciones excesivamente teóricas, bien con extrema irascibilidad por parte de defensores y detractores, obcecados ambos en abanderar razones y críticas que nada tienen que ver con la realidad de la labor de los gabinetes en sus distintos ámbitos. Mar de Fontcuberta en el

prólogo dedicado al libro de Txema Ramírez (1995) recoge alguna de las posturas «apocalípticas o excesivamente integradas» ante la progresiva presencia en los medios de noticias generadas por los Gabinetes de Comunicación:

[...] Constatan unos que el número de periodistas que abandona los medios para incorporarse como profesionales a empresas, partidos o instituciones es cada vez mayor, y que la existencia de gabinetes de este tipo es un hecho irreversible; consideran otros que el papel creciente de estos nuevos emisores distorsiona el correcto quehacer periodístico[...]. Argumentan los primeros que los gabinetes son necesarios para suministrar un determinado tipo de información; replican los segundos que son fuentes interesadas, por lo tanto parciales, y que, en consecuencia, su presencia significa un obstáculo para alcanzar el rigor informativo que exige pluralidad de perspectivas.

Una relación de amor-odio preside el día a día de los periodistas y de los responsables de prensa, imbuidos ambos en las presiones que desde cada una de las estructuras que los contratan se dirigen a diseñar un modelo de actualidad al servicio de sus particulares intereses. Sin desdeñar la función de los gabinetes que Txema Ramírez define como fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren la necesidades comunicativas tanto internas como externas de organizaciones y/o personas que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad, influyendo en la opinión pública (1995: 27) no se puede entrar en el juego y la estrategia de sectores bien definidos de poder para los que la comunicación se vuelve avalancha informativa y publicidad del discurso político, que oculta a su vez otros asuntos que son de interés público. Y en esta dinámica se pueden ver implicados aquellos jefes de prensa convertidos en una propiedad, en un recurso más del sistema.

Las experiencias y modelos de comunicación institucional conocidos a través de foros, seminarios y congresos demuestran que en numerosas ocasiones los responsables de gabinetes se ven presionados por los dirigentes políticos y conducidos a configurar una imagen y unos mensajes tan alejados de la realidad que, difícilmente pueden ser creíbles ni para los medios ni para la ciudadanía. El esquema de los derechos y deberes de la

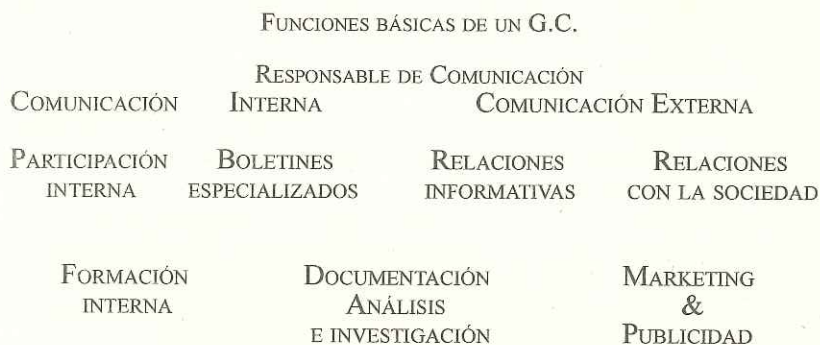
información queda reducido a los intereses de un sector que no sólo se apropia del máximo espacio mediático sino que puede utilizarlo como motor de falacias y manipulaciones de cualquier orden. Las consecuencias son nefastas en tanto que este servilismo político se ve aumentado también con presiones mediáticas para las que no existe una respuesta veraz, lo que se traduce en una visión parcelada de la realidad (cuando la connivencia con el medio es un hecho) o en una información negativa, en la que la institución juega papeles de irresponsabilidad, dejadez e incumplimiento de promesas electorales, para las que siempre existe memoria histórica. El gabinete llega a acomodarse a la "escuela del político" que, siguiendo sus dotes persuasivas, exige primero y propone a posteriori, una actitud informativa que en todos los casos optimice la gestión, la producción y la innovación dentro de su ámbito, para lo que sus fieles comunicadores deben tener recursos suficientes como la confidencialidad, la filtración, el sondeo... o la desinformación.

Sin embargo, también es cierto que otras oficinas de prensa se marcan como primer objetivo el deber de una información coherente, clara, documentada y útil para los periodistas y los públicos en honor al buen ejercicio del Periodismo. En esta línea trabajan estrategias de comunicación que parten de la formación de los propios gobernantes en la tarea de informar, de construir un discurso honesto o de reconocer deberes pendientes, a través de una relación asidua y directa con los medios de comunicación, relación que no se sostenga exclusivamente en la figura del jefe de prensa como fuente "multiusos"¹ (selecciona las noticias diarias sobre su ámbito, busca datos, los interpreta, envía notas y comunicados, organiza ruedas de prensa, entrevistas y otros actos, promueve el diálogo directo con los diferentes staffs de la organización, cuida la imagen del político en el marco profesional y público...) sino en la disponibilidad informativa ante los

¹ La historia de los portavoces profesionalizados comenzó en la Casa Blanca a primeros de siglo y tuvo su origen en la imposibilidad de que el Presidente atendiera los requerimientos de los informadores cada vez que lo solicitaban. El portavoz se instituyó con el fin de establecer los contactos regulares con los periodistas que habitualmente cubrían la información de la Casa Blanca, así la comparecencia del presidente ante los periodistas se podía limitar a conferencias de prensa en momentos excepcionales.

medios de comunicación, independientemente de la situación óptima o conflictiva que se produzca.

Como modelo representativo de las funciones que habitualmente realiza un gabinete de comunicación puede adjuntarse la propuesta de Txema Ramírez (1995: 54).



El gabinete como cualquier fuente puede ser de información buscada o de información recibida. En el primer caso el acceso parte de los profesionales mediáticos y se dirige a conseguir información de los responsables políticos o de sus portavoces mientras que en el segundo caso el interés en brindar información parte de la propia fuente institucional, actuación nunca gratuita en la que se evidencian rasgos de publicidad, propaganda, filtración u ocultación que suelen rodear al acontecimiento.

J.F. Valls (1992:157) recoge algunos de los objetivos que persiguen las organizaciones en sus relaciones con los medios de comunicación:

- Establecer de forma continuada y permanente un servicio informativo abierto a los medios de comunicación.
- Crear y dirigir la operativa de los documentos, boletines, etc...tanto en el ámbito interno de la empresa, como, sobre todo, en el externo.
- Estar en condiciones de dar respuestas a las preguntas que se plantean desde el exterior y suscitarlas.

- Hacer el seguimiento de las informaciones aparecidas para autoevaluar constantemente la imagen que se desprende.
- Hacer la prospectiva y la previsión de los riesgos que se pueden producir con respecto a la imagen para actuar con el tiempo suficiente para fijar en las mentes y en los archivos de los periodistas los registros, para que cuando se produzca alguna crisis no se rompa la relación establecida.

La etiqueta de "fuente interesada" que califica a los gabinetes y portavocías supone que para algunos profesionales mediáticos estos organismos son sólo aparatos propagandísticos, sin desestimar a otros círculos que los reconocen como fuentes indispensables. En lo que sí coinciden defensores y detractores es en afirmar que estas oficinas condicionan el trabajo de los periodistas y juegan un papel esencial en el producto final que ofrece el medio. En esta puesta en escena es fundamental que tanto gabinetes como medios de comunicación demuestren la profesionalidad y la ética que se les exige como núcleos imperantes de la construcción del presente, actitud muchas veces cuestionada ante las estrategias de comunicación esgrimidas por las fuentes de poder y el consecuente consentimiento mediático en aras de enmascarados intereses.

4.- GABINETES, ENTRE EL DEBER DE INFORMAR Y EL DERECHO A INTOXICAR

Aunque no se puede considerar un comportamiento generalizable el de gabinetes al servicio de la imagen institucional y la manipulación mediática en el seno de una sociedad que se hace llamar multiplural, solidaria, europeísta, internacional o digital, la sucesión de los acontecimientos demuestra que el compromiso de sus dirigentes y las voces que los representan no va más allá de idear políticas y procedimientos que repercutan en beneficio propio. En esta línea existen una serie de contactos

entre los departamentos de prensa y los medios que escapan al sistema ordinario y rutinario de comunicación. Se trata de comunicaciones especiales, relaciones no formalizadas o extraoficiales, en las que la fuente informativa busca un trato de favor por parte del informador y del medio para el que trabaja, con la clara intención de vehiculizar a su favor a la opinión pública. *Off the record*, filtración, rumor interesado y desinformación o intoxicación informativa son evidentes rasgos de la manipulación a la que se somete la actualidad, técnicas en las que la connivencia entre unos y otros puede convertirse en confabulación y discurrir en los límites de lo no ético.

Hoy el *off the record* ocupa junto a la filtración un lugar preeminente entre las estrategias esgrimidas por las fuentes para ofrecer información oficiosa o confidencial. En el primer caso, se trata de unas declaraciones realizadas a uno o varios periodistas para su exclusivo conocimiento. El periodista no puede hacerse eco de forma directa de tales informaciones, aunque se respeta en cierta medida que haga uso de tales testimonios siempre y cuando se preserve la identidad del informante. Se detecta en esta práctica un grado de complicidad que entraña riesgos para la fuente —si existe un uso desleal de la información— como para el periodista que puede resultar engañado e intoxicado por su informante. Ponerlo en práctica necesita cierta dosis de prudencia y experiencia que no todos los integrantes del proceso poseen.

Es la filtración el recurso de la fuente para alcanzar mayores cotas de confidencialidad dada su clara intención de influir en la opinión pública a partir de informaciones que no se podrían dar a conocer de forma oficial. ¿Es un recurso habitual de las fuentes?²

² Ante la evidencia de continuas filtraciones a los medios, las instituciones gubernamentales toman medidas de control que se aplican a los propios funcionarios e incluso a altos cargos de la organización que puedan ser discrepantes o estén interesados en difundir su criterio por encima de la autoridad máxima. Casos reales (Secanella 1986) relatan como el propio presidente Reagan ordenó el descenso en el número de filtraciones. El asesor para Seguridad Nacional puso en marcha un proyecto recomendando que toda información que se diera a los medios sobre el Consejo de Seguridad Nacional o sobre información "clasificada o secreta" debía llevar el visto bueno de un alto ejecutivo. Los entrevistados debían enviar un resumen; otro caso real corresponde a la decisión del secretario de Defensa del Pentágono de aplicar el detector de mentiras a todos los funcionarios, ante filtraciones comprometidas. Tanto una como otra dinámica repercutieron en el

¿En qué medida se hacen eco los periodistas de la información filtrada? ¿Cómo se garantiza la fiabilidad de una fuente que filtra? ¿Es posible distinguir entre el filtrador real y el filtrador simulado? ¿Cómo controla el periódico la veracidad de los datos filtrados? La filtración viene definida por el uso político que hacen de la información los poderes públicos. El arte de filtrar información es común a los sistemas políticos democráticos, ya que los autoritarios no necesitan filtrar. La filtración es una estrategia muy bien diseñada por los funcionarios que quieren influir sobre una decisión política, promover una línea de actuación, persuadir al Legislativo y alertar a los países y Gobiernos extranjeros. Es «el aceite informativo de la máquina de gobernar». (SECANELLA, 1986:97-98). Sin embargo, Héctor Borrat rechaza el argumento de relacionar específicamente la filtración con el marco gubernamental y expone que también otros actores y colectivos pueden ejercer esta práctica. Tampoco cree que radique en quien toma la iniciativa para suministrar información controlada. Puede ser tanto una fuente espontánea como abierta, un periodista infiltrado por cuenta del medio o como freelancer, que luego venderá la información al mejor postor. Desecha también la idea de que sólo la filtración auténtica puede considerarse como tal frente a la filtración simulada.³ En definitiva, este autor define la información filtrada como «una estructura comunicativa rígidamente asimétrica que pone en interacción al periódico con la fuente de la información filtrada y con la audiencia». (1989:73-74).

Ya en el plano de la deshonestidad, la falacia y la propaganda se encuentran el rumor y sobre todo la desinformación. Aunque el flujo que propaga los rumores en situaciones de agitación o tensión es difícil de identificar, son en ocasiones los propios

descenso del número de filtraciones así como en el acceso constante de los filtradores a la prensa.

³ La filtración simulada responde a la decisión del propio colectivo que proporciona datos de manera informal mediante atribuciones con reservas on deep background o con reserva obligada para que el periódico seleccionado dé la máxima difusión a esos datos manteniendo anónima o velada a la fuente. Entre los políticos y medios de comunicación este modo de filtración se conoce también por el nombre de globo sonda, técnica utilizada para medir la reacción tanto de afectos a la organización como de detractores y opuestos a la misma ante un proyecto o plan no decidido pero que la información filtrada asegura como hecho.

Gabinetes de Comunicación los encargados de extenderlos con el objetivo de transmitir estados de opinión y sensaciones generalizadas que no se corresponden con la verdad. La fuerza del rumor radica en que no es averiguable y si lo fuese, cesaría de ser rumor, sería noticia o mentis (PABLO DE FRAGUAS: 1985:75).

Los departamentos de comunicación institucionales gubernamentales y no gubernamentales están asociados a una estrategia que desde sus orígenes es el arma de doble filo de los poderes políticos: la desinformación. Es una táctica que trasciende a la ética y su única norma es la efectividad y el éxito mediante la confusión y el debilitamiento del adversario. Con mensajes hábilmente contruidos, el emisor trata de provocar en el receptor cambios de actitud o de actuación favorables al objetivo táctico o estratégico propio (P. DE FRAGUAS, 1985:5). Cuando el Gabinete de Comunicación la utiliza como recurso, su intención de intoxicar, de persuadir, no debe aparecer de manera explícita. Según Txema Ramírez:

la veracidad se sustituye entonces por la credibilidad subjetiva. En este sentido, lo que da valor al mensaje desinformativo es la verosimilitud. Asistimos a un mensaje que no siempre es totalmente falso, sino que en muchas ocasiones, circula por la frontera de lo cierto y lo no cierto... un mensaje complejo donde la mentira se da la mano con la verdad (1995:116).

Mecanismos que cuestionan la auténtica finalidad de la información y la ética profesional de gabinetes y medios que, embarcados en la odisea del poder por el poder no dudan en llevarlos a la práctica con tal asiduidad que se han convertido en el caballo de batalla de las políticas comunicativas de la que se define como una sociedad moderna, libre y comprometida.

5.- GABINETES, UN PODER AL SERVICIO DE LA INFORMACIÓN ESPECIALIZADA

Una de las principales garantías contra la persuasión y la manipulación informativas puede ser la búsqueda de fuentes y

periodistas especializados que sepan contextualizar la información, relacionarla con datos antecedentes, explicar y analizar los argumentos esgrimidos así como valorar el acontecimiento, sus causas y las consecuencias que de él se derivan. Frente a una noticia de titulares, centrada en una única fuente, en la que no aparecen marcas explicativas, interpretativas o descodificadoras, frente a una información sin contrastar, superficial y falta de profundidad, frente a una fuente interesada sólo en promocionar una imagen, ocultar el verdadero origen del hecho o utilizar estrategias que desvíen la atención de medios y ciudadanos, aparece una nueva modalidad de tratamiento de los contenidos y de selección de fuentes que, por encima del protagonismo de determinados filtros de poder convierten la divulgación temática y técnica en criterio de primer orden en beneficio de una opinión pública más formada, participativa y crítica. Son los fundamentos del Periodismo Especializado.

En lo que respecta al nivel de especialización de las fuentes, tanto los Gabinetes de Prensa como los portavoces o representantes gubernamentales ante los medios de comunicación están catalogados como fuentes expertas y técnicas que conocen el área temática sobre la que informan, emplean una terminología y unos códigos específicos y utilizan marcas discursivas contextualizadoras que ayudan a los periodistas y a los lectores a situarse ante los acontecimientos. A su vez, los periodistas especializados buscan en estas fuentes el conocimiento que poseen sobre diversos ámbitos, la garantía de la oficialidad que representan y la imagen que como cargos públicos, empresariales, culturales o deportivos tienen entre la ciudadanía. En el ámbito político, una de las consecuencias de que determinados centros: el parlamento, los ayuntamientos, los ministerios, se conviertan en fuentes de noticias regulares es que en ellos se concentran grupos de periodistas que acaban por tener un perfil funcionalizado. Los periodistas asignados a un área de información, sea geográfica o temática, acaban convirtiéndose en un grupo social, en el que en cierta medida participan las fuentes informativas. Se genera entonces un proceso de homogeneización de la información frente a la dinámica de diferenciación que parece caracterizarles individualmente. (OFA BEZUNARTEA, 1998:87-89). Si el

periodista especializado no es capaz de poner un límite a los pactos de confianza que se establecen con las fuentes o frenar los procedimientos rutinarios que caracterizan a la producción informativa, puede convertirse en un aliado de las mismas y por tanto en un instrumento a su servicio. Como advierte Strenz:

la familiaridad con las instituciones y las fuentes informativas, la comprensión de sus problemas y un sentimiento de responsabilidad con respecto al éxito de los programas de esas fuentes, pueden convertirse en el interés principal del reportero, al punto de llegar a confundirse con la responsabilidad que tiene en cuanto a la organización de la noticia o con su público (1983:109).

De ello se deriva un segundo peligro cuando el periodista escribe para los funcionarios apropiándose de su lenguaje y olvidándose de su cometido: comunicar para los públicos. Ante estos riesgos propios de la connivencia entre fuentes institucionales y periodistas, la especialización puede buscar alternativas que se basan en el qué (tratamiento específico de los contenidos) por encima del quién o de aquellas fuentes que intentan controlar y diseñar la actualidad. Un texto periodístico especializado se rige por una dinámica discursiva que requiere de la contextualización, de la explicación, de una codificación lingüística adaptada a las audiencias, del análisis crítico y de la interpretación de aquellas versiones que de los hechos aporten las fuentes expertas, ya sean del ámbito institucional o no institucional. El objetivo final de la divulgación temática que persigue el Periodismo Especializado en el que el centro de interés son los lectores, su información y su formación, se ve favorecido cuando el periodista actúa como tal y no enmascarado por las presiones de los grupos de poder. Como reconoce Ofa Bezunarte:

el mayor peligro de la excesiva dependencia de las fuentes institucionales sean gubernamentales o no, es que las noticias ofrecen la falsa impresión de un mundo en que lo que no aparece como organismo es como si no existiera (1998:92).

De cualquier forma, no se puede obviar la línea de acción de las corrientes de opinión alternativas que buscan hacerse un hueco

tanto a nivel social como en los medios de comunicación, es el caso de los movimientos ecologistas, pacifistas, asociaciones de vecinos, organizaciones no gubernamentales, etc, que han llegado a definirse como ciudadanía no visible para las superestructuras sociales y mediáticas. Es evidente que la dependencia de las fuentes institucionales y dentro de ella de las fuentes gubernamentales sigue siendo el denominador común de los medios de comunicación y ante este mal endémico que afecta a la profesión se abren alternativas de la mano del Periodismo Especializado que residen fundamentalmente en formar a lectores críticos capaces de descubrir en el discurso mediático las marcas interesadas del poder.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Dado el papel tan activo que sobre todo en los últimos años han comenzado a jugar los Gabinetes de Prensa en el proceso productivo de la información es un deber de responsabilidad de los medios y un derecho de los ciudadanos exigir, al menos dentro de los parámetros accesibles, una información de calidad, documentada, ubicada en un contexto, con marcas background y códigos técnicos de los que no se debe prescindir pero que requieren un nivel de explicación e interpretación que los hagan más cercanos y comprensibles para los públicos.

La producción de la actualidad es hoy una responsabilidad no sólo de los medios y de las fuentes como implicados directos del sistema sino también de los receptores-consumidores diarios como integrantes en potencia de un proceso en el que la selección responsable, la equidad y el contraste de las fuentes o la veracidad del discurso han pasado a ocupar un segundo plano.

La invisibilidad en los medios de una parte importante de la ciudadanía es un hecho, un interés añadido a una política comunicativa imbuida por el poderío de las fuentes institucionales y la rutina informativa que generan. Provocar la respuesta en el

ámbito de la recepción es una meta de un núcleo todavía reducido de asociaciones, organizaciones no gubernamentales, colectivos y grupos poco o nada reconocidos que se rebela contra un diseño del presente muy alejado de la realidad, en el que la imagen benefactora de los poderes fácticos se convierte en amigo predilecto de los medios pero también en enemigo número uno de las audiencias. En este marco, los Gabinetes de Comunicación o de Prensa tienen también el deber como fuentes de ejercer el rol de informadores responsables, conscientes y comprometidos con los medios como vías de transmisión del mensaje pero sobre todo, con un electorado al que también se le supone una gran responsabilidad en su ejercicio del voto de confianza a los poderes que ellos representan.

BIBLIOGRAFÍA

- ALGARRA, Javier: "Las emisoras radiofónicas" en *La empresa ante los medios de comunicación* Inforcongres, Barcelona, 1991)
- BEZUNARTEA, Ofa: *Lecciones de reporterismo*, UPV, Bilbao, 1998.
- DIJK TEUN A.van: *La ciencia del texto*, Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, 1983.
—*La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, 1990.
- FONTCUBERTA, Mar de: *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Editorial Paidós, Madrid, 1993.
- GOMIS, Lorenzo: *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*; Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, 1991.
- MANNING, Paul: *News and News Sources. A critical introduction*, Sage Publications, Londres, 2001.
- ORTEGA, Félix y HUMANES, M^a Luisa: *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Editorial Ariel, Barcelona, 2000.
- PABLO DE FRAGUAS, María: *Teoría de la desinformación*, Alambra, Madrid, 1985.
- RAMÍREZ, Txema: "La influencia de los gabinetes de prensa. Las rutinas periodísticas al servicio del poder", en *Revista Telos*, n^o 40, Barcelona.

- Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia*. Editorial Bosh, Barcelona, 1995.
- SECANELLA, Petra M^a.: *Periodismo de Investigación*, Editorial Tecnos, Madrid, 1986.
- STRENZ, Herbert: *Periodistas y fuentes informativas*, Editorial Marimar, Buenos Aires, 1983.
- VALLS, J.F.: *La imagen de marca de los países*, McGraw-Hill, Madrid, 1992.