

# COMUNICACIÓN POLÍTICA: UN RETO PARA LA ESPECIALIZACIÓN DE PERIODISTAS Y FUENTES

Concha Pérez Curiel

(Universidad de Sevilla)

*cperez1@us.es*

## Resumen:

La figura del comunicador político, lejos de perder protagonismo, alcanza cotas de poder no controlables. La necesidad imperiosa de los medios de contar con información de primera mano unida a la rutina periodística, convierte a la clase política en fuente primaria, privilegiada, manipuladora de la realidad. Estudiar los modelos de comunicación política gubernamental, sus ejes de actuación, el rol del periodista generalista y especializado en esta área y la cooperación de ambas partes en beneficio de los públicos son algunos de los objetivos contemplados en esta investigación.

**Palabras clave:** Comunicación política, fuentes especializadas, portavoces, gabinetes de prensa.

## Abstract:

*The figure of the political communicator, far from becoming irrelevant, is becoming more and more powerful. Media need to count with first-hand information and the journalists' habits of not contrasting certain pieces of information convert to the political figures in primary and privileged sources, which manipulate the reality. Studying the models for political government communication, its protocols, the role of the generalist and specialist journalist in this domain and the cooperation of both parties for the benefit of the public constitute some of the goals aimed at by this study.*

**Keywords:** Political communication, specialised sources, speakers, press cabinet.

## 1. CARRERA POLÍTICA Y TRAMPOLÍN MEDIÁTICO, META Y ESTRATEGIA DEL PODER

La opinión ciudadana tantas veces escuchada acerca del interés que cualquier cargo político muestra por conservar el poder, el porcentaje mínimo de dimisiones y la incesante lucha por la continuidad en la dirección del Gobierno, del partido o de la institución se ha convertido en un tópico que no es ajeno a nadie, pero ante el que ninguna plataforma se posiciona y actúa. Una opinión libre, que manifiesta el malestar de los electores que han confiado en una persona o en un grupo político pero, sobre todo, que han defendido una ideología por encima de cualquier presión y que cada vez está más rechazada por la propia ciudadanía que esgrime el argumento de que no valen protestas si se repite el mismo comportamiento y apoyo cuando se convocan nuevamente elecciones. En una palabra, los ciudadanos

apuestan por un modelo político, por unos principios y unos derechos y se encuentran con que los pactos se firman y las decisiones se toman sin tener en cuenta cuáles son los beneficios, pero sobre todo los perjuicios para la sociedad electora.

En el contexto mediático existen procedimientos cerrados entre fuentes y periodistas a los que un tercer nivel, la audiencia, no tiene acceso. Las decisiones en la mayoría de los casos se toman desde las altas esferas, infraestructuras políticas y económicas que presionan, imponen y determinan cuáles serán los pseudoacontecimientos que protagonizarán la actualidad de cada día. Para los poderes públicos, los medios tienen un papel decisivo en la creación de estados de opinión, como orientadores, cuando no manipuladores de los comportamientos políticos, lo que conlleva una preocupación obsesiva sobre su capacidad de incidir en los lectores, maniobrar con su discurso sobre su pensamiento ideológico e influir decisivamente en su voto. El Gobierno y sus más y menos allegados, ponen en marcha estrategias y recursos mil, hacen propio este protagonismo que garantiza que todos los lectores se conviertan en *e-lectores* de voto cautivo.

Las conversaciones habituales entre directivos de uno y otro ámbito, desayunos y almuerzos de trabajo y succulentas inversiones para la empresa mediática no ocultan las acusaciones de los políticos que hacen referencia a la mediatización que ejercen los medios:

[...] En realidad la formación de las creencias políticas de los ciudadanos, sus adscripciones ideológicas, no están relacionadas con los discursos que desarrollan los partidos, estén en el gobierno o en la oposición, sino en el modo como lo transmiten los medios. Y dan por hecho no ya un alto grado de intencionalidad, sino incluso de manipulación (Bezunartea, 1998: 11).

Esta práctica habitual en la escena mediática, lejos de ser combatida por la clase política, deviene un mecanismo de aprovechamiento que no sólo mantiene la dinámica sino que la impulsa. La tendencia de políticos y gobernantes es controlar y orientar para su conveniencia a los medios públicos, conseguir el control de los privados y tomar posiciones ante aquellos otros medios que puedan considerarse peligrosos por la distancia de la afinidad ideológica. Políticos, medios y audiencia constituyen lo que la profesora Bezunartea denomina la Teoría del Triángulo:

[...] Cada uno de los lados actúa sobre los otros dos y es dependiente de ellos. Pero, en cualquier caso no son relaciones simétricas. La mirada de los políticos o de los poderes en general está puesta en el público, muchas veces con ánimo persuasivo, y los medios son el camino; pero para el público, los medios son un producto<sup>1</sup> en sí mismo que sólo accesoriamente puede ejercer de alimento ideológico. (1998: 14).

---

<sup>1</sup> El concepto "producto" hace referencia al consumo y a la política de mercado que identifica a toda empresa –también a la mediática–, un producto que debe mimar el empresario para contentar tanto al consumidor directo (lector) como al indirecto (otras empresas inversoras que pueden retirar la publicidad, sustento primario de los medios).

Las fechas previas a elecciones, con *macrocampañas* diseñadas cada vez más con modelos digitalizados y técnicos dirigidos a impresionar a la opinión pública y a controlar su voto, convierten a los responsables de los departamentos de prensa y a los redactores de los medios en sufridores que, más consciente que inconscientemente, participan del engranaje manipulador que convertirá en estrella a sus superiores y en definitiva otorgarán más poder al poder. El acontecimiento y la noticia pasan a ocupar un segundo plano porque, por encima de todo, está ofrecer un programa de compromisos y promesas que revalide la confianza que los electores han depositado en el Gobierno o que permita rebatir esos programas por parte de la oposición. Los medios se posicionan de igual manera en orden a difundir fundamentalmente el mensaje de *los suyos* y poner en entredicho las políticas que por ideología o principios quedan fuera del saco de los falsos acontecimientos.

Gabinetes de comunicación y prensa y redactores son instrumentos, en muchos casos sometidos a las presiones de sus propias empresas: los primeros, porque deben instalar el discurso de las fuentes en orden a espacios y tiempos (más páginas de prensa y minutos de radio y televisión); los segundos, porque deben responder a los criterios de economía y productividad que rigen el periplo de la información de los media, aunque se prime la cantidad por la calidad, la homogeneidad por el contraste o la visibilidad de sólo un puñado de fuentes selectas y privilegiadas frente al anonimato de aquellas otras que representan a la mayoría del entramado social.

## **2. GABINETES DE COMUNICACIÓN Y PORTAVOCES DEL GOBIERNO: LOS MEDIADORES MANDAN**

Que puedan considerarse *sufridores* de las estratagemas e ideas brillantes que se desprenden de la inexperiencia y falta de formación periodística de políticos y empresarios, no les exime de críticas generalizadas desde los medios de comunicación contra jefes de prensa y portavocías al considerarlos parapetos, muros y guardabarreras de sus fuentes. Desde esta perspectiva se convierten en expertos desinformadores, filtradores e incommunicadores que dificultan la ya quijotesca búsqueda de información por parte de los periodistas. Sin embargo y como afirma la profesora Mar García Gordillo:

Es fácil comprender que a pesar de la dependencia mutua, Gabinetes y profesionales pueden establecer relaciones fructíferas para ambas partes o conseguir todo lo contrario. A ninguno de los dos le interesa, si bien es cierto que los Gabinetes siempre pueden acudir a otros medios y a otros profesionales y conseguir sus objetivos. El medio tiene, en principio, más que perder ya que no puede prescindir tan ligeramente de una fuente de información oficial (en Losada y Esteve, 2003: 248).

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. Gabinetes de prensa, portavoces, guardabarreras o gatekeeper a escala gubernamental o mediática son distintas formas de identificar a los responsables de que la información institucional ocupe un lugar privilegiado en los medios de comunicación, utilizando estrategias propias de la rutina informativa (comunicados, notas de prensa,

ruedas de prensa, entrevistas...) para desmentir los argumentos que critican la actitud del organismo o cargo que lo representa, o atraer la atención sobre hechos que sin alcanzar el rango de noticia puedan desbancar a las informaciones que realmente lo son. 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<sup>2</sup>.

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 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 (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

---

<sup>2</sup> El espectacular crecimiento del entramado institucional es una cuestión que está siendo analizada por expertos e investigadores del campo de la sociología, de la comunicación y de las ciencias políticas entre otras disciplinas, debido a los registros y marcas ideológicas localizadas en la configuración de los textos periodísticos, resultado del pacto entre medios e instituciones. En España, desde la transición democrática se ha producido una multiplicación de los centros políticos-fuentes oficiales mientras que las plantillas de los medios de comunicación, aunque hayan aumentado, no han crecido en la misma proporción. Cuantitativamente la atención que exige la información de centros oficiales es tal que medios y periodistas deben hacer un esfuerzo por no dejarse arrastrar y así poder prestar alguna atención a la sociedad civil. Es un indicador de que el discurso de la actualidad se ha oficializado, acogiéndose a estrategias de rutina y dependencia de las fuentes institucionales y presenta un prisma único que sólo favorece a un sector privilegiado de la población.

acceso directo de los medios de comunicación a las instituciones y, por otra parte, como centros emisores de información siempre interesados y con profundas cargas ideológicas, por lo que el medio deberá contextualizar siempre las informaciones que proceden de estas fuentes.

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 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. 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.

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 1.992, el 52% de la información política procedía de los gabinetes de prensa, mientras que en 1978 dicho porcentaje ascendía únicamente al 3% (Ramírez, Año 1998: 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.

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 fresca 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. Las consideraciones de Ignacio Ramonet apuntan hacia la sobrea-bundancia de información y sus nefastas consecuencias, cuando afirma que 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*, 19/09/1993: 27). Una verdadera paradoja cuando la Sociedad de la Información es justamente la Sociedad de la Desinformación, estrategia que abanderan las superestructuras de poder para desviar la atención ante proyectos que pretenden ocultar y centrarla en lo que se puede llamar el absurdo del acontecimiento.

La institución como tal se asegura su propio sistema de comunicación y en el caso de los políticos y del Gobierno se rodean de la figura del portavoz (que también existe

en otros ámbitos) porque su supervivencia en el Gobierno no depende sólo de cómo actúen sino fundamentalmente de cómo sepan presentarlo ante los ciudadanos. El origen del portavoz como figura profesionalizada data de primeros de siglo y responde a la imposibilidad que tenía el presidente de atender a los informadores siempre que lo solicitaban. Surge entonces como mediador entre políticos y periodistas y, a su vez, como encargado de establecer los contactos habituales con aquellos profesionales responsables de cubrir la información gubernamental. Ello significó una liberación para los poderes institucionales que limitaban sus apariciones a conferencias de prensa en momentos excepcionales. La función básica del portavoz es controlar y filtrar la información y es, a menudo, esta actitud la que provoca el recelo de algunos sectores periodísticos que consideran que en general, los jefes de prensa no tienen por objeto facilitar la labor del periodista ni responder a sus cuestiones sino publicitar la gestión de los políticos, asesorarlos e idear estrategias que favorezcan su imagen ante la opinión pública, por encima incluso de la transparencia informativa que debe primar en toda información.

En cualquier caso, el portavoz desempeña funciones externas respecto a los medios con los que contacta e internas, relacionadas con el organismo al que representan. A nivel externo actúa de intermediario con los periodistas y les ofrece datos y documentación sobre las actividades desarrolladas por su organismo, concierta entrevistas de los medios con los ejecutivos o responsables de la institución u organismo al que presta su servicio, convoca conferencias de prensa o desvía la atención de los periodistas hacia otras versiones de los hechos cuando estima que puede ser negativa la divulgación de determinados datos que los informadores intentan obtener. A nivel interno, asesora a los políticos o ejecutivos sobre su actitud ante los medios para sacar el máximo rendimiento de aquellas actuaciones que se supone van a tener buena acogida y reducir el efecto negativo de otras que son incómodas ante el público, intenta educar a los jefes reacios a mantener contactos con la prensa a la que no se puede rechazar siempre y controla a aquellos otros que se exceden en sus comparecencias públicas, informan a sus jefes de cómo funcionan los medios y cuáles son las normas por las que se rigen, elaboran y archivan dossiers temáticos diarios y convocan conferencias de prensa, entre otras actividades. Mantener una relación equilibrada tanto a nivel externo como interno debe ser uno de los objetivos claves para el portavoz.

Por tanto, el perfil de jefe de gabinete, portavoz o responsable de las oficinas de prensa de organismos institucionales y no institucionales requiere una disposición previa de estas personas o equipos de personas para tratar de buscar un equilibrio que permita que todos los implicados en el proceso de producción informativa, fuentes y medios, puedan realizar su labor en pro de una información veraz, salvando todos los obstáculos a los que anteriormente se ha hecho referencia. Ello no exime de la polémica abierta entre periodistas y medios de comunicación que conduce a la reflexión sobre si es admisible o no, desde el punto de vista ético, que los representantes gubernamentales contraten a expertos de la comunicación que actúan movidos más por principios ideológicos y partidistas que como entes al servicio de la obligada transparencia administrativa.

[...] No todos los gabinetes y portavoces reciben el mismo trato por parte de los medios informativos; las diferencias son más notables cuando se comparan los nive-



les de presencia (frecuencia de aparición en los medios), credibilidad (grado de seguridad que ofrece el gabinete al periodista) y eficiencia (nivel de eficacia mostrado por los responsables del gabinete). En materia de eficiencia, los gabinetes de comunicación institucionales (Ayuntamiento, Gobierno, etc) presentan los valores más elevados, a pesar de contar con un nivel más bajo de credibilidad, a continuación se sitúan los de los partidos políticos y sindicatos, seguidos de los del mundo económico. Sin embargo, los gabinetes de los movimientos sociales y ONG, a pesar de contar con un mayor grado de credibilidad, tienen una presencia y eficiencia menor. (Ramírez, 1996: 113).

La conclusión de este estudio de Ramírez parece clara: aunque sean menos fiables, los medios conceden espacio de forma desproporcionada a las fuentes relacionadas con el poder y marginan o excluyen directamente a aquellas fuentes que, aun siendo más creíbles, están alejadas de las esferas de poder.

Independientemente de tópicos y estereotipos que definan a los responsables de la información institucional, habría que esgrimir una lanza en favor de la labor de mediación que realizan. El mediador debe saber crear el clima favorable para que políticos y medios puedan cumplir sus objetivos, garantizando unos principios mínimos de responsabilidad informativa y social. Sin perder de vista el mensaje de la institución a la que sirven, los gabinetes y portavoces deben facilitar a los periodistas su labor, no sólo poniéndolos en contacto con las fuentes técnicas sino actuando como divulgadores de ese mensaje y a la vez como formadores de ese ámbito temático. Esta formación, que cada vez más se exige a estos responsables, conduce a la especialización en torno a un nuevo modelo informativo: el Periodismo de Fuentes.

### **3. LA ESPECIALIZACIÓN INFORMATIVA, UNA PRIORIDAD PARA FORMADORES, FUENTES Y PERIODISTAS**

Todavía hoy, hablar de especialización se relaciona con círculos de fuentes científicas y técnicas, muy específicas y elitistas, porque es cierto que la formación y el conocimiento sobre determinados ámbitos temáticos ha sido coto privado de un reducido número de personas y grupos. Del mismo modo, en el marco mediático, los periodistas especializados han brillado por su ausencia porque el ritmo al que están sometidos los profesionales de la información no favorece un tratamiento contextual, analítico y en profundidad de los contenidos. Parece pues, que el concepto de especialización ha rozado más la línea de la abstracción que, de un modo concreto, el hecho de trabajar la información periodística.

La especialización sigue siendo un reto tanto en el ámbito de las fuentes como en el de los periodistas y se debe quizás a planteamientos erróneos que consideran este procedimiento de carácter *reservado*. Romper con estos equivocados fundamentos supone atajar el problema desde la raíz y desmontar estructuras sistemáticas que han empujado hacia un periodismo superficial, de titulares, que no favorece la formación crítica de las audiencias. De entrada, cualquier periodista o fuente debería formarse, trabajar y divulgar en clave de especialización. No debería haber distinción entre periodistas generalistas y especializados; lo mismo en el plano de las fuentes porque, en definitiva, contar el acontecimiento significa contextualizarlo (re-

lacionarlo con unos antecedentes), explicar y analizar sus códigos, profundizar y argumentar en el tema y, por supuesto, realizar un juicio valorativo de los hechos para que los lectores tengan acceso no sólo a las marcas superficiales sino también a los remas (estructura profunda) del discurso. Sólo estos modos de tratar la información pueden conseguir una audiencia formada, informada y crítica.

La fórmula para desbancar a un periodismo rutinario, centrado en la orden de volcar las notas y comunicados de los departamentos de prensa y sujeto al ritmo vertiginoso de la productividad y la economía de espacios y tiempos reside previamente en una formación integral del periodista ya desde el ámbito universitario, dirigida tanto a futuros profesionales del plano mediático como institucional. Pero ya los problemas se detectan desde la base. Según el profesor Chimeno Rabanillo *La formación académica del periodista está marcada por un patente reduccionismo hacia la práctica profesional de la información redaccional en prensa* (en Losada y Esteve, 2003: 133). Desde esta premisa, Serafín Chimeno critica el vacío formativo en torno al Periodismo de Fuentes, materializado principalmente en los gabinetes de prensa, cuestión de interés porque es necesario que estas fuentes mediadoras entre la institución y los medios tengan conocimiento técnico y capacidad de descodificación de las marcas que las fuentes especializadas utilizan y que pueden dificultar el trabajo del periodista de medios.

El gabinete de prensa no puede reducirse sólo a ser punto de conexión entre la fuente y los periodistas o, en el peor de los casos, a trabajar como máquina propagandística del organismo o la empresa para los que trabaja. Luchar contra estos perfiles estereotipados que, sin duda condicionan desde el principio una labor mediática profesional y especializada, es asignatura pendiente en las facultades de ciencias de la información y de la comunicación. Además, *una inadecuada y deficitaria formación profesional es un excelente campo de cultivo para la manipulación y el intrusismo* (en Losada y Esteve, 2003: 135). Es lo que habitualmente ocurre con todos aquellos aprendices de periodista que se inician en los medios y se ven asediados por las presiones de todo tipo de fuentes, pero especialmente de los gabinetes institucionales ante los que tienen que rendirse dado que son propietarios de todos los recursos necesarios para garantizar su trabajo diario y asegurar su subsistencia en el medio. Las estrategias de desinformación, filtraciones, globos sondas y secretos de Estado que constituyen la dinámica de los departamentos de comunicación institucional gubernamental unido a la imposición de un modelo de discurso y de imagen del poder sólo se pueden subsanar a partir de una correcta formación de los profesionales a un doble nivel: el de la formación general, con conocimiento de todas las técnicas y teorías relacionadas con la comunicación y el de la formación especializada, para cubrir con rigor científico una determinada parcela del saber y adaptarla a las necesidades reales del público.

Para Francisco Esteve, entre las distintas aptitudes que caracterizan al Periodismo Especializado, podrían destacarse las siguientes (1988: 244-245):

1. Dominio del contexto: más que describir los sucesos hay que profundizar interpretativamente en los mismos.



2. Previsión informativa, porque gracias al seguimiento de los hechos, el periodista puede saber no sólo los antecedentes de lo sucedido sino prever las posibles consecuencias.
3. Prestigio profesional, ganado por la forma rigurosa en que trabaja, lo que le permite ser escuchado con respeto en amplios sectores de la sociedad y tener influencia en la interpretación de los hechos.
4. Responsabilidad, en tanto que las empresas mediáticas delegan en muchas ocasiones la decisión sobre determinadas materias en manos de especialistas, dejando a su criterio la selección de la información, su interpretación y codificación final.

En definitiva, sus modos de tratar la información y su comportamiento ante las fuentes, lo convierte en un profesional para el que por encima de la rutina y la manipulación, que ya están garantizadas, está una misión prioritaria para cualquier periodista, la de informar desde criterios de rigurosidad, contraste, explicación, análisis y veracidad. Si además, esa información es de utilidad para los públicos en orden a su formación integral y a su posicionamiento crítico ante los abusos del poder, la labor periodística está haciendo más partícipe a las audiencias en la construcción del presente.

Pero, sin lugar a dudas, la especialización es cosa de dos. El periodista especializado, que entendemos debe ser cualquier periodista en cuanto al tratamiento contrastado, profundo y riguroso que debe exigirse a toda información, necesita de fuentes especializadas; según el profesor Serafín Chimeno Rabanillo (2003: 142 y ss.):

Urge profesionalizar el periodismo de fuentes y ello ha de hacerse siguiendo criterios académicos de formación y especialización. El profesional, periodista o no, que asume la competencia del gabinete de prensa se limita a controlar los mecanismos de relación armoniosa y efectiva entre el periodista redaccional y la fuente, fundamentalmente primaria, pero es muy lego en el control de los contenidos técnicos relacionados con la entidad que promociona. Concierta entrevistas con técnicos o responsables, aporta documentación de toda naturaleza y hace que el periodista vea facilitado su trabajo de conexión con las fuentes expertas. Es un mediador que, en definitiva, no alcanza el nivel superior y técnico que debería exigirse a esta profesión. Por su lado, la fuente primaria (especialistas) controla esos contenidos, pero no sabe cómo transmitirlos, con la claridad y brevedad necesarias para que sean entendidos no sólo por las audiencias sino por los propios periodistas.

La divulgación, por tanto, no está garantizada si se confirman estos supuestos y, por tanto, el periodismo de fuentes y de medios necesita una revisión y actuaciones dirigidas a romper con los moldes rutinarios que veneran ambos modelos informativos. La especialización en el campo mediático está, de alguna manera, supeditada a la especialización en el campo de los departamentos y gabinetes de prensa. El hecho de que los responsables de la comunicación institucional o de cualquier otro ámbito conozcan el tema, su contexto y códigos compartidos de explicación para los informadores, favorece la consecución de óptimos resultados que redundan a su vez en una audiencia formada e informada.

El circuito debe tener como denominador común la especialización:

EMISOR 1	EMISOR 2	MENSAJE	RECEPTOR 1	RECEPTOR 2
FUENTE	GABINETE		PERIODISTA	AUDIENCIA
PRIMARIA	MEDIADOR		ESPECIALIZADO	INFORMADA
TÉCNICA	EXPERTO			CRÍTICA

El cortocircuito vendrá provocado por la secuencia de rutinas a la que se ven sometidos tanto los departamentos de prensa como los profesionales de los medios. En el primer caso, las exigencias de políticos, empresarios y jefes de toda índole, sus miedos mediáticos y el deseo de instalar el mensaje del más fuerte mediante estrategias manipuladoras como la filtración, el globo sonda o la desinformación, crean un ambiente de presión que distorsiona la transmisión clara y veraz del acontecimiento –si es que éste existe. En el segundo caso, la rutina obedece, asimismo, a presiones de economía y productividad mediática que anulan o minimizan la posibilidad de especialización que debe regir cualquier texto periodístico.

El profesor Chimeno llega a la conclusión de que *hay que dar una dimensión integral y especializada a la cualificación de los profesionales periodistas, añadiendo a la vertiente del periodismo redaccional la complementaria del periodismo de fuentes*. (2003: 145). Éste es el gran reto no sólo para las partes implicadas, sino también para los responsables y educadores del ámbito universitario: concienciarse del valor de la especialización en pro de la democratización informativa y de la formación crítica de las audiencias.

#### **4. INFORMACIÓN ESPECIALIZADA, UN VOTO PRO E-LECTORES Y CIUDADANOS CRÍTICOS**

En los tiempos que corren, cuando parece que la invasión tecnológica y la inmediatez de los falsos acontecimientos superan todas las barreras y límites de la veracidad que se exige a cualquier información periodística, la especialización aparece como una revisión de las actitudes de fuentes y periodistas ante la ciudadanía.

El fotograma de la dinámica habitual de los medios y su cobertura de la noticia es un tanto desmoralizador porque la presión de las fuerzas gobernantes políticas y económicas provoca el endiosamiento de estas fuentes ante los periodistas; la política no existe sin comunicación. La intencionalidad de toda fuerza política, ejerza el poder o estén en la oposición, es clara: conseguir que su mensaje tenga el efecto deseado, que no es otro que orientar a la sociedad y hacerla partícipe de sus decisiones, con el objetivo de alcanzar el poder o mantenerse en él. Dado que los medios

propios de estos organismos no tienen penetración en la sociedad ni influencia, los medios de comunicación se convierten en la alternativa más viable y eficaz. Elena Blanco refuerza este argumento y explica que:

[...] Son los medios de información general el principal eslabón de los partidos con la sociedad, medios que generalmente manifiestan un comportamiento de neutralidad a pesar de las evidentes tendencias ideológicas de la mayoría. No obstante, los periódicos deben ser garantes de principios básicos como la pluralidad, la libertad de expresión y el derecho a la información, al margen de su ideología y de las presiones que reciban del entorno político (en Losada y Esteve, 2003: 224).

La realidad no apunta en esta línea y el comportamiento de los *mass media* está determinado por una presión institucional externa continuada que coloca estratégicamente su discurso en los espacios más relevantes del soporte mediático, poniendo en duda la responsabilidad de los periodistas y su actitud pasiva ante estas agresiones a la ciudadanía.

El Informe Anual de la Comunicación (1999-2000) incluye un estudio sobre la presión externa que reciben los directores de periódicos en la construcción de la agenda informativa, en la que resulta dominante el entramado político e institucional. La mayoría afirma que son los lectores los que ejercen mayor influencia (28,1%). El entramado institucional aparece en segundo lugar (16,4%), por cierto, por delante de los propietarios del medio (15,9%), los anunciantes (14,7%), entramado político (14,1%) e instituciones financieras (10,7%). La suma de los valores institucionales y políticos (30,5%) se convierte en el conjunto que mayor relieve alcanza en los valores de influencia externa sobre la redacción de los contenidos. Mal asunto cuando ante esta intromisión, *los medios responden a la oficialidad con comportamientos pasivos y serviles que sólo garantizan la mcdonalización de los contenidos y la construcción de la información como piezas de una cadena de montaje* (Díaz Nosty, 2000: 225-29).

El desarrollo del periodismo pasivo es especialmente grave en la Información Política. En el estudio realizado por María José Canel en torno a las actitudes profesionales de los periodistas españoles, se llega a la siguiente conclusión:

Uno de cada dos tiene una actitud pasiva ante la información. En respuesta a la pregunta sobre su actuación ante una nota de un organismo oficial, el 50,6% de los consultados responde que simplemente lo edita para ajustarlo al espacio o al tiempo de que dispone. Un 36% suele contrastar esta información con otras fuentes y sólo un 12,4% desconfía por sistema de su contenido (1999:168).

Romper con estos moldes de pasividad y de falta de compromiso con las audiencias supone interés, voluntad y concienciación del periodista, además de motivación y respaldo por parte de su medio. Todo un proyecto lleno de dificultades dados los numerosos y eficaces recursos de que dispone el poder para introducir y resaltar sus mensajes en el marco de la comunicación mediática. Las protestas de algunos sectores ciudadanos pueden ser un punto de reflexión y de parada en este vertiginoso viaje hacia la dictadura mediática. La homogenización del discurso y de sus protagonistas no puede pasar desapercibida para los públicos ni para los profe-

sionales que, por razones justificadas o no, deben entender que su compromiso con una información no sesgada y veraz está por encima de otros intereses.

Aunque la ética y la deontología periodística han pasado a ocupar segundos planos por detrás de intereses de instituciones políticas y medios de comunicación, que priorizan los beneficios de campañas electorales coordinadas, el conocimiento y tratamiento especializado de los hechos noticiables empiezan a ser una razón de peso y debate que cuestiona la falta de credibilidad que desde las propias audiencias existe sobre la clase política y mediática. La proliferación de noticias en las que sus autores no se plantean la obligación de citar las fuentes, contrastarlas al menos, ha influido sin duda en la falta de credibilidad de los medios y el desinterés por los contenidos. Bernardo Díaz Nosty afirma que *la situación de deterioro a que conduce el fin del periodismo –valga la expresión para definir la precarización de las técnicas constructivas– se manifiesta, en los mismos términos del mercado, en la pérdida de credibilidad* (2000: 23).

El periodista especializado en Información Política trabaja en una situación de vulnerabilidad extrema, sin acceso directo a los acontecimientos y dependiendo de la información que le facilite una fuente. Estas singularidades dificultan el trabajo, por lo que requiere un mayor grado de profesionalidad que otros ámbitos. Un texto periodístico que demuestre un trabajo en profundidad del suceso, que incluya datos antecedentes que permitan relacionar los hechos con sus causas, que explique marcas o códigos técnicos y lingüísticos usados por las fuentes expertas que dificulten la interpretación de los lectores, que analice las diferentes posiciones de las fuentes y el porqué de las mismas y que valore la situación y sus consecuencias, confirma un compromiso de un periodista que conoce y sabe trabajar el tema, un periodista especializado que pondrá en duda cualquier mensaje hasta que lo haya contrastado adecuadamente y que en definitiva contará la historia teniendo al último y más importante eslabón del proceso de comunicación, los receptores-lectores-electores. Por tanto, la especialización puede ser una técnica que minimice los efectos de los mensajes externos y ayude a la democratización del conocimiento y a la progresión de audiencias y votantes comprometidos y críticos.

El hecho de que quede mucho por hacer en torno a la formación de las audiencias, de manera que sean selectivas, críticas y sobre todo conscientes de cuál es la actualidad que cada día le presentan los medios, no debe ser aprovechado por los profesionales mediáticos para lanzar mensajes que favorecen exclusivamente a sectores privilegiados y que inciden en la conducción y la manipulación de la ideología de la opinión pública. La responsabilidad del periodista y por ende de su medio de comunicación es llevar la noticia a sus seguidores –que en muchos casos confían ciegamente en lo que éstos le cuentan– con el compromiso de la veracidad pero también utilizando técnicas de tratamiento de texto que permitan a las audiencias situarse ante el acontecimiento y conocer sus causas y posibles consecuencias. Para ello es necesario que el periodista contraste, explique, analice y profundice en unos hechos, que aporte un juicio valorativo sobre los mismos y que sobre todo haga al público cómplice de su labor de investigación en el porqué de los sucesos que constituyen el presente. Éste es el perfil del periodista especializado y de una audiencia formada en potencia que debe ser partícipe de lo que su medio de referencia le hace llegar cada día, para lo que es imprescindible reconocer que

informaciones son superficiales, desequilibradas, no contrastadas y posicionadas hacia una dirección de las instituciones políticas y de poder.

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 funcionarizado. 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 (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 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 Benuzartea, *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).

En esta disyuntiva, un principio fundamental para el periodista es tener siempre muy claro cuál es su papel y cuál el del político. Como afirma María José Canel:

Ambos persiguen el objetivo común de llegar al público, donde el primero tiene a su audiencia y el segundo a sus votantes. No obstante, la intención del político será captar a sus posibles votantes, pero la del periodista sin duda es informar de la actividad de ese político con profesionalidad. Para lograrlo deberá ir más allá de lo que se le dice que ha pasado. Se generan entonces pautas propias de la especialización cuando se profundiza en unos hechos, en unas declaraciones, se detecta qué los ha originado y qué consecuencias pueden tener (2000:168 y ss.).

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 ellas, 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.

En última instancia, el compromiso por una sociedad más informada e implicada en su presente es tarea de fuentes, periodistas y de los propios públicos que deben cuestionar sus propios comportamientos interesados, pasivos o de *lectores-embudos*. Sin duda, la especialización puede ser el inicio del camino.

## 5. LA CIUDADANÍA, UN “IMPRESINDIBLE” EN EL MAPA DE FUENTES

Entre el Periodismo Mediático y el Periodismo de Fuentes han obviado por derecho la intervención no sólo de otras fuentes (no visibles por decisión de la institucionalidad y de los propios *staff* de medios de comunicación) sino de un sector social básico y representativo: la ciudadanía. Al igual que la historia del Periodismo no se ha construido de ayer a hoy, tampoco las estructuras sociales pueden someterse a un proceso de transformación inmediata que responda a las nuevas propuestas de cambio que inundan el marco mediático y su ámbito de influencia. La digitalización, la tecnología y las redes conducen a un ritmo vertiginoso a nuevas formas de acceso de los medios a la opinión pública y viceversa; sin embargo este ritmo no es directamente proporcional a las pautas de información a las que en general se ven sometidas las audiencias. La sociedad civil, estructurada en diferentes bloques, recibe la impactante influencia de los medios de comunicación aunque no responde por igual a sus estrategias persuasivas. Los sociólogos, Félix Ortega y María Luisa Humanes (2000: 53) ofrecen un croquis de la configuración de la sociedad civil a partir de los sujetos y grupos que la constituyen.

	<b>La sociedad civil</b>	
	<b>Autoridad política</b>	
	(lógica electoral)	
	clase política	
<b>Sociedad</b>	<b>Esfera pública</b>	<b>Mercado</b>
(lógica solidaria)	(lógica informativa)	(lógica capitalista)
asociaciones - vida privada	periodistas	empresas



Tal y como refleja el esquema, el foco de influencia de la esfera pública participa activamente de los principales ámbitos sociales (política, empresas, asociaciones) definiendo la dimensión del poder que la prensa representa. Son los periodistas los que controlan el espacio público al ser ellos los que hacen la sociedad visible o invisible, son ellos los que seleccionan, de una multitud heterogénea de acontecimientos, aquéllos que se convertirán en noticia, son quienes organizan y estructuran el discurrir social y, en definitiva, este proceso productivo genera un alto grado de dependencia de todos los sectores sociales con respecto a los medios de comunicación. Pero, también es cierto que no todos los colectivos mantienen idéntica relación de dependencia con los *media* ni cuentan con recursos para acceder o parapetarse ante su dinámica. Autoridades políticas y económicas cuentan con un dispositivo especial que parte de un pacto inicial con los propios periodistas, manifestándose como miembros de honor en la producción informativa. Frente a ellos, asociaciones y grupos sociales encuentran limitaciones para acceder y constituyen un sector en muchos casos invisible para los medios y sus fuentes habituales de información.

Son estrategias conscientes e intencionales las que utilizan las fuentes para elaborar el mensaje, incidir en los contenidos e imponer su propio orden (que le interesa conservar) en el flujo informativo. Desde el prisma de la sociología y de la psicología, autores como Berlo, Milles Harvey, Sternthal, Hass, estudian el tema desde el marco de la persuasión y consideran la fiabilidad, la sugestividad y el prestigio social como elementos que configuran el perfil de las fuentes seleccionadas por el periodista. Si el emisor es fiable, el medio también lo es; si la fuente es atractiva a nivel material y formal, los contenidos se rodean del halo persuasivo que convence a los públicos; si la fuente ocupa una posición privilegiada en el sistema, genera poder e influencia en las masas. Por tanto, se trata de tres rasgos que en la mayoría de los casos explican la validación que se exigen los propios medios pero que no justifica el procedimiento seguido de acceso y selección de fuentes, sino que impone lo que Chimeno ha calificado como la *tiranía de las fuentes* (2003: 48).

Los medios de comunicación, imbuidos o no por las fuentes, han determinado el devenir social desde el momento en que se erigen como jueces de lo importante frente a lo secundario, de lo institucional frente a la voz de la ciudadanía, de los pseudoacontecimientos frente a los acontecimientos fortuitos que constituyen la noticia en su modalidad más íntegra. El análisis de los procedimientos mediáticos de divulgación de la información revela la invisibilidad de los receptores en el proceso; ello coincide también con la invisibilidad de cierto tipo de fuentes, procedentes de asociaciones, grupos y entidades que sin un papel definido en las estructuras y superestructuras de poder que acaban por convertirse en una audiencia anónima y receptora de una visión parcelada e interesada de los hechos.

Teóricamente se defiende desde los propios medios la labor de servicio público que desempeñan respecto a la sociedad, su interés por abrir expectativas a sus lectores, oyentes y telespectadores, por ofrecerles una información de calidad, abierta y veraz que les haga partícipe del acontecer diario. Sin embargo, la línea general seguida por los medios se ha caracterizado por unos contenidos superficiales, protagonizados por voces seleccionadas de antemano (fuentes institucionales, generalmente gubernamentales), que imponen su criterio o pactan una relación de connivencia con los periodistas. La selección de nuevas fuentes no institucionales y

no gubernamentales que se desmarcan absolutamente del poder, no son Gobierno ni oposición y su reconocimiento social sólo es noticia cuando el acontecimiento está ligado a conflictos, manifestaciones, desastres naturales, sucesos y accidentes. Son fuentes muy numerosas, asociaciones sin ánimo de lucro, vecinos o ciudadanos que por su cercanía a los hechos se convierten por un día en *la cara de la noticia*, aunque nunca logran usurpar por completo el protagonismo del poder, que reacciona, persuade y convence ante declaraciones que le puedan ocasionar obstáculos en su carrera hacia el control global de la información. Prominencia y marginalidad son, por tanto, dos niveles extremos en el uso de las fuentes, definidos por la negociación entre los poderes políticos y mediáticos.

La decisión de cada medio sobre los temas que cada día componen la agenda temática no se realiza al azar. Se trata de una elección medida en cuanto a noticias, fuentes, datos, ubicación, espacios, lenguaje, material gráfico... Pero, sobre todo, la agenda confiere un poder y una imagen democrática al medio, que radica en el contacto privilegiado de sus periodistas con los líderes de la política institucional y económica en detrimento de otros sectores o grupos minoritarios, que intentan sin éxito conseguir una mención en el espacio mediático. Este *modus operandi* que identifica a los medios de comunicación perpetúa unos valores sociales dominantes que desde el análisis globalizador se traduce en unas directrices para que los públicos hablen exclusivamente de los temas que proponen los medios y piensen la realidad que ellos mismos diseñan.

Uno de los mayores peligros de la excesiva dependencia de las fuentes institucionales, ya 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; además, la información que generan las fuentes organizadas puede ser contrapuesta, pero no representa todas las perspectivas de un tema, sino sólo los aspectos parciales que interesan a las fuentes, con lo que no se garantiza rigor en la información sino sesgo y desinformación. El resultado es una oferta informativa que deja al público confuso, desorientado, incapaz de discernir cuál es el auténtico fondo del asunto. Los datos ofrecidos por gobiernos y sindicatos ante el seguimiento de huelgas, contrataciones laborales, etc., son una prueba de la deformación a la que está sometido el mensaje periodístico (Bezunartea, 1998: 92-93).

La alternativa de las nuevas tecnologías (que a su vez están determinadas por el nivel de recursos) es una posibilidad de libre acceso para buscar la visibilidad que niegan los medios a determinados sectores. Es una vía abierta para que los ciudadanos, bien como individuos o como grupos, muestren su posición ante el acontecer diario y se pronuncien como nuevas fuentes que rompen con el proceso rutinario en el que está imbuida la comunicación. No obstante, Ortega y Humanes (2000: 83) plantean la revolución tecnológica como otra de las promesas ilusorias que el sistema ofrece a la ciudadanía para convencerla de la independencia que le otorga el acceso a redes para ocultar sus ideales de poder:

[...] La ciudadanía se convierte en consecuencia en una prerrogativa asociada a la suerte de los medios, y a la voluntad política de los mismos. Emerge así con gran pujanza una nueva forma de ciudadanía que ha recibido diversos nombres, por lo general vinculados a las transformaciones políticas que implican las nuevas tecnologías de la comunicación: *videopoder* (G.Sartori), *ciudadanía electrónica*, (S.Ro-

dotó 1997 y 1999), *república electrónica* (T. Maldonado, 1998). El énfasis puesto en la tecnología es, desde nuestro punto de vista, escasamente certero, ya que el factor que la explica no es principalmente técnico: las tecnologías por sí mismas no son sino instrumentos que se dotan de significados y funciones en la medida que se integran en los objetivos y proyectos de grupos sociales. Y hoy por hoy, la supuesta democracia continua, vinculada al mundo abierto de las redes, es una mera ilusión. Lo que existe, más bien, es una continua participación política mediada, y no directa. De manera que es más propio referirse a esta nueva manifestación y organización de derechos con la expresión de ciudadanía mediática. Una forma de ser ciudadano y de tener acceso a sus derechos que se vincula inexorablemente al tipo de acción llevada a cabo por los medios de comunicación.

En cualquier caso habría que cuestionarse la capacidad formativa y crítica de los públicos ante una información sesgada y parcelada de la realidad. ¿Cómo se posicionan las audiencias ante la política controladora de los medios? ¿Son receptores activos o pasivos del proceso? ¿Cuentan con la formación suficiente para analizar los hechos desde una visión crítica y contextualizadora? El hecho de que se identifiquen con un determinado periódico o medio audiovisual ¿justifica que sean pasivos ante la manipulación del acontecer diario? ¿Qué exigen a los medios y a los poderes sociales como actores-receptores del quehacer informativo? ¿Cuál es su visibilidad como parte integrante del proceso comunicador? Es cierto que un alto porcentaje de los consumidores de información ha venido demostrando una actitud de simples *embudos* que hacen una lectura superficial y desprovista del sentido interpretativo y valorativo necesarios para descubrir las ocultaciones de fuentes y periodistas sobre la veracidad del discurso informativo. Pero hay un sector en el ámbito de la recepción que empieza a reaccionar ante comportamientos estancos, que huyen de los tópicos y exigen a los medios una auténtica labor democrática, poniendo la información al servicio de todos los ciudadanos. Necesitan rebelarse ante las estrategias de selección, inclusión, jerarquización, filtración, desinformación y, en definitiva, manipulación de la realidad de la que son auténticos baluartes las fuentes, como inductoras de una información parcelada e interesada, y los periodistas como consentidores de sus tramas.

Frecuentemente, los movimientos sociales con escasos recursos económicos y humanos sucumben en la desesperanza ante la penetración de los grandes medios de difusión. Para que el mensaje de estos movimientos se refleje en los *media* es imprescindible cultivar la imaginación. Así lo entienden también Fernández y Aierdi para quienes está perfectamente claro que los movimientos sociales deben avanzar en la construcción, consolidación y fortalecimiento de sus propios canales de comunicación:

Frente al perfeccionamiento de los medios de desinformación, ocultación y tergiversación de las esferas de poder los movimientos ciudadanos no pueden permanecer anclados en la denuncia, el testimonio y la pataleta. Hay que pasar a la acción. Es necesario más que nunca renovarse para garantizar una comunicación interna y externa con el resto de la sociedad (1991: 8).

Así, es innegable el proceso de cambio al que asiste la sociedad del conocimiento, un proceso en el que las micro-estructuras empiezan a resurgir, a proponer, a exigir

una información veraz, rigurosa, producto de filtros múltiples, que muestre el acontecimiento desde diversas ópticas no sesgadas y, sobre todo, representativa del proceso social.

Es posible una esfera pública en la que el protagonismo no resida en los periodistas y en los medios de comunicación, en la que el sector mediático no determine los procesos institucionales, empresariales y sociales, en la que la opinión pública, la ciudadanía tenga derecho a una respuesta a sus necesidades y demandas. El paradigma del cambio, de la mano de la especialización, no ha hecho más que empezar; tiene todo un futuro prometedor en el que las audiencias ocupan el lugar que merecen como receptores activos del proceso. Es posible entonces pensar en un nuevo modelo de sociedad civil, en el que tengan representación las asociaciones, los grupos sociales y los individuos, por su relación directa y cercana a los acontecimientos, frente al espacio único dedicado sobre todo a la institucionalidad política y empresarial como garante del sistema. La propuesta, lejos de contemplarse como mera utopía, puede ser objeto de premisas e hipótesis de futuras investigaciones científicas.

### **La Nueva Sociedad Civil**

#### **Ciudadanía**

Poder democratizador

#### **Instituciones políticas    Instituciones Mediáticas    Instituciones Económicas**

Poder electoral

Poder informativo

Poder empresarial

#### **Grupos no institucionales**

Contrapoder

En cualquier caso, el Periodismo Especializado emerge como una revisión de las políticas comunicativas históricas, con una actitud rompedora de moldes tradicionales sujetos a temas superficiales, estructuras fijas, fuentes convencionales, géneros primarios y lenguajes no accesibles a los receptores. Su propuesta va más allá de principios de uniformidad y homogeneidad informativa para revolucionar contenidos, fuentes, géneros y lenguajes al servicio de una audiencia crítica que pone en evidencia la institucionalización del proceso de producción mediático.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**BEZUNARTEA, O.** *Lecciones de reporterismo*. Guipúzcoa: Universidad del País Vasco, 1998.

**BLANCO, E.** La fuente en el ámbito de las organizaciones políticas: Los recursos del periodista especializado. En LOSADA, Á.; ESTEVE, F. *El periodismo de fuente*. Salamanca: Universidad Pontificia, 2003, pp. 223-235.

**CANEL, M. J.** *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la Información*. Madrid: Tecnos, 1999.

**CHIMENO RABANILLO, S.** Formación y especialización en el periodismo de fuentes. En LOSADA, Á.; ESTEVE, F. *El periodismo de fuente*. Salamanca: Universidad Pontificia, 2003, pp.133-146.

**DÍAZ NOSTY, B.** *Informe anual de la comunicación 1999-2000. Estado y tendencia de los medios en España*. Madrid: Grupo Zeta, 2000.

**ESTEVE RAMÍREZ, F.** Responsabilidad del periodista especializado. En ESTEVE RAMÍREZ, F. *La Responsabilidad pública del periodista*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 1988.

**FERNÁNDEZ, J.; AIERDI, V.** Estructura más complementariedad igual a comunicación, en *Jornadas sobre Sociedad y Medios de Comunicación en Euskal Herria*, Facultad de Geografía e Historia de la EHU-UPV, Vitoria-Gasteiz, 1991.

**GOMIS, L.** *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Editorial Paidós Comunicación, 1991.

**LOSADA, Á.; ESTEVE, F.** *El periodismo de fuente*. Salamanca: Universidad Pontificia, 2003.

**ORTEGA, F.; HUMANES, M<sup>a</sup> L.** *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Editorial Ariel, 2000.

**RAMÍREZ, T.** "La influencia de los gabinetes de prensa. Las rutinas periodísticas al servicio del poder". *Revista Telos*, nº 40, (1998) Barcelona, pp. 47-56.

– (1995) *Gabinetes de Comunicación*. Barcelona: Bosch, 1995.

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

#### **Breve semblanza de la autora**

**Concha Pérez Curiel**, periodista desde 1995, compagina actualmente su función de jefa de Prensa de la Consejería de Educación con las clases universitarias en la Facultad de Comunicación de Sevilla. Como investigadora en el marco de la especialización y la redacción periodística tiene en su haber numerosos artículos publicados en libros y revistas así como ponencias y comunicaciones presentadas en congresos de reconocido prestigio nacional e internacional. El día a día como mediadora entre los medios y las instituciones la hacen conocedora directa de las fuentes informativas, núcleo temático sobre el que ha versado su Tesis y la mayor parte de sus aportaciones científicas.

(Recibido el 23-12-07, aceptado el 1-06-08)