

CAPÍTULO 11

LAS FUENTES EN EL PERIODISMO INFORMATIVO

HUMBERTO MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO
Universidad Francisco de Vitoria. Madrid

1. En busca de la noticia

David Randall, periodista británico y asesor de prensa, comienza su capítulo dedicado a las «Fuentes» dentro de la obra *El periodista universal* (Siglo XXI, Madrid, 1999) con una cita de Mort Rosenblum, de la agencia internacional de noticias Associated Press, que no me resisto a obviar por la profundidad de su contenido:

Cuando recibe un aviso a media noche, un bombero sólo tiene que ponerse los pantalones y apagar las llamas. Un corresponsal debe explicar a un millón de personas quién provocó el incendio y por qué.

Indudablemente, no es objetivo de este capítulo explicar las diferencias entre la admirada y valerosa profesión de bombero y la no menos arriesgada de periodista.

Esta frase es sólo otro ejemplo ilustrativo más de la vital responsabilidad que se deriva de la profesión periodística, del ejercicio honesto y correcto del periodismo.

Y, ¿qué tiene esto que ver con las fuentes en el periodismo informativo? ¿Por qué he querido empezar de esta manera?

Sencillamente, porque no se puede hablar de las fuentes en el periodismo informativo sin contextualizar la labor del periodista y del propio periodismo en la sociedad actual.

Si la función del periodista tiene sentido es porque se la otorga la propia sociedad, la cual tiene la custodia de dos libertades fundamentales que afectan directamente al ejercicio de la profesión periodística: la de expresión y la de información.

El diario *ABC*, dentro de las normas deontológicas descritas en su libro de estilo y recogidas por Ana María Vígara (Ariel, Barcelona 2001), expresa de manera clara:

La Constitución distingue entre libertad de expresión (art. 20., apartado 1.a.) y derecho a la información (apartado 1.d. del mismo artículo). Lo cual obliga a diferenciar entre hechos y comentarios a la hora de valorar el comportamiento profesional del periodista, cuando de sus escritos puedan derivarse perjuicios o lesiones para otros ciudadanos.

La libertad de expresión ampara la expresión de pensamientos, ideas y opiniones, mientras que la libertad de información busca como objetivo social el comunicar y recibir libremente información sobre hechos o, más restringidamente, sobre hechos que puedan considerarse noticiables.

Hablar de periodismo es, por tanto, hablar de responsabilidad, es hablar de normas de comportamiento, es hablar de ética y deontología, y sólo en este contexto tiene sentido hablar de las fuentes en el periodismo informativo.

El periodista es, simplemente, pero nada más y nada menos, que el intermediario entre lo que ocurre en la realidad y la propia sociedad y eso implica tener un alto grado de responsabilidad en el ejercicio de la profesión y en todo lo que lo posibilita.

Otro libro de estilo, el del diario *El Mundo* (edición coordinada por Víctor de la Serna. Unidad Editorial, Madrid 1996), en su capítulo dedicado a «Deontología Profesional», afirma en esta línea:

El ejercicio del periodismo no se distingue sólo por la libertad, sino por una moralidad civil, un sentido de la responsabilidad que no siempre ha reinado en los medios informativos. Y añade: el servicio a la sociedad mediante la búsqueda constante de la verdad es deber del periodista.

El ejercicio de la profesión periodística no se reduce exclusivamente a una descripción más o menos acertada de hechos que puedan interesar más o menos a la sociedad.

Desde la toma de decisiones sobre lo que vamos a informar hasta la manera de presentar la información, pasando por la relación del periodista con las fuentes de información (lo que implica selección de fuentes de información y utilización de las mismas), exige un alto grado de compromiso del periodista con la verdad, responsabilidad que en cualquier profesión va vinculada a los llamados códigos deontológicos.

Quizá el código deontológico más explícito en cuanto a la regulación de la práctica periodística es el aprobado por el Colegio Deontológico de Periodistas de Cataluña, del año 1992. Merece la pena destacar, entre otros, los siguientes criterios, que constituyen una verdadera guía de cómo ejercer el periodismo y del papel que cumplen las fuentes de información:

1. Difundir únicamente informaciones fundamentales, evitando en todo caso afirmaciones o datos imprecisos y sin base suficiente que puedan lesionar o menospreciar la dignidad de las personas y provocar daño o descrédito.

2. Rectificar con diligencia y con tratamiento adecuado a la circunstancia, las informaciones —y las opiniones que se deriven de ellas— cuya falsedad haya sido demostrada y que, por este motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas y/o organismos afectados, sin eludir, si fuera preciso, la disculpa, con independencia de lo que las leyes dispongan al respecto.

3. Utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes.

4. Respetar el *off the record* cuando haya sido invocado.

5. No aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros por promover, orientar, influir.

6. No utilizar nunca en beneficio propio informaciones privilegiadas, obtenidas de forma confidencial como periodistas en ejercicio de su función informativa.

7. Respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción o dolor.

Dignidad de las personas, respeto, honestidad, verdad, son algo más que términos. Son, entre otros, los conceptos que dan sentido a la profesión periodística, al trabajo periodístico.

En la elaboración de una información es donde se materializa la verdadera función del periodista, el servicio a la sociedad cuyo fundamento está en el servicio a la verdad.

Escribir una noticia, un reportaje o una entrevista no es un mero ejercicio mecánico. El periodista debe poner todos sus sentidos al servicio de lo que va a escribir y hacerlo con la mayor diligencia.

Y esto afecta directamente a la selección y utilización de las fuentes de información, porque el principio fundamental al que el periodista debe consagrar su trabajo y el ejercicio de su profesión se escribe con letras en mayúscula: NINGUNA NOTICIA DEBE SER CONSIDERADA CIERTA SI NO SE HA CONSEGUIDO VERIFICAR A TRAVÉS DE ALGUNA FUENTE FIDEDIGNA.

No olvidemos que la solidez o valor de los hechos depende en parte de la fuente que los haya revelado.

Por eso, las actitudes que deben predominar en un periodista podrían resumirse en:

1. Capacidad de análisis para saber discernir el valor informativo de una noticia. Y cuando hablo de valor informativo me refiero al interés de esa noticia para la sociedad. El periodista debe preguntarse siempre por el porqué de las cosas, profundizar en las causas. No sólo contar los hechos, sino estar preparado para explicarlos.

2. Espíritu crítico para ayudar a la sociedad a conocer la realidad de las cosas. Para ello, el periodista debe previamente conocerla.

3. Honestidad, para reflejar con fidelidad el hecho informativo. El periodista no debe traicionar los grandes valores universales sino ponerlos al servicio de la información. Esto le hará creíble.

4. Capacidad de comunicación para ser eficaz en la transmisión de la información.

El periodista responsable, por tanto, no tiene entre sus objetivos engañar a la sociedad con su información, sino servir al bien común. Por eso, el periodista debe valorar su profesión no sólo de cara a sí mismo, a la realización de sus capacidades, sino también y muy especialmente de cara a su relación con los demás. Debe valorar las consecuencias y efectos, el sentido que su labor tendrá en la sociedad. Y debe buscar la verdad como algo necesario para el bien de todos, para el bien común.

Y por eso, las fuentes en el periodismo informativo son algo más que un mero recurso que utiliza el periodista para la realización de su trabajo. Su profesionalidad está en juego y, por eso, la selección y uso de las fuentes son claves en la función original del periodismo que está llamado a ese servicio a la sociedad cuyo fundamento se encuentra en el (servicio a la verdad.)

La sociedad tiene derecho a ser informada con verdad y honestidad y es en esa relación fuentes-periodistas-sociedad donde tiene que enmarcarse la selección y utilización de las fuentes de información.

Un periodista no puede desarrollar su labor profesional sin fuentes de información fidedignas, pero ni las fuentes de información ni la información ni quien la elabora tendrían sentido si no hubiera nadie a quien informar. De ahí la importancia de una buena utilización y selección de las fuentes de información como primer eslabón de la cadena que llevará a la búsqueda de la verdad a través de la información.

1.1. CONCEPTO DE FUENTE

Antes que nada, debemos recordar que el periodista informativo trabaja con la noticia y la esencia de la noticia es la actualidad y el interés para la sociedad.

Esto distingue claramente las fuentes que utiliza el periodista de otras fuentes utilizadas por otros profesionales.

Y eso hace que la utilización de una fuente en el periodismo informativo no sea la misma que en otro tipo de actividad. ¿Por qué? Porque una fuente de información es lo que distingue la calidad de un medio de comunicación respecto de otro. El medio de comunicación de más prestigio será el que esté mejor informado y, normalmente, el medio de comunicación mejor informado es aquel que dispone de mejores fuentes de información.

De esto se deduce que la relación del periodista con la fuente se establece en una doble dirección. El periodista necesita las fuentes para ofrecer la mejor información y las fuentes necesitan al periodista para hacer públicas sus confidencias.

En este sentido, las fuentes de información cumplen una doble función de la que podemos desprender su definición.

Una fuente informativa es cualquier persona, institución, colectivo o documento que ayuda al periodista en su labor profesional. Normalmente tiene dos grandes usos: o bien proporciona al periodista datos a partir de los cuales puede existir un indicio de noticia o se puede originar una noticia o bien le sirve al periodista para enriquecer, completar o ilustrar su información.

Es la distinción entre fuentes de información personales y fuentes de información documentales que se desarrollan en este capítulo.

Desde este punto de vista, las fuentes en el periodismo informativo son la base sobre la que se construye la noticia. En ocasiones las fuentes de información aportan noticias completas y, en ocasiones, aportan datos a partir de los cuales se generan otras noticias.

Y, por eso, de la importancia de las fuentes en el periodismo informativo se deriva la suma importancia de la relación que se establezca entre el periodista y «su» fuente de información.

1.2. RELACIÓN DEL PERIODISTA CON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

La información es una búsqueda honesta de la verdad. Y éste es un camino difícil, fundamentalmente porque hoy en día vende más la exageración que el equilibrio en la información, vende más el morbo que la realidad, lo intrascendente que lo trascendente. Y esto sucede porque la empresa informativa busca vender un producto y, para eso, o bien sigue la inercia de lo que está de moda en los gustos, los comportamientos y hábitos de la sociedad sin preocuparse de realizar una labor formativa y constructiva o bien busca modificar los hábitos de las personas para vender su producto a través de estrategias y técnicas que poco tienen que ver con la comunicación y algo más con el marketing. En esta situación, el periodista se convierte en el intermediario visible entre la empresa informativa y la sociedad.

Por eso, es muy importante que el periodista se comprometa con la verdad. Y este compromiso en la búsqueda de la verdad se deriva exclusivamente de la responsabilidad que tiene ante la sociedad y en su trabajo. Sólo en esta búsqueda de la verdad es donde se puede enmarcar el trabajo con las fuentes de información, y sólo en este contexto es donde el propio periodista tiene la última palabra sobre la validez de las mismas y el uso en su labor profesional.

Esto implica una relación exquisita con las fuentes de información. Y cuando hablo de exquisita me refiero a una relación dedicada escrupulosamente al servicio de esa búsqueda de la verdad que se resume en el conocido axioma «cada vez que un periodista falta a la verdad, miente».

Para empezar es necesario seleccionar las fuentes que se vayan a utilizar porque aunque el periodista en su labor profesional diaria tiene contacto con un grupo concreto de fuentes, éstas no son las únicas. Siempre existirá la puerta abierta a nuevas fuentes de información.

Además, hay que recordar que las fuentes de información también tienen sus preferencias y muchas veces son ellas las que eligen el medio de comunicación por la propia naturaleza del mismo o eligen al periodista por su prestigio y reconocimiento.

Esto nos lleva a manejar una serie de pautas que nos permita conciliar todos estos factores en un único objetivo: servir a los demás desde la información.

En ese sentido, ¿cómo debe ser la relación del periodista con las fuentes de información? Destacaríamos, ante todo, dos rasgos de esa relación: la actitud objetiva y el respeto.

1. Actitud objetiva

La relación del periodista con la fuente de información debe basarse en la independencia del primero respecto del segundo.

El periodista no puede ni dejarse dominar por la fuente ni identificarse con ella. Esto no sólo supondría dejar en manos de otro la responsabilidad de la información sino que impediría el ejercicio libre de la profesión.

La independencia asegura evitar las cargas emotivas que comprometerían peligrosamente la información. El periodista no puede llegar a tener unos vínculos afectivos tan profundos con una fuente de información que, en un momento determinado, le haga ponerse en el difícil trance de dar una información o callársela haciendo daño a terceros o en contra del bien común. Por eso la independencia le asegura una relación más honesta consigo mismo, con la fuente de información y con la sociedad a la que sirve.

Independencia no significa desconocimiento de la fuente de información que, indudablemente, es necesario para garantizar la fiabilidad de la misma.

El periodista responsable debe preocuparse por conocer a fondo a la fuente de información, respetando su confidencialidad. Del mayor conocimiento de la fuente se desprende una mayor fiabilidad de la misma y, por tanto, mayor seguridad en una información honesta —entre otras cuestiones, ésta es la causa por la que el periodista debe confirmar la información con la misma fuente tantas veces como sea necesario. O confirmar la información a través de otras fuentes—.

Es cierto que el interés de una declaración o «revelación» de una fuente es directamente proporcional a su anonimato. Cuanto más oculta es la fuente, más profundidad tiene su declaración. Pero esto no es óbice para confirmar esa información y, temporalmente, preservarla y huir de la tentación de la gran noticia (es de lógica tener especial cuidado cuando las fuentes sean anónimas).

En cualquier caso, el periodista debe procurar siempre saber «quién dice qué». La solvencia y autenticidad de la fuente es lo que le dará valor a la información. Otra cuestión diferente es que el periodista no revele su fuente de información porque no pueda o porque, pudiendo, no quiera.

2. Respeto

El respeto mutuo entre el periodista y la fuente de información es clave para obtener la confianza necesaria que dé credibilidad y prestigio al periodista.

No se debe nunca traicionar a una fuente (por ejemplo, utilizando el anonimato para conseguir información).

El respeto supone la garantía de un compromiso moral de no inventar ni exagerar informaciones y mucho menos desvelar las fuentes que se acercan al periodista, precisamente en razón de la confianza que han depositado en ellos, siempre y cuando no perjudique o cause daño a terceros. (Ver más adelante «El secreto profesional».)

Por supuesto que el periodista tampoco debe usar su posición en el medio de comunicación para extraer información a la fuente. Es obvio que en función de la responsabilidad de cada uno en un medio de comunicación se tendrá acceso a diferentes fuentes de información. El director de un periódico, por el cargo que ocupa, tendrá más fácil acceso a una fuente que el becario recién llegado. Pero esto es una cosa. Y otra es aprovecharse del cargo para presionar a la fuente y así obtener información privilegiada.

1.3. CÓMO MENCIONAR UNA FUENTE

La honestidad en el desarrollo de la profesión periodística afecta también a la manera de citar una fuente de información.

Para empezar hay que decir que, aunque suene algo obvio, el periodista debe esforzarse por citar correctamente las fuentes de información. Recojo aquí alguna norma que se puede seguir ante las situaciones informativas más habituales.

1. Si el periodista se refiere a una sola fuente, no hace falta repetirla continuamente. Aunque toda afirmación requiere la identificación de la fuente, no hace falta que ésta se haga de forma reiterativa.

2. Cuando se utilicen otros medios de comunicación como fuentes de información, es necesario haber comprobado lo que afirman.

3. Se debe identificar las fuentes de información lo más preciso posible. Hay que huir de generalidades como «fuentes bien informadas» o «fuentes fidedignas». Más cercanas serán expresiones como «fuentes judiciales» o «fuentes parlamentarias», por ejemplo.

Cuanto más identificada esté una fuente, más credibilidad tendrá la información.

4. Respetar el *off the record*.

Es cierto que cuando una fuente argumenta *off the record* sabe que está hablando con un periodista y en un contexto que el periodista o la fuente de información provocan para ilustrar, completar o facilitar una información concreta. ¿Qué sentido tiene? Es bastante probable que cuando la fuente de información practique el *off the record* el interés sea el contrario, conseguir que esa información se investigue y publique y que la fuente de información salga lo menos salpicada posible.

Por tanto, aunque existe un pacto no escrito de no publicación del *off the record*, éste sirve para que el periodista se ponga en la pista de una información que, si puede confirmar por otros cauces, publicará con seguridad.

2. Tipos de fuentes para el periodismo informativo

Las clasificaciones de fuentes de información que se han venido realizando son numerosas y responden a los más variados criterios.

Sin embargo, el valor de este capítulo reside en ayudar a detectar cuáles son las fuentes que el periodista debe utilizar en su labor profesional diaria y de qué manera se deben utilizar.

Por este motivo, me he decidido a hacer una clasificación atendiendo a un doble criterio que se desprende del uso que un periodista puede hacer de sus fuentes.

Desde esta perspectiva, he dividido las fuentes para el periodismo informativo en dos grandes bloques: fuentes personales y fuentes documentales.

En rasgos generales, las fuentes de información personales son las que proporcionan o pueden proporcionar una noticia y las fuentes de información documentales son las que le sirven al periodista para enriquecer, completar o ilustrar una información que esté realizando. Lógicamente, el desarrollo de ambos tipos de fuentes informativas es el argumento principal de las páginas que vienen a continuación.

Quiero, sin embargo, llamar la atención sobre el hecho de que dentro de las fuentes de información personales he introducido «fuentes de desinformación» y «secreto profesional», no porque sean en sí mismas algún tipo de fuente de información, sino porque de alguna u otra forma están habitualmente presentes en el ejercicio diario de la profesión y son inseparables del resto de fuentes de información personales.

Antes de pasar a desarrollar todos los tipos de fuentes parece conveniente hacer un esquema previo de las mismas que permita una vista rápida para ubicarlas de manera correcta:

2.1. Fuentes informativas personales

2.1.1. Periodísticas

2.1.1.1. Gabinetes de prensa

2.1.1.2. Medios de comunicación

2.1.1.3. Agencias de información

2.1.2. No periodísticas

2.1.2.1. Anónimas

2.1.2.2. Confidenciales

2.1.3. De desinformación

2.1.3.1. El rumor

2.1.3.2. La filtración

2.1.4. El secreto profesional

2.2. Fuentes informativas documentales

2.2.1. Manuales de referencia

2.2.1.1. Diccionarios

2.2.1.2. Directorios

2.2.1.3. Enciclopedias

2.2.1.4. Anuarios

2.2.1.5. Estadísticas

2.2.1.6. Biografías

2.2.1.7. Cronologías

2.2.1.8. Repertorios de medios de comunicación

2.2.2. Bases de datos (y recursos on-line)

2.2.2.1. Numéricas

2.2.2.2. Bibliográficas

2.2.2.3. Directorios

2.2.2.4. Portales de información para periodistas

2.2.3. Audiovisuales

2.2.3.1. Fotografías

2.2.3.2. Imágenes en movimiento

2.2.3.3. Archivo sonoro

2.2.4. Revistas especializadas

Tienen acceso a fuentes distintas a las convencionales.

2.1. FUENTES INFORMATIVAS PERSONALES

Las fuentes personales que el periodista puede utilizar en su labor diaria vienen definidas por la relación personal que se puede establecer entre el periodista y la propia fuente.

Estas fuentes son las que considero de mayor importancia porque se establecen en función de la condición humana del periodista y la fuente. A diferencia de las fuentes documentales, las fuentes personales no sólo sirven para contrastar y enriquecer una información sino que su gran valor reside en la posibilidad de que sean generadoras de noticias. La gran diferencia con cualquier otro tipo de fuentes es que

éstas pueden ser las que nos den la pauta de la que surja, no una noticia, sino, en muchas ocasiones, la gran noticia.

Distincuiré, dentro de ellas, las fuentes periodísticas de las no periodísticas.

2.1.1. Fuentes informativas personales periodísticas

Son fuentes porque forman parte del mundo de la comunicación y eso les permite tener acceso a información relevante que de otra manera no podrían conseguir.

Podemos distinguir tres: los gabinetes de prensa, los medios de comunicación, las agencias de información.

La gran peculiaridad de estas fuentes es que son los propios profesionales de la información los que se convierten en fuente, por lo que el diálogo con la fuente se produce entre «colegas», lo que implica un cierto pacto implícito de colaboración especial. Pero debemos ser conscientes en todo momento de que un periodista de fuente es antes que nada trabajador de una empresa a la que se debe. Así, debemos saber quién tenemos delante para saber utilizar la información que nos facilite de la manera más adecuada.

2.1.1.1. Gabinetes de prensa

Cualquier gabinete de prensa, bien sea de una empresa pública, bien de una empresa privada, no funciona de manera independiente, no puede desvincularse de su «empresa madre» porque, entre otras cosas, sin ella no tendría sentido, no existiría.

Por tanto, lo primero que el periodista tiene que tener claro es que la misión del gabinete de prensa es llevar a cabo todas las acciones de comunicación de la empresa a la que se debe.

Y esto lleva necesariamente a enumerar las cinco notas características que distinguen a un gabinete de prensa y que el periodista debe asumir si quiere hacer un buen uso del mismo y rentabilizarlo como fuente de información:

1. Un gabinete de prensa siempre tratará de «vender» la mejor imagen de su empresa.

Esto significa que detrás de la información que nos transmita siempre habrá un interés, pues el ideario del gabinete de prensa es el mismo que el de la empresa. Es, por tanto, una fuente de información interesada, mucho más que el resto de fuentes de información.

2. La estrategia de cualquier gabinete de prensa será, por tanto, la persuasión. Las palabras *seducir* o *convencer* adquieren su más claro significado. El periodista de un gabinete de prensa tratará de convencer de que «su producto» es el mejor. Actuará como cualquier anunciante que

trate de vender lo más posible al mayor número de personas. El producto, en este caso, es la información. El consumidor, el periodista. El objetivo, aumentar la credibilidad de la empresa.

3. La información del gabinete de prensa buscará no provocar actitudes negativas. Para ello, mucha de la información será «convenientemente tratada», «cuidadosamente escogida» o, para ser más exactos, la información tratará siempre de favorecer a su empresa.

4. Desde un punto de vista técnico, la información, en muchas ocasiones, estará elaborada y dará al periodista poco margen de intervención.

5. No podemos considerar fuente de noticia al portavoz de una institución que hace una declaración oficial como reacción ante determinadas informaciones. Incluso el contenido de esa declaración no es, en muchas ocasiones, noticia.

En resumen, esto significa que el periodista que acude a un gabinete de prensa, en función de la confianza que haya establecido con el periodista que actúa como fuente, deberá siempre contextualizar adecuadamente la información que se le facilite, dándole su justo valor.

Pero, si esto es así, ¿cómo puede un periodista aprovechar como fuente un gabinete de prensa?

Una cosa no quita la otra. No es posible negar y reconocer, por tanto, en los gabinetes de prensa, una de las fuentes más importantes y más generadoras de información con las que puede contar un periodista. Es una fuente que nunca se puede desear porque tiene relación directa con los órganos de poder de su empresa (no olvidemos que en el organigrama, el gabinete de prensa suele ser la mano derecha del presidente o director de la empresa) y eso significa acceso a información de primer grado. Un gabinete de prensa nos pone en contacto con esos órganos de decisión de la empresa, nos desmiente o confirma noticias, valora e incluso actúa como fuente de documentación.

Un gabinete de prensa suele utilizar dos grandes medios para facilitar información: información escrita (fundamentalmente notas de prensa y dossieres informativos) y el contacto personal (relación directa con el periodista y ruedas de prensa).

La *información escrita* es información encorsetada. Igual para todos. Se podría catalogar mejor dentro de las fuentes documentales, pues lo que aportan fundamentalmente son, en el caso de *notas de prensa*, información que siempre hay que comprobar o, en el caso de *dossieres informativos*, documentos que permiten ilustrar o completar informaciones de las que ya se poseen datos.

De especial relevancia dentro del contexto de las fuentes personales es el contacto personal, bien directamente, mano a mano, con el periodista de fuente o bien a través de las ruedas de prensa, porque ambas formas de relación son el gran valor que puede aportar al periodista la labor de un gabinete de prensa.

Una *rueda de prensa* convocada por el gabinete de prensa de cualquier empresa es uno de los momentos más importantes, desde el punto de vista informativo, para la empresa y para el periodista que acude a ella.

Normalmente se convoca una rueda de prensa ante algún asunto extraordinario, si bien algunas empresas tienen por costumbre realizar periódicamente ruedas de prensa para mantener el contacto con los periodistas y, por tanto, cuidar su imagen.

El valor informativo de una rueda de prensa radica, la mayoría de las ocasiones, en el acto en sí mismo por encima del protagonista de la rueda de prensa y del propio contenido.

Una rueda de prensa es una excelente oportunidad para establecer contactos y hacer relaciones públicas. En ella se van a encontrar todas las personas que nos interesan para los temas que estemos trabajando. Es el momento de estar con los ojos bien abiertos en cualquier conversación que podamos tener o fijarse en el más mínimo detalle. Para empezar, con los responsables del gabinete de prensa.

Por eso, lo más importante de una rueda de prensa es la actitud con la que acudamos a ella. Debemos estar receptivos e intentar recoger lo que no es común a todos los demás.

Es cierto que en una rueda de prensa se facilita información, se puede preguntar al protagonista de la misma, pero es, en definitiva, el mismo «menú» para todos.

Nuestra actitud es la que va a marcar la diferencia respecto al resto. Más allá del dossier que nos faciliten, de las palabras que nos digan, una rueda de prensa es una de las grandes pistas que nos puede facilitar exclusivas de primer orden. En cualquier momento puede saltar la noticia, de lo más intrascendente. Y eso depende de la actitud.

Por tanto, muchas veces es más importante el contacto personal que se produce en una rueda de prensa que el propio contenido o motivo por el que se convoca.

No es objeto de este apartado hacer un listado de gabinetes de prensa. Sería ilimitado, pues la mayoría de las empresas disponen del mismo y las que no, suelen ser de tamaño pequeño, donde el propio director absorbe sus funciones.

2.1.1.2. Medios de comunicación

Un medio de comunicación actúa como fuente personal desde el momento en que cuenta con un centro de documentación que puede ser utilizado por el periodista, el cual establece una relación personal con los responsables del mismo en virtud de su profesión.

Normalmente todos los grandes medios de comunicación cuentan con un centro de documentación. Por tanto, es el del propio medio de comunicación el que utiliza el periodista, lo que no le impide acudir a otro centro de documentación de un medio de comunicación diferente donde, en razón de su profesión, se le suele facilitar la información que solicite.

Tanto los medios de comunicación escritos como audiovisuales suelen tener documentación escrita como memorias, publicaciones, biografías, monografías, efemérides, resúmenes de noticias.

Los medios de comunicación suelen convertirse, desde este punto de vista, en empresas auxiliares para los periodistas, pues su labor les ayuda a la redacción de sus noticias.

En ese sentido, y dentro del periodismo informativo, un periodista utiliza un centro de documentación de un medio de comunicación fundamentalmente para ampliar la información que está realizando y para redactarla de la mejor manera posible.

El valor de un centro de documentación para un periodista radica, por tanto, en la rapidez y la calidad del servicio.

Un periodista de información de actualidad utiliza un centro de documentación de un medio de comunicación como fuente porque la capacidad de respuesta a las necesidades urgentes que tiene es inmediata, se fija de las fuentes que le proporciona y, además, tiene fácil acceso a ellas.

Por eso, el material del centro de documentación aporta valor añadido. La calidad está por encima de la cantidad. El periodista utiliza en su labor diaria el centro de documentación porque sabe que en él ya se ha hecho una selección de calidad que le ayuda de manera efectiva, pues la urgencia de sus peticiones fruto de su trabajo hace que tenga poco tiempo para dedicarse a la lectura pausada de innumerables informaciones.

Un apunte más. Los medios de comunicación suelen ser observadores implacables de otros medios de comunicación que se constituyen en fuentes de información importante.

Me estoy refiriendo a que muchas noticias surgen de noticias aparecidas en otros medios de comunicación o de informaciones de otros medios en función de su propia personalidad (por ejemplo, acontecimientos cubiertos o descubiertos por medios de comunicación audiovisuales que los medios escritos toman como referencia o informaciones desveladas por medios escritos que son el hilo del que tiran medios de comunicación audiovisual).

Como siempre, hay que tener los ojos y oídos en guardia.

2.1.1.3. Agencias de información

Tradicionalmente, una agencia de información se ha constituido en fuente de información para los medios de comunicación. A cambio de una cierta remuneración económica, las agencias de información facilitaban un servicio informativo a los medios de comunicación que, de esta manera, se ahoraban tener que establecer una red de corresponsales por el mundo con el coste económico importante que esto suponía.

Las agencias de información, indudablemente, se han visto forzadas, con el paso de los años, a adaptarse a los nuevos tiempos.

Los medios de comunicación han ido especializándose y ganando posiciones dentro del mundo de la comunicación. La importancia de la información hoy en día y la reducción del espacio con el avance de las nuevas tecnologías, ha hecho que las agencias de información tengan que diversificar su actividad y tratar de recuperar el terreno perdido en el negocio tradicional ofreciendo nuevos servicios a los medios de comunicación.

Hay que pensar que antes una noticia de agencia era una información importante, casi exclusiva. Hoy, los medios de comunicación, por lo menos los grandes medios de comunicación, prefieren sus informaciones y utilizan de manera más complementaria la de las agencias de información.

Así que el uso que puede hacer el periodista de información de las agencias de información como fuente puede ser doble:

1. Como complemento de la información que el periodista ha obtenido por sus propios medios.
2. Para despertar la curiosidad acerca de determinados temas.

En cualquier caso, el periodista deberá siempre confirmar y contrastar la información facilitada por las agencias de información como cualquier información que no es propia debe ser comprobada.

Muchas son las agencias que se podrían enumerar como fuentes en el periodismo informativo y que el periodista puede utilizar. Cada uno, además, tendrá sus preferencias.

Valgan como muestra las siguientes, sin ningún ánimo selectivo, sino exclusivamente ilustrativo:

1. Para información internacional

Associated Press —AP— (Estados Unidos: <http://www.ap.org>).

Sus servicios van a más de 15.000 empresas.

Reuters (británica: <http://about.reuters.com/media/>). Dividida en cinco regiones, América, Asia, Europa/Medio Este y África, Alemania y Reino Unido/Irlanda. Ofrece todo tipo de información on-line —textual, vídeo y fotos—.

United Press International —UPI— (Estados Unidos: <http://www.upi.com>). Sirve noticias sectorialmente.

France Presse (Francia: <http://www.apf.com>).

EFE (España: <http://www.efes.es>). Primera agencia de información para el mercado latinoamericano. Trabaja en los cinco continentes, desde 100 países y 170 ciudades. Ofrece noticias, fotografías de actualidad, reportajes, crónicas de radio y cortes de voz y vídeo. Tiene una base de datos de 15 millones de documentos de los últimos 13 años y 13 millones de fotos.

2. Para información nacional

Colpisa (<http://www.colpisa.com>).

EFE (<http://www.efes.es>).

Europa Press (<http://www.europapress.es>). Información nacional e internacional. Envía noticias de agencia sectoriales.

Fax Press (<http://www.agenciafaxpress.com>). Agencia de información nacional, especialmente económica. Cuenta con muchos colaboradores.

3. Para información autonómica

ACN Press (Canarias: <http://www.acnpress.com>).

Aragón Press (Aragón: <http://www.aragonpress.com>).

Axencia Galega de Noticias (Galicia: <http://www.axencia.com>).

Vasco Press (País Vasco: <http://www.vascopress.com>).

ATN, Agencia de Televisión de Noticias de Andalucía.

4. Para información especializada

Servimedia (<http://www.servimedia.es>). Pertenece al grupo de empresas de la Fundación ONCE. Especializada en información social.

Aceprenta (<http://www.aceprenta.com>). Agencia de colaboraciones, especializada en el análisis de tendencias básicas de la sociedad, corrientes de pensamiento y estilos de vida. Elabora un boletín semanal que incluye informaciones, documentación y comentarios.

2.1.2. Fuentes informativas personales no periodísticas

Se constituyen en fuentes en nombre propio, no porque pertenezcan al mundo de la comunicación. Su origen puede ser diverso y lo que prima en la relación con ellas es la confianza de la fuente con el periodista.

Pueden ser anónimas o confidenciales. Ambos tipos de fuentes le sirven al periodista como germen de futuras informaciones, más que como información inmediatamente publicable.

2.1.2.1. Fuentes informativas personales no periodísticas anónimas

Son aquellas de las que se desconoce el nombre y precisamente, en la confidencialidad, radica el éxito del trabajo del periodista.

En este sentido, el periodista debe ser todo lo honesto posible con la fuente anónima y garantizar el anonimato. De hacerlo así, tendrá toda la confianza de la fuente. De lo contrario, no sólo perderá a esa fuente sino que perderá la credibilidad para otras posibles fuentes de información anónimas.

Ahora bien, el periodista debe utilizar estas fuentes siempre con mucha reserva para no equivocarse y dar una información errónea, equivocada o falsa. Hay que pensar que por encima de la información está la sociedad a la que se informa que merece se le dé la información de manera veraz.

¿Cómo actuar ante una fuente de información personal no periodística anónima?