

# La batalla de las fuentes

Estudiantes de Periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid<sup>1</sup> han analizado el uso de las fuentes en cinco periódicos: *El País*, *El Mundo*, *Abc*, *La Vanguardia* y *La Razón*.

Las conclusiones –alarmantes– son estas: altísimo número de fuentes insuficientemente documentadas, que no compiten con otras fuentes (ni, por tanto, con otras versiones de lo sucedido) o que ofrecen información en la que esas fuentes tienen intereses particulares.

**E**l caso Miller. El caso Blair (de Jayson Blair, por supuesto). El caso Kelly, en el Reino Unido, y el caso Kelley en Estados Unidos. Demasiados casos, quizá. Pero no por su importancia estrictamente cuantitativa. Si lo pensamos bien, tal vez lo llamativo sea que tan contados medios de comunicación, como *The New York Times* o la BBC, se hayan sentido obligados durante los últimos años a reconocer graves errores de trabajo. Demasiados casos, decíamos, no tanto la cantidad como por la cualidad. Analizados en profundidad, todos estos reconocimientos públicos de culpa apuntan al mismo problema: la relación entre el periodista, los textos que publica y sus fuentes.

Sobre esta cuestión, que con deliberado exceso épico hemos denominado ‘batalla de las fuentes’, cabe

plantearse: ¿y aquí, qué? ¿Es que en España no hay casos? ¿No hay Blair? ¿No hay Miller? ¿No hay un Andrew Gilligan? ¿Por qué no se habla de ellos, si es que existen? ¿O es que tal vez lo que no existen es un tipo de medios con el coraje que han demostrado la BBC o *The New York Times*? Ni siquiera parece razonable intentar responder a todas esas preguntas a la vez. Más lógico puede resultar un planteamiento modesto, humilde pero científico, que se deje resumir mediante la siguiente pregunta: ¿cómo es el uso periodístico de las fuentes de información en los medios de comunicación españoles?

En el ámbito académico, ‘la batalla’ se ha centrado tradicionalmente en la definición y –sobre todo– en la clasificación de las fuentes. Hay en los manuales de Periodismo, reconoz-

## ●●● La batalla de las fuentes

cámoslo, un furor taxológico sólo comparable al furor de los alumnos cuando se ven abocados a una interminable memorización de tablas y más tablas sobre ‘tipos de fuentes’. Porque ahí se ha situado tradicionalmente el objeto de estudio: lo importante era saber cuántas clases de fuentes periodísticas existen o pueden existir<sup>2</sup>. Esta investigación ha surgido y se ha desarrollado en un aula de Periodismo. Y, por tanto, los autores<sup>3</sup> han partido de teorías clásicas. Empezando por el propio concepto de ‘fuente’. Es claro que las fuentes de información proporcionan contenidos, datos o argumentos a los periodistas para que éstos puedan incluir en sus textos todo o parte de ese material<sup>3</sup>. Sin embargo, sí conviene volver a considerar la noción de simples ‘abastecedores de información’ que a menudo se asocia a la definición de ‘fuente’<sup>4</sup>. En tanto que obedecen casi siempre a una estrategia retórica y discursiva muy precisa, las fuentes no sólo ofrecen información, sino que además, con mucha (y creciente) frecuencia, esperan obtener un beneficio de su acercamiento a los periodistas. O, dicho de otro modo, las fuentes no acostumbran a aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo. Actúan, más bien, llevadas por la ambición de ‘prefabricar un relato de los hechos’. Esto es: si entregan información a quienes cuentan qué ocurre (los periodistas), es sólo para influir más intensa y di-

rectamente en el relato de lo ocurrido. Ya se ha apuntado en las líneas anteriores, pero cabe insistir en que este fenómeno es cada vez más apreciable, e incluso podríamos considerarlo como un rasgo esencial, definitorio, de la moderna sociedad de la información<sup>5</sup>.

El acervo académico sobre la tipología de las fuentes puede resultar quizá más útil si sólo se emplea como herramienta, como apoyo. No como un listado que conviene memorizar. Porque más importante que optar sin dudarlo entre ‘decenas de clases de fuentes’, a nuestro juicio, es descubrir cómo acostumbran a utilizar esas fuentes los periodistas. O a ‘defenderse’ de ellas, si aceptamos que la inmensa mayoría de las fuentes de información, en las sociedades modernas, aspiran a influir en los relatos periodísticos<sup>6</sup>. Sabemos que las fuentes han trazado un minucioso plan para difundir su versión de la realidad: por eso hay miles y miles de gabinetes de prensa por doquier. No sabemos, en cambio, si el periodismo dispone de un ‘plan de defensa’ para mantener su relato a salvo de versiones conscientemente deformadas de la realidad (o a salvo de intereses particulares que pretenden servirse del lector, más que contarle algo): por eso hemos querido analizar en este trabajo cómo y para qué utilizan los periodistas, en sus textos diarios, las fuentes de información.

Durante 15 días<sup>7</sup>, se ha estudiado

Tabla 1

	EL PAÍS	EL MUNDO	ABC	LA VANG.	LA RAZÓN	TOTAL
Páginas examinadas	628	617	751	908	429	3.333
Textos analizados	1.358	1.124	1.266	1.627	783	6.158
Fotos, infografías, gráficos	794	684	885	1.332	613	4.308

el uso periodístico de las fuentes de información en cinco periódicos de difusión nacional<sup>8</sup>. En total, se han analizado 6.162 textos informativos. Y, como mínimo, esas 6.162 piezas textuales las han revisado dos personas<sup>9</sup>. Cada investigador se ha ocupado de una sección. Sus datos debían entregarse al grupo de coordinación (compuesto por tres miembros) encargado de sumar los datos referentes a un determinado periódico. Tanto en los trabajos individuales como en las fichas elaboradas por los grupos de coordinación debía aparecer, al menos, la siguiente información:

1. Datos básicos sobre la muestra diaria y total.

A) Páginas por sección / páginas totales examinadas.

B) Textos analizados.

C) Fotografías, infografías y gráficos.

2. Tipos de fuentes.

A) Intermediarios o agencias informativas.

B) Resto:

B.1) Oficiales (Gobierno central, gobiernos autonómicos, ayuntamientos, sindicatos, partidos políticos, patronal, otras instituciones y otros).

B.2) No oficiales (asociaciones, or-

ganizaciones no gubernamentales, expertos, miembros de instituciones u organismos, otros).

3. Grados de identificación.

A) Atribución directa.

B) Atribución reservada.

C) No atribuido (fuente anónima).

4. Tipo de información facilitada por la fuente

A) ¿Es la única versión sobre un determinado hecho? ¿Hay fuentes complementarias?

B) ¿Afecta esa información, directa o indirectamente, a los intereses particulares de la fuente?

C) ¿Qué grado de importancia tiene esa información en el texto periodístico analizado? (Se establecen cinco categorías que permiten evaluar esa importancia de 1 a 5: ‘anécdota’, ‘versión que compite con otras fuentes’, ‘importancia total’, ‘entrevista’ y ‘es la propia fuente la que crea un acto informativo para generar una noticia’).

## 1. Datos básicos sobre la muestra

Los datos incluidos en la tabla 1 presentan una doble utilidad: de forma clara y directa, señalan el tamaño de la muestra analizada (y, en consecuencia, permiten otorgar un determina-

## ●●● La batalla de las fuentes

Tabla 2

	EL PAÍS	EL MUNDO	ABC	LA VANG.	LA RAZÓN	TOTAL
Fuentes empleadas	2.199	1.495	1.636	2.200	649	8.179
Total f/t	1,61	1,33	1,29	1,35	0,83	1,33
Agencias	348	485	571	676	289	2.369
%	15,82	32,44	34,90	30,72	44,53	28,96
Fuentes oficiales	1.012	437	553	865	168	3.035
%	46,02	29,23	33,80	39,31	25,88	37,10
Fuentes no oficiales	839	573	512	659	192	2.775
%	38,15	38,32	31,29	29,95	29,58	33,92

Tabla 3

	EL PAÍS	EL MUNDO	ABC	LA VANG.	LA RAZÓN	TOTAL
Atribución directa	1.511	1.030	1.002	1.557	3.965	496
%	68,71	68,89	61,24	70,77	61,01	67,20
Atribución reservada	453	356	432	466	148	
%	20,60	23,81	26,41	21,18	22,80	22,68
No atribuido (fuente anónima)	235	109	202	177	105	828
%	10,68	7,29	12,35	8,04	16,17	10,12

do valor de representación a los resultados finales del estudio); en segundo lugar, ayudan a establecer interesantes cuantificaciones mediante un sencillo cruce de datos.

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

El dato sobre el conjunto de tex-

tos analizados (6.158) permitirá hallar la media de fuentes citadas por pieza textual. En la tabla 2 veremos que, durante los 15 días de análisis, se han contabilizado 8.179 fuentes. Se obtiene, por tanto, una media de 1,33 fuentes por texto. Es decir: en tres piezas, como promedio, los periodistas citan a cuatro fuentes (incluidas, como se verá más adelante, aquellas que no están plenamente identificadas). Con malévola ingenuidad, se podría sugerir que quizá la idea de 'conflicto' se presenta en uno de cada cuatro textos periodísticos. Si esto no resultara empíricamente aceptable, nos encontraríamos ante una situación no apta para ingenuos,

ni siquiera para ‘ingenuos malévolos’.

## 2. Tipos de fuentes

Muy cerca de la media de fuentes por texto (1,33, que coincide, por cierto, con la de *El Mundo*) se sitúan *La Vanguardia* y *Abc*. El diario *La Razón* aparece claramente por debajo de esa media (0,83 fuentes por texto) y *El País* ligeramente<sup>10</sup> por encima (1,61).

Sobre la distribución de fuentes oficiales / no oficiales, cabe hacer una pequeña –pero importante– aclaración. Los resultados finales son éstos: un 37,10% de fuentes oficiales y un 33,92% de fuentes no oficiales. Sin embargo, esos datos pueden resultar engañosos. Conviene tener en cuenta que hay además casi un 30% de agencias, que en la mayor parte de los casos remiten a fuentes oficiales. El modo en que aquí se ofrecen los porcentajes puede plantear una distorsión de la realidad, pero se ha preferido, en primer lugar, separar con nitidez el uso de agencias<sup>11</sup>; y en segunda instancia, no dejar de plasmar los resultados con cierta sencillez<sup>12</sup>.

No será necesario insistir en el ‘valor de representación’ de la muestra. Y no tanto por el total de fuentes documentadas (8.179) como por el volumen de textos en que han sido halladas todas esas fuentes (recordemos: 6.158). Tampoco habrá que resaltar un dato quizá esperable, sí, pero no por ello menos significativo: casi el

29% de las fuentes citadas por los medios analizados son agencias de noticias<sup>13</sup>. O lo que es lo mismo: de cada 20 fuentes registradas, siete son agencias. Esto si hablamos de promedios. La estadística es aún más llamativa si nos referimos a algún diario concreto. Por ejemplo, a *La Razón*: casi el 45% de sus fuentes corresponden a este tipo de intermediarios. Incluso en un periódico como *El País*, cuya media se sitúa en poco más del 15%, podemos encontrar alguna sección<sup>14</sup> en la que el uso de agencias sobrepasa el 40% del total de las fuentes empleadas.

## 3. Grados de identificación

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

Y, para empezar, debemos preguntarnos si hay transparencia en el uso de las fuentes. Como se acaba de decir respecto a la frecuencia de uso de las agencias, quizá también aquí nos hallamos ante un dato previsible (ver tabla 3): la atribución plena, directa, con nombres y apellidos, no llega al 70% de los casos analizados. La atribución reservada, que al menos per-

mite saber de dónde parte la información y a qué ámbito pertenece la fuente, supone el 22,68% del total<sup>15</sup>. Por último, las fuentes que son citadas como tales pero que no presentan ningún tipo de atribución (es decir, las anónimas) sobrepasan el 10% del conjunto analizado.

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

#### 4. Tipo de información facilitada por la fuente

Apenas hay que poner música a la letra, contundente y diáfana, que marcan los datos de las tablas 4 y 5. La letra tiene armonía propia: casi la mitad de las fuentes analizadas en este estudio (46,5%) ofrecía al periodista una versión que no había de competir con la de ninguna otra fuente. Los diarios *La Vanguardia* (42,09%) y *La Razón* (52,54%) se sitúan de nuevo en los extremos de la estadística. No mejora la situación si nos imponemos la tarea de observar el asunto desde el ángulo opuesto. De las 8.179 consideradas, sólo 4.376 fuentes (53,50%) de-

bían competir con versiones complementarias o alternativas.

Aún más contundentes son los resultados derivados de la siguiente pregunta sobre el tipo de información que facilitan las fuentes: ¿afecta esa información, de forma directa o indirecta, a los intereses particulares de esa fuente (o de la empresa que ha constituido la fuente)? Es cierto que tanto esta cuestión como la siguiente implican un cierto grado de subjetividad en el proceso de elaboración de datos. Y es cierto además que en algunos casos ha habido dudas. Pero se trata de casos muy concretos que apenas acabarían suponiendo una centésima en el resultado global que hemos obtenido: el 52,51% de las fuentes ofrecen una información que afecta a los intereses particulares o personales de la propia fuente<sup>16</sup>.

En sí mismo considerado, el dato no debería sorprender: parece lógico que las fuentes ofrezcan información de aquello que más les interesa y que, por otra parte, más cerca tienen. Casi todo el mundo tiende a hablar de sí mismo. Sería absurdo que no lo hicieran las fuentes. Consideremos para qué han florecido durante los últimos años miles y miles de gabinetes de prensa, empresas de comunicación o equipos de relaciones públicas. Su egotismo no es accidental, sino estructural. Así pues, ese 52,51%, considerado aisladamente, no es más que la confirmación de una sospecha que parece tejida con fundamento.

Tabla 4

	EL PAÍS	EL MUNDO	ABC	LA VANG.	LA RAZÓN	TOTAL
Versión única	997	704	835	926	341	3.803
%	45,33	47,09	51,03	42,09	52,54	46,50
Versiones complementarias	1.202	791	801	1.274	308	4.376
%	54,66	52,90	48,96	57,90	47,45	53,50
Afecta información a fuente	1.032	721	1.052	1.114	376	4.295
%	46,93	48,22	64,30	50,63	57,93	52,51
No afecta información a la fuente	1.167	774	584	1.086	273	3.884
%	53,06	51,77	35,70	49,36	42,06	47,49

Tabla 5

	EL PAÍS	EL MUNDO	ABC	LA VANG.	LA RAZÓN	TOTAL
Anécdota	566	198	272	394	125	1.555
%	25,73	13,24	16,62	17,90	19,26	19,01
Compite con otras fuentes	955	548	467	1.148	162	3.280
%	43,42	36,65	28,54	52,18	24,96	40,10
Gran importancia	465	562	764	454	247	2.492
%	21,14	37,59	46,70	20,63	38,05	30,47
Entrevista	74	42	85	58	25	284
%	3,36	2,80	5,19	2,63	3,85	3,47
La fuente crea noticia	139	145	48	146	90	568
%	6,32	9,69	2,93	6,63	13,86	6,94

En cierto modo, es lo ‘previsible’ convertido en ‘visible’. Casi más llamativo y misterioso es el 47,49% restante. De nuevo con malévola ingenuidad, podíamos preguntarnos: ¿sobre qué hablan esas 3.884 fuentes?

Sin embargo, la importancia y la gravedad de estos últimos resultados afloran cuando nos disponemos a relacionar esa tabla estadística con la anterior y con la siguiente. Empecemos por lo último. Recordemos que se trataba de asignar a cada fuente una determinada calificación. Y ello,

en función de la importancia que, para el texto final del periodista, concediéramos a la información ofrecida por la fuente. Procuramos controlar la subjetividad del investigador estableciendo cinco categorías:

4.1. Si pensamos que la información de la fuente desempeña una función absolutamente menor en el texto publicado, la consideramos ‘anécdota’.

4.2. Si la información tiene un peso algo mayor, pues compite con fuentes complementarias o alternativas

## ●●● La batalla de las fuentes

en el texto periodístico, la incluimos en la categoría ‘compite con otras fuentes’.

4.3. Si esa competencia no se establece en condiciones de igualdad, y una fuente consigue imponer su voz en la pieza periodística, la fuente acabará en la casilla denominada ‘gran importancia’.

4.4. Si la voz es única porque así se ha determinado mediante la selección del género periodístico, le otorgaremos la denominación de ‘entrevista’.

4.5. Y si, por último, además de suceder lo que apuntamos en el punto 5.3., resulta que el periodista ha dado cuenta de un acto ideado o creado por la fuente sólo para que a ese acto acudieran periodistas en calidad de ‘testigos’<sup>17</sup>, entendemos que ‘la fuente crea noticia’.

Si sumamos los porcentajes de las tres últimas categorías, descubriremos que más del 40% (40,88%) de las fuentes ofrece una información de capital importancia para el periodista. Y así queda reflejado en el texto periodístico resultante<sup>18</sup>. En el diario *La Razón*, por ejemplo, la suma de ‘gran importancia’, ‘entrevista’ y ‘la fuente crea noticia’ supera el 55%. *Abc* se sitúa sólo unas décimas por detrás.

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

5.1. Se ha constatado una escasísima presencia de fuentes de informa-

ción en los 6.158 textos analizados. La media es de 1,33 fuentes por texto. Del total de fuentes registradas (8.179), el 28,96% corresponde a agencias. Las fuentes oficiales (37,10%) superan claramente<sup>19</sup> a las no oficiales (33,92%).

5.2. El 32,80% de las fuentes analizadas no aparecen plenamente identificadas. Más del 10% de las fuentes no presentan ningún tipo de atribución (son anónimas).

5.3. Se ofrece una información que no encuentra réplica de otras fuentes en el 46,50% de los casos. En algún diario se sobrepasa el 52,5%<sup>20</sup>.


5.4. Ese último porcentaje (52,5%) corresponde también al número de casos en que la información aportada por la fuente al periodista afecta a los intereses particulares de la propia fuente.

5.5. De cada 10 fuentes, 4 proporcionan información de gran relevancia para el texto que acaba elaborando el periodista.

5.6. En consecuencia, y si sumamos algunas de las circunstancias anteriores, cabe concluir que los periodistas emplean un altísimo número de fuentes insuficientemente identificadas, que no compiten con otras fuentes (ni, por tanto, con otras versiones de lo sucedido), que ofrecen información que afecta a sus intereses particulares y que, por último, consiguen que el texto periodístico recoja lo fundamental de su versión de lo acontecido.

5.7. Todo ello dibuja las condiciones perfectas para un mensaje de apariencia informativa, pero de esencia persuasiva (como es, con frecuencia, el de las fuentes). Las fuentes se esconden, hablan de lo que les interesa y afecta, su relato no compite con versiones alternativas y, al final, consiguen dominar el relato informativo que firma un periodista.

5.8. Dicho de otro modo: la retórica persuasiva de las fuentes funciona

considerablemente bien. Cabe preguntarse cómo funciona la estrategia de defensa –si es que existe– diseñada por los medios de comunicación para garantizar su independencia. Cabe plantearse, en fin, si a la vista de todos estos datos el lector se encuentra debidamente protegido<sup>21</sup>. Y, por último, no sería descabellado preguntarse por los efectos de todo lo antedicho sobre la credibilidad del relato periodístico. 

---

1. Autores de este texto han de considerarse los 99 alumnos que han participado en el estudio de campo. Todos ellos, del grupo 1º G (Periodismo) de la Facultad de Ciencias de la Información, en la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Los coordinadores de los seis grupos establecidos son los siguientes: Isabel María Sancho, Ana Tombo, Lucía Carrera, Fátima Martel, Susana Saavedra, Juan Ventura Lado, Carlos Zotes, Sergio Rodríguez, Virginia Seseña, Pilar Navareño, Guillermo Pedrero, Teresa Ávila, Irene García, Carmen Llovet, María del Mar Sevilla, Ana Cristina Hernández, Elena Alcalde, María del Carmen Fernández y Julián Cantero. La investigación la ha dirigido Javier Mayoral Sánchez, profesor de Comunicación e Información Escrita. Una versión de este texto se ha publicado en la revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, que edita el Departamento de Periodismo I.

2. Reconozcamos también que esas tablas o clasificaciones no son en absoluto inútiles, y que incluso algunas tienen relación con el problema que se planteará en este texto.

3. Se puede encontrar un planteamiento muy similar a éste en *Introducción al periodismo escrito*, de Núñez Ladevéze (Barcelona, 1995, Ariel, pág. 49)

4. Véase, por ejemplo, Armentia y Caminos (*La información. Redacción y estructuras*, Bilbao, 1998, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, pág. 241).

5. A propósito del fenómeno que aquí se comenta, Fernando González Urbaneja ha hablado en varias ocasiones de un “rearme de las fuentes”. Utilizó esa ilustrativa expresión, por ejemplo, en septiembre de 2001, durante su intervención en el Curso de Verano de la UCM en El Escorial.

6. Es curioso: este aspecto del estudio de las fuentes (el modo en que aparecen citadas o identificadas las fuentes en el texto periodístico) sí que suele aparecer desarrollado con detalle en libros de texto y monografías. Véase, por citar sólo un texto, *Periodistas y fuentes informativas*, de H. Strenz (Buenos Aires, 1983, Marymar, pág. 288).

7. Exactamente desde el 15 hasta el 29 de noviembre de 2004.

8. Conviene aclarar que, si bien ofrecemos datos sobre cinco diarios, en realidad eran siete los periódicos que constituían el objeto de estudio de esta investigación. Hemos eliminado de las tablas la información correspondiente a *Metro* y *20 Minutos* (ediciones de Madrid). Como curiosidad, valga este apunte: *Metro* citó durante los 15 días de

## ●●● La batalla de las fuentes

estudio una sexta parte del total de fuentes a las que remitió *La Vanguardia*. Sin embargo, y por no mezclar datos que corresponden claramente a propuestas periódicas muy distintas (y que, a nuestro juicio, merecen un análisis más reposado y profundo), de momento se ha optado por ignorar los resultados obtenidos sobre estos dos diarios

9. El trabajo se distribuyó de modo que cada sección de cada diario fuera analizada por al menos dos investigadores. De ese modo se establecía un mayor control de los datos, al tiempo que se encendía automáticamente una luz de alarma en caso de error. Los diarios analizados son *El País*, *El Mundo*, *Abc*, *La Razón* y *La Vanguardia*.

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

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

12. Una solución a este problema hubiera consistido en dividir la tabla correspondiente a 'agencias' y señalar el número de casos en que éstas remiten a fuentes oficiales y a fuentes no oficiales. Esto, evidentemente, hubiera complicado la cuestión, porque nos encontraríamos ante un grupo de fuentes oficiales citadas directamente por el periódico y otro grupo de fuentes oficiales citadas a través de una agencia. Y exactamente lo mismo en el caso de las no oficiales. En cualquier caso, ya se ha explicado en el epígrafe 1.3. que el asunto de las clasificaciones no es prioritario en esta investigación

13. Sobre el valor específico y distintivo que concedemos a este tipo de fuentes, por su carácter profesional y su tarea de mediación, véase la nota anterior.

14. El dato exacto correspondiente a la sección de Economía es éste: 41,9%. En general,

se ha prescindido de los resultados parciales, por secciones, para no enmarañar este texto con un sinfín de tablas estadísticas.

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

16. En el caso de *Abc*, ese porcentaje se dispara al 64,30%.

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

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

19. Sobre la rotundidad o claridad de esa ventaja, véase la nota 8.

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

21. Léase la nota número 16.