



## La información gubernamental en las páginas de apertura de sección en la prensa de referencia

Antonio Méndez Nieto<sup>1</sup>, Francisco Javier Paniagua Rojano<sup>2</sup>, Teodoro León Gross<sup>3</sup>.

Recibido: 21 de mayo de 2017 / Aceptado: 13 de noviembre de 2017

**Resumen.** En este artículo se analiza el origen de las informaciones que publican los medios acerca de los gobiernos central, autonómicos y locales, con el objetivo de identificar los diferentes canales que utilizan sus gabinetes de comunicación. Como principal conclusión destaca la facilidad con la que las instituciones pueden protagonizar ese espacio privilegiado en los medios estudiados. Casi siete de cada diez noticias de apertura estudiadas proceden de los gabinetes de comunicación, fundamentalmente de actos públicos, comparecencias y declaraciones y ruedas de prensa. Es decir, forman parte del llamado periodismo de convocatoria, con informaciones al alcance de todo el mundo en contraposición al periodismo diferenciado. En este caso, será el tratamiento de la noticia el que establezca las peculiaridades que presenta cada diario al publicarlas. Además, la mayor parte de estas informaciones se sustentan en una sola fuente, lo que denota que se da credibilidad total al emisor de la administración o que la falta de recursos impacta negativamente en una labor esencial para la calidad del producto como es el contraste informativo. Para desarrollar la investigación se ha utilizado la técnica del análisis de contenido. En concreto se analizan 558 noticias de aperturas de sección, publicadas en dos diarios nacionales —*El País* y *El Mundo*— y dos locales —*Sur* y *Málaga Hoy*—, durante el año 2010

**Palabras clave:** Comunicación Política; Comunicación de Gobierno; Periodismo; periodismo político; independencia periodística

### [en] Government information in the opening pages of the press section in reference

**Abstract.** In this article, the origin of the informations published by media about the national, regional and local governments is analyzed, with the purpose of identifying the different channels used by its communications offices. The main conclusion is the ease of the institutions to protagonize that privileged area in the media studied. Near seven out of ten opening news studied proceeded from the communications offices, above all from public events, appearances, statements, and press conferences. That means they belong to what is called ‘call journalism’, with information available to everybody in contrast to the ‘differentiated journalism’. In this case, the treatment of the news will establish the peculiarities that show each newspaper with the publication of them. Besides, most of these informations are supported in only one source, which denotes that the total credibility is given to the emisor of the administration or that the lack of resources has a negative impact in an essential labor to the quality of the product as the contrast of the information. To develop the research, the technique of analysis of content has been used. In particular, it has been studied 558 opening section news published

<sup>1</sup> Universidad de Málaga  
antmendez@uma.es

<sup>2</sup> Universidad de Málaga  
fjpaniagua@uma.es

<sup>3</sup> Universidad de Málaga  
teo@uma.es

in two national papers —El País and El Mundo— and two local ones — Sur and Málaga Hoy—, have been analyzed during 2010.

**Keywords:** Politic Communication; Government Communication; Journalism; politic Journalism; journalistic independency.

**Sumario.** 1. Introducción, 2. Metodología, 3. Resultados, 3.1. La procedencia de las informaciones de los gobiernos que se convierten en aperturas, 3.2. El peso de los gabinetes de comunicación en la información de los gobiernos, 3.3 El origen de las fuentes principales de las informaciones de los gobiernos presentes en las portadillas. 4. Conclusiones, 5. Referencias

**Cómo citar:** Méndez Nieto, A.; Paniagua Rojano, F.J.; León, Gross, T. (2018). La información gubernamental en las páginas de apertura de sección en la prensa de referencia. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 185-196.

## 1. Introducción

Para entender el comportamiento de los medios de comunicación en los últimos años, y su evolución, es necesario estudiar las rutinas de funcionamiento interno de los mismos, y lo que sin duda resulta más relevante, analizar la influencia de los gabinetes de comunicación en el condicionamiento de las agendas informativas. Una de las consecuencias del impacto de la crisis económica en las empresas informativas ha sido el adelgazamiento de las redacciones, y por tanto su debilitamiento.

Según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del segundo trimestre de 2015, 28.300 profesionales de la comunicación se hallaban en situación de desempleo en España. En contraposición, algunos estudios como el *Informe de la Profesión Periodística* (2015) reflejan que los gabinetes son hoy por hoy un nicho de mercado para los periodistas. Es más, recientemente, según una investigación basada en una encuesta a ejecutivos del sector, el *Global Communications Report* (2016), incluso se prevé que en los próximos años se incremente en un 26% el empleo en este ámbito.

El presente artículo explora la capacidad de influencia de los gabinetes de comunicación de los gobiernos en la construcción de la agenda de los medios, con el objetivo de verificar el origen de la información publicada, diferenciando la de creación propia de la fabricada por profesionales que trabajan en las instituciones.

Canel y Sanders (2009) en una detallada revisión de la literatura sobre comunicación de los gobiernos destacan diferentes estudios sobre este ámbito tanto en Estados Unidos, como en Europa y América Latina. En este sentido, resaltan que en el caso norteamericano la mayoría se centra en la comunicación presidencial, aunque desde diferentes puntos de vista —en la retórica, las estrategias de comunicación, organización de las oficinas de prensa y las relaciones con los medios—. En el caso europeo, el análisis de la relación de los primeros ministros británicos con los medios de comunicación y las estrategias de comunicación de gobiernos en el Reino Unido y en España en situaciones de crisis y escándalos. Sí que se han compilado trabajos de investigación en este ámbito en América Latina, por ejemplo sobre la comunicación gubernamental en Argentina o la relación con la ciudadanía a través de Internet.

La comunicación de gobierno se refiere a la comunicación de los altos cargos y las instituciones en todos los niveles: central, autonómico y local. Y se diferencian cinco

áreas de estudio en la comunicación política: la comunicación de los jefes del ejecutivo, el desarrollo de la campaña permanente, el desarrollo de la publicidad política, la estructura de la organización de la oficina de comunicación y el desarrollo de las estrategias noticiosas (Canel y Sanders, 2009:13) El presente artículo se limita a estudiar las estrategias noticiosas de los gobiernos Central, Autonómico y Local en España durante 2010.

Por otro lado, Fisher y Suzanne (2007) identifican ocho atributos que afectan a la comunicación de los gobiernos: la política, la atención al público, las restricciones legales, los medios extremos y el escrutinio del público, la falta de apoyo a la gestión de los profesionales de las relaciones públicas, la mala percepción pública de la comunicación gubernamental, el desarrollo profesional y el federalismo. Al mismo tiempo definen cinco modelos de relaciones públicas y añaden un sexto, las relaciones públicas del sector público.

Gelders e Ihlen (2010) centran su investigación en la discusión de los argumentos a favor y en contra del potencial de la comunicación gubernamental y las políticas públicas, ya que consideran que esta forma de comunicación puede percibirse como propaganda financiada con los impuestos de la ciudadanía. Así, concluyen que una administración puede comunicar sobre sus políticas potenciales de una manera ética, y que así también se fortalece la relación democrática entre políticos y ciudadanos mediante la apertura del proceso de formulación de políticas.

Los gabinetes de comunicación como fuentes informativas son estudiados por Francescutti y Saperas (2015), que lo consideran un elemento estructural clave en la elaboración de la noticia y uno de los factores más determinantes en las prácticas periodísticas. En este sentido, consideran que cualquier modificación de la trama de fuentes habituales implica una reconfiguración del entorno noticiable y abre una disputa por el dominio de la información. Para ellos la proliferación de los gabinetes de comunicación en los organismos gubernamentales desde la década de los años 90, que “han alterado profundamente los canales tradicionales de la comunicación política”. En su artículo analizan la valoración que profesionales de 16 medios de comunicación españoles de los gabinetes de comunicación de los partidos políticos y las instituciones de gobierno como fuentes informativas.

Dader (2014:637) considera que “el periodismo se debate desde sus orígenes entre la reproducción servil de versiones interesadas o la distorsión de propio cuño, por conocimiento insuficiente de una realidad que solo se puede entrever”. Así, considera que los poderes públicos amenazan la independencia periodística, hecho que se ha visto acrecentado durante los años de la crisis, debido a la degradación interna y el desaliento de la propia institución periodística incapaz de distanciarse de todas esas fuerzas.

Pero en definitiva, como advierte Epstein (1975:16), “los periodistas están atrapados en un dilema. O bien pueden servir de fieles mensajeros a intereses subterráneos, o bien pueden recomponer el mensaje mediante su propia versión de la historia, añadiendo, suprimiendo o alterando parte del material...”

La naturaleza de los gabinetes es determinante. Ramírez (1995: 47) define éstos como “aquellas fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades informativas de aquellas organizaciones del ámbito cultural, social, político o económico que aspiran a tener influencia ante la opinión pública” y agrega que este fenómeno no está prácticamente investigado, ni mucho menos las evidentes consecuencias que de su actividad se derivan hacia el proceso de comunicación.

En la etapa reciente, y pese o tal vez, como consecuencia de la crisis económica que ha afectado de forma casi mortífera a buena parte de los medios de comunica-

ción, las llamadas oficinas de prensa no han reducido su labor, sino que han ganado peso en lo que los expertos ya hace varias décadas definían como el “fenómeno de los nuevos emisores” (Costa i Badia, 1991: 222)

La preocupación por la influencia de estos organismos viene de lejos. Ya Wolf (1996) llegó a lamentar los poquísimos intentos sistemáticos de estudiar a estos nuevos emisores, y citó el artículo de J. Halloran (1969: 5-21) *The communicator in mass communication research* en el que se cuestionaba por ese vacío “a pesar de que ocupa (lo gabinetes) una posición crucial en una red social, con la posibilidad de rechazar y de seleccionar la información en consonancia con la gama de presiones que se ejercen en un determinado sistema social”.

Tanto Wolf (1996) como Gans (1979) mostraron su preocupación por la capacidad de las instituciones para suministrar informaciones a los medios, de tal manera que incluso se anticiparan a sus posibles demandas, con un escenario en el que al periodista le llegan las noticias de esas fuentes oficiales, sin necesidad de esforzarse para conseguirlas. En este sentido, cuanto más poderosa sea la fuente con más facilidad cumplirá su objetivo previamente programado. Primitivo Carbajo (1993: 17) advirtió incluso a finales del siglo pasado que estábamos en la antesala de un periodismo de “servicio indiscriminado al poder” y Chema Ramírez (1995) llegó a la conclusión de que la concentración de medios que caracterizaba ya entonces al sistema informativo junto a la preponderancia de las fuentes oficiales, provoca que el mensaje cada vez fuera más uniforme.

No ha cambiado mucho la percepción que desde hace más de dos décadas se visualiza en ese suministro constante de informaciones interesadas por parte de un conglomerado de fuentes a la hora de emitir sus contenidos. Xosé López (2010) lamenta que en los últimos años la exclusiva, la información diferenciada, prácticamente ha desaparecido de los medios. El déficit de producción propia, en opinión de este autor, se sustituye por la polarización o la *espectacularización* en los contenidos, con la intención de marcar la diferenciación entre unos y otros y así mantener la tensión informativa.

Se trata, en definitiva, de una opción más fácil de penetración para el poder, sobre todo el económico y el político, menos esfuerzo del informador para buscar noticias alternativas al disponer de abundante suministro oficial y, como consecuencia final, una teórica actualidad casi homogénea en todos aquellos medios a los que alcanza esta capacidad de influencia de estas interesadas fuentes.

Fue Van Dijk uno de los primeros en cuestionarse por la naturaleza de los diferentes textos *inputs* o fuentes que intervienen en el proceso productivo de la noticia. Este teórico consideró imperioso para desarrollar una investigación rigurosa plantearse estas preguntas (1990: 142):

“¿Qué información procedente de los textos fuente se enfoca, selecciona, resume o procesa para su posible uso en los procesos de producción de un texto periodístico? ¿Cómo ocurre esto? ¿Quiénes están implicados en los muchos tipos de interacción verbal a través de los cuales estos textos fuente llegan a ser asequibles: las entrevistas, las llamadas telefónicas, las conferencias de prensa o hechos similares en los que los periodistas salen al encuentro de posibles fuentes informativas y personajes de la noticia? ¿Cuáles son las diferentes reglas y limitaciones de este tipo de encuentros y en qué situaciones tienen lugar?”

Otro factor tanto o más importante que los que ahora se han abordado y que intervienen en la confección de la agenda y, por ende, forman parte de las rutinas profesionales es la publicidad que invierten las instituciones, que ha terminado por decantar a su favor el equilibrio que teóricamente se mantenía entre los medios de comunicación y las organizaciones políticas, representadas por los gabinetes. Ahora, los medios de comunicación se hallan en el centro del interés de la agenda que organiza la comunicación política. Sin embargo, esa agenda, como hipótesis y con la comprobación de nuestra extensa experiencia profesional, que abarca casi tres décadas de observación, la define cada vez más el DIRCOM y condiciona con sus eventos la de los medios. Y para ello hay fórmulas directas o incluso sutiles, desde la presión o la advertencia a la autocensura del propio medio, si comprueba que puede poner en riesgo alguno de los acuerdos o convenios suscritos con la institución pública que saldría perjudicada si se publica la información.

En ocasiones, la fuente oficial (en este caso el concepto abarca no sólo a las instituciones sino que incluye a las grandes corporaciones privadas) utiliza las relaciones económicas que le unen al medio para solicitarle que publiquen informaciones que le son útiles a sus intereses.

## 2. Metodología

La elección de esta metodología está condicionada por su idoneidad para afrontar investigaciones cuantitativas sobre textos escritos, una práctica de larga tradición en el los estudios periodísticos. El análisis de contenido permite el establecimiento de inferencias fiables sobre el contexto de las noticias (Krippendorff, 2002: 28) y sobre sus condiciones de producción y recepción.

Asimismo, su utilidad para recopilar, procesar y evaluar grandes cantidades de información (Sánchez, 2005: 214) y su frecuente utilización en la descripción de los componentes de los mensajes mediáticos (Igartua, 2006: 194), hacían de él el método de indagación más apropiado para nuestro trabajo.

El presente artículo explora la capacidad de persuasión de los gabinetes de comunicación sobre la agenda de los medios mediante el análisis de 558 portadillas o noticias de apertura de los distintos gobiernos de dos diarios nacionales y dos locales en una amplia muestra durante un año.

Para ello, mediante un muestreo aleatorio sistemático, se ha seleccionado una semana de cada mes del año 2010, la primera de ellas escogida al azar. Con la fórmula citada por Olabuénaga (2012:50 y ss.) el margen de error de esta muestra es inferior al 5% y el grado de confianza del 95%. Los dos diarios nacionales son *El País* y *El Mundo*, los de mayor difusión y audiencia en España, y los dos provinciales son *Sur* y *Málaga Hoy*, también los dos primeros periódicos de referencia en su espacio geográfico. En el caso de los rotativos de Madrid, las portadillas corresponden a las secciones de España, Economía y Cultura-Sociedad, englobadas ambas como una; por lo que respecta a los periódicos provinciales, a las anteriores hay que sumar las secciones de local y Andalucía. Se ha seleccionado el citado año al ser de los últimos seis el menos condicionado por acontecimientos como la corrupción política, la crisis institucional o el caso de Cataluña, lo que permite unos resultados menos mediatizados.

### 3. Resultados

#### 3.1. La procedencia de las informaciones que originan las aperturas

Tabla 1. Procedencia que da origen a las aperturas CA (una por apertura)

Origen de aperturas CA (uno por apertura)	Nº
Acto público: plenos, consejos, reuniones	134
Comunicado	8
Declaraciones	122
Entrevista	16
Off the record	5
Informes, estudios, encuestas	74
Otras	90
Rueda de Prensa	79
Total	528
Origen sin identificar con claridad	30
Total con origen identificado y no identificado	558

Fuente: Grupo de Iniciación a la Investigación El peso de la información institucional en la prensa

Una vez analizado el número de informaciones, también se estudiaron las distintas fuentes que dan lugar a 558 aperturas, que pueden atribuirse al marchamo de procedencia de la Comunicación de la Administración. Para ello, se realizó una primera división, para cribar las informaciones que se encuentran plenamente identificadas de las que no. Así en un 5% de los casos, el lector desconoce en qué fuentes se sustenta la información que se ha publicado.

En cuanto a las informaciones en las que la fuente está identificada, en sólo 5 de los 528 casos revisados se puede interpretar que ésta es anónima o que se trata de un *off the record*, ya que, aunque se reseña que el interlocutor que actúa de portavoz corresponde al ámbito de la Administración, se desconoce quién es la persona que se cita. El número total de este capítulo es casi testimonial lo que demuestra un buen ejercicio del periodismo por parte de los cuatro rotativos analizados.

En más del 40% de los casos el origen que ha dado lugar a esa noticia principal en los cuatro diarios han sido actos públicos, ya sean por motivos de ruedas de prensa o por la celebración de algún tipo de evento institucional, a los que pueden acceder los informadores.

El segundo apartado en importancia son las declaraciones, bien sean por testimonios de los protagonistas que se recogen o por entrevistas más largas. A este capítulo pertenece el 26% de las aperturas del trabajo. Si se le suma el 1,5% que deviene de comunicados, o incluso el 1% de los *off the records* (instrumento muy utilizado por los gabinetes para la comunicación política); la cifra total de aperturas que se puede atribuir al periodismo de convocatoria, es decir, al de la agenda prevista con anticipación, más el de declaraciones supone casi de siete de cada diez aperturas. Un porcentaje realmente alto que denota que esa fabricación previa de las noticias para colocarlas en el mercado de la actualidad de los diarios por parte de los gobiernos, arroja buenos resultados en bruto.



El trabajo propio de las redacciones, si descontamos ese 69% del porcentaje anterior, queda muy limitado. De alguna manera, esto significa que la gran mayoría de los contenidos referidos a la Administración, y que se alzan como los grandes protagonistas de las páginas de referencia para el público, se elaboran con material al que tienen acceso todos los medios. Es posible suponer que si el esmero y las propias rutinas son más cuidadosos en la elección de esos contenidos de noticias de apertura que marcan los arranques de las secciones, el resto de la actualidad que no es objeto de esa vigilancia tan selectiva estos comportamientos estarán más acentuados.

Estamos, por tanto, ante la evidencia de que las portadillas con protagonismo de información institucional están alimentadas en casi un 70% por las informaciones que suministra la Administración a través de sus canales habituales. Es decir, se convierten en el episodio de la actualidad más destacado del día en su ámbito de influencia territorial gracias al denominado, como hemos visto, entre otros, en Vázquez (2005) al denominado pseudo-acontecimiento, que incluye el periodismo de declaraciones.

Las evidencias señalan que en las fechas en la que se elaboró este trabajo de campo, los cuatro diarios objeto de la investigación, utilizaban la agenda previa para confeccionar buena parte de sus contenidos más destacados.

Además, se atribuye esa labor de pre-agenda a los gabinetes de comunicación de los gobiernos, en cuyas funciones figurar desde facilitar el contacto con la fuente primaria para recoger las opiniones de los protagonistas, la preparación de los actos públicos y convocatorias, así como la de los eventos ordinarios y extraordinarios. También la preparación de los plenos, comisiones o las diversas reuniones de los órganos de dirección gubernamentales, por citar algunos ejemplos en los que se contempla la presencia en directo de los medios para su cobertura. El material informativo que saldrá de estos encuentros, conocidos con anterioridad, puede controlarse e incluso es posible anticipar los posibles impactos o alcances ante la opinión pública de los testimonios que allí se recojan. Al menos en la gran mayoría de las ocasiones.

La agenda de temas gubernamentales que puede escaparse a ese control es apenas de un 31%, pero con matices. En este caso viene representado por el apartado "otros", con un 17%, que hace referencia, principalmente, a informaciones propias del medio, pero también a sentencias judiciales e incluso hay algún caso de escuchas telefónicas. También se incluyen aquellas que, pese a que la fuente sí aparece identificada, el origen de la información no aparece claro o no se especifica, por lo que se ha decidido para evitar confusiones adjuntarla a esa opción. Pero también se ha incluido en este apartado los informes, que en muchas ocasiones los proporcionan organismos dependientes de los ejecutivos que supuestamente trabajan con independencia, pero que tienen la exclusividad en la recopilación y la *cocina* de los datos que proporcionan. En otras ocasiones, esos estudios son ajenos a la influencia gubernamental.

### **3.3 El peso de los gabinetes de comunicación de la Administración**

Aunque es muy difícil delimitar la labor de los gabinetes de comunicación, a modo indicativo, se refleja su peso en la fabricación de las noticias. Para ello sólo se ha computado el origen de las informaciones que se pueden atribuir a sus funciones tradicionales: la convocatoria de ruedas de prensa, las declaraciones de las fuentes que controlan, la emisión de comunicados, la entrevistas que facilitan a los medios y los *off the record*.

Con estos parámetros, el 44% de las aperturas consignadas a la información institucional podemos considerarlas directamente bajo su producción o tutela. La cifra global es muy superior, ya que aunque en la convocatoria de un Pleno de un Ayuntamiento o la celebración de una Comisión de Control en el Congreso de los diputados pueden serles ajenas a su labor, difícilmente se escapará de su trabajo los debates o los anuncios que se realicen en estos escenarios.

En conclusión, los gobiernos disponen de varios canales que facilitan su protagonismo informativo y ocupar, por tanto, un espacio privilegiado en los periódicos. Casi siete de cada diez informaciones de las aperturas de sección con protagonismo de la Administración pueden ser gestadas por los gabinetes de comunicación institucionales y dar lugar a noticias de pseudo-acontecimiento, y se ajustan a la llamada agenda prevista y previamente organizada.

Menos de una cuarta parte de la actualidad gubernativa de este apartado logra o puede escapar del control de los citados gabinetes. Al llamado periodismo de declaraciones puro, en este caso las noticias del bloque que nos ocupa en la que la fuente principal son testimonios identificados, se le puede atribuir directamente, como mínimo, un 31% del total de las aperturas informativas de los gobiernos. En este espacio se situarían las manifestaciones emanadas de ruedas de prensa, los comentarios u opiniones sobre temas publicados por los medios escritos de representantes de los gobiernos a instancias del periódico o por iniciativa del gabinete y las entrevistas en profundidad.

### 3.2. Procedencia de las fuentes principales en las aperturas

Tabla 2. Origen de las fuentes principales en las aperturas

Origen	Nº fuentes principales	%
Acto público: plenos, consejos, reuniones	168	26,0
Comunicado	9	1,4
Declaraciones	166	25,7
Entrevista	16	2,5
Informes, estudios, encuestas	84	13,0
Otras	112	17,4
Rueda de Prensa	90	14,0
Total	645	100,0

Fuente: Grupo de Iniciación a la Investigación El peso de la información institucional en la prensa

Por último, el trabajo de análisis también recoge un estudio sobre las fuentes principales que aparecen en cada portadilla en las informaciones procedentes de los gobiernos. El resultado total refleja, como término medio, que cada una de ellas se confeccionan con un promedio de 1,2 fuentes principales. Por tanto, hay que destacar la preponderancia de ese único emisor central a través del cual se elabora esta importante información. O lo que es lo mismo, en la mayoría



de las ocasiones, las aperturas de la sección se apoyan para su desarrollo en un único testimonio destacable. El resto de aportaciones para completar el espacio asignado, a juicio del analista, no son merecedoras de la categoría de fuente determinante.

Un procedimiento que abre la vía para preguntar si se contrasta suficientemente lo que se publica o si el espacio informativo que se le adjudica a la segunda opción es suficiente y aparece con la necesaria visibilidad para que el lector disponga de una versión distinta a la que mantiene la fuente principal. Con rutinas de este tipo se incrementa la posibilidad de que se dé por bueno el relato de la fuente en la mayoría de sus términos y el texto queda elaborado en su conjunto con su testimonio o con los datos que facilita.

En cuanto al origen de esas fuentes principales, se aprecia que en un 26% de los casos estudiados corresponden a declaraciones que realiza la fuente al medio o los medios y otro porcentaje similar corresponde a los testimonios que los representantes de los distintos gobiernos realizan en actos públicos programados o eventos organizados mientras que las ruedas de prensa significan un 14%. Si se le suma el 3% que significan las entrevistas concedidas y el 1% en el que la fuente principal es únicamente un comunicado, el resultado es un 70% de casos con las fórmulas pseudo-acontecimiento.

No se incluye ese 13% que corresponde al apartado de informes, que en muchas ocasiones suministran en exclusiva los propios Gobiernos a través de sus institutos estadísticos o de otros organismos y de elaboración de datos, y que también se convierten en rutinarios al tener fecha y modo de publicación. Sin que sea posible en la mayoría de los casos su contraste por otras vías.

Así pues la influencia del aparato gubernamental puede ser sensiblemente mayor la que se refleja en esta aproximación.

La acción de los gabinetes de comunicación, una vez más, se visualiza en este apartado a la hora de divulgar o encauzar la actualidad que se quiere suministrar a la opinión pública. Ya sea por la preparación de esas convocatorias directas a la prensa, como en el trabajo previo para preparar adecuadamente las intervenciones públicas de los representantes de la Administración. Al menos son las tareas que se les encomiendan generalmente: el desarrollo de los actos públicos y convocatorias de ruedas de prensa, los comunicados, así como las declaraciones y entrevistas que generalmente se solicitan de las llamadas fuentes primarias de noticias.

La agenda de temas gubernamentales que puede escaparse a ese control es inferior al 18%. En este caso viene representado por el apartado "otros" que hace referencia, principalmente, a fuentes gubernamentales propias del medio, pero también a sentencias judiciales e incluso hay algún caso de escuchas telefónicas. También se incluyen aquéllas que, pese a que la fuente sí aparece identificada, el origen de la información no queda claro o no se especifica, por lo que se ha decidido, para evitar confusiones, adjuntarla a esa opción.

Tabla 3. Procedencia de las fuentes principales en las aperturas CA

Procedencia (fuentes principales)	El Mundo	El Mundo (%)	El País	El País (%)	Málaga Hoy	Málaga Hoy (%)	Sur	Sur (%)	Total	Total (%)
Acto público: plenos, consejos, reuniones	21	22,1	18	15,9	61	28,8	68	30,1	168	26,0
Comunicado	2	2,1	5	4,4	0	0,0	2	0,9	9	1,4
Declaraciones	25	26,3	29	25,7	44	20,8	68	30,1	166	25,7
Entrevista	1	1,1	2	1,8	6	2,8	7	3,1	16	2,5
Fuentes anónimas u Off the record	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Informes, estudios, encuestas	10	10,5	25	22,1	25	11,8	24	10,6	84	13,0
Otras	23	24,2	24	21,2	34	16,0	31	13,7	112	17,4
Rueda de Prensa	13	13,7	9	8,0	42	19,8	26	11,5	90	14,0
Totales	95	100,0	112	99,1	212	100,0	226	100,0	645	100
<b>Reflejo del trabajo de gabinetes en aperturas</b>	<b>41</b>	<b>43,2</b>	<b>45</b>	<b>39,8</b>	<b>92</b>	<b>43,4</b>	<b>103</b>	<b>45,6</b>	<b>281</b>	<b>43,6</b>

Fuente: Grupo de Iniciación a la Investigación El peso de la información institucional en la prensa

En cuanto a los medios analizados, los diarios locales son ligeramente más proclives a publicar informaciones directamente atribuibles a los gabinetes de prensa frente a los nacionales. Recordemos que hemos computado, para el presente estudio, como trabajo directo de estos organismos de comunicación, la convocatoria de ruedas de prensa, las declaraciones y entrevistas y los comunicados. La diferencia son tres puntos (41,5% y 44,5%) entre ambos espacios de difusión territorial. Curiosamente el porcentaje es casi idéntico—sólo varía una décima— entre *El Mundo* y *Málaga Hoy* mientras que el mayor desnivel se produce al comparar a los dos líderes en su ámbito de difusión *El País* y *Sur*. Este último rotativo publica casi un 6% más de informaciones de apertura que pueden atribuirse directamente a los GP que el rotativo de Prisa.

La mayoría de las informaciones que conforman las aperturas informativas atribuibles a los gobiernos se confeccionan con una única fuente, lo que abre interrogantes sobre el contraste de las noticias y su complemento, más allá del suministrador inicial de la información. Casi el 70% de las fuentes principales proceden del tipo de periodismo de previsión. Los medios locales son más sensibles a la fabricación de noticias por parte de los gabinetes gubernamentales que los nacionales, aunque las márgenes en que se mueven ambos no permiten aseverar que la rutinas al encarar la producción sean esencialmente distintas entre la prensa nacional y la de provincias.

#### 4. Conclusiones

Los gobiernos disponen de diversos canales que facilitan su protagonismo informativo y, por tanto, la ocupación de espacios privilegiados en la prensa por las razones señaladas al comienzo del presente artículo. Así, casi siete de cada diez informaciones de las aperturas de sección con protagonismo de la administración se gestan por los gabinetes de comunicación, y se ajustan a la llamada agenda prevista y previamente organizada: actos públicos, plenos y comisiones (26%), declaraciones (25,7%), informes, estudios y encuestas (13%) y ruedas de prensa (14%)

Asimismo, cabe destacar que la mayoría de las informaciones atribuidas a gobiernos que conforman las aperturas de sección analizadas se confeccionaron con una única fuente informativa, con origen en el gabinete de comunicación, cuestión que abre el interrogante sobre el contraste de las noticias y su complemento, más allá de la información oficial. Esto expresa rutinas periodísticas empobrecidas que sólo en parte, como se indicó al comienzo, serán consecuencia del adelgazamiento de las redacciones por los continuos despidos producidos en los últimos años y por la excesiva politización de los medios.

## 5. Referencias

- Canel Crespo, M.J. y Sanders, K. (2009). “Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión”. *Comunicación y Sociedad*, V. XXIII, N. 1 pp.7-48
- Carbajo, P. (1993). “Gabinetes de prensa: o éxito da propaganda na precariedade do periodismo”. *Cuadernos A nosa terra de pensamento e cultura*, núm. 14-15. Febrero, 1993.
- Casero Ripollés, A. García Santamaría, J.V. y Fernández-Beaumont, J. (2015). The politicisation of journalism in Spain: three obstacles to the professional autonomy of journalists”. *Anàlisi*, N. 53. Pp.95-109
- Cesareo, G (1986) *Es noticia. Fuentes, procesos, tecnología y temas en el aparato informativo*. Barcelona, Mitre, 1986
- Costa i Badía, P.O. (1991). *Proyecto docente presentado al concurso para la plaza de catedrático de Teoría, Historia y Estructura de la Comunicación*. Barcelona, 1991.
- Dader, J.L. (2014). “El periodista, entre el Poder”. *Revista Latina de Comunicación Social*, N. 69, pp. 637-660
- Fernández del Moral, J. (2010). “El periodismo de fuente en el marco de la información local en *Tendencias del Periodismo Especializado*, editores Banco, E y Esteve Ramírez F, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga
- Fisher Liu, B. y Horsley, J.S. (2007). “The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector”. *Public Relations Research*, N. 19 (4), pp.377-393
- Francescutti, P. y Saperas, E. (2015). “Los gabinetes de prensa como fuente de información política en España”. *La trama de la Comunicación.*, V. 19, enero-diciembre
- Gans, H. (1971). *Deciding What's news. A study of CBS Evening News. NBC nightly news. Newsweek and time*, Nueva York, Pantheon Books
- Halloran, J. (1969). “The communicator in mass communication research” en *The Sociology of mass communicators. The Sociological Review*. Palmos P. Monografía 13.
- Igartua, J.J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- López García, X. (2010). *La metamorfosis del periodismo: Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*. Comunicación Social. Ediciones y publicaciones.
- Michael Russell, F.; Hendricks, M.A.; Choi, H. y Conner Stephens, E. (2015). “Who sets the news agenda on Twitter? Journalis’ post during the 2013 US government shutdown”. *Digital Journalism*, V. , N.6, pp-925-943

- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Teoría y Práctica de la investigación cualitativa*, serie Ciencias Sociales, vol, 29, Bilbao, Deusto digital.
- Sánchez, J.J. (2005). “Análisis de contenido cuantitativo de medios”, en MR Berganza, JA Ruiz (coords.), *Investigar en Comunicación*. Madrid: McGraw Hill.
- Vázquez, M.A. (2005). *Periodismo de declaraciones: el pseudo-acontecimiento como base de la producción de la noticia. Los casos de El País, El Mundo y ABC*, Universidad de Sevilla.
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós. Barcelona.
- Villafañe, J; Bustamante, E y Prado, E. (1987). *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona, Mitre.
- Wolf, M. (2002) *Teorías da comunicação*. Lisboa, Presença. Edición castellana, *La investigación en la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós Ibérica.

## Artículos

- Prnoticias. 23-8-2015. “EPA, 28.000 periodistas en paro”.  
<http://prnoticias.com/periodismo/20143150-epa-periodistas-parados-segundo-trimestre-2015>