

Centeno Matías E.

matias_centeno@yahoo.com.ar

Periodista y Licenciado en Comunicación Social . Universidad Nacional de San Luis, Argentina

Áreas temáticas: Teorías y metodologías de la investigación en comunicación

Palabras claves: periodismo, fuentes, rumor

EL RUMOR COMO FUENTE DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA: UNA PROPUESTA PARA INVESTIGAR SU SIGNIFICACIÓN EN LOS MEDIOS MASIVOS.

1. INTRODUCCIÓN.

A pesar de tratarse de un acontecimiento legendario, masivo y peculiar, el rumor es un fenómeno poco explorado. Los principales aportes teóricos se produjeron al promediar la Segunda Guerra Mundial, no registrándose luego grandes avances en su estudio. Al realizar una búsqueda bibliográfica, aparecen en primer plano los aportes realizados desde la psicología social. Muy atrás se encuentran algunas investigaciones provenientes de las teorías de la organización y de las ciencias de la información.

No obstante, y a pesar de las pocas huellas existentes, varios académicos de mediados del siglo XX lograron abordar con éxito un fenómeno tan huidizo como es el rumor. El aporte más importante fue el de George Allport y Leo Postman, de la Universidad de Harvard, que en 1947 publicaron *"The Psychology of Rumor"*, título que al castellano llegaría un par de años después como *"Psicología del Rumor"*. En esa obra los investigadores aportaron una definición que aún tiene vigencia: "Un rumor (...) es una proposición específica para creer, que se pasa de persona a persona, por lo general oralmente, sin medios probatorios seguros para demostrarla" (1967:xi).

Por su lado, Raúl Rivadeneira Prada (1977:74) sugiere que es posible concebir una noción periodística del rumor; a saber: "Rumor es un dato o un conjunto de datos que capta el periodista en el ambiente social, pero que carece de fuente responsable; característica que le impide atribuirle veracidad inmediata (...) Tenemos entonces dos hechos: la divulgación del rumor como noticia y el rumor mismo como fenómeno autónomo (...) El rumor es fuente de información con dos caras, acerca de su difusión y de las consecuencias sociales que puede provocar. Asimismo, es indicio de información – puede llamársele fuente indicativa provisional –, es decir, señalador de una probabilidad noticable sujeta a comprobación en otras fuentes".

De todas maneras, estudiar el rumor es un desafío que por ahora parece materializarse de manera irregular. Así se observa que la fuerte corriente de experimentos, análisis y hallazgos en referencia a este fenómeno producida en la pasada década del 40 fue lentamente perdiendo impulso hasta ser reemplazada por otros intereses más urgentes.

Esta caída del volumen de debates en torno al rumor sin embargo no logró detener su evolución. En las sombras, el rumor logró trascender la Segunda Guerra Mundial, asociarse con los nuevos medios masivos de comunicación, entablar una amistad muy particular con el periodismo, dando lugar a nuevos géneros y formatos, fusionarse con la informática y el multimedia y ponerse una vez más al servicio del poder. Todo esto y mucho más sucedió después de la caída del interés masivo en su estudio. Tanto pasó y sin embargo sigue sin aparecer aún un debate continuo y sustentable sobre los alcances del rumor como práctica social, su utilización como estrategia de poder, su aparición en ascenso en los medios de comunicación de masas, entre otros.

En este contexto surgió la necesidad de abordar el fenómeno y producir una investigación teórica y de campo sobre su articulación con la sociedad y los actuales medios masivos de comunicación, producción que quedó plasmada en el trabajo de tesis de licenciatura en comunicación social *"El rumor como fuente de información en la prensa escrita. Su significación a través del análisis de relevancia, frecuencia y valoración"*, defendido en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), y cuyo autor es el mismo que el del presente artículo. La Prof. Rosa Soria Boussy fue la directora del trabajo, expuesto y aprobado en abril de 2006 con mención especial y recomendado para su publicación.

Indagar el rol del rumor en la prensa permitió abordar debates tan actuales como profundos como lo son el mecanismo de información – desinformación – saturación de los mass media, el proceso de selección de fuentes de información y de construcción de la noticia, la responsabilidad ético – moral del periodismo como mediador entre las audiencias y el hecho noticiable, la construcción y deconstrucción de nuevas reglas de juego, el rol del poder político en esta coyuntura y la manipulación de símbolos, entre otros.

La novedad la constituyó el abordaje metodológico propuesto que consistió en investigar – a través de un análisis de contenido, de base gramatical – la relevancia y frecuencia de apelación al rumor como fuente de información en la prensa escrita. La investigación intentó aportar elementos que contribuyeran al estudio y comprensión del fenómeno que plantea la creciente apelación al rumor como fuente de información en los media.

El dispositivo fue aplicado en una publicación periodística de la ciudad de San Luis: el vespertino *La Opinión*, fuera de circulación desde finales de 2004, tras recorrer más de 90 años de historia a partir de su fundación en 1914. La muestra fue no probabilística y estuvo constituida por 23 ejemplares, publicados durante el mes de octubre del año 2003.

Se utilizó aquí un muestreo del tipo accidental o casual e intencional u opinático, el cual propone elegir a los individuos que se estima son representativos de la población a estudiar y pueden facilitar la información necesaria para la investigación. Estas técnicas no utilizan un criterio de equiprobabilidad, sino que siguen otros, como por ejemplo que el parámetro de selección de los individuos dependa de la posibilidad de acceso a ellos (Arnal J. y otros, 1992:78).

2. EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

A los fines de la investigación se identificó el siguiente problema: “La relevancia y la frecuencia de apelación al rumor como fuente de información y su análisis comparativo en algunas secciones del diario La Opinión de la ciudad de San Luis. Análisis de contenido durante el mes de octubre de 2003.”

El objetivo general fue “Determinar la significación que se le otorga al rumor en el vespertino La Opinión de la ciudad de San Luis”; mientras que los específicos fueron: “Determinar la frecuencia de aparición y la relevancia que se le otorga al rumor en algunas secciones del vespertino La Opinión”; “Evaluar comparativamente la relevancia y frecuencia a fin de conocer el grado de significación que se le otorga al fenómeno en ciertas secciones”; “Describir los modos de aparición del rumor”; y “Analizar el rol del periodista gráfico y las fuentes oficiales en la creación y propagación de rumores”.

El diseño de la investigación utilizado fue del tipo descriptivo - exploratorio, puesto que se intentó alcanzar una visión general sobre el objeto de estudio. Se adoptó además un criterio metodológico no experimental, el cual se aplica cuando los efectos ya se han producido y existe cierta orientación hacia el pasado (Arnal, J. y otros, 1992:169). Asimismo el abordaje metodológico de la investigación, consistió en la utilización de los métodos cualitativo y cuantitativo.

Resultó necesaria la construcción de una definición operacional del rumor, la cual fue construida a partir del buceo bibliográfico realizado. Fue así que se conceptualizó al fenómeno como “aquella información que proviene de fuentes no oficiales o de origen indefinido (sin datos sobre su naturaleza o procedencia)”. Se adhirió además a la definición de rumor periodístico de Raúl Rivadeneira Prada (1977:74).

Se consideró pertinente utilizar la técnica de análisis de contenido, que es una técnica de investigación social, adecuada para medir el significado de los conceptos. Ello permitió concebir como unidad de análisis a la palabra, frase o párrafo en que se expresan las ideas vertidas en la publicación periodística escogida como muestra. Del material analizado, se extrajo la orientación y la intensidad de las actitudes manifestadas en los sujetos y objetos estudiados, con relación a la forma en que reaccionan frente a palabras y conceptos.

Fue así que se analizó cada uno de los artículos periodísticos y sus respectivos elementos relacionados, incluidos en la muestra: estructuras de arranque (título, volanta y bajada), recuadros, epígrafes y destacados o puentes. Paralelamente se procuró la construcción del objeto mediante el análisis e interpretación de todo el material obtenido, presentando los resultados en una integración con los supuestos teóricos planteados.

Para llevar a cabo el proceso de investigación, se determinaron tres categorías de análisis:

1. **RELEVANCIA.** Analizar los modos de aparición de elementos relativos al rumor en el relato informativo/narrativo del periodista autor del artículo susceptible al análisis (1.a); en su relato interpretativo (1.b); y en el relato de la fuente, a través de citas textuales de los entrevistados o los documentos consultados (1.c).
2. **FRECUENCIA.** Analizar la frecuencia de apelaciones al rumor en toda la edición correspondiente a un día, una semana y un mes de publicación (2.a); la frecuencia de apelaciones al rumor en la primera plana correspondiente a un día, una semana y un mes de

publicación (2.b); y la frecuencia con la que el medio apela al rumor puntualmente en cada una de las seis secciones delimitadas, correspondiente a un día, una semana y un mes de publicación (2.c).

3. VALORACIÓN. Realizar un estudio comparativo entre las distintas secciones sujetas al análisis, con el objetivo de determinar cualitativa y cuantitativamente la significación que se le otorga al rumor en el caso de ser citado por el periodista en su relato informativo/narrativo (3.a); citado en los trayectos interpretativos del periodista autor de la crónica estudiada (3.b); y citado por la fuente consultada por el periodista, ya sean personas físicas o documentos (3.c).

El número de apelaciones al rumor identificadas en la muestra fue cuantificado teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

q En el caso de títulos, volantas, bajadas, epígrafes y destacados, la cuantificación se realizó en consideración de que el elemento analizado es una unidad de medición única; es decir, se toma en cuenta la presencia o no del rumor en el elemento en cuestión, no cuántas veces se apela al fenómeno en el mismo.

q En el caso de artículos y recuadros se midió la presencia del fenómeno en cantidad de notas y párrafos con apelación, categorías, que al igual que en el caso anterior, serán consideradas como unidades únicas de medición. Importa si existe o no apelaciones en esa unidad de contenido (nota o párrafo), más allá de si se hace alusión al fenómeno en dos o más oportunidades.

3. LA EXPLORACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Sobre la base de los objetivos ya delimitados, se exploró el texto periodístico a los fines de encontrar marcas que permitan identificar apelaciones al rumor y concuerden con las tres categorías de análisis planteadas. El material resultante de esta exploración inicial fue registrado en un *Cuaderno de Campo*, más bien de corte cuantitativo, en el cual se volcó el producto de las primeras observaciones realizadas al material.

Completar este cuaderno supuso un proceso de cinco pasos:

Lectura del texto periodístico que compone la muestra.

Registro por escrito de todos los aspectos relacionados a la primera categoría (Relevancia). El análisis se organizó por sección. Se consignó página exacta dónde fue publicado el artículo en el que se identificaron apelaciones al rumor, su denominación (título), elementos que involucra dicha apelación (cuerpo de la nota, título, bajada, volanta, epígrafe o destacado), nombre del autor (si existiera), tipo de cita (1.a, 1.b ó 1.c), modo de aparición y justificación del análisis efectuado. Se registró aquí únicamente el material en el que se identificaron huellas conducentes al rumor.

En una segunda instancia, se contabilizó el número de apelaciones al rumor (Frecuencia), de acuerdo a las subcategorías 2.a, 2.b y 2.c.

Posteriormente se realizó un desglose por sección de la cantidad de notas y párrafos con apelación.

Luego, se realizó un primer análisis global del material observado (Valoración). Nuevamente, este análisis se organizó por sección.

Primeramente, se indicó el total de notas que conformaron la sección de referencia (con y sin huellas que conduzcan al rumor), la cantidad de notas con apelación y por último el porcentaje que éstas últimas supusieron respecto de la totalidad. Luego se repitió el mismo procedimiento para el caso de párrafos, títulos, volantas, bajadas, epígrafes y destacados. Posteriormente, se realizó una descripción similar pero por unidades de contenido (notas) con apelación al rumor.

En el caso de la primera plana, se registró el número total de titulares que formaron parte de ella y la cantidad de éstos que condujeron a notas interiores con apelación al rumor. Se indicó también si la apelación al fenómeno forma parte del Centro de Impacto Visual Textual (*CIVtxt*) o del Centro de Impacto Visual Iconográfico (*CIVicon*) [1], de ambos a la vez o de ninguno de los dos.

Por último, se elaboró un resumen del análisis realizado en toda la edición. En primer lugar se consignó el total de notas publicadas y la cantidad de éstas con apelación al rumor, contabilizando el porcentaje que ellas representan. Luego se repitió el mismo procedimiento para el caso de párrafos, títulos, bajadas, volantas, puentes y epígrafes. Posteriormente se contabilizó la cantidad de apelaciones (en toda la edición) respecto de las subcategorías 3.a, 3.b y 3.c, como así también se consignó la cantidad de artículos con apelación en los que sus autores se han identificado y el número de aquellos en los que no.

Una vez completado el *Cuaderno de Campo* con el producto del análisis de todos los ejemplares que formaron parte de la muestra, se generó una base de datos que tuvo como objetivo concentrar los resultados estadísticos totales del material observado. Se trata de un *Documento de base para el análisis de datos*, que nutrió luego el informe valorativo e integrador de la investigación y condujo a las conclusiones y otros comentarios finales.

Este documento base constó de once secciones:

Notas con apelación al rumor.

Párrafos con apelación al rumor.

Otros elementos con apelación al rumor (títulos, volantas, bajadas, destacados y epígrafes, correspondientes al interior de la publicación).

Primera plana: total de titulares publicados en las portadas de toda la muestra, el número resultante de rótulos que conducen a artículos interiores con apelación y el porcentaje que éstos últimos suponen respecto de la totalidad; cantidad de *CIVtxt* y *CIVicon* relacionados a notas con apelación, y el valor porcentual que éstos representan del total.

Elementos con apelación según autoría: número y valor porcentual que representan tanto aquellos artículos que fueron firmados por sus autores como aquellos que no.

Según tipos de apelación: número de apelaciones identificadas en el trayecto narrativo/informativo (3.a) e interpretativo (3.b) del periodista, como así también en el relato de la fuente consultada (3.c).

Detalle de notas con apelación en orden porcentual: listado en el que fueron ordenadas de mayor a menor todas las notas con apelación, de acuerdo al porcentaje de párrafos relacionados al rumor.

Detalle de apelaciones por sección: cantidad total de notas y párrafos con apelación al rumor y su distribución de acuerdo con las seis secciones delimitadas (“El Tema del Día”, “Ciudad”, “Universitarias”, “Deportes” y “Policiales”).

Organización por temática libre: trascendiendo las temáticas que dan nombre a las cinco secciones se realizó una redistribución en categorías temáticas más específicas del material en el que se reconocieron pistas que conducen al rumor.

Modos de aparición.

Ubicación: número de orden de párrafo; cantidad de párrafos con apelación al fenómeno que formaron parte del encabezado, del cuerpo y del remate.

4. ALGUNOS RESULTADOS OBTENIDOS.

La frecuencia de aparición fue diaria, con lo cual se comprobó que el rumor fue utilizado como fuente de información periodística. Sistemáticamente, el fenómeno estuvo presente en cada una de las ediciones analizadas (como mínimo en dos artículos por día).

Se hallaron vestigios de rumor en todas las unidades de material exploradas: artículos y recuadros, párrafos, volantas, títulos, bajadas, destacados, epígrafes y primera plana.

Sin embargo, el caudal de información relacionado al rumor no fue cuantioso: cerca del 14% de los artículos periodísticos se nutrieron de versiones, trascendidos y otros comentarios aledaños, aunque la extensión del fenómeno (medida en párrafos) fue mucho menor, apenas superior al 3% del total de material publicado.

Se observa una marcada tendencia a agregar significación y valorizar al fenómeno en la primera plana, más que en el resto de la edición. Si bien en las páginas interiores los valores logrados en el análisis de la frecuencia por párrafos y por artículos no alcanza porcentajes elevados, éstos aumentan sensiblemente al ampliar la contextualización del estudio y enfocar el análisis en la portada donde los porcentajes promedio de apelación se ubican entre el 24% y casi el 50%

El elemento que sirve como principal conector entre la primera plana y los artículos interiores con apelación es la fotografía que opera como centro de impacto visual (CIVicon), por encima del titular principal (CIVtxt).

Se pudo identificar un comportamiento recurrente, que consiste en presentar en la portada conectores a artículos con apelación pero a la vez no mencionar allí aquellas informaciones que fueron recolectadas con el auxilio del rumor. Esto manifiesta cierta reticencia del medio de comunicación a legitimar a primera vista la utilización del fenómeno como fuente de información. En otras palabras: se utiliza el rumor como auxiliar de información y al mismo tiempo se lo neutraliza en una primera instancia de comunicación entre el medio y sus lectores.

Por otro lado, las figuras de apoyo a la lectura (títulos, volantas, bajadas, epígrafes y destacados) no demostraron un alto nivel de afinidad con el fenómeno, al representar no más del 2,5% de apelación.

Asimismo, se detectó que el rumor puede escabullirse con mayor facilidad en destacados y en bajadas, que en títulos, volantas y epígrafes. En consecuencia, es posible determinar que el fenómeno es mayormente visible en elementos apartados de la estructura de arranque.

En muy pocas ocasiones el rumor pudo ser identificado en recuadros. El lugar preferido del fenómeno fue el artículo, puntualmente el cuerpo de la noticia. El encabezado fue el lugar menos recurrente.

Al no encontrarse de manera frecuente ni en la estructura de arranque, principalmente en el titular, ni en el primer párrafo, es posible determinar que el rumor rara vez es parte del tema central del artículo. No obstante, el fenómeno sí logra estar presente en los temas de mayor importancia de la agenda periodística de la publicación en el período seleccionado, generalmente en el desarrollo de ideas complementarias al tema central.

Casi siempre el rumor fue citado en el modo Indicativo. Para la construcción de este tipo de relatos se recurrió a verbos conjugados en tiempo Presente, Pretérito (perfecto simple, imperfecto y pluscuamperfecto), Futuro (imperfecto) y Condicional (simple y compuesto).

La enunciación del rumor se nutrió además de sustantivos y adverbios.

Se identificaron siete principales modos de aparición del fenómeno en el relato periodístico: la utilización del sustantivo "fuente" para difundir extraoficiales (1); el condicional de rumor [2] (2); la enunciación de posibilidades y suposiciones ambiguas (3); la publicación de citas textuales, o informaciones derivadas de éstas, sin referencia clara sobre su origen (4); la apelación directa al rumor (5); la utilización de sustantivos ambiguos con el objetivo de aportar sólo una pista sobre la fuente de información (6); y el empleo del verbo "trascender" (7).

La mayor cantidad de apelaciones al rumor – exactamente el 89,3% - se ubicaron en el relato del periodista, tanto en su narración informativa (A) como interpretativa (B) de los hechos. Aunque, en menor proporción, la fuente de información (C) también se nutrió del fenómeno para dar a conocer su discurso en el medio de comunicación. Fueron pocos los casos (1,4%) en los que el periodista y su entrevistado se refirieron de manera simultánea al fenómeno.

Es posible, además, advertir características actitudinales del periodista tendientes a favorecer la proliferación del rumor, entre ellas: un alto grado de involucramiento en el desarrollo de los acontecimientos, apelando a cierto estilo "moralista" para construir la noticia; atribución inadecuada de fuentes de información; deficiente utilización de citas textuales; adición innecesaria de ambigüedad al relato periodístico; tomar como propias las informaciones y no sostenerlas en las fuentes en las que se originan; "forzar" los acontecimientos para llegar a resultados predeterminados, recurriendo para tal fin a suposiciones y descripciones imprecisas.

Asimismo, se observa que para la fuente el rumor representa una oportunidad para desacreditar comentarios o sentar posición pública sobre versiones circulantes en el momento. Esto se constituye no sólo como una estrategia discursiva para el entrevistado, sino también como una buena chance para que el periodista pueda generar respuestas de atribución directa sobre datos extraoficiales, aportados por un informante o producto de su propia imaginación.

Por otro lado, es posible determinar la existencia de un grupo de temáticas que favorece, más que otras, la presencia del rumor en el relato periodístico. Los acontecimientos policiales y políticos son los más propensos a complementarse con el fenómeno, aunque en menor magnitud también lo son los hechos de interés general y los económicos. Por el contrario, todo lo relacionado al deporte, la educación y la cultura ha demostrado un alto grado de resistencia al rumor.

Las muertes dudosas, homicidios, asesinatos, los accidentes de tránsito, los procesos electorales, los conflictos laborales derivados de protestas gremiales y la actividad bancaria son tópicos muy afines al rumor.

La sección en donde se le otorgó mayor significación al rumor fue *Policiales*. En orden de importancia, le siguieron *Ciudad*, *El tema del día*, *Deportes* y *Universitarias*.

La mayoría de los titulares relacionados a la utilización del rumor publicados en la primera plana llevaron al lector hacia *Policiales*, aunque el CIV casi nunca estuvo relacionado a esa sección, sino más bien sirvió para llamar la atención respecto de acontecimientos publicados en *Ciudad* y *El tema del día*.

Generalmente, las fotografías de la portada (*CIVicon*) relacionadas al rumor ilustraron noticias de interés general, mientras el titular principal (*CIVtxt*) de la edición refirió acontecimientos de carácter político.

Por su lado, la presencia del rumor en el relato del periodista (A y B) estuvo relacionada, preferentemente, a la narración de acontecimientos de la sección *Policiales*, mientras que la fuente (C) apeló al fenómeno para relatar principalmente hechos publicados en la sección *Ciudad*.

No pudo determinarse una relación directa entre el volumen publicado y el comportamiento del rumor en la muestra analizada. Las prioridades marcadas por la publicación al definir el contenido de su agenda periodística no fueron las mismas que aquellas para la utilización del fenómeno. Al momento de evaluar el total publicado, los hechos de interés general, políticos y económicos (secciones *Ciudad* y *El tema del día*) fueron prioritarios. A la hora de utilizar el rumor, el vespertino concentró su atención en lo policial.

Los artículos que lograron los más altos porcentajes de apelación (entre el 100% y el 30%) son, mayormente, de corta extensión, de entre dos y seis párrafos cada uno, y narran acontecimientos policiales y políticos. Paralelamente, aquellas notas que representaron los porcentajes más bajos de apelación (entre 7% y 4%) giran en torno a la educación, la cultura y también los hechos policiales.

En líneas generales, el medio de comunicación estudiado absorbió la responsabilidad que implicó utilizar el rumor como fuente de información para construir noticias. Rara vez el redactor se identificó como autor de un despacho informativo para cuya construcción se apeló al fenómeno. No obstante, la no identificación de los autores de los artículos periodísticos se constituyó como una política editorial del medio, aplicable también al tratamiento en general de la información.

Los pocos artículos en los que su autor se identificó obtuvieron porcentajes de apelación más bien bajos y fueron publicados, principalmente, en las secciones *Deportes* y *El tema del día*.

4. CONCLUSIONES Y COMENTARIOS FINALES.

El rumor se disfraza de información certera. Entabla una feroz batalla con la realidad puesto que su propósito de máxima es ser parte de ella y perdurar en el tiempo.

Pueden ser historias falaces, fantásticas, desopilantes o aterradoras. La gente se ve necesariamente afectada por los rumores, aunque no crea en ellos; y si bien se puede echar mano a numerosas teorías para comprender su esquema de movimiento, la realidad es que no existe prevención, mucho menos un mecanismo que garantice totalmente su erradicación.

Los investigadores sociales deben prestar más atención al rumor. Esto resulta no sólo al observar los pocos indicios bibliográficos sobre la temática, sino además como consecuencia de una falta notoria de preocupación por debatir acerca del impacto y los verdaderos alcances de un fenómeno tan legendario y contemporáneo a la vez.

Hablar del rumor en ámbitos del periodismo es hablar de la *moral informativa*. En la actualidad, sobran evidencias que advierten cuán necesario y urgente es un debate serio en ese sentido: la utilización, cada vez más recurrente, de auxiliares de información, el crecimiento desmesurado del rol del confidente en la construcción del relato periodístico, la información planteada en términos de unidad de negocios, la infiltración de intereses externos en la propagación de información pública, entre otros.

De nada sirve moralizar acerca de un fenómeno tan social como el rumor. Quizás su carácter amigable o mágico impide ver que, detrás de un comentario ocioso, oscuro o curioso, se esconde un importante hecho comunicacional que merece vigilancia puesto que involucra a muchas personas y conjuga variables psicosociales, factores de la memoria y criterios conductuales muy específicos, a la vez que nos permite conocer más acerca del comportamiento de las audiencias en el consumo mediático, el rol ético-moral del periodismo actual, las nuevas formas de entender la construcción de las noticias, el decisivo rol que cumplen las fuentes en el proceso de difusión de información pública o privada, el estudio de la *agenda setting*, entre otros. Moralizar, descalificar al rumor por ser sólo un rumor, es justamente el obstáculo a superar.

Académicos, empresarios y periodistas deben reconocerlo: hoy el rumor es parte de la agenda periodística y ello implica derechos y obligaciones para el profesional de los medios. Derecho a nutrirse de diversas fuentes y eventualmente a convertir en pública la información que se recibe, aunque con la obligación a que ésta sea verosímil, confiable y, sobre todo, que sea presentada tal cual es, sin rodeos, adornos o camuflajes.

Resulta así que la atribución directa de fuentes está en crisis. En ámbitos de la práctica puede observarse que con preocupante regularidad los medios recurren a los distintos modos de atribución con reserva, lo cual incluso supone, en algunos casos puntuales, una ruptura de la concepción tradicional del *off the record*: ya no es más aquella información que no puede mencionarse bajo ninguna condición sino es un dato, un rumor tal vez, que de hecho se publica aunque aclarando que aún no está confirmado del todo.

El periodismo está construyendo sus propias reglas, a falta de un ente de contralor que custodie el buen desempeño profesional. En este marco, vale todo; vale incluso que un rumor, una versión, o la suposición de alguien ingenioso se convierta en noticia.

A propósito de la moral, resulta pertinente preguntarnos a esta altura: la utilización del rumor como fuente de información ¿es una buena o una mala práctica? En primer término, vale decir que no es malo ni bueno en sí mismo apelar a estas versiones para nutrirnos de pistas o indicios acerca de un tema en proceso de investigación, siempre y cuando se apliquen los correspondientes procesos de verificación de datos y se legitimen las condiciones de producción ante las audiencias; esto es, advertir la existencia de un rumor y no utilizar estrategias discursivas para acallararlo, no otorgarle más trascendencia de la que tiene, no permitir que le gane a la historia, que “lo que se dice” reemplace a “lo que pasó”.

El rumor puede ser considerado como fuente de información pero dejarse seducir por sus efectos “mágicos” es contraproducente. El radio pasillo puede abrir caminos para una investigación pero de ninguna manera puede reemplazar al hecho consumado. El periodismo tiene la obligación de garantizar verosimilitud y el rumor coloca al profesional justo en la cornisa.

De la gran cantidad de obstáculos que supone el estudio del fenómeno, el que involucra la tarea del periodista es uno de los más difíciles de superar. A menudo, el redactor utiliza el rumor para narrar un acontecimiento noticiable y a la hora de escribir su crónica oculta ciertas condiciones de producción para no caer en el descrédito. De esta manera hace suyas las suposiciones y versiones y reconvierte un modo de atribución con reservas en un modo de atribución directa. Así planteado, el escrito no aporta al investigador los indicios necesarios para estudiar la real significación que se le otorga al fenómeno. En consecuencia, muchas veces se intuye que podría haber existido un esfuerzo premeditado por hacer oficial lo extraoficial, lo cual conspira en contra del estudio y la obtención de resultados certeros sobre el rumor.

Este comportamiento restaurador del periodista refleja que algo no está bien, porque de lo contrario se legitimaría su apelación con todas las letras. Es como si un niño, al darse cuenta de que algo hizo mal, esconde las evidencias para evitar ser regañado, en este caso, el periodista teme ser desprestigiado por la sociedad o sus propios colegas.

Como surgió del análisis aquí presentado, no siempre la utilización del rumor en la prensa se anuncia a viva voz, todo lo contrario, el rumor *suele dar vergüenza*; descalifica, pero a la vez excita al periodista ya que permite adelantarse al resto de los medios y tomar partido de la mano de una jugosa primicia, efímera quizás, pero de alto impacto.

Queda evidenciado entonces que el rumor sirve como fuente y que a menudo se somete al mismo proceso que una información oficial: se lo contrasta con otros rumores o datos, se le atribuyen declaraciones, se lo jerarquiza en la estructura de arranque en una página interior o se lo destaca en la primera plana. Pero algo es cierto: los rumores, rumores son.

No obstante, limitaciones como las derivadas del campo profesional y tantas otras no deben impedir el desarrollo de investigaciones en relación al rumor. Sucede que al encarar un trabajo científico que tenga como objetivo abordar al fenómeno, un mar de incertidumbres

interfiere en la correcta definición de lineamientos metodológicos. El presente trabajo evidencia que, a pesar de todos los condicionantes, es posible estudiar el fenómeno y arribar a resultados certeros y cuantificables.

5. BIBLIOGRAFÍA.

ABC (1993). *Libro de Estilo de ABC*, Barcelona, Editorial Ariel.

ALLPORT, Gordon William y POSTMAN, Leo (1967). *Psicología del rumor*, Buenos Aires, Editorial Psiqué.

ANDER EGG, Ezequiel (1987). *Técnicas de Investigación Social*, Buenos Aires, Editorial Humanitas.

ARNAL, Justo y Otros (1992). *Investigación educativa. Fundamentos y metodologías*, Barcelona, Editorial Labor.

KAPFERER, Jean Noël (1989). *Rumores*, Buenos Aires, Emecé Editores.

RIVADENEIRA PRADA, Raúl (1977). *Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, Ciudad de México, Trillas.

ROUQUETTE, Michel Louis (1977). *Los Rumores*, Buenos Aires, Librería El Ateneo Editorial.

SABINO, Carlos A. (1994). *Cómo hacer una tesis*, Buenos Aires, Editorial Humanitas.

[1] Es una teoría acuñada por Mario García, quien sostiene que el editor gráfico puede manipular la dirección de lectura del lector, situando en cada página lo que él denomina como Centro de Impacto Visual (CIV). En esta investigación, el *CIVtxt* es cuando el CIV lo constituye un titular y el *CIVicon*, cuando lo constituye una fotografía o dibujo.

[2] Ciertamente el verbo condicional aporta ambigüedad a la narración, pero su uso no siempre conduce a indicios sobre el rumor, ya que se pueden expresar suposiciones o imprecisiones que son lícitas en el relato periodístico, siempre y cuando se trate de información verosímil y la atribución de la fuente sea directa; ejemplo: “este viernes el torneo de fútbol podría definirse si el equipo X logra vencer al equipo Y”. No obstante, existen casos en los que la utilización del potencial sí está relacionada al fenómeno, recurso que para el diario español ABC puede definirse como “condicional de rumor” (Libro de Estilo ABC, 1993:37).