



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL MANEJO
DE SITUACIONES DE CRISIS INFORMATIVAS.
El rumor, la filtración y el falso testimonio, como factores de
riesgo.**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:

JORGE LUIS GALICIA PALACIOS

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES



CIUDAD UNIVERSITARIA, CIUDAD DE MÉXICO, ENERO 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1. ALGUNAS SITUACIONES INFORMATIVAS QUE SON FACTOR DE RIESGO COMO GENERADORES DE CRISIS.	7
1.1 Rumores.	9
1.2 Filtraciones.	16
1.3 Falsos testimonios (chantaje).	22
1.4 Trascendidos.	25
1.5 Noticias falsas, mentiras elaboradas. (Fake news).	27
1.6 Infodemia.	32
1.7 Consecuencias.....	34
CAPÍTULO 2. HERRAMIENTAS PARA EL MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS INFORMATIVAS EN RUMORES, FILTRACIONES Y FALSOS TESTIMONIOS (CALUMNIAS Y CHANTAJES).....	37
2.1 Verificar información.....	37
2.2 Confirmar fuentes.	38
2.3 Revisión directa de documentos.	41
2.4 Entrevista con los protagonistas de los hechos.	42
CAPÍTULO 3.- PROPUESTA DE UNA GUÍA BASE PARA EL MANEJO DE CRISIS.	43
3.1 Construcción de credibilidad (Investigar la confiabilidad de las fuentes).	44
3.2 Guía base de actuación.	45
3.3 Respetar el marco normativo general del periodista.	57
3.3.1 Derecho a la Información.	58
3.3.2 Derecho a la Libertad de Expresión.	60
3.3.3 Derecho de Réplica.	62
3.3.4 Derecho al acceso de la información.	65
3.3.5 Derecho a la protección de fuentes.....	67
3.4 Respetar el marco legal del medio informativo.	70
CONCLUSIONES.....	73
FUENTES.....	80
ANEXOS.	83

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo, como opción a la titulación, nivel licenciatura, no pretende descubrir el hilo negro ni mucho menos el agua tibia del ejercicio periodístico, pero lo que sí busca es hacer una revisión de las principales herramientas con las que un comunicólogo debe contar, además de una buena redacción y mucha cultura general, porque quienes abrazan esta carrera deben de saber que, en la práctica, entre otras habilidades, su trabajo requiere someterse constantemente a la prueba inevitable de la verdad y en este proceso las reglas básicas son: verificar fuentes; confirmar la información; contrastar la información (revisión directa de documentos); y, en lo posible, lograr entrevistar a los protagonistas.

A lo largo de más de 25 años de trabajo en instituciones públicas, la mayoría de las veces en las áreas de comunicación social, he tenido la oportunidad de observar las dificultades a las que los responsables del manejo de la información se enfrentan con mucha frecuencia y cómo en diversos momentos se topan con situaciones de crisis, por eso el desarrollo de esta tesina hará referencia principal a algunos riesgos informativos que suelen estar presentes en cualquier actividad, pero de manera particular el marco teórico de nuestra propuesta se enfocará a la comunicación organizacional.

Entonces, para hablar de crisis en términos generales es necesario, primero, entender su significado, y, segundo, observar algunas particularidades que de ella se derivan, eso nos ayudará a plantear una guía básica de herramientas para enfrentar momentos difíciles en el manejo de la información, mismos que -con cierta cotidianidad- tienen su origen en rumores, filtraciones, falsos testimonios, trascendidos y mentiras (noticias falsas) y otros como la infodemia, entre otros factores generadores de situaciones críticas.

Por lo general, casi nadie está preparado para afrontar este tipo de circunstancias y, de acuerdo a nuestra experiencia, es casi imposible pensar en ser parte de ellas. En términos informativos o de la comunicación, se habla de crisis cuando

ésta ya se tiene encima o sucede en nuestro entorno, y se vuelve a hablar de ella hasta que sucede el siguiente evento crítico.

Muchas veces hemos escuchado situaciones de percance de las cuales es muy común enterarnos de ellas, más por las dificultades para comunicar o informar sus particularidades que por su naturaleza misma. Esas fallas en la información, sin duda, son el eslabón de la cadena de elementos que la hacen más notoria o provocan más ruido mediático en la atención del problema.

En ese sentido, en el desarrollo del primer capítulo de este trabajo se describen particularidades que presentan algunas situaciones de desinformación y que pueden derivar en crisis si no se manejan correctamente o no se contienen oportunamente, o se complican más aún cuando desde los cargos directivos surgen resistencias por aceptar que hay una problemática o que ésta representa un riesgo informativo, donde su mal manejo (error humano) puede desatar un daño a la imagen, de credibilidad institucional o en lo individual de una persona, eso sin mencionar los daños económicos que pueda ocasionar a una empresa o grupo corporativo.

Es de resaltar que el contexto de nuestra propuesta, y enfoque de estudio, se desarrolla en el marco del surgimiento y desarrollo de la pandemia que afectó no solo a México sino en general a la población mundial, por la aparición del virus conocido como Covid-19, popularmente también llamado coronavirus, y en ese entorno de crisis sanitaria observamos situaciones de desinformación tan profusas al grado de acentuar los riesgos en la debida atención de dicha enfermedad, es decir surgió y circuló tanta información, alguna verdadera y la mayor parte no, que en poco tiempo ese proceso desinformativo fue calificado en los medios informativos como infodemia y por ese motivo el tema, aunque de manera breve, fue agregado en nuestro análisis como factor de riesgo y generador de crisis informativas.

Para efectos prácticos, el segundo capítulo del presente trabajo se enfoca en mostrar algunos ejemplos de situaciones de crisis, las cuales no dejan de ser

súbitas y de efectos dañinos en la imagen de una persona o una institución, y que por supuesto requieren una atención inmediata a modo de control de daños, requiriéndose para ello el conocimiento básico de una guía de reglas en materia del correcto manejo de la información, que no son otra cosa más que un recordatorio de los conocimientos adquiridos en el plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación, por un lado, y por otro, también poner en la praxis algunas habilidades que se adquieren en la profesión, ya sea en una mesa de redacción, jefatura de información u oficina de prensa, es decir en el ejercicio periodístico.

Es cierto, en la vida hay protocolos de actuación en diversos ámbitos, como pueden ser en materia de seguridad pública, protección civil, servicios sanitarios, acciones recreativas, laborales, y en muchas otras actividades, como por ejemplo también lo hay en el ámbito laboral en materia de la comunicación y el manejo de la información para contener, controlar, mitigar riesgos en la atención de temas que se refieran a situaciones de crisis informativas, tan existen que incluso la enseñanza de los mismos son motivo de talleres o cursos especializados, tanto en la administración pública como en las organizaciones de empresas privadas. Entonces el objetivo es hacer una propuesta que contribuya a atender y facilitar el conocimiento de estos protocolos, proveyendo de una guía básica a los estudiantes de periodismo o carreras afines a las ciencias de la comunicación, en materia de prevención y el manejo de situaciones de crisis informativas.

En el tercer capítulo de la presente tesina, para un mejor desempeño del ejercicio profesional del periodismo o de quienes pretendan el cargo de alguna vocería u oficina de prensa, se plantean algunas recomendaciones en el sentido de no perder de vista el marco legal que de alguna forma acompaña a quienes ejercen esta profesión. En ese mismo marco, además de regular la actividad en estricto sentido del derecho de la información y la libertad de expresión, y de observancia a la legalidad, no debe perderse de vista que todas las empresas de comunicación e información tienen sus particularidades en materia editorial o en sus políticas de

contenido, como por ejemplo contar con un código de ética o bien tener en su estructura orgánica un defensor de las audiencias.

En este último capítulo, para hacer más didáctica nuestra propuesta, proponemos esquemas que sintetizan algunas ideas o teorías básicas que hablan de control de daños en situaciones de crisis.

Más que plantear esquemas o guías únicos, nuestro esfuerzo es con la idea de que el tema se comprenda y, en lo posible, los jefes de prensa, reporteros o voceros, no sean sorprendidos a la hora que se les presente un conflicto producto de la desinformación y éstos escalen a una situación de crisis o que sea la presión de los medios de información la que los obligue a tomar medidas equivocadas, siendo que estos eventos también pueden derivar en oportunidades para mejorar una imagen o buscar el equilibrio de una organización frente a una problemática de tipo informativa.

En suma, la presente tesina para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación tiene como objetivo identificar situaciones donde la filtración (fuga de información), el rumor, los falsos testimonios, los trascendidos y mentiras, formen parte del elemento noticioso, y para lo cual trataremos de acercar a los estudiantes de periodismo, principalmente, algunos argumentos, análisis, estudios e información, y que estas consideraciones en su conjunto pudieran tomarse en cuenta para la construcción de una guía o modelo de atención y manejo de situaciones de crisis informativas, poniendo como ejemplo situaciones como las ya referidas, con la idea de que dicha información favorezca no solo a quienes por primera vez se insertarán en el ejercicio de la profesión periodística, sino también para quienes ya ejercen y reciben el encargo de la responsabilidad de una oficina de prensa o vocería, y en general que sea de utilidad para cualquier sector o grupo de población.

CAPÍTULO 1. ALGUNAS SITUACIONES INFORMATIVAS QUE SON FACTOR DE RIESGO COMO GENERADORES DE CRISIS.

En la actualidad, sin entrar al análisis de si hay o no ética informativa en las llamadas redes sociales (en la cultura digital, los márgenes entre lo público y lo privado tienden a ser cada vez más estrechos. Es frecuente encontrar historias de la esfera íntima en periódicos o en televisión, que tuvieron un origen en las redes)¹, es importante anotar que algunos medios tradicionales como la radio, la televisión y la prensa escrita muchas veces reflejan filias y fobias que se anteponen a su responsabilidad ética de informar y en ocasiones ello los lleva a magnificar, omitir o tergiversar los hechos: lo que les interesa no es la noticia sino el escándalo y para ello no importa si se trata de un rumor, una filtración o un falso testimonio (chantaje) y cuando eso sucede con frecuencia se habla de crisis informativa.

No obstante ello, en mi apreciación, el tema del control o manejo de las crisis informativas aún se encuentra en etapa de madurez y gestación en el mundo de la comunicación, y a pesar de su presencia cotidiana en los medios informativos, en las vocerías y oficinas de prensa de empresas privadas u órganos gubernamentales, en las organizaciones sociales y en situaciones individuales, puedo afirmar que el conocimiento sobre el tema es incipiente y en general eso genera confusión de cómo enfrentarlas, de cómo contenerlas o de cómo hacer de ellas una oportunidad para mejorar el entorno que las originan.

Pero ¿Qué es una crisis?

Una definición que nos permite entender el concepto de crisis la podemos encontrar en las palabras de Alfonso González Herrero, Doctor en Marketing y Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid, España, quien describe el término de la siguiente manera:

¹Contreras Padilla, Sergio Octavio. *La transparencia del individuo*. Revista etcétera No. 171, febrero 2015. pp 35.

“Cualquier situación natural o provocada, previsible o súbita, propia o ajena, declarada o latente que amenace con alterar las relaciones internas o externas entre ésta y sus públicos, entre ésta y sus miembros y que necesita que se ejecuten estrategias para evitar el impacto sobre la imagen, las relaciones y las actuaciones de la organización o, de producirse, minimizar el daño e intentar revertirlo como un activo positivo”.²

El manual *Crisis de Comunicación On Line*, define:

“Una situación grave que afecta a la institución/figura pública en alguna de sus funciones y con potencial de escalar en intensidad y/o perjudicar a sus públicos clave o grupos de interés y/o generar un impacto negativo en los medios y/o crear una imagen negativa ante la opinión pública y/o afectar los resultados o la viabilidad de la entidad/persona”.³

Con características muy similares, la especialista en este tipo de temas, Carolina Eslava, durante la impartición del taller denominado Comunicación para Líderes, al que asistí en junio de 2013, señaló que crisis pueden ser “situaciones graves, delicadas, peligrosas, que se presentan súbitamente, amenazando o poniendo en peligro la seguridad o bienestar (o la percepción de) de un conjunto de personas; afectando la imagen y equilibrio de una organización y que exigen decisiones y respuestas inmediatas”.⁴

En conclusión, el término crisis denota una ruptura con lo cotidiano y cada una es diferente, y, según se observa hay características comunes, como es el hecho de que son: acontecimientos impredecibles; situaciones en donde la información es escasa; de interés y atractivo social; además de que el margen de maniobra para su atención es muy reducido, pero exigen la toma de decisiones y respuestas rápidas.

Por tanto, ya identificados nuestros factores de riesgo, empezaremos por definir los conceptos de rumor, filtraciones, falsos testimonios (chantajes), trascendidos, mentiras elaboradas e infodemia, en la eventual idea de que, como profesionales

² López Túnuez, M. (Coordinador). *Comunicación Preventiva: Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. Netbiblo. España, 2007. Pp. 53 y 54.

³ Aldea, Ana, et al. *Crisis de comunicación on line*. Disponible en <http://unadocenade.com/wp-content/uploads/2014/01/Crisis-de-Comunicacion-Online.pdf>. Consultado octubre 2019.

⁴ Eslava, Carolina. Curso: *Comunicación para Líderes*. Junio 2013.

de la comunicación, tarde o temprano estaremos expuestos en la atención de alguno de estos procesos de la desinformación, expresados e interpretados en este estudio como situaciones generadoras de crisis informativas.

1.1 Rumores.

En su acepción más simple, según una definición en el diccionario “Ciencia del lenguaje y arte del estilo”, Rumor es una voz pública, un ruido confuso, un murmullo, un runrún, una publicación, un chisme o una murmuración.⁵ Es una información no verificada oficialmente, que se transmite por lo general de boca en boca, con características de veracidad respecto a una persona, objeto, o suceso de interés público⁶, acota Jean Noël Kapferer, Pero igualmente hay quien se refiere a este hecho (el rumor) como una variante del condicional de conjetura o hipótesis empleada especialmente en el lenguaje periodístico para expresar conjetura cuando se ofrece una noticia de cuya veracidad se tiene alguna duda.

En libros de corrección de estilo, como el de *El País*⁷ no sólo se desaconseja este uso sino que lo prohíbe, puesto que considera que, además de ser incorrecto gramaticalmente, resta crédito a la información. En tanto que La Real Academia de la Lengua (RAE) en la Nueva gramática no la considera incorrecta y añade que la razón por la que se rechaza en los libros de estilo es porque el rumor no debe ser presentado como noticia.

Justo Fernández López asegura que “En español se usa mucho el condicional para expresar un hecho dudoso o no garantizado, es decir, un rumor. Este uso del condicional con valor conjetural o de información no asegurada se ha extendido últimamente en el lenguaje periodístico tanto en España como en Hispanoamérica. Muchos autores ven en este uso del condicional un galicismo⁸ rechazable y

⁵ Alonso, Martín. *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. Aguilar (Editorial Calypso). México, 1990.

⁶ Kapferer, Jean Noël. *Rumeurs*. París, edición du seuil-1987.

⁷ *El País. Libro de Estilo*. Editorial Aguilar. Edición 2004.

⁸Un galicismo es un extranjerismo derivado del francés e incorporado al español u otros idiomas (Rumeurs, Amateur, Boutique, Collage, etc).

aconsejan sustituirlo por las expresiones españolas: Se dice que ... / Parece ser que ... / Al parecer ... / Aseguran que ... / Es probable que ... / Es posible que ...”⁹

El mismo autor agrega que “Se denomina así al empleo del tiempo condicional para indicar que el redactor o periodista cuenta una noticia que no está comprobada o tomada de una fuente dudosa. (...) Se trata de un empleo periodístico que cuenta con un gran número de detractores y del mismo modo con un gran número de usuarios”.

En resumen, apunta que “La denominación de condicional de rumor¹⁰ no es muy afortunada, mejor sería denominarlo condicional con valor conjetural, condicional de conjetura, condicional de información no probada, condicional de información no contrastada, condicional de información no asegurada”.

Según Fernando Lázaro Carreter¹¹, utilizar el condicional de rumor para expresar que no se sabe algo con certeza es un claro barbarismo de procedencia gala, es un galicismo (rumeur): Pero el idioma cuenta, para advertir que algo no está comprobado, con propios y acreditados recursos. “Hay versiones no confirmadas que aseguran que...”, sería un ejemplo del uso de ese lenguaje.

Con el uso del “condicional de rumor” como medio para expresar cautela epistemológica, el periodista deja a salvo su responsabilidad y no se compromete con la validez de su información.

Sobre el tema, Allport y Postman¹², definen al rumor como una “proposición relacionada con los acontecimientos cotidianos, transmitidos de persona a persona con el objeto de que todos creen en él, sin que existan datos concretos que permitan verificar su exactitud.”

⁹ Fernández López, Justo. *Condicional de rumor o de información no asegurada*. Disponible en: <http://hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Condicional%20de%20rumor.htm>. Consultado octubre 2019.

¹⁰ Fernández López, Justo. *Ibidem*.

¹¹ Lázaro Carreter, Fernando. Columna: *El dardo en la palabra*. *El País*, 1999. España.

¹² Allport, Gordon W., Postman, Leo. *Psicología del Rumor*. Editorial Psique. Buenos Aires. Edición 1976.

Al respecto, autores como Katz y Kahn (1981)¹³ hablan de que la comunicación horizontal debe ser vista como un tipo de comunicación informal más que formal. Dicho de otro modo, la comunicación horizontal se dará a través de redes de información personales y sociales, más que por autoridad oficial o formal, y su mayor importancia estriba en el impacto que esta información tiene en las personas como tales, más que por su posición formal o nivel jerárquico en la organización. Por lo mismo, la comunicación horizontal será más flexible e inestable (su control será más difícil).

La comunicación horizontal se desarrolla entre personas de un mismo nivel jerárquico, en donde los individuos tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí y está relacionada con la formación de grupos dentro de una organización. Según Alberto Martínez de Velasco¹⁴, se da:

- a) Entre miembros del mismo grupo.
- b) Entre miembros de distintos grupos.
- c) Entre miembros de distintos departamentos.
- d) Entre la línea y el estaf (grupo de asesores especialistas).

La mayoría de las veces, cuando se habla de comunicación informal, la gente tiende a relacionarla con una de sus modalidades: el rumor, y por ello la consideran negativa.

Ahora bien, según los mismos autores (Katz y Kahn), la comunicación informal también puede transmitir noticias y/o comentarios no dañinos e, incluso, benéficos y normales.

¹³ Katz, D. y Kahn, R., *Psicología social de las organizaciones*. Trillas, México, 1981.

¹⁴ Martínez de Velasco, Alberto, Et al. *Comunicación Organizacional Práctica*. Editorial Trillas. Barcelona, España. 4ª. Edición, 2004.

Cuadro 1.- Comunicación informal:

Noticias	En éste, el estilo de la comunicación informal, se transmiten anuncios de un suceso reciente que contiene fundamentos, pero que no se ha confirmado por una fuente digna de crédito.
Comentarios	De tipo verbal e interpersonales. Estos se pueden catalogar como interpretaciones de noticias, de informaciones o de textos. En ocasiones los comentarios sirven de preámbulo a la comunicación formal para establecer buenas bases de un reporte o incluso con el objetivo de disminuir tensiones en una reunión. “¿ya leíste el libro...?”, “¿viste lo que declaró ...?; yo lo interpreto como...”
Rumores	Es la parte dañina de la comunicación informal, ya que por lo general es ambigua, carece de fundamentos y en su difusión las personas que los transmiten filtran y seleccionan aquellos sucesos que mayor impacto les causan, distorsionando el sentido del mensaje original. Por ejemplo: “es un hecho que en el próximo periodo los aumentos mínimos serán del 40%”

Fuente: Martínez de Velasco, Alberto, Et al. Comunicación Organizacional Práctica.

El rumor “es un mercado negro de la información”, sostiene Jean Noël Kapferer¹⁵ porque es un instrumento de persuasión que la gente utiliza en su afán de convencer sobre algún tema en particular pero que por lo general no tiene ninguna respuesta o justificación oficial sobre la misma.

¿Información o rumor? Para muchos lectores, radioescuchas, televidentes o en general los receptores de noticias, mensajes o comentarios –precisa Kapferer- nos cuesta trabajo diferenciar entre lo que es verdadero o falso y en este caso se dice

¹⁵ Kapferer, Jean Noël. Op cit.

que se le puede llamar información a todo lo que se considera verídico y rumor a lo que provoca duda, lo que en principio complica aún más la recepción de informaciones o rumores porque a la vista de todos hay una línea o división casi imperceptible entre ambas.

En general los autores referidos delimitan que los rumores tratan siempre de acontecimientos con dos características primordiales: importancia y ambigüedad. Dicen que cuando existen estos dos elementos surge el rumor a manera de interpretación. Y agregan que el rumor es una acción colectiva que intenta dar un sentido a hechos no explicados, por lo que muchas veces aquello que resulta misterioso constituye una base ideal para la generación de rumores, y en general éstos no sólo se refieren a sucesos sino igualmente a personas.

Kapferer concluye que “el rumor expresa un fenómeno definido por su fuente (no oficial), su proceso (difusión en cadena), y su contenido (aspecto noticioso de un acontecimiento actual).”

Allport y Postman aclaran que se trata de un comportamiento social en el que un grupo de personas son las que intervienen, son las que dan vida al escucharlo y transmitirlo a los demás. Así, cuando escuchamos una información que nos resulta un tanto agradable y complaciente a nuestro interior, por lo general la creemos cierta y la transmitimos.

En materia de periodismo, José María Caminos Marcet precisa que:

“Los rumores no son noticia. Por tanto, no forma parte del campo de la ética y la deontología¹⁶ de la profesión periodística la publicación de ‘hechos’ que se sustentan exclusivamente en rumores. Eso no quiere decir, desafortunadamente, que en ocasiones los medios de comunicación no publiquen informaciones apoyadas en el rumor.

La difusión de un rumor conduce inevitablemente a la elaboración de textos cuya veracidad es imposible de comprobar -por la propia esencia del rumor-. La utilización de un rumor como única base de la información difundida

¹⁶ Como deontología se denomina la ciencia que trata sobre el conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral.

<https://www.significados.com/deontologia/>. Página consultada en febrero de 2020

obliga al redactor a utilizar en el texto expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ u otras similares que no hacen sino poner en evidencia que los datos publicados no han sido contrastados o que se trata simplemente de hipótesis sin confirmar, que no se sustentan por medio de hechos objetivos y contrastados”.¹⁷

Ejemplo de rumor: Frida Sofía, la niña que nunca existió en el sismo de 2017.

- “El mito de una presunta sobreviviente de la tragedia del Colegio Enrique Rébsamen creció como bola de nieve al punto que hasta las autoridades aseguraron que estaban a minutos de rescatarla.

Frida Sofía se convirtió en hashtag, en trending tópic y en el símbolo de una gran tragedia dentro de la tragedia que fue el sismo que sacudió a la Ciudad de México el 19 de septiembre.

Periodistas y medios de comunicación presumieron haber tenido acceso a información que les permitió primero saber que había una niña viva, después, que se llamaba Frida y tenía ocho años. (...). Después vino la versión de que había dicho a los rescatistas que había más niños junto con ella.

A partir de ahí empezaron a correr distintas versiones (ver recuadro¹⁸). (...)

El miércoles por la noche se informó que la niña estaba sepultada un piso más abajo de lo que se pensaba y que el rescate se demoraría.

El jueves por la mañana, ante la ausencia de los padres, empezaron a surgir versiones de que Frida Sofía no existía.

Después de mediodía (dos días después de la tragedia), de imprevisto, el subsecretario de Marina, Enrique Sarmiento Beltrán, llegó hasta la zona donde estaban ubicados los medios de comunicación que esperaban por el rescate en el interior de las ruinas del Colegio, que independientemente de Frida se convirtió en el emblema de la tragedia.

RUMORES

“Es una guerrera”, “dicen que ‘ya movió sus deditos’”, “puro invento de los medios”, “se comunicó por whatsapp”, “es ‘un angelito’ que guía a los socorristas”.

Son algunos rumores que diversos medios difundieron sobre “Frida Sofía” en redes sociales.

¹⁷ Caminos Marcet, José María. *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Editorial Síntesis. Madrid España, 1997. Pp. 197

¹⁸ Álvaro Cortés. *Sopitas.com*: La historia del rescate de Frida Sofía, la ‘misteriosa niña’ del Colegio Rébsamen. 19 de septiembre 2019. Disponible en <https://www.sopitas.com/noticias/frida-sofia-colegio-rebsamen/>. Consultado el 22 noviembre de 2019.

‘Queremos puntualizar que con la versión que se sacó, del nombre de una niña, no tenemos conocimiento. Nunca tuvimos conocimiento, nunca tuvimos conocimiento de esa versión, y creemos, no creemos, estamos seguros, de que no fue una realidad’, aclaró”¹⁹.

Como se puede observar, el ejemplo trata un hecho noticioso, hay algo de verdad, pero también hay elementos conocidos como verdades a medias. Los rumores, la mayoría de las veces, tienen que ver con los sentimientos personales, ya que éstos dependen más de la forma en que son percibidos (Así quisieran que fuera) que de los propios hechos.

Es decir, al igual que sucede en la mayoría de los casos donde se presentan los rumores, estos hechos por lo general son medias verdades, pero el proceso comunicativo que se da alrededor provocan momentos difíciles y de riesgos inimaginables si éstos no se detienen o atajan a tiempo con la verdad. Sirva entonces la ilustración que, mediante su Gato Culto, el escritor Paco Ignacio Taibo I hace para el ejemplar *Para Leer de boleto en el Metro (2008)*, con una reflexión sobre el rumor:



¹⁹ Fregoso, Juliana. Frida Sofía: cómo nació la mentira que tuvo al mundo en vilo por una niña que nunca existió. Disponible en <https://www.infobae.com/america/>. Consultado el 22 de noviembre 2019.

Podemos concluir entonces que un rumor tiene por objeto convencer, es una información “no verificada”, se difunde con mucha rapidez, se transmite de boca a boca y por observación, y la velocidad con que se transmite hace que sea difícil detenerlos, pero al fin de cuentas puede ser que no sea una información del todo falsa. Después de esto es comprensible que el rumor no se caracterice por decir o sostener versiones verdaderas o falsas, sino se caracteriza por no tener una fuente oficial.

1.2 Filtraciones.

Las filtraciones son recursos recurrentes tanto en notas informativas como en comentarios dentro del periodismo mexicano y ni hablar de las redes sociales, otra vez estamos ante una derivación de la llamada comunicación horizontal. Al respecto, hay quienes afirman que a veces lo que se publica no es periodismo de investigación, sino periodismo de filtración.

Petra Secanella²⁰, define “los tres requisitos trascendentales para considerar un trabajo encuadrado en el periodismo de investigación: Que sea el resultado del trabajo del periodista, no la información elaborada por profesionales como la Policía; que el objeto de la investigación sea razonablemente importante para un gran sector de la población; y que los investigados intenten esconder esos datos al público”.

“El periodismo de investigación tiene un sello de identidad propio, caracterizado porque va más allá y busca esa información que no circula por los cauces normales. Es un periodismo profundo, que exige tiempo y dedicación, búsqueda constante”.²¹

En general, trabajadores de la información y periodistas utilizan este recurso (las filtraciones informativas) bajo conceptos que indican que lo informado no necesariamente tiene una fuente de credibilidad o veracidad del asunto, ya que lo

²⁰ Secanella Lizano, Petra M., *Periodismo de investigación*. Editorial Tecnos. Madrid, España. 1986.

²¹ Rodríguez, Pepe. *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Editorial Paidós. Barcelona, España. 1994.

mismo se habla de “trascendidos” que de “fuentes bien informadas”; “fuentes a las que se les resguarda su personalidad, por seguridad”; “fuentes que pidieron el anonimato” o bien “fuentes a las que les protege para evitar represalias” o porque son “mis fuentes”, pero que en todos los casos la emisión o publicación de estas informaciones enrarecen el clima informativo en el panorama nacional o bien puede afectar reputaciones de familias o personas en particular.

Las filtraciones muy pocas veces ofrecen pruebas que sustenten sus dichos y la mayoría de éstas dan por hecho lo filtrado al amparo del tan socorrido refrán que sentencia “el que calla otorga”, ya que ante la evidencia de falta de pruebas y la incredulidad que se genera, los afectados raramente emiten desmentidos al respecto, aunque queda claro que “el silencio” no puede ser considerado como sinónimo de exculpación.

El escritor y periodista José Carreño Carlón²² describe que “si el que calla no otorga, el silencio prolongado de los condenados tampoco es una buena estrategia de defensa. No exculpa de los cargos en el tribunal de los medios y mantiene sometidos a los sentenciados a la espiral del silencio”, y agrega que, rumores y filtraciones, sólo se pueden romper con un ejercicio de verdadera satisfacción del derecho a la información de las audiencias: la ventilación de los intereses particulares en juego en esta ruptura, los montos pecuniarios hasta ahora ocultos en el discurso de las libertades.

Dice que “si esto pertenece al ámbito privado, en nada afecta el interés público de las libertades. Pero si se insiste en el discurso de las libertades, los intereses privados que están atrás se vuelven del interés público”.

Entonces, uno de los mayores retos para el manejo de situaciones de crisis informativa aparece cuando la(s) persona(s) señalada(s) o las empresas y/o instituciones en crisis se enfrentan a la misión de enfrentar su inocencia. Y, si bien, en los modernos tribunales de derecho no hay duda de que quien acusa es quien

²² Carreño Carlón, José. *Aristegui o la “prueba diabólica”*. *Diario El Universal*. México, 18 marzo, 2015. Pp A-18.

tiene que probar los cargos, ese principio elemental de todo sistema de justicia civilizado suele aplastarse en los tribunales paralelos de opinión en que se erigen con frecuencia los medios tradicionales y las redes sociodigitales.

¿Qué es una filtración y cómo se utilizan? Las filtraciones son un dato o un conjunto de datos procedentes de una o varias fuentes que desean mantenerse en el anonimato por diversas razones, referidos a acontecimientos que pueden impactar con suma facilidad y rapidez a quienes van dirigidos, sea una o varias personas o instituciones en su conjunto, aclarando que en la mayoría de las veces estas informaciones son verdaderas.

José Woldenberg señala que “la filtración es siempre una información parcial, cuya fuente nunca se puede ubicar con precisión. Es un producto altamente buscado por ciertos medios de comunicación, y eventualmente puede servir para establecer una relación de colaboración entre la fuente oculta y el difusor. Sin duda, aclara, vende periódicos y aumenta el rating, pero nada tiene que ver con la justicia”²³.

En su artículo, el politólogo y analista social opina que en México la filtración es con frecuencia usada en columnas periodísticas y que, por abuso o escasez de datos oficiales, la utilización de este recurso se ha vuelto una práctica cotidiana en el ejercicio periodístico bajo métodos sencillos: cualquier información –cierta o falsa- de la que no hay personaje responsable, se atribuye a “fuentes confiables”, “funcionarios gubernamentales que pidieron no ser identificados”, “en círculos oficiales se dijo”, “informaciones que solicitaron el anonimato”, y así, en general, nunca se identifica a la fuente.

Por su parte, el periodista uruguayo Héctor Borrat²⁴ menciona que hay una nomenclatura significativamente amplia para referirse a lo que la práctica profesional denomina “filtraciones” (leaks), pero reconoce que “no es fácil dar una definición de filtración pues una buena parte de los periodistas la dan por supuesta, la expanden o contraen según las circunstancias”.

²³ Woldenberg, José. *Las Filtraciones*. La Jornada. México, 22 de abril de 1995. pp. 1, 5.

²⁴ Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona, Ed. Gustavo Gili. 1989. P 72.

Las filtraciones no tienen un fin definido, pero en general este tipo de informaciones sirven para alertar sobre algo a alguien; para dañar la fama pública de alguna persona; pueden ser utilizadas inclusive para conocer la reacción de la opinión pública sobre algún asunto en particular o para medir la aceptación o rechazo de alguna nueva medida.

“Lo mismo para ‘filtrar’ información cierta que para publicar rumores, especulaciones y hasta menciones propias o ajenas, ingenuas o intencionadas, ‘voladas’ (información falsa o exagerada a partir de algún dato cierto), para suplir deficiencias reporteriles, para intentar ‘ganar la nota’, para presumir de contar con información privilegiada o exclusiva, o por necesidad, para sustituir la falta de información oficial”²⁵.

En fin, es posible que, en ese afán de ganar la nota, de ser exclusivos o de querer adelantarse a los hechos, las filtraciones informativas nunca desaparezcan e incluso sobre este tema hay opiniones encontradas unas de aceptación y la mayoría de rechazo.

Ejemplo de filtración: México pide a España que se disculpe por la conquista de 1521.

- El diario español *El País*, publicó una nota²⁶ con carácter de exclusividad relacionada con el país México, primero en la red social *Twitter* y luego en primera plana de la edición escrita. La nota trata sobre el contenido de una misiva enviada por el presidente Andrés Manuel López Obrador a los Reyes de la península ibérica, solicitando a España una disculpa por los abusos cometidos contra los pueblos originarios durante la Conquista de la Nueva España. Según se supo, Javier Lafuente, corresponsal en México del diario madrileño *El País*, obtuvo la información de la carta el lunes temprano (25 marzo 2019).

FILTRACIÓN

El gobierno mexicano reconoció que alguien de su equipo filtró la misiva, aunque no se supo si el hecho tuvo una motivación deliberada o se trató de un error involuntario de alguno de los colaboradores del presidente López Obrador, pero de que fue una filtración informativa, de eso no hubo duda.

Vale aclarar que en este caso se nota con claridad la protección de la fuente y el secreto profesional del periodista y también de un obstáculo al derecho de acceso a la información pública.

²⁵ Gerardo Galarza. “El gobierno prefiere informar a la prensa extranjera y con los periódicos mexicanos juega a las filtraciones. Proceso 959. México, 20 de marzo de 1995. pp. 10-11.

²⁶ *El País*. *México pide a España que se disculpe por la conquista*. Martes 26 de marzo 2019. Primera plana.

La noticia dada a conocer no se podría catalogar como una información producto de una investigación periodística dado que fue producto de una filtración, lo extraño del asunto es que, ni del lado mexicano ni de las autoridades españolas, nadie se atribuyó haber dado a conocer la misiva enviada con carácter privado.

Tuvieron que pasar casi 24 horas, desde su difusión, para que el gobierno mexicano admitiera el hecho y después de varios días, y hasta la fecha, nadie del gobierno mexicano, acepta tener la posesión de una copia del escrito.

Como colofón a este tema, el 10 de octubre de 2019, el periodista Carlos Loret²⁷ aclara en su columna De Oficio Reportero, en páginas de *El Universal*, que no fue una carta sino dos, una enviada al Rey Felipe VI de España, y la otra remitida al Papa Francisco. Una de ellas fue filtrada.

El ejemplo da claridad de lo que se entiende por filtración. En este caso la fuente nunca estuvo identificada pero la información fue surgiendo cada vez con más fuerza y credibilidad, y cada vez con mayor interés público, por tanto de la noticia no se puede hablar de un periodismo de investigación, pero sí de una filtración, que a su vez dio origen al rumor como forma de desinformación y proveyó de material a la opinión pública para apelar al Derecho al Acceso de la Información, por tratarse de un documento generado en la administración pública.

En ese sentido, hay que recordar que una característica de la comunicación informal es su capacidad de filtrarse incluso por las redes de información más cercanas de una compañía, dependencia u organización, debido a que corta la línea organizacional y afecta a las personas que están directamente involucradas en el asunto. La comunicación informal es una fuente muy popular de información confidencial, pero por lo general no confirmada.

²⁷ Loret De Mola, Carlos. Diario *El Universal*, Columna Historias de Reportero (*Las cartas perdidas de AMLO*). Jueves 10 octubre 2019. Sección Opinión. Disponible en <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/carlos-loret-de-mola/las-cartas-perdidas-de-amlo>. Consultado el 31 octubre 2019.

Cuadro 2.- **Causas y características de la comunicación informal**

Causas	Características
Nerviosismo e inseguridad	Retroalimenta la información.
Falta de información	Traduce la información formal a un lenguaje más accesible, se inventa o se agregan datos
Asunto de interés	Hace saber extraoficialmente mensajes de relevancia
Informaciones recientes	Es más rápida y flexible
Contacto interpersonal	Es incompleta

Fuente: Con base a la información proporcionada en el libro de Alberto Martínez Velasco, et al. Comunicación Organizacional Práctica.

Por tanto, si quisiéramos encontrar una conclusión al respecto es que en su utilización las filtraciones deben ser materia prima de una información, no la información misma, ya que estas deben ser confirmadas para ofrecer a la opinión pública hechos, datos, reportajes, los más cercanos a la realidad y su uso se debe hacer con el mayor cuidado para que quien la escriba no pierda credibilidad o en respuesta tenga un desmentido.

Al tratar de encontrar una definición del término filtraciones, no hay que perder de vista lo que al respecto señala Fernando Rueda Rieu, pues a pesar de la relevancia del tema en la práctica del periodismo, destaca que “hay que tener en cuenta la dificultad de su estudio dada la necesidad de los informadores de ocultar la identidad de las fuentes”²⁸ y observa que con frecuencia lo que se publica no es periodismo de investigación, “sino periodismo de filtración”, en todo caso, sugiere, tener mucho cuidado con la utilización de este recurso para no confundirlo con el periodismo de investigación.

²⁸ Rueda Rieu, Fernando. “*Estudios sobre el mensaje periodístico*”. Vol. 20, Núm. 1, 2014, Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Pp 53.

1.3 Falsos testimonios (chantaje).

El crítico literario, semiólogo, comunicólogo y escritor, Umberto Eco –en una entrevista para el reportero Juan Cruz, del *Diario El País*- define al chantaje como un mal ejemplo de lo que hoy en día se practica en lo que él llama “periodismo de fango”. El chantaje es el tema en su novela que intitula “*Número Cero*”, donde el personaje principal es un editor el cual concibe un periódico que nunca va a salir, para dar miedo, para chantajear. Durante la entrevista, Eco destaca que:

“El chantaje consiste en anunciar una documentación, un informe. La carpeta puede estar vacía, pero la amenaza de que existe basta: cada uno de nosotros tiene un cadáver en el armario o a lo mejor ha tenido una multa por exceso de velocidad hace treinta años. La amenaza de la existencia de un dossier es fundamental. La técnica del expediente es como la técnica del secreto. Filósofos ilustres como Simmel y otros han dicho que el secreto más poderoso es el secreto vacío. Además, es una técnica infantil: el niño dice (burlándose): ‘¡Yo sé una cosa que tú no sabes!’. Decir que sabes una cosa que el otro no sabe es una amenaza. Muchos de los secretos están vacíos y por eso son mucho más poderosos.”²⁹

El autor de *Número Cero*, agrega que lo llamativo de su historia de ficción es que cuando habla de un periodismo malo “todos los periódicos tratan de hacer creer que se está hablando de otros... Muchos diarios se han reconocido en *Número Cero*, pero han hecho como que estaba hablando de otro”, y concluye que el internet es un vivo ejemplo de lo que se le puede llamar periodismo malo “si sabes que estás leyendo un periodismo como *El País*, *La República*, *Il Corriere della Sera*..., puedes pensar que existe un cierto control de la noticia y te fías... (...) Con internet sucede todo lo contrario: te fías de todo porque no sabes diferenciar de entre la fuente acreditada y la disparatada”.

Lo que nos relata Umberto Eco es un hecho fantasioso, pero en la cotidianidad de nuestras vidas no deja de ser una realidad y en el ejercicio periodístico habría que preguntar quién no ha estado frente a informaciones dolosas cuya finalidad es

²⁹ Cruz Juan. *Umberto Eco. “Internet puede tomar el puesto del periódico malo”*. Entrevista para el diario *El País* (Semanal). - España, 30 de marzo de 2015. Disponible en https://elpais.com/elpais/2015/03/26/eps/1427393303_512601.html. Consultado. Consultado en septiembre 2019.

dañar la imagen de alguna persona o institución y cuando se dan esos falsos testimonios nos preguntamos ¿A quién le creemos o quién dice la verdad?

Y en el tema que nos ocupa, uno de los problemas de un falso testimonio es que después hay que inventar otras mentiras para cubrir la primera y eso hace que una situación de crisis se agrave el problema crezca como bola de nieve.

Ejemplo de falso testimonio: No hay mejor ejemplo que el apagón del 28 de diciembre de 2020, el cual dejó sin energía eléctrica a 15 entidades federativas y a 10.3 millones de personas, en cuya justificación por parte de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) se argumenta “que se registró un “desbalance”, es decir, una diferencia importante entre la carga y la generación de energía, lo que derivó en que salieran de operación plantas eólicas y solares, además de 16 convencionales, aquellas que trabajan con combustibles fósiles y que al menos cinco grandes líneas de transmisión dejaron de funcionar, las dos que corren de Ciudad Victoria a Linares, Nuevo León; dos más entre Mazatlán y Tepic, y la que va de Durango a Fresnillo”.

Un día después, el 29 de diciembre del mismo año, en videoconferencia, las autoridades de la CFE dijeron que el apagón tuvo su origen en la quema de un pastizal en Tamaulipas. “informó que un incendio en 30 hectáreas de pastizales en el municipio de Padilla, Tamaulipas, provocó la salida de operación de dos líneas de transmisión en 400 kV, ubicadas entre Ciudad Victoria, Tamaulipas y Linares, Nuevo León (donde se encuentran las subestaciones Lajas y Güémez), lo que originó el desbalance en el Sistema Eléctrico Nacional (SEN) que dejó sin suministro

FALSO TESTIMONIO

El gobierno del estado de Tamaulipas señaló que el oficio presentado por la CFE era falso e indicó que el referido documento no fue generado por servidor alguno de Protección Civil estatal, por tanto denunció que había una falsificación de firma e incluso el gobierno estatal pidió investigar a los responsables de elaborar y difundir documentos apócrifos.

eléctrico a 10.3 millones de usuarios en el país”.³⁰ La información tuvo difusión en varios medios.

“En un giro inesperado de la polémica sobre el apagón de finales de diciembre en México, la Comisión Federal de Electricidad (CFE) ha reconocido que el oficio que presentó para justificar la falla en la red es falso. El 29 de diciembre, dos días después del corte eléctrico, que dejó sin luz a más de 10 millones de personas, la paraestatal informó de que un incendio en un pastizal en Tamaulipas había originado el problema. Como prueba, la compañía presentó un supuesto oficio de la coordinación de Protección Civil del Estado. Pero ahora, la propia CFE reconoce que el oficio es falso, “apócrifo”, según un comunicado divulgado este martes”.³¹

Entonces, considerando que la noticia no es un falso testimonio originado en el trabajo periodístico y que la materia prima del periodismo son los acontecimientos, donde las versiones que se hagan públicas deben estar sustentadas por la verificación de la información, la confirmación de las fuentes informativas y la revisión de documentos, el problema surge cuando, no obstante del cumplimiento de esos requisitos de la investigación periodística, un elemento principal que provoca riesgos y que puede derivar en una crisis informativa es cuando hay falsos testimonios de por medio de parte de quienes generan la información, sea para chantajear o simplemente se miente para sacar provecho de algo, en ese contexto vale citar al periodista boliviano Hernán Cabrera Maraz, especialista en temas de periodismo de investigación, cuando prologa el libro *“No levantarás falsos testimonios”*³². Al inferir casos de falsos testimonios, señala que:

“El camino a seguir, que tampoco es la invención de la pólvora, o el descubrimiento de moda o algo imposible de asumir; sencillamente significa poner en práctica lo que, en la familia, en el colegio, en las universidades nos enseñaron, y que además la vida nos grita que hagamos: El periodismo no es manipulación de los hechos, ni tergiversación de las declaraciones.

³⁰ <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cfe-presento-un-documento-falso-sobre-incendio-que-causo-apagon-proteccion-civil-de-tamaulipas>. Información consultada el 5 de enero de 2021.

³¹ <https://elpais.com/mexico/economia/2021-01-06/la-cfe-reconoce-que-presento-un-documento-falso-para-justificar-el-apagon-masivo-de-fin-de-ano.html>. Consulta realizada el 12 de enero de 2021.

³² Gómez Vela, Andrés. *No levantarás falsos testimonios. Ética para hacer un buen periodismo y defenderse de malos propietarios y periodistas*. Editorial Gente Común. La Paz, Bolivia. 2010. Pp. 295.

El periodismo no se basa en las mentiras, ni en las verdades a medias. La mentira no es noticia.

El periodismo no tiene por fin destruir o denigrar, ni está facultado para utilizar armas innobles, como los insultos, las acusaciones, la difamación, la calumnia. La libertad de expresión tiene límites, y esos límites los marca la ética... (...)

El periodismo no es la caja de resonancia de las declaraciones y acusaciones que se hacen entre rivales, ni tampoco es el medio para conseguir favores y privilegios”.

Por todo ello, no se debe omitir lo que recomiendan los profesionales del ejercicio periodístico, en el sentido de que antes de dar por verdadera una información o publicarla, esta tiene que estar en el apoyo de tres reglas básicas: Contar con el apoyo de testimonios distintos, es decir que se contraste; Que no contenga interés contra el objeto de investigación y, sobre todo provenir de una fuente fidedigna y fiable.

En ese contexto, en este trabajo se coincide con los que Hernán Cabrera define perfectamente. Que el trabajo del periodista, y su valor, se prueba en su dimensión ética, y ésta se conoce en el periodismo cuando se ejerce la profesión.

1.4 Trascendidos.

En concordancia con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, un trascendido es una “noticia que por vía no oficial adquiere carácter público”.³³

Claudio Minoldo³⁴ define al respecto que: “Son las famosas noticias en las que un comunicador se cubre poniendo verbos en potencial: “habría” “sería” “estaría”. No pueden tomarse (advierte) nunca como información fiable, veraz. Aunque también es cierto (reconoce) que muchos rumores (trascendidos) después se confirman, no es propio del oficio del periodista abusar de esos subgéneros”, y agrega que “Cualquiera que haya pasado por una escuela de periodismo o haya tenido un

³³ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Disponible en <https://dle.rae.es/trascendido>. Consultado el 25 de noviembre de 2019.

³⁴ Minoldo, Claudio. Rumor, versión, trascendido. Semanario Independiente primer día (digital). Disponible en <http://www.semanarioprimerdia.com.ar/>, consultado el 27 de noviembre de 2019.

buen maestro en el oficio, sabrá que se trata de pseudoformas de informar, un subgénero”.

Minoldo añade que este tipo de desinformación, subgénero del periodismo, como él lo llama, no puede ser otra cosa más que informaciones inexactas, aproximadas, deformadas y sin una procedencia confiable. Y aclara que, en la sociedad de la información, las redes sociodigitales son las principales divulgadoras de este fenómeno informativo. Mensajes en “los que alguien dice que el cuñado del primo del tío del bisabuelo le confirmó algo”.

Por otra parte, *Proceso.com*, en su versión digital, apunta que “prácticas como ‘el chisme, el rumor y el trascendido’, serán siempre una información indirecta sujeta a comprobación y carente de veracidad”.³⁵

En ese contexto, en *Red Forbes* digital se comenta que, al igual que con las filtraciones, en los trascendidos la fuente de información original queda bajo reserva, garantizada por el secreto profesional del periodista y “contrario a la filtración, en la que por lo general sólo basta la información puntual suministrada por la fuente informativa, un trascendido requiere de datos y documentos que den sustento a lo que se va a comunicar o de testigos que, eventualmente, pueden dar fe de la veracidad de la información”³⁶ y destaca que bajo este formato de la desinformación se han conocido casos de corrupción, investigaciones judiciales sobre personajes destacados, fraudes, enriquecimientos inexplicables, intentos de homicidio, etc.

En síntesis, ante esta otra forma de la desinformación, una vez más estamos ante la necesidad de verificar nuestras fuentes y contrastar la información, porque un trascendido también puede ser interpretado como un sinónimo de manipulación y en este caso no está por demás la recomendación de los especialistas en el

³⁵ Proceso.com. Vicios periodísticos. Disponible en <https://www.proceso.com.mx/194497/vicios-periodisticos>. Consultado el 27 de noviembre de 2019.

³⁶ Maraboto, Mario. Red Forbes (digital). ¿Filtraciones, trascendidos o... ganas de fastidiar? Disponible en <https://www.forbes.com.mx/filtraciones-trascendidos-o-ganas-de-fastidiar/>. Consultado el 27 de noviembre de 2019.

sentido de la confirmación de las fuentes, ya que, como hemos reiterado, cuando una noticia es cierta por lo regular ésta viene acompañada de fuentes o se citan documentos oficiales, ejercicio que sin duda genera transparencia a la información.

1.5 Noticias falsas, mentiras elaboradas. (Fake news).

En este trabajo no podemos dejar a un lado la forma de desinformación denominada mentira (noticias falsas o elaboradas) que valga aclarar, en la era digital son conocidas como *Fake news*.

Guy Durandin, en su libro *La información, la desinformación y la realidad*, dice que la mentira se puede definir conceptualmente a partir de seis elementos:

“La existencia de una diferencia entre el conocimiento, la realidad y el discurso; la intención de engañar; los motivos de la mentira; los objetivos; los destinatarios; los métodos: signos, operaciones, canales.

(...) La mentira queda definida pues como una divergencia entre el discurso y el conocimiento y no, de forma inmediata, como una discordancia entre el discurso y la realidad misma”³⁷.

El mismo autor destaca que en esta definición se debe detectar la intención de engañar, pues esta establece la diferencia que distingue a la mentira del error involuntario. Además, señala que en las mentiras entre personas se pueden distinguir dos grandes categorías, donde unas sirven a los intereses propios y otra, llamadas caritativas, en principio obedecen al interés del prójimo, al tiempo que advierte que, en la desinformación no existen mentiras “piadosas o caritativas” ya que éstas se realizan en interés del desinformador y por lo general perjudica al interlocutor o bien a un tercero por medio de éste.

José María Caminos Marcet, escribe al respecto:

“La Desinformación precisa siempre de intencionalidad. El Emisor de mensajes desinformativos lo hace conscientemente para crear confusión. Si no existe intención no hay mensaje desinformador. Puede existir falta de

³⁷ Durandin, Guy. *La información, la desinformación y la realidad*. Ediciones Paidós. Barcelona, España. 1995. Pp. 31.

profesionalidad o cierta desidia del profesional que difunde un mensaje sin contrastar perfectamente sus fuentes de información, pero no hay intención desinformadora aunque los efectos finales pueden ser similares”³⁸.

En otras palabras, desinformar o mentir son sinónimos de conflictos, sean de la naturaleza que sean, porque como bien plantea el periodista Pablo Hiriart, al retomar un dicho popular, “cuando te das cuenta de que la verdad es mentira, lo que sigue es la ira”.³⁹

En cuanto a la desinformación que claramente es intencional y consciente, Caminos Marcet destaca que “Con la difusión de mensajes desinformadores el emisor no sólo consigue que el receptor se oriente hacia reacciones previamente pensadas y estudiadas, sino que el receptor camine en la dirección que el emisor pretende establecer”⁴⁰.

El autor agrega que en ocasiones el medio de comunicación puede ser “víctima inocente” de los mensajes desinformativos que recibe de sus fuentes y que para evitar ese tipo de desafortunadas situaciones los medios de comunicación deben mantenerse siempre alertas y ser conscientes de que puede existir alguien que intente manipularlos.

“Para defenderse contra la desinformación y la intoxicación informativa los medios de comunicación deben apostar por un periodismo de investigación en el que el periodista sea muchos más protagonista que sus fuentes, que tome la iniciativa; un periodismo en el que es él quien descubre las historias y no son fuentes anónimas las que se las facilitan acabadas y dispuestas ya para publicar”⁴¹.

Más adelante, en el desarrollo de nuestro tercer capítulo, abordaremos el tema de la legalidad y la normativa básica que rige la actividad periodística, partiendo de derechos fundamentales como la libertad expresión y la información, sin embargo, no está por demás adelantar lo que precisa el jurista Ernesto Villanueva, al

³⁸ Caminos Marcet, José María. Op. cit. Pp. 199.

³⁹ Hiriart, Pablo. *El hábito de Mentir. El Financiero*, columna: Uso de la Razón. 25 de noviembre 2019. Pp. 37.

⁴⁰ Caminos Marcet, José María. Op cit. Pp. 199

⁴¹ *Ibídem*. Pp. 200.

prologar el libro “El ciudadano digital. Fake news y posverdad en la era de internet”, cuando menciona que “debe quedar claro que la libertad de expresión no es un derecho absoluto, pero puede ser un derecho preferente, siempre y cuando se trate de interés público”⁴².

Villanueva agrega que el marco legal aludido “no protege de ninguna manera el derecho al insulto, a la mentira disfrazada como verdad o a la mezcla de verdad con mentira, donde la mentira es el fondo y la verdad es la forma”.

En ese orden de ideas, Ernesto Villanueva añade que la noticia “ha sido el pilar de la era de la información, pero hoy ha emergido su contrapartida, la que no va de acuerdo con el acontecimiento, con la realidad de lo sucedido, eso que hoy conocemos popularmente como *Fake news*”.

Sobre el particular, José Ma. Caminos Marcet describe que pareciera que el fenómeno de las *Fake news* tienen sus antecedentes en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 (cuando Donald Trump popularizó el referido concepto) o que su origen está ligado a la revolución tecnológica emanada de la creación de internet, pero destaca que esto es un error y ataja esa idea:

“Las noticias falsas iniciaron su historia muchos antes de que existiera internet, cuando su flujo era más esporádico, quizá por ello no habían sembrado tal expectación como sucede ahora, cuando su divulgación es mayor y su expansión más fuerte, produciendo efectos muy diversos. A mi juicio, la propagación de las fake news ha tenido dos historias. Antes y después de la era tecnológica”⁴³.

Al hacer una revisión histórica sobre este fenómeno de la información, Caminos Marcet nos informa que el término de “noticias falsas” se acuñó por primera vez a fines del siglo XIX en los Estados Unidos y aclara que hasta antes de 2015 era inusual hablar de las ahora llamadas *Fake news* y que después de esa fecha éste término ha ido de la mano con la era digital o revolución tecnológica y de ahí las

⁴² Richter Morales, Ulrich. *El ciudadano digital. Fake news y posverdad en la era de internet*. Editorial Océano, México, 2018. Pp. 12.

⁴³ *Ibidem*. Pp. 24.

motivaciones para que los investigadores sociales hayan denominado al actual modelo social como la sociedad de la información.

En su análisis sobre la evolución de las mentiras o falsas noticias, el autor de *El ciudadano digital* destaca que hoy las nuevas generaciones están más habituadas a las cuestiones digitales y de manera muy particular se refiere a los *millennials*. Luego, al referirse a los antecedentes, resalta tres acontecimientos que en esa nueva era marcaron la historia de las *Fake news*:

“El referéndum sobre el Brexit (23 de junio de 2016); el referéndum por el que se objetaron los acuerdos de paz con las FARC en Colombia (2 de octubre 2016); y las elecciones presidenciales en Estados Unidos en las que Donald Trump venció a Hillary Clinton (8 de noviembre de 2016). En los tres casos, la propagación de noticias falsas por medio de las redes sociales cobró notoriedad”⁴⁴

Pero ¿Qué es una noticia falsa o *fake news*?, se cuestiona Caminos Marcet, y como respuesta nos comparte que en el nombre mismo se puede inferir el significado: “noticia falsa es lo que no es; es la que adolece de verdad y es contraria a la realidad. En palabras llanas, una mentira”⁴⁵

Para darnos idea sobre este proceso de desinformación, al cual algunos autores consideran como una plaga que pretende vulnerar el noble oficio del periodismo, el autor enlista diversas formas en las que la mentira se puede presentar: La sátira; parodia de noticias; fabricación de noticias; manipulación de fotos; publicidad y relaciones públicas; propaganda. Y agrega que una vez que se logra identificar las diversas formas de las *fake news* será entonces cuando se logre comprender porque son una plaga.

Tiene razón el investigador, pues sin que hagamos mucho esfuerzo o una gran investigación al respecto, podemos coincidir con esa postura con el simple hecho de echar una mirada al material que cotidianamente se sube en las redes sociodigitales y con ello verificar la inundación de noticias no verificadas y mencionar que en ese ejercicio se cuecen aparte la distribución o difusión a través

⁴⁴ Ibidem. Pp. 27.

⁴⁵ Ibidem. Pp. 28.

de los llamados *bots* o *troles*, que al no ser el objeto principal de nuestro estudio solo diremos que son programas automatizados.

A manera de conclusión, diremos que la mentira es un acto en el proceso de la comunicación que de manera intencional dirige un individuo a otro, u otros, con fines de manipulación, aunque también es correcto decir que la practica del Fake tiene una asociación directa con la falta de respuesta a un público necesitado de información veraz y oportuna, y ese vacío de información le cae como anillo al dedo a los creadores de contenidos fantasiosos, satíricos o falsos, por tanto esa práctica se vuelve un acto de desinformación.

En este caso es oportuno señalar que las mentiras, al paso de los años, y del desarrollo de los instrumentos utilizados para la difusión de la información, han evolucionado, pues si antes era común hablar de hechos falsos o tergiversados (montajes) con intenciones propagandísticas y mediáticas, hoy es más fácil que alguien se refiera a este proceso como *hoax*⁴⁶ y que en la era digital esto habla de un propósito calumniador a una persona o para provocar miedos a un sector de población.

Por tanto, de lo anterior se desprende que la distorsión de información no es un fenómeno exclusivo de los tiempos del ciberespacio, pero sí es más fácil su producción a partir del desarrollo de la tecnología, pues si antes se tardaban días en circular una mentira hoy ese proceso es más rápido y con impactos más amplios.

⁴⁶ Término inglés de uso frecuente en el idioma español que puede ser remplazado por bulo (engaño o infundio). Según define la Fundación del Español Urgente, un *hoax* es una noticia falsa que se difunde con algún fin. La difusión de un *hoax* solía realizarse a través de medios de comunicación como la televisión y la radio. En los últimos años, sin embargo, Internet se ha convertido en el terreno ideal para su propagación. Las redes sociales, las cadenas de correo electrónico y los comentarios en portales y diarios digitales suelen ser los medios ideales de quienes desean propagar noticias falsas.

1.6 Infodemia.

El término hace referencia a la cantidad excesiva de información, a veces confirmada a veces no, es decir la información es tan basta que confunde y dificulta encontrar fuentes confiables y datos fidedignos cuando se necesita.

“Antes de vernos envueltos en la actual situación mundial derivada por el coronavirus, la palabra ‘pandemia’ apenas se utilizaba. Seguramente los sanitarios, científicos y ciertos gremios sí recurrían a ella por motivos de información profesional, pero no era un concepto recurrente en una conversación coloquial, entre amigos. Sin embargo, ahora es inevitablemente de los conceptos más recurrentes, así como la información alrededor de dicha palabra se ha multiplicado. Por ello, lo mismo puede ocurrir, a medio plazo, con una palabra similar, pero de diferente significado: “infodemia”.⁴⁷

El acrónimo infodemia se atribuye a una acuñación de la Organización Mundial de la Salud (infodemic, en inglés, de información más “epi”demia, para referirse al exceso de información) y en ese sentido se puede hablar de un neologismo válido y aprobado por la Real Academia de la Lengua Española, en un similar uso de los vocablos epidemia y pandemia.

“En efecto, el término infodemia ha protagonizado hoy multitud de titulares en relación con la alerta de la Organización Mundial de la Salud. Según explica la propia OMS, la voz inglesa infodemic, que es la voz original que emplea, se refiere a una sobreabundancia de información (alguna rigurosa y otra no) que hace que para las personas sea difícil encontrar recursos fidedignos y una guía de confianza cuando la necesitan.

En español, se ha traducido por infodemia, voz morfológicamente bien formada, que en el contexto de las noticias sobre el coronavirus se emplea con relación a la gran cantidad de información que hay sobre el tema, mucha de la cual son bulos o rumores, por lo que vendría a equivaler a una ‘epidemia nociva de rumores que se generan durante los brotes’. Con este mismo sentido la OMS ya lo lleva empleando unos años”.⁴⁸

⁴⁷ <https://www.larazon.es/cultura/20201112/tsw5urgipzhp3fozaxdfqp37jm.html>. Página consultada el 5 de enero 2021.

⁴⁸ <https://www.fundeu.es/recomendacion/infodemia/>. Consultado el 10 de agosto de 2020

En ese contexto, un estudio de la OMS y de la Organización Panamericana de la Salud señalan que en el marco de la infodemia la desinformación y los rumores se han esparcido de manera exponencial, “junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas, y que en la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus (...) En otras palabras, estamos ante una situación en la que se produce e intercambia mucha información en todos los rincones del mundo, la cual llega a miles de millones de personas”.

El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus.

En ese contexto, un estudio de la OMS y de la Organización Panamericana de la Salud señalan que en el marco de la infodemia la desinformación y los rumores se han esparcido de manera exponencial, “junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas, y que en la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus (...) En otras palabras, estamos ante una situación en la que se produce e intercambia mucha información en todos los rincones del mundo, la cual llega a miles de millones de personas” y en dicho análisis se hacen una pregunta ¿cuánta de esa información es correcta?, a la que responden con “Solo parte de ella”.⁴⁹

⁴⁹ https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?. Página consultada el 7 de enero de 2021.

1.7 Consecuencias.

Luego de una breve revisión de ciertas situaciones de la desinformación en el ámbito de las actividades del periodismo, la información y la comunicación, hemos concluido que estas prácticas pueden ser, en menor o mayor medida, factor de riesgo como generadores de una situación de crisis informativa, por lo que lo recomendable siempre será retomar la fórmula infalible que da forma a la credibilidad de la noticia: verificar fuentes, confirmar información, revisión directa de documentos y en la medida de los posibles contrastar informes mediante entrevistas, porque, como bien lo señala Juliana Gragnani “la diseminación de noticias falsas con el objetivo de manipular la opinión pública es un asunto que cada vez preocupa más en todo el mundo”⁵⁰.

“Un periodista puede emocionarse por la historia que le cuenta alguien, puede incluso creérsela, pero no debe escribirla si no está en condiciones de confirmar los datos más esenciales”, sostiene al respecto el periodista Iñigo Sáenz de Ugarte⁵¹ al abordar el tema del periodismo basado en datos falsos.

Entonces hablar de las consecuencias que los diversos tipos de desinformación ocasionan es, en la mayoría de las veces, hablar de situaciones de crisis, lo que al mismo tiempo denota errores humanos que infieren actos deliberados, decisiones equivocadas o desconocimiento de los temas que se manejen.

En ese marco teórico, al profundizar sobre el periodismo de investigación, Caminos Marcet⁵² cita a Petra Secanella, una de las académicas que más ha escrito sobre la materia, quien en uno de sus textos plantea un decálogo para evitar errores, aplicable para todos los periodistas:

1) No trabajar la información de forma descuidada, y tratar como un juego las afirmaciones que puedan acercarse a la injuria.

⁵⁰ Gragnani, Juliana. *BBC New Brasil: Guía básica para identificar noticias falsas (antes de mandarlas a tus grupos de WhatsApp)*. 18 septiembre 2018. Disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>. Consultado el 26 noviembre 2019.

⁵¹ Sáenz de Ugarte, Iñigo. *Periodismo basado en datos falsos*. 5 de diciembre 2016. Disponible en https://www.eldiario.es/zonacritica/Periodismo-basado-datos-falsos_6_587301280.html. Consultado el 27 noviembre de 2019.

⁵² Caminos Marcet, José María. Op cit. Pp. 101

- 2) La verdad es la principal defensa del periodismo. Pero hay verdades que no se pueden probar en un tribunal.
- 3) Basar los datos como si fueran hechos comprobados y verdaderos.
- 4) Cuidar las informaciones más comunes.
- 5) Intentar conseguir el otro lado de la noticia.
- 6) Cuidar las cifras textuales.
- 7) Si se pretende criticar, hacerlo con todas las consecuencias.
- 8) Evitar los casos de invasión en la privacidad.
- 9) No usar fotografías ni el nombre de personas particulares sin su autorización.
- 10) Si se ha cometido un error, corregirlo en el propio medio antes de que llegue la rectificación desde el exterior.

La manipulación, el engaño, la descalificación, la mala imagen, la polarización entre personas, la confusión sobre la realidad, escenarios de incertidumbre, las cortinas de humo para distraer la opinión pública, la manipulación de creencias, promesas al grado de la ficción, la imposición de ideas emotivas (posverdad), todos son elementos que comúnmente se asocian a esquemas de la desinformación y contra eso, quienes tienen la responsabilidad del ejercicio del periodismo o la comunicación en sus diversas formas de práctica, deben estar preparados y contar con herramientas básicas para afrontarlas.

En el caso de la era del internet, específicamente sobre el uso de las redes sociodigitales, el especialista en el estudio de estos temas, Sergio Octavio Contreras Padilla, en una entrega para la *revista etcétera*, señala que si bien estas herramientas representan una posibilidad de libre interacción comunitaria, “esta libertad ha sido empleada en incontables casos para construir historias torcidas, invadir vidas privadas, crear confusión y conflictos. A través de la red y dada su estructura basada en nodos horizontales”⁵³ .

En resumen, hoy en día las redes sociodigitales se constituyen en una herramienta que puede ser un potencial generador de crisis informativas, donde se sometan todo tipo de abusos propios del desarrollo tecnológico, como los rumores, chismes, fakes, etc., y estos efectos pueden provocar, además de dificultar la toma de decisiones, provocar ansiedad, depresión, agobio, agotamiento emocional; no garantizar un control de calidad en lo que se publica; generar

⁵³ Contreras Padilla, Sergio Octavio. *Internet: red de mentiras. De platillos voladores al alcoholismo de Calderón. Revista etcétera*. Octubre 2013. Pp. 29.

confusión y dificultar la identificación de la fuente informativa y confundir la información fidedigna, además de todo ello, pueden provocar pánico o incluso un estallido social.

Se puede concluir entonces que, por su propia construcción tecnológica y explosivo uso social, las redes generan determinados elementos que son propios para la expansión de la cultura de la mentira y la manipulación, y los rasgos más característicos de este proceso definido como desinformación destacan aspectos como el anonimato, distanciamiento, bola de nieve, mitomanía y virtualidad.

CAPÍTULO 2. HERRAMIENTAS PARA EL MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS INFORMATIVAS EN RUMORES, FILTRACIONES Y FALSOS TESTIMONIOS (CALUMNIAS Y CHANTAJES).

Estudios y análisis diversos en materia de periodismo apuntan que dicha profesión está llena de incertidumbre, principalmente por la crisis de credibilidad en que han caído tanto los medios tradicionales (prensa escrita, radio y televisión), como para los nuevos y modernos medios digitales, por lo que nunca como ahora es tan importante el papel de todos los medios como garantes de la verdad, sobre todo por la proliferación de las llamadas “Fake News” que han invadido el espacio cibernético sin ningún compromiso social y con la única finalidad de hacer ruido supuestamente noticioso y es precisamente en este marco teórico de contenidos que desinforman donde se inscriben las situaciones objeto de nuestro estudio.

Por lo anterior expuesto, en este capítulo abordaremos el tema relacionado con las fuentes informativas y la importancia de la verificación de fuentes y/o confirmación de la información, así como la revisión directa de documentos y, de ser posible, la entrevista con los protagonistas de los hechos.

Hay que volver a la esencia del periodismo destaca Josep Carles Rius⁵⁴ y aclara que el medio debe ser lo de menos: “Es vital construir islas de credibilidad en medio de los océanos de información sin verificar”.

2.1 Verificar información.

No obstante que el oficio del periodista por lo general siempre se ha asociado con la velocidad, a la inmediatez de los cierres y cambios de último minuto e incluso sobre la marcha de alguna edición o situación de crisis informativa, hay una máxima entre quienes ejercen este oficio, la cual recomienda siempre comprobar y contrastar la información antes de darla a conocer para asegurar la calidad: “La

⁵⁴ Carles Rius, Josep. *Periodismo en reconstrucción. De la Crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Universidad de Barcelona, 2016. Pp. 227.

velocidad no puede justificar informaciones no contrastadas”, precisa Carles Rius⁵⁵.

En el mismo sentido, Montse Quesada⁵⁶, en su libro *Curso de Periodismo Especializado*, resalta que “Si en el pasado al periodista se le premiaba por la rapidez informativa, hoy la exigencia profesional se ha desplazado hacia el terreno de las fuentes de información, porque del acierto en su selección dependerá la calidad de la información que ofrezca a su audiencia. En ese mismo sentido, si antes el periodista dedicaba mucho de su tiempo a analizar y seleccionar las montañas de información que le llegaban a diario a la redacción, hoy debe ocuparlo en analizar y seleccionar las fuentes que puedan proporcionarle la mejor información”, y remata su idea al deducir que “Del tipo de fuentes de información que el periodista especializado seleccione, y de la relación que sea capaz de establecer con ellas, dependerá en buena medida la calidad de su información y, por ende, será un claro indicativo de su nivel de profesionalidad”.

Aunque no es objetivo de este trabajo el teorizar sobre las funciones y características de los que es una fuente informativa y su verificación, si es el hecho de recordar a los estudiantes sobre la importancia que representa el manejo de información en cualquier rama del periodismo, y por supuesto esa premisa aplica en las estrategias de contención de situaciones de crisis informativas. Ergo, hay que verificar cualquier contenido informativo o noticioso antes de darla a conocer, así como su fuente de origen, y con ello se debe inferir que el ejercicio periodístico no se puede ejercer por costumbre o simple moda.

2.2 Confirmar fuentes.

El tema de las fuentes es trascendental en el periodismo, sin embargo, el investigador español, especialista en temas de comunicación, Fernando Rueda Rieu, anota que en los últimos años, de una forma creciente, el análisis de contenido de las informaciones muestra cómo hay una excesiva tendencia en los

⁵⁵ Ibidem. Pp. 228.

⁵⁶ Quesada, Montse. *Curso de periodismo especializado*. Editorial Síntesis. España, 2012. Pp. 43.

periodistas a no especificar la identidad de sus informantes, afirmación que tal vez tenga algo de justificación si se considera que los profesionistas, en casi todas partes del mundo, están protegidos por las leyes en el sentido de guardar secreto sobre los asuntos que sus clientes les confieren, precepto que básicamente aplica a los defensores del derecho o lo que es lo mismo a los abogados.

En el caso de los periodistas esa protección la podemos observar en algunas leyes que garantizan el secreto profesional del periodista y leyes en materia de derechos humanos, como es el caso de leyes locales como el de la Ciudad de México, tema que más adelante abordaremos con mayor amplitud. En ese caso, como en todos los demás, el periodista deberá aplicar escrupulosamente los principios generales del periodismo de investigación, y valorar si la información es de interés para la opinión pública, si habla de un comportamiento ilegal que alguien trata de ocultar y conseguir que en todo momento la iniciativa de la investigación le pertenezca a él. Este proceso implica que los daños que se produzcan -normales tras la difusión de una investigación- afecten a personas e instituciones, pero no perjudiquen auténticamente a los intereses del Estado.

En ese marco de conceptualización es importante retomar la teoría de las tres fuentes como una máxima dentro del ejercicio periodístico: toda información para poder ser publicada tiene que estar apoyada en tres tipos de testimonios: de personas fiables; sin intereses contra el objeto de la investigación; y, necesariamente desconectadas entre ellas.

Pero ¿cómo definir el término de fuente periodística?, Serafín Chimeno Rabanillo⁵⁷, profesor de la asignatura de periodismo especializado en la Universidad Complutense de Madrid, España, señala que una fuente de información es “el conjunto de elementos materiales o personales consultados por un autor al objeto de documentarse y servirse de los contenidos obtenidos en las mismas para la configuración de las unidades redaccionales”, a lo que Montse

⁵⁷ Chimeno Rabanillo, Serafín. “Las fuentes en el proceso de la información periodística especializada” en Esteve Ramírez, Francisco (coord.). *Estudios sobre Información periodística especializada*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU. España, 1997. Pp. 45.

Quesada⁵⁸, agrega que “Sin fuentes de información no habría mensajes que transmitir a la audiencia o lectores y, por tanto, tampoco habría actividad comunicativa”.

Sin salir del tema de las fuentes periodísticas, Montse Quesada afirma que la era del internet y el acceso generalizado de la población provocó cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, “cambios espectaculares en todos los órdenes de la vida personal, profesional, social, política y económica” y que en ese boom del avance tecnológico el que mayor fascinación provocó en quienes empezaron a navegar en el ciberespacio tuvo que ver con el enorme volumen de información “al que ahora podían acceder con sólo apretar un botón”.

Sin embargo, la investigadora social, refiere que esa primera e irreprimible fascinación por el nuevo medio muy pronto se trasformó para el periodismo en su principal problema: “la fiabilidad de los datos que ofrecían aquellas páginas y la necesidad de establecer sistemas de evaluación que permitieran determinar, con muy poco margen de error, cuáles de todas ellas serían las mejores fuentes informativas”.⁵⁹

Montse Quesada destaca que las fuentes de información constituyen hoy en día uno de los pilares fundamentales de la actividad periodística. “Sin ellas, la información parecería mera opinión”, aunque advierte que con solo ellas no se estaría garantizando una información de calidad.

En fin, dado que el tema de las fuentes da para varios capítulos de estudio y análisis, solo diremos que más allá de la división que autores diversos han definido al término, entre fuentes ordinarias y secundarias, es de resaltar que en cada caso el trabajo, producto del ejercicio periodístico, adquiere mayor confianza y credibilidad cuando la información que se maneja tiene su origen en una fuente fidedigna y ha pasado por la rigurosa prueba de la verificación y confirmación de la fuente.

⁵⁸ Quesada, Montse. Op. cit. Pp. 48.

⁵⁹ Ibidem, pp 42.

Conclusión, lo recomendable para que una información pueda ser publicada tiene que estar apoyada en testimonios distintos, de personas fiables y que ésta no contenga interés contra el objeto de investigación o lo que es lo mismo, necesariamente tienen que estar desconectadas entre ellas, y sobre todo debe provenir de una fuente fidedigna y fiable.

2.3 Revisión directa de documentos.

El modelo tradicional o clásico para el ejercicio periodístico siempre ha estado ligado a dar respuesta a la 5Ws de la información (**What**-Qué, **Who**-Quién, **Where**-Dónde, **When**-Cuándo y **Why**-Por qué), y en esa modelo de búsqueda de la noticia se puede agregar la interrogante **How**-Cómo, sin embargo, una nueva característica en el trabajo reporteril, es el hecho de que los profesionales de la comunicación han ampliado ese modelo con la finalidad de encontrar en su análisis sobre la realidad una mayor profundidad, para tal efecto han agregado cuestionamientos como el **para qué** (para saber con qué consecuencias se producen los hechos) y el **por qué no** (como una forma de investigar por qué no sucedió lo que era previsible que ocurriera).

En ese sentido, Montse Quesada, especialista en temas de periodismo de investigación, citada con anterioridad, destaca la importancia que tienen las fuentes documentales como un recurso para dar mayor fiabilidad a los datos que aparezcan reflejados en un documento, es decir el uso de las fuentes documentales y en ese caso hay que diferenciar entre dos tipos de fuentes documentales:

“a) Fuentes documentales contextuales: proporcionan datos que explican el contexto en el que hay que valorar la información de actualidad. Son imprescindibles para conocer los antecedentes del hecho noticioso, así como los límites legales, políticos, históricos y sociales en los que se produce. Son también los documentos que ayudan al periodista a formarse una idea exacta de las consecuencias que para la opinión pública puedan derivarse del hecho y, por lo tanto, también de los efectos que presumiblemente se irán conociendo en los siguientes días.

b) Fuentes documentales específicas: son los documentos que explican y prueban los hechos sobre los que el periodista elabora su información. Son

de suma importancia para apoyar las valoraciones periodísticas de los hechos, especialmente cuando éstas difieren de las versiones oficiales”⁶⁰

Sin duda, en el control de daños o manejo de una situación de crisis informativa, son relevantes los primeros pasos, como la verificación de la información y la confirmación de nuestras fuentes, pero este ciclo se puede mejorar si se busca el apoyo de fuentes documentales que seguramente ayudarán a mejorar la respuesta a una sociedad que hoy se le conoce como del conocimiento.

“El mejor confidente resulta inútil si no aporta documentación probatoria de lo que denuncia o no se le puede usar como testimonio nominal”, plantea Pepe Rodríguez, en su libro *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*.⁶¹

2.4 Entrevista con los protagonistas de los hechos.

Prioridad en las acciones de control de daños es la designación de un solo vocero para la oportuna atención de una crisis informativa, pero un recurso que puede ser un complemento de mucha utilidad en el esclarecimiento de las cosas, es el hecho de que sean los especialistas quienes en entrevista den informes puntuales, tanto para actualizar como para explicar las causas y consecuencias del evento en atención.

En este caso nos referimos a las llamadas fuentes personales, aquellas que pueden brindar información más allá de las 5 W's, lo anterior considerando que en la actualidad los periodistas buscan profundizar en el por qué de lo sucedido e informar con mayor rigor y solvencia la interpretación de la realidad, por lo que **es de relevancia a quién se elige, el momento oportuno para hacerlo y qué es lo que se va a decir.**

Para hacer una mayor aproximación a nuestro objeto de estudio, consideramos fundamentales las ideas que al respecto hace el teórico de la comunicación David K. Berlo, en el texto de Montse Quesada, cuando describe las características que

⁶⁰ Quesada, Montse. Op. cit. Pp. 60.

⁶¹ Rodríguez, Pepe. Op. cit. Pp. 70.

por lo general debe tener este tipo de fuente informativa: **Contar con habilidad para la comunicación; Disponibilidad y actitud para con el entrevistado; Conocimiento alto del tema.**

CAPÍTULO 3.- PROPUESTA DE UNA GUÍA BASE PARA EL MANEJO DE CRISIS.

En materia de campañas electorales, existen los llamados *War Rooms* o cuartos de guerra para atender asuntos relacionados con las estrategias y los temas difíciles que se vayan presentando en la lucha política. En negociaciones comerciales se sabe del funcionamiento de los cuartos “de junto”, donde se da seguimiento al desarrollo de los acuerdos y se reacciona de inmediato ante tal o cual propuesta puesta en la mesa. En las áreas de protección civil se han implementado las salas de crisis, las cuales tienen como objetivo centralizar la información de una emergencia o situación de crisis, la oferta y la demanda de recursos, planificar y ajustar la respuesta y generar las decisiones que permitan el mejor desempeño de las instituciones nacionales.

Dado que las crisis informativas son muy comunes en la esfera de las actividades públicas y privadas, nuestro trabajo plantea atender particularmente las situaciones imprevistas, generadas por lo que en nuestros dos primeros capítulos se ha denominado como comunicación informal, horizontal o desinformación, mediante la operación de un grupo de control de crisis y con la finalidad de atender y responder con mayor oportunidad y eficacia a este tipo de demandas informativas y a la vez obtener un mejor manejo de la información o, dicho en otras palabras, para la construcción de credibilidad.

Otro aspecto que se abordará en el presente capítulo corresponde al marco jurídico como parte de una guía de actuación, bajo la consideración práctica de que a mayor conocimiento de la normatividad existente en materia del derecho a la información y la libertad de expresión, más eficaz, será la toma de decisiones que hagan frente a formas diversas de desinformación y en ese marco los derechos de réplica, de acceso a la información y de protección de las fuentes,

pueden ser un buen complemento para la respuesta inmediata a una crisis informativa.

A propósito del término “toma de decisiones”, el especialista en comunicación política, Juan Carlos Abreu Hernández, comenta que “La toma de decisiones implica un proceso en el cual convergen diversas posturas e intereses; por ello, los tomadores de decisiones requieren conocimiento de la situación y de las implicaciones que su decisión tendrá para la comunidad”⁶², e infiere que **quienes asuman este papel estratégico (portavoces) deben procurar informarse de las consecuencias de sus decisiones en el entendido de que no son especialistas en todos los temas.**

3.1 Construcción de credibilidad (Investigar la confiabilidad de las fuentes).

La credibilidad, la información verificada y de calidad deben ser los pilares fundamentales de contención de una situación de crisis informativa, por lo que, según explicamos en nuestro capítulo anterior, el rigor periodístico no debe ser sustituido por la velocidad de la información.

Norbert Bilbeny⁶³, en su libro *Ética del periodismo*, opina que el periodista tiene el deber de aspirar a la verdad: de preservar su independencia; de defender el interés público y de comprometerse con la justicia. De la acepción anterior se desprende que la información no constituye un fin, sino que aporta elementos para que el hombre sepa, analice, calcule, descarte, proponga, reclame, planifique y con todos esos elementos al final decida o tome una posición frente a un hecho o relacionado con su entorno.

⁶² Abreu Hernández, Juan Carlos. *Cabildeo en México, Informar para decidir*. Editorial LEEA. México, 2019. Pp-20.

⁶³ Bilbeny, Norbert. *Ética del periodismo*. Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona. 2012.

3.2 Guía base de actuación.

“Control de daños”, “contención de crisis”, “plan de emergencia”, “manejo de crisis”, son frases que con mucha frecuencia se oyen alrededor de eventos críticos que se presentan en la vida profesional de algún comunicador, un responsable de la vocería de alguna corporación empresarial o de algún gobierno a nivel local o nacional.

Los referidos términos han estado siempre presentes en situaciones de crisis y en cada caso sus efectos mediáticos son diferentes, aunque es importante resaltar que muchas de las repercusiones mediáticas se pueden prevenir si se toman en cuenta algunas medidas que en principio hablen de transparencia y claridad sobre la problemática a enfrentar, ya que eventos diversos han demostrado que la falta de información o los mensajes encontrados ayudan en la propagación de rumores, filtración de documentos o falsos testimonios, estos últimos acreditados como chantajes en el mundo de la comunicación.

No existen antecedentes exactos de cuándo surgen los planes de contención o control de daños en situaciones de crisis, pero por lo general los estudios que hacen referencia a este tipo de eventos aluden a casos relacionados con desastres naturales, como es el caso de las medidas preventivas en materia de protección civil que se aplican desde hace ya varios años en Cancún, Quintana Roo, y la Riviera Maya, durante la temporada de huracanes, experiencias que retomaremos para la construcción didáctica de algunos protocolos de atención en las llamadas crisis informativas.

En este tipo de estrategias en materia de comunicación no se puede soslayar el funcionamiento de aquella oficina que, hace algunos años, en Nueva York, E.U., cuando Rudolph William Louis Giuliani era Alcalde, se hizo famosa ya que desde ese espacio se atendían problemas reales y posibles, y en ella se diseñaban o planteaban posibles soluciones a cada caso. Dicho espacio de reunión llevó por nombre una frase que, sin duda, el objetivo era la prevención, “Por si acaso” se llamaba y se implementó casi todo el periodo de la administración Giuliani (1994-

2001), hasta que un evento mayor los sorprendió en el año 2001, con los atentados terroristas que derribaron las torres gemelas, el 11 de septiembre de 2001.

En “Por si acaso”, se veían todo tipo de escenarios de la problemática neoyorkina, se monitoreaba el entorno mediático y se contaba con un equipo de trabajo para actuar inmediatamente o contener situaciones de crisis.

No se conoce a detalle de cómo operaba la referida oficina, pero muchos analistas y expertos en temas de comunicación refieren ese modelo, para muchos exitoso, y han recogido esa experiencia para, en México, profundizar en el tema con la idea principal de encontrar una respuesta eficiente y oportuna como medida de control de daños ante una crisis en materia de comunicación e información.

En este punto es importante citar a Lorena Pérez Floriano y María Dolores París Pombo⁶⁴, quienes afirman que “durante la crisis, la comunicación desempeña un papel de primer orden, pues se convierte en la piedra angular de la contención. En efecto, una comunicación acertada puede asegurar la puesta en marcha del plan de emergencia con la participación y la confianza de los sectores afectados. En tanto que, la falta de confianza en las autoridades o en los medios de comunicación, puede en cambio convertirse en un grave obstáculo para la contención de crisis”.

En ese marco teórico, adquiere mayor relevancia lo que, en una de sus colaboraciones para el *Diario Excélsior*, puntualmente recomienda el periodista Jorge Fernández Menéndez, cuando cita al italiano Silvio Pellico, quien aborda el problema de la mentira y recomienda que “cuando se comete un error, no mientas para negarlo o atenuarlo. La mentira es una torpe debilidad. Acepta que te has equivocado; en ello hay magnanimidad”⁶⁵.

⁶⁴ Investigadoras sociales del Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, B.C. (Durante el curso “Gestión de Crisis: Análisis y Comunicación”, impartido en 2013 a comunicadores del sector gubernamental. Comunicación Social-Presidencia de la República.

⁶⁵ Fernández Menéndez, Jorge. “Culiacán, la penumbra y la mentira”, columna Razones del *Diario Excélsior*. 22 octubre 2019, México.

En ese contexto, hay reglas básicas que nos pueden ayudar en nuestro propósito de afrontar con planeación y estrategia una situación de crisis informativa, y al final estos elementos nos pueden ayudar para la elaboración de esquemas o protocolos básicos que puedan ser de utilidad tanto en instituciones públicas como en empresas privadas, o individualmente, cuando se tenga que desafiar un evento crítico o difícil. Un modelo puede ser lo que se conoce como FODA y/o DAFO (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas), y que en general se utiliza para hacer planeación estratégica tanto en los sectores de la administración pública como en la privada.

Es de destacar que, quien realiza un análisis FODA, debe conocer profundamente la realidad que se está estudiando y aunque puede considerar en su análisis eventualidades que deriven en situaciones de crisis, no necesariamente se está preparando para afrontar una problemática sino para planear e implementar estrategias de desarrollo y optimización respecto a algún tema.

Método FODA/DAFO

Matriz CAME

	BUENO	MALO		
			CORREGIR	DEBILIDADES
EXTERIOR	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	AFRONTAR	AMENAZAS
INTERIOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES	MANTENER	FORTALEZAS

Fuentes: Disponible en <https://escuela.marketingandweb.es/como-hacer-un-analisis-dafo/>. Consultado 22 noviembre 2019

En la visión FODA y/o DAFO de esta fórmula se pueden distinguir características del objeto de estudio, en lo interno lo que afecta y se puede controlar y en lo externo lo que afecta, pero está fuera de control, y desde esa perspectiva se puede dimensionar lo bueno o positivo, lo malo o negativo, y en gran medida este método plantea convertir las amenazas en oportunidades y las debilidades en fortalezas.

Asimismo, con el acompañamiento del esquema CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar), la matriz en su conjunto plantea:

- **Maximizar-aprovechar tus oportunidades y fortalezas.**
- **Minimizar-eliminar tus amenazas y debilidades.**

Para el caso que nos ocupa, que es el manejo de situaciones de crisis informativas, retomaremos el funcionamiento de estas fórmulas de planeación estratégica, pero nuestro propósito es esquematizar toda una serie de recomendaciones y consejos que al respecto han formulado especialistas en la materia, es decir se formularán protocolos básicos de actuación que den sustento al objetivo de esta tesina y de ahí nuestro título: "ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS INFORMATIVAS. El rumor, la filtración, el falso testimonio, los trascendidos y las mentiras, como factores de riesgo".

En ese sentido, ante una situación de crisis, los afectados o en general la opinión pública espera que la empresa, la institución o el individuo **acepte que:**

- **Hay un problema**
- **Demuestre que tiene control sobre el problema y**
- **Haga un compromiso claro por arreglarlo.**

En tanto que, para afrontar la dificultad del hecho, es necesario que el portavoz o el responsable de comunicar lo que pasa tenga respuesta a cuestionamientos que seguramente son los que encontrará entre sus interlocutores como primer momento: **Qué fue lo que provocó la crisis y qué se sabe de ella; Qué necesitan saber los ciudadanos y cómo se les comunica eficazmente.** Y en este proceso lo mejor es evitar que se trata de una crisis, y en un lenguaje de mayor matiz sí reconocer que se está pasando por un momento difícil y pero que se está afrontando la situación.

El periodista mexicano, especializado en temas financieros y económicos, Enrique Quintana, director y columnista del *Diario El Financiero*, al referirse a un problema económico recomienda que ante esa situación primero se debe entender que hay

un riesgo y advierte al interlocutor o los interlocutores que “Mientras piense (n) que no existe, no va (n) a tomar decisiones en consecuencia”.⁶⁶

En general las situaciones de crisis o momentos difíciles son del interés público y por ende tienen un atractivo noticioso, y en esos casos **lo recomendable es “no esconderse” de los representantes de los medios informativos** y por el contrario tratar de abordar el tema con cordialidad y con un lenguaje sencillo, sin utilizar frases complejas o términos técnicos que dificulten la explicación, y sin olvidar que el tiempo juega un factor muy importante, por lo que en la medida que el conflicto o problema se atienda con mayor rapidez, pero sin improvisaciones, se facilitará el control de daños.

El manejo informativo requiere, ante este tipo de situaciones, acciones inmediatas como, por ejemplo, **definir la institución y/o área de alguna empresa que será la que encabece la atención del conflicto, concentrar la información y que esta recaiga en un responsable que dará la cara ante los medios “un solo vocero”**, responsabilidad que por lo general deberá recaer en un especialista en medios, quien en una de sus primeras tareas es proporcionar información al Cuarto de Control de Daños para orientar la toma de decisiones (Qué se está diciendo, a través de quién se dice, cómo se dice).

Para delimitar algunas características que los voceros deben poseer, destacaremos lo que a la letra describe el Manual de Media Training y Vocería, dirigido a profesionales de comunicación y política, estudio y análisis que sobre el tema fue presentado a estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, de la Universidad Central de Ecuador, en enero de 2015, en el marco de la celebración de su 30° aniversario:

- Tener una imagen que comunique autoridad y empatía
- Buena capacidad para comunicarse, con claridad al hablar y buen manejo del lenguaje corporal.

⁶⁶ Quintana, Enrique. *Diario El Financiero*. Columna Coordinadas. 16 agosto 2019. Página 2.

- Ser ordenado/a en sus ideas para dar buenas declaraciones e información clara
- Permitirse ser guiado/a por los asesores pertinentes y seguir la línea discursiva que se le hayan planteado.
- Estar siempre disponible, es decir que debe estar siempre localizable, debido a que su presencia puede ser necesaria en cualquier momento.
- Conocimiento del tema
- Debe entender el funcionamiento de los medios.
- Poder preparar un discurso o información de forma rápida por la dinámica de trabajo con los medios, en el caso de que se necesite que responda preguntas imprevistas.

De ahí la necesidad de clarificar responsabilidades en la toma de decisiones en una situación de crisis, ya que la designación de “un solo vocero” contribuirá a evitar incertidumbres con mensajes contradictorios y manejos confusos de la información.

El primer mensaje a comunicar debe ser por escrito, mismo que debe estar consensado y aprobado para su difusión, el cual debe caracterizarse por la brevedad, ser conciso y resaltar su contenido con mensajes clave, eso permitirá que la empresa o la institución den su versión de lo que está sucediendo y **evitar, al mismo tiempo, los terribles vacíos o huecos informativos que por lo general devienen en rumores, especulaciones o filtraciones de informaciones imprecisas**, procesos desinformativos, estos últimos, que van incubando un problema mayor al grado que puede ocasionar que el problema se salga de control o bien que sean otros factores lo que vayan definiendo el curso informativo. En este punto, lo usual en algunos casos, es que ese primer escrito se haga llegar a las redacciones de los medios informativos. (Ver **anexos**)

Como ya informamos con anterioridad, en este proceso de contención de crisis, **lo realmente importante en la información que se proporciona es que esté confirmada y que la fuente esté debidamente verificada antes de citarlas**, ante posibles preguntas que denoten algún tipo de hipótesis, lo recomendable son respuestas firmes en el sentido de que no se especule al respecto, **es decir no se puede salir a informar de posibilidades sino de hechos comprobados**. Confirmar la información consultando las fuentes adecuadas es una regla del ejercicio periodístico.

Hay que evitar confrontaciones o contradicciones con los representantes de los medios y en ese proceso de atención hacer compromisos viables, como pueden ser conferencias cada vez que se tengan elementos nuevos como una forma de actualizar la información, pero nunca improvisar o hacer declaraciones extraoficiales y que en el interés de los medios son conocidas como “banqueteras”, “chacaleos” o entrevistas “off the record”.

En cada contacto e interlocución con los medios hay que ofrecer información relevante y procurar que el enfoque sea en el sentido de las acciones que se están realizando para atender o contener la crisis, **poniendo siempre por delante el interés y compromiso que se tiene con la población afectada, procurando salvaguardar la seguridad de las personas y cuidando su reputación**, eso con carácter prioritario en lugar de querer primero encontrar el origen del problema y esto no quiere decir que se tenga que desatender a la prensa o a otros públicos, como el interno por ejemplo, sino que hay que actuar con prioridades, de acuerdo a lo planificado.

Para no descuidar el interés de la opinión pública, hay que registrar todas y cada una de las solicitudes de información y, en la primera oportunidad, atender entrevistas y, dependiendo del tipo de medios (Prensa escrita, radio, televisión u otro) ver qué tipo de información les es más útil, como ejemplo pueden ser fotografías, videos, diagramas, animaciones, infografías, boletines informativos.

Tal como afirma el periodista Jorge Fernández Menéndez, en una contención de crisis **la mentira no es una opción y si por equivoco se ha proporcionado alguna información errónea “hay que corregirla de inmediato” para evitar dar paso a situaciones de desinformación**, como los mencionados en nuestro objeto de estudio y tomando en cuenta que cuando se rompe la credibilidad con la opinión pública es casi imposible recuperarla, pues la vox populi sentencia que el que miente una vez, miente dos veces.

No hay que olvidar lo que se acota al principio de nuestro tercer capítulo, donde destacamos lo que Norbert Bilbeny refiere en su libro *Ética del periodismo*. Contundente dice que el periodista tiene el deber de **aspirar a la verdad y con todos los elementos informativos que pueda aportar, dejar que el receptor de los mismos, además de conocer, que analice, calcule, descarte, suponga, proponga, reclame, planifique y al final decida o tome una posición frente a un hecho o relacionado con su entorno**.

Tampoco se debe perder de vista que vivimos en la era de la hiper-transparencia, recalca Guillermo Perezbolde, CEO de la agencia Mente Digital y profesor del Tecnológico de Monterrey, quien, en su Decálogo para el manejo de crisis en Redes Sociales, destaca que “el negar, rechazar o desestimar un hecho no es suficiente para dejar de ser señalado. Hoy vivimos un momento donde cualquier persona puede grabar, fotografiar o documentar algo y publicarlo incluso de manera anónima”. **Es todo caso, en una situación de crisis informativa, lo que se aconseja decir es “que se está investigando el hecho”; que “no se cuenta con la información suficiente”; “no hay declaraciones por el momento y se está trabajando en el caso para dar una solución”**. Pero no inventar algo que pueda complicar las cosas.

La peor crisis es la que no se prepara, plantean algunos autores y al mismo tiempo coinciden en destacar que **las crisis también son ventanas de oportunidad y sugieren que a éstas se les puede sacar provecho**.

Por último, Luis Cam⁶⁷, en su artículo “Manejo de crisis informativas: modelo SCS”, publicado el 13 de mayo de 2009, en el Blog wordpress.com, refiere que “En el manejo de las crisis informativas viene bien el consejo de Jullius Rosenthal, Gerente de SEARS, en un momento de crisis financiera: “si la vida te da un limón, hazte una limonada”. Y recomienda que, **“si nos percatamos del ‘efecto o giro’ que trae la crisis, no solo seremos capaces de contrarrestarla, sino que puede convertirse en una oportunidad de reafirmar los valores de nuestra empresa u organización ante la opinión pública, los medios o nuestro público interno”**.”

El modelo SCS, por sus siglas en inglés, Speed (rapidez), Control (control) y Spin (efecto), propone que éste se adapte a todo tipo de crisis informativas y que sean los responsables o encargados de las organizaciones quienes la utilicen según su propio contexto.

Modelo SCS:

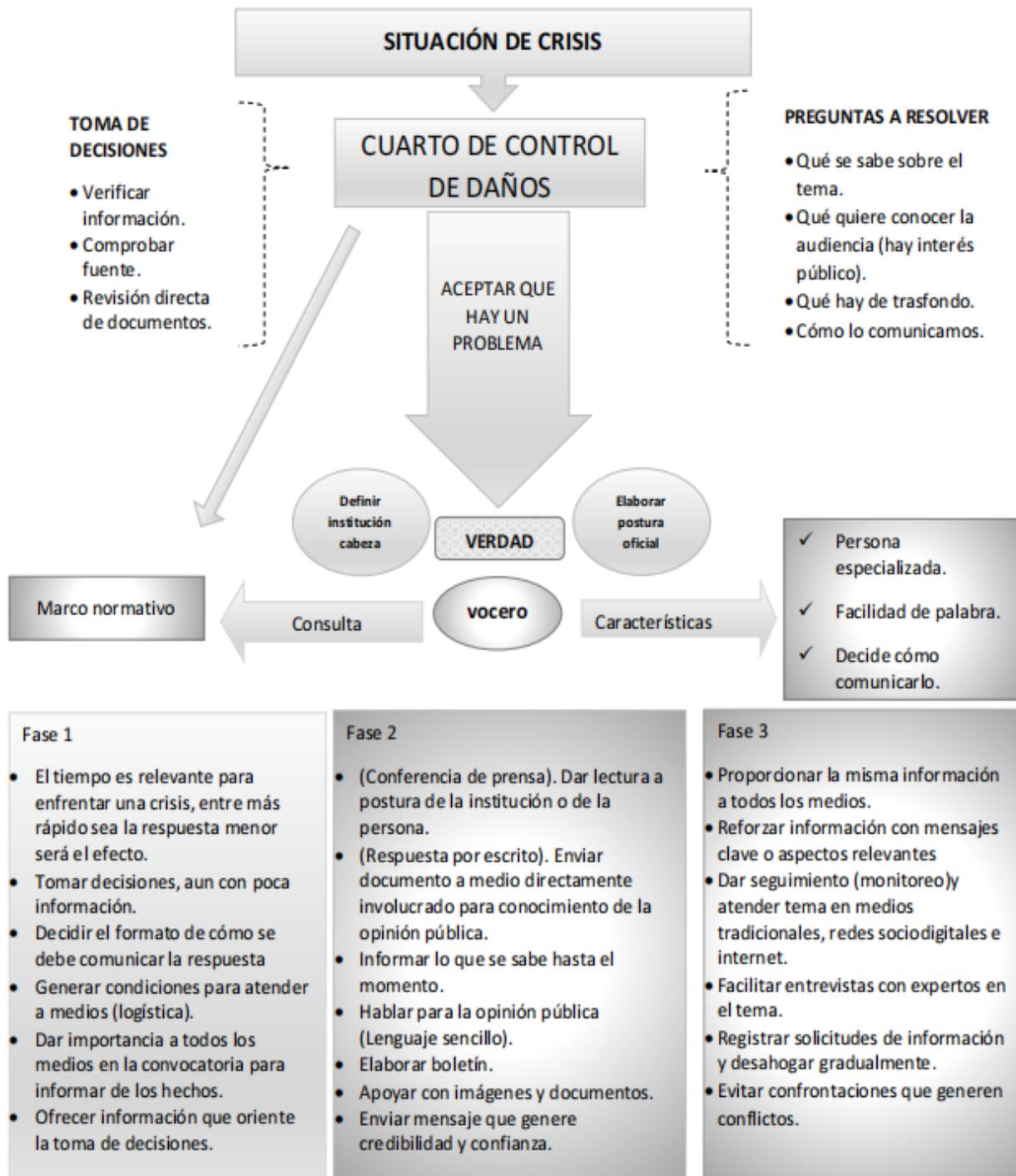
- PRIMERO: actuar con rapidez (Speed).
- SEGUNDO: buscar controlar la situación (Control).
- TERCERO: aprovechar la oportunidad para mejorar la imagen de la organización (Spin).

En ese contexto, después de la crisis, lo que se recomienda a los profesionales de la comunicación o encargados de la figura de vocero es hacer una evaluación de lo sucedido, reforzar lo bien hecho y corregir lo que se considere con posibles fallas, porque lo que sigue después de una etapa denominada post crisis es que hay que estar listo para la siguiente.

⁶⁷ Luis Cam fue campeón escolar de tenis de mesa en su infancia y afirma que las crisis informativas son muy parecidas a una jugada de mesa de tenis: “No sabemos exactamente a dónde nos llegará la pelota y tenemos que resolverla en un brevísimo instante”. Disponible en: <https://manejodecrisis.wordpress.com/2009/05/13/manejo-de-crisis-informativas-modelo-scs/>. Consultado en octubre 2019.

Propuesta (Esquema A):

PROPUESTA PARA EL MANEJO DE INFORMACIÓN FRENTE A UNA SITUACIÓN DE CRISIS



Propuesta (Esquema B):

ETAPAS DE ATENCIÓN DE UNA SITUACIÓN DE CRISIS INFORMATIVA

NOTA: Las crisis son imprevistas, sin embargo, como en toda actividad humana, en materia de comunicación se recomienda estar preparado para cualquier eventualidad ante situaciones de desinformación, como rumores, filtraciones, falsos testimonios, trascendidos y mentiras, sin olvidar que algunas situaciones de crisis también son provocadas por accidentes, escándalos, siniestros naturales, conflictos laborales, etc.

Conocimiento de la existencia de situaciones de crisis, donde la comunicación es una herramienta de mucha utilidad para controlar o un factor de riesgo si no se sabe cómo actuar. (Se define quiénes son voceros y prepararlos, quiénes integran el equipo de crisis y tener listo todo un Plan en la materia)

“La peor crisis es la que no se prevé”

Surge un rumor, se da una filtración, se presenta un falso testimonio, hay algún trascendido o una mentira.
No desestimar avisos
(Crisis en incubación)

“Mientras piense (n) que no existe,
no va (n) a tomar decisiones en consecuencia”

SE APLICA PROTOCOLO DE MANEJO DE INFORMACIÓN FRENTE A CRISIS

“La mentira no es una opción”

POST CRISIS:

Hay que evaluar lo bien hecho y corregir fallas.

“Hay que vacunarse contra la siguiente crisis”

3.3 Respetar el marco normativo general del periodista.

Aspecto relevante para la atención de situaciones de crisis informativas es, sin duda alguna, el conocimiento del marco jurídico que regula la actividad que se desarrolla en los medios de comunicación, esto como parte de un protocolo de actuación, ya que, a mayor conocimiento de la normatividad existente en materia del derecho a la información y la libertad de expresión, mejor y más eficaz será asimismo la toma de decisiones que se hagan frente a cualquier fenómeno de la desinformación. Lo anterior, en el entendido de que la libertad de expresión ha recibido diversos significados, como libertad de pensamiento, libertad de opinión, libertad de prensa y libertad de información.

En ese marco de ideas, el autor del libro *Periodismo de Investigación. Teoría y práctica*⁶⁸ destaca que “Un aspecto importante para el trabajo del periodista investigador es el conocimiento de las leyes que regulan su actividad profesional y que definen el marco sobre el que se va a desenvolver su actividad” y al hablar sobre la libertad de expresión, agrega que esta debe ser entendida “como el derecho a comunicar libremente ideas opiniones y noticias a través de la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción: “Una libertad de expresión que implica el reconocimiento de la libertad de publicación y difusión y el de la libertad de empresa”.

En tanto que Ulrich Richter Morales detalla que por libertad de expresión debemos entender la manifestación de las ideas y para la libertad de información hay que referirnos a la difusión de información por cualquier medio.

En ese contexto de legalidad, del mismo modo observaremos pormenores del derecho de réplica, el derecho de acceso a la información y la ley de secreto profesional, figuras jurídicas que en su conjunto pueden ser el principio del conocimiento básico para dar respuesta inmediata a una crisis informativa.

⁶⁸ Caminos Marcet, José María. Op. Cit. Pp. 97

Al respecto, Hilda Nucci González, especialista en temas jurídicos, en su libro *El Derecho de Réplica* resalta que las condiciones de funcionamiento de los medios deben adecuarse a los requerimientos de la libertad de opinión y de información para dar sustento a la vida democrática de las sociedades.

Lo anterior, entonces, se debe entender en el sentido de que las libertades en materia de prensa o cualquier otra normatividad en el ámbito de la información y la comunicación, no se pueden, por ende, concebir como absolutas e ilimitadas.

Es muy común observar, destaca la especialista, cómo, “en aras del ejercicio de la libertad de opinión y de información, sucumben en forma pública derechos fundamentales del individuo, como el honor, la imagen o la identidad personal, valores que son impunemente lastimados por publicaciones indebidas o por transmisiones electrónicas carentes de toda ética o de una mínima consideración de la persona”⁶⁹, premisa en la que caen nuestras situaciones informativas que en el mundo de la desinformación se identifican como rumores, filtraciones, falsos testimonios (chantajes), trascendidos y mentiras o noticias falsas.

En ese sentido, antes de desarrollar este capítulo, bien vale retomar lo que señala José María Caminos Marcet, cuando habla de los límites legales de la investigación periodística: “Si se ha ejercido el derecho a la libertad de expresión de ideas, pensamientos, opiniones, etc., el único límite en relación con los derechos al honor viene determinado por la presencia de expresiones despectivas, insultantes o injuriosas, que impliquen por sí mismas un menosprecio a la honorabilidad de las personas. Es decir, la libertad de expresión no protege el derecho al insulto”.

3.3.1 Derecho a la Información.

El estatus legal de este mandato data de mediados del siglo XX, ya que fue, en el año 1948, cuando la Organización de la Naciones Unidas, mediante la Declaración Universal de los Derechos humanos, en su artículo 19, establece que “[...] todo

⁶⁹ Nucci González, Hilda. *El Derecho de Réplica*. Tecnológico de Monterrey. 2017.

individuo tiene derecho a la libertad de expresión y de opinión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

De lo anterior se puede inferir que el derecho a la información se puede interpretar en dos vías, por un lado, se refiere a quien recibe la información (sujeto pasivo) y, por otro, a quien la proporciona (sujeto activo), es decir quien informa.

El derecho a la información en México está establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a raíz de una reforma que dio como resultado su publicación en el Diario Oficial de la Federación, el 6 de diciembre de 1977, la cual se modificó con otra reforma del 11 de junio de 2013, quedando el artículo 6° como sigue:

“La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios”.⁷⁰

En general, se puede concluir que para el artículo 6° constitucional, como para el resto del articulado establecidos en nuestra Carta Magna, sus límites serán la moral, los derechos a terceros, la provocación de algún delito, es decir no estamos ante un derecho absoluto, sino que éste es armonizado con otros derechos fundamentales, como puede ser el caso de la protección de la seguridad nacional

⁷⁰ *Primer Centenario de la Constitución del Pueblo Mexicano, 1917-2018*. Cámara de Diputados, LXIII Legislatura. 2018.

y el respeto a la sociedad, así como derechos que protegen el derecho a la vida o bien la privacidad de los gobernantes, derechos que incluso han dado pauta al origen de figuras jurídicas como “la reserva de información”.

3.3.2 Derecho a la Libertad de Expresión.

La libertad de expresión es un derecho fundamental, cuyo objetivo es manifestar libremente los pensamientos, opiniones, ideologías e información, a fin de desarrollar el razonamiento. En México este derecho está consagrado desde la Constitución de 1857 y se mantiene vigente en el artículo 7° constitucional de nuestra Carta Magna que data de 1917 y a la letra dice:

“Artículo 7°. Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.”

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito”.⁷¹

Cabe mencionar que el *Diccionario de la Lengua Española* define la libertad como la “facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar por lo que es responsable de sus actos”.⁷²

En tanto que en el diccionario de *Derecho a la Información* podemos encontrar una definición más amplia, aunque todas son un complemento. “Es un hecho que, por propia naturaleza, desde tiempos inmemoriales el hombre ha manifestado la necesidad de expresarse por el simple acto de comunicarse o bien para, en un contexto más amplio, erigirse en motor de un sinnúmero de luchas sociales. Es

⁷¹ *Primer Centenario de la Constitución del Pueblo Mexicano, 1917-1918*. Op cit.

⁷² Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua Española*, 22ª edición. 2012.

evidente que sólo a través de la expresión de las ideas el ser humano puede interactuar y desarrollarse con otros individuos, y que desde sus orígenes se ha visto en la necesidad de emitir sonidos con los cuales traducir sus representaciones mentales, es decir, sus pensamientos, ideas o conceptos, hasta acuñar términos o palabras para posteriormente crear oraciones con un sentido lógico, para poder relacionarse con sus semejantes. Por ende, desde el punto de vista filosófico la libertad de expresión se entiende como intrínseca y exclusiva del género humano”⁷³

En ese contexto, Luis Bazdresch, en su libro “*Garantías constitucionales, curso introductorio actualizado*” destaca que:

“No debemos entender que se tienen esos derechos sólo porque la Constitución los otorga. Las garantías son una creación de la Constitución, en tanto que los derechos que protegen esas garantías son los derechos del hombre, que provienen de la calidad misma del ser humano. Luego entonces, los derechos humanos son facultades de que goza un ser humano de actuar y disfrutar, mientras que las garantías son los compromisos del estado de respetar su preexistencia y su ejercicio”⁷⁴

En resumen, por derecho a la libertad de expresión debemos entender que todos los individuos gozamos de esa facultad y por igual su ejercicio conlleva la posibilidad de ser sancionado. Por ejemplo, si un comunicador, o cualquier otra persona, denuncia un acto de corrupción en cualquier medio de difusión, amparado en este derecho, y difunde información o contenidos falsos o inexactos, éste podrá ser acusado por delitos tipificados como calumnias o difamaciones.

Lo anterior denota que la libertad de expresión no es un derecho absoluto, de ahí que exista una legislación que la regula para su cabal ejercicio, al tiempo que le establece límites.

⁷³ Rojas Castell, Irma Julieta. “*Libertad de Expresión*”, en Ernesto Villanueva (coord.), *Diccionario de Derecho de la Información*. 3ª. Ed., México, UdeG/Cámara de Diputados/Porrúa. 2006.

⁷⁴ Bazdresch, Luis. *Garantías constitucionales, curso introductorio actualizado*. Editorial Trillas. México, 1992.

En resumen, retomaremos una cita de Luis Raúl González Pérez, ex Presidente de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos en México, donde afirma que “la libertad de prensa tiene, a fin de cuentas, un carácter particular en los regímenes democráticos modernos: servir de equilibrio entre libertad de expresión y el derecho de los individuos a recibir información y enterarse de lo que sucede en los asuntos públicos”.⁷⁵

3.3.3 Derecho de Réplica.

Ernesto Villanueva⁷⁶, en el prólogo de la obra de la doctora Nucci González, al referirse al Derecho de Réplica (DR), define que como réplica podemos hablar de una rectificación o respuesta y que ésta es una prerrogativa de toda persona para emitir su dicho cuando se publiquen o difundan informaciones inexactas o agravantes.

En ese marco teórico, cuando se habla del DR, hay una referencia tácita a un mecanismo de defensa y de protección jurídica cuando está de por medio la intimidad de las personas frente a actos de difusión que hayan vulnerado su buena fama, honor y reputación

El derecho aludido tiene su antecedente en Francia, cuando en 1798 se presenta, para la legislación de ese país, un proyecto que contenía dos artículos que daban pleno reconocimiento a la respuesta que podía dar un ciudadano que se supiera ofendido en su reputación por un medio de comunicación escrita. Sin embargo, según coinciden diversos estudios, no fue sino hasta 1822 cuando esa propuesta prospera en la legislación francesa. Ley de Imprenta 1822, Fr. Artículo 11: “Los propietarios de todo diario o periódico están obligados a insertar la respuesta de toda persona nombrada o designada en el diario escrito o periódico: siendo la inserción gratuita y hasta el doble del artículo a que se refiere”.

⁷⁵ González Pérez, Luis Raúl. *En defensa de periodistas y defensores de derechos humanos en riesgo*. CNDH, México. 2016.

⁷⁶ Investigador Titular C de tiempo completo definitivo por oposición. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. En la obra “*El Derecho de Réplica*”. Nucci González, Hilda. Tecnológico de Monterrey, 2017.

Ahora bien, en México la ley de derecho de réplica tiene sus antecedentes en el artículo 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, documento signado en San José Costa Rica el 22 de noviembre de 1969 y el cual entró en vigencia el 18 de julio de 1978. El referido artículo establece que: “Toda persona afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley”.

Vale entonces recordar que, en el caso mexicano, esta doctrina se inscribe en el andamiaje jurídico nacional hasta el año de 2015, cuando el Congreso de la Unión aprueba la Ley reglamentaria que reforma el artículo 6° constitucional, publicada por el Ejecutivo Federal en el *Diario Oficial de la Federación* el 4 de noviembre de ese mismo año, pero adquirió vigencia plena en nuestra jerarquía normativa hasta enero de 2018, cuando la Suprema Corte de Justicia de la Nación declaró constitucional esa Ley Reglamentaria.

Lo anterior, no obstante que el DR ya se había establecido poco más de cien años atrás en la Ley de Imprenta, pero esas disposiciones, por imprecisas, en la práctica no se podían concretar en su cumplimiento, o al menos lo dificultaba, debido a que la norma en cuestión remitía a un articulado inexistente en el Código Penal, eso sin considerar la dudosa constitucionalidad, ya que se promulgó antes de la Constitución de 1917 y Bajo facultades cuestionables del entonces presidente Venustiano Carranza. Es así como, después de varias iniciativas de ley y de algunas imprecisiones establecidas en el marco jurídico nacional, el DR adquiere plena vigencia en las leyes mexicanas en 2018.

La Ley Reglamentaria del artículo 6° constitucional, sobre Derecho de Réplica, establece que: Los medios de comunicación, las agencias de noticias, los productores independientes y cualquier otro emisor de información, responsable del contenido original, serán sujetos obligados y tendrán la obligación de garantizar el derecho de réplica. Y dispone que los partidos políticos, los precandidatos y los candidatos a puestos de elección popular, solamente

registrados ante las instancias electorales correspondientes, podrán ejercer este derecho respecto de la información inexacta o falsa que difundan los medios de comunicación.

Al mismo tiempo, establece que la publicación, transmisión o difusión de la rectificación o respuesta formulada por los sujetos obligados sea gratuita y que éstos cuenten en todo tiempo con un responsable para recibir y resolver las solicitudes.

De acuerdo con la esa Ley Reglamentaria, el procedimiento para ejercer el derecho de réplica deberá iniciarse, en todos los casos, a petición de parte.

Además, entre otras consideraciones no menos relevantes, precisa que, si se trata de medios impresos, el escrito de réplica, rectificación o respuesta deberá publicarse íntegramente, sin intercalaciones, en la misma página, con características similares a la información que la haya provocado y con la misma relevancia. Y cuando se trate de información transmitida a través de un prestador de servicios de radiodifusión o uno que preste servicios de televisión o audio restringidos, la rectificación o respuesta tendrá que difundirse en el mismo programa y horario y con características similares a la transmisión que la haya motivado.

El precepto legal destaca que las agencias de noticias que difundan información falsa o inexacta a sus suscriptores, en agravio de una persona, deberán difundir por los mismos medios a sus suscriptores, la rectificación o respuesta que realice la persona legitimada para ello, en un plazo máximo de veinticuatro horas contadas a partir de la fecha en que se resuelva la procedencia de la solicitud de réplica.

Hasta aquí la aproximación conceptual a nuestro objeto de estudio en este apartado, y, tal como lo plantea Ernesto Villanueva, en el libro "*El Derecho de Réplica*" de Hilda Nucci González⁷⁷, este derecho representa el primer instrumento

⁷⁷ Nucci, González. Op. cit.

con que cuenta el ciudadano para acceder a los medios de comunicación con objeto de hacer válido sus puntos de vista frente a hechos que lesionen sus derechos fundamentales, como su buena fama, honor y reputación.

3.3.4 Derecho al acceso de la información.

Estudiosos del tema afirman que el derecho de acceso a la información pública es la especie del derecho a la información. Ernesto Villanueva comenta que informar “significa poner en forma hechos y datos, de suerte tal que sean útiles para el ejercicio pleno de la ciudadanía en sentido sociológico de la expresión”⁷⁸. Es decir, que el principio de esta acción tenga por objeto difundir algo.

Hilda Nucci González, en su libro *El Derecho de Réplica*, cita a Ernesto Villanueva para referirse a este tema, quien argumenta que “Se trata de un principio común al Estado democrático de derecho, toda vez que el derecho de acceso a la información pública representa la facultad del ciudadano para acceder a datos, registros y todo tipo de información en poder de entidades públicas y/o empresas privadas que ejercen gasto público y/o realizan funciones de autoridad, con las excepciones que las leyes en la materia señalen en sujeción a los principios jurídicos fundamentales”.⁷⁹

Es a través de esta prerrogativa, aclara la autora, que se logra la seguridad jurídica para los diferentes actores de la sociedad “toda vez que tanto gobernantes como gobernados saben cuáles son sus derechos y obligaciones, permitiendo así la transparencia en el actuar de ambos, a efecto de evitar el vulnerar los derechos en general”.⁸⁰

“En el ámbito de la comunicación, el derecho de accesos a la información pública evita que los rumores se dispersen y se alientan las noticias confirmadas, además de que se logra un acceso equitativo en igualdad de oportunidades para que los ciudadanos puedan participar en las diversas

⁷⁸ Villanueva, Ernesto. Derecho de acceso a la información en el mundo. Cámara de Diputados/Miguel Ángel Porrúa/UNAM-IIJ. 2006.

⁷⁹ Nucci, González. Op. cit.

⁸⁰ Ibidem.

actividades de la vida nacional. En suma, se logra la democratización de la administración pública”.⁸¹

En ese orden de ideas, con objeto de hacer una aproximación más amplia respecto a lo que se debe entender por transparencia y acceso a la información, la especialista en estos temas, Paulina Gutiérrez Jiménez, en su libro “*El Derecho de Acceso a la Información Pública*”⁸², afirma que “Cuando hablamos de transparencia nos estamos refiriendo a la política pública a través de la cual los gobiernos, de forma proactiva, abren su información al escrutinio público, es decir, ponen a disposición del público información relevante sobre su actuar cotidiano para que las personas puedan conocerla y analizarla. Una política de transparencia implica que la información sea accesible, esté disponible para el mayor número de personas, y que esta información sea relevante, oportuna, comprensible y de calidad”.

En dicho texto se precisa que es una obligación del Estado democrático de derecho es la publicidad de los actos gubernamentales, no sólo como mecanismo de control de dichos actos, sino como el insumo principal para la participación libre e informada de las decisiones colectivas. Y destaca que “El derecho de acceso a la información pública implica el reconocimiento de un instrumento legal para que las personas soliciten ésta a sus gobernantes, quienes tienen la obligación de responder, sin ningún tipo de discriminación por condición social, nacionalidad, edad, sexo o filiación política”.

Para mayor abundancia sobre este criterio jurídico, es importante informar que este derecho fundamental ha sido reconocido en los principales instrumentos internacionales que defienden los derechos humanos y con base en esos antecedentes es como este precepto es considerado en la legislación mexicana, cuando el Congreso de la Unión aprueba en junio de 2002 la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, logrando con ello un cambio importante en la relación entre sociedad y el gobierno, ya que antes no existía

⁸¹ Gutiérrez Jiménez, Paulina. *El derecho de acceso a la información pública*. Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal. 2008.

⁸² Idem.

obligación para que la información que se genere en el sector gubernamental se difunda, y con la entrada en vigor del nuevo andamiaje legal, se ordena que toda la información gubernamental sea pública, “salvo la que se encuentra reservada por los casos previstos en la propia ley”.

Entonces, a partir de la existencia del nuevo ordenamiento, la responsabilidad de los ciudadanos ya no sólo es de elegir a sus autoridades sino asimismo exigirles cuentas cotidianamente, tal como lo indica el Artículo sexto constitucional, y de acuerdo a lo que se establece en el Artículo octavo de nuestra carta magna, que se refiere al derecho de petición: "Los funcionarios y empleados públicos respetarán el derecho de petición, siempre que ésta se formule por escrito, de manera pacífica y respetuosa; pero en materia política sólo podrán hacer uso de ese derecho los ciudadanos de la República"⁸³, derecho que, por cierto, está vigente desde la Constitución de 1917.

3.3.5 Derecho a la protección de fuentes.

El secreto profesional de los periodistas está protegido por los artículos sexto y séptimo constitucionales, que garantizan los derechos a la información y de libertad de expresión, sin embargo estudios diversos en la materia concluyen que lo hasta ahora establecido en la legislación ha resultado limitada e incompleta y recientemente este reclamo fue atendido en la redacción de la naciente Constitución de la Ciudad de México, vigente desde febrero de 2017, no obstante que ese derecho ya había sido garantizado por la Ley del Secreto Profesional del Periodista, desde el 7 de junio de 2006, pero que, al igual que la Carta Magna, en su redacción daba margen para que, por la vía judicial, se podía obligar al periodista a revelar sus fuentes de comunicación.

Al respecto, José María Caminos Marcet define que el “secreto profesional es el derecho que tienen los periodistas a no revelar las fuentes de su información y

⁸³ *Primer Centenario de la Constitución del Pueblo Mexicano*. Op. cit.

mantener en secreto las notas personales, cintas magnetofónicas y demás material informativo empleado por ellos. Se trata, en definitiva, de un derecho de los profesionales de la comunicación a no declarar ante los jueces cuando se trate de investigaciones sobre hechos por ellos relatados o revelados”⁸⁴

Agrega Caminos Marcet que “La esencia del secreto profesional debe sustentarse en el derecho que debe tener el profesional de la información a no revelar la identidad de la fuente de información e incluso a poder mantener en secreto aspectos colaterales relacionados con la formas empleadas para obtener los datos que revela y que indirectamente podrían conducir a identificar a su fuente”⁸⁵

En el caso específico de la Ciudad de México, este derecho fue modificado y garantizado en la Constitución de la Ciudad de México, en cuyo Artículo 7, de la Ciudad Democrática, inciso C, de la Libertad de Expresión, en su apartado 2, se establece que:

“Las personas profesionales de la información tienen derecho a desempeñarse de manera libre y a mantener el secreto profesional, que salvaguarda a periodistas y colaboradores periodísticos en cumplimiento de sus funciones, así como a no ser obligados a revelar sus fuentes de información. En su desempeño se respetará, como eje fundamental, la cláusula de conciencia para salvaguarda de su dignidad personal y profesional e independencia.”

Con la derogación de la ley de 2006, en la Constitución CDMX se establece la no obligatoriedad del periodista a revelar sus fuentes de información y de comunicación, aunque exista un requerimiento judicial de por medio, es decir se está salvaguardando de una manera real el secreto profesional.⁸⁶

⁸⁴ Caminos Marcet. Op. cit. Pp, 101

⁸⁵ Op. Cit. Pp 102

⁸⁶ Al momento de la redacción del presente trabajo, continuaba en el análisis y debate la Ley reglamentaria del artículo 7° de la Constitución de la CDMX, donde existían dudas sobre el alcance, ya que la carta magna local habla de periodistas y colaboradores, y los diputados locales suprimieron el segundo término en su aprobación, lo que motivó que no se haya publicado en la Gaceta Oficial de la CDMX y la minuta se regresara al legislativo con observaciones por parte del Gobierno de la Ciudad de México.

En ese contexto, es oportuno resaltar que el secreto profesional en el ejercicio del periodismo ha permitido que sean conocidos públicamente diversos temas, y en ese caso podemos citar el caso un caso emblemático ocurrido en los Estados Unidos, donde un par de reporteros, de *The Washington Post*, realizaron una investigación que desembocó en la renuncia del presidente Richard Nixon y donde muchos años después se supo el nombre del filtrador de la información, pero que para efectos de protección de la fuente al suministrador de información se le conoció como garganta profunda.

Es probable que hoy en día, en los Estados Unidos, cuando se menciona la palabra Watergate muy pocos se acuerden del edificio de ese mismo nombre, ubicado en Washington, pero sin duda el caso Watergate nadie lo olvida, porque en él estaban instaladas las oficinas de campaña del Partido Demócrata, y lo que en 1972 parecía un simple robo, derivó en un tema de abuso de poder, de espionaje y corrupción (sucesos que en un principio fueron negados por los funcionarios del gobierno de Richard Nixon). Pero que, al ser expuestos por filtraciones desde el poder mismo, se configuró un asunto de trascendental importancia en el periodismo: la protección de las fuentes periodísticas. Pasando por alto también una máxima que, en situaciones de crisis, aconseja hablar con la verdad, lo que tal vez en aquellos tiempos hubiese aminorado los efectos e impactos, tanto mediáticos como políticos.

En México podemos citar una noticia que dio a conocer el periodista Carlos Loret, en su columna de *El Universal*, y en su espacio radiofónico “Así las cosas”, en W Radio, a mediados del mes de octubre de 2019. Son parte de las grabaciones que tiene en su poder la empresa Oro Negro, con las cuales se presumen actos de corrupción en Pemex y apuntan a que con sobornos de hasta 2 mil millones de pesos, supuestamente, se habría pagado la campaña del ex presidente Enrique Peña Nieto.

Para efectos de nuestro trabajo la noticia no sería relevante, pues informaciones similares circulan en todo momento en el argot periodístico. Aquí el tema es que el periodista fue emplazado por la Secretaría de la Función Pública del Ejecutivo

Federal, en un término de siete días hábiles, a remitir a dicha autoridad administrativa copia certificada de toda la documentación con que el periodista contara al respecto sobre el caso denunciado públicamente. Lo cual infería que se dieran a conocer las fuentes de donde provenían dichos audios, videos y documentos que sustentaban lo publicado. Por supuesto el comunicador hizo caso omiso a dicha petición de la autoridad, amparado en el Derecho de Libertad de Expresión, de Información y de Protección de sus fuentes.

Al respecto, Gastón García Miranda, en la tesina: Apología del secreto profesional, precisa que “el derecho al secreto profesional del periodista está reconocido por las leyes, aunque también existen códigos de ética en casi todo el mundo, que rigen la labor de los medios y los periodistas”⁸⁷. Asimismo, destaca que el secreto profesional no debe tener más norma que la responsabilidad del comunicador y los códigos de ética con que se conduzca el medio para el cual trabaja y opina que, como en cualquier disciplina, del mismo modo habrán de observarse las excepciones a la normatividad.

3.4 Respetar el marco legal del medio informativo.

El grueso de los medios informativos o de comunicación rigen sus actividades bajo principios fundamentales del derecho y vida democrática del país, pero al mismo tiempo sustentan esos derechos en las libertades de expresión, de información y prensa, mismos que, además de la Carta Magna de los mexicanos, son principios consagrados en el Acuerdo fundamental de las Naciones Unidas.

Toda actividad de los medios de comunicación y de los periodistas, según el Código de Ética del Diario *El Universal*, debe estar inspirada en el interés público y quienes ejercen el periodismo, ya sea de manera individual o a través de empresas, debe estar al servicio de la verdad.

⁸⁷ García Miranda, Gastón. *Apología del secreto profesional en el periodismo mexicano*. Tesina UNAM-FCPyS. Lic. Ciencias de la Comunicación. 2003.

La tarea de “*EL Universal*” se halla regida por los principios de la independencia, honestidad, equilibrio, respeto, responsabilidad, y esos valores de sus Código de Ética parten del principio de que es responsabilidad exclusiva de los periodistas de esa casa el apego y observancia de las disposiciones definidas, inherentes al ejercicio de la profesión, y no de órganos externos, sean gubernamentales o no, por lo que resulta inadmisibile cualquier injerencia de esa naturaleza.

Otro ejemplo de código de ética en los medios de comunicación, es lo que a la letra mandata la empresa *Televisa* en el sentido de que éste se da acorde al marco normativo vigente para la industria de la radio y la televisión, para comprometerse con sus audiencias y establecer directrices que los empresarios, directores, editores y reporteros deben seguir mediante criterios éticos para el tratamiento de la información y los contenidos que ellos presentan.

El código Televisa estipula que los Radiodifusores están obligados a informar al público de una forma precisa, exhaustiva e imparcial sobre los eventos y temas de importancia; presentarán noticias e información sin distorsión y que las entrevistas podrán ser editadas siempre que el significado no se cambie o distorsione; y que reconocerán errores y los corregirán cuando estos se presenten.

Cabe precisar que la mayoría de las empresas periodísticas, de comunicación y de manejo de información, cuentan en su organigrama con una figura defensora de las audiencias, la cual funge como mediador y vínculo entre el público o lectores y de los medios referidos, y la actuación del mismo se sujeta a los principios y reglas de los códigos de ética existentes.

MVS Radio por su parte, destaca que sus acciones de difusión e información se realizan en apego a la normatividad y al respeto de los derechos humanos y éstas son aplicables a todas las concesiones que conforman esa empresa de radio. Entre otros principios, destacan que los contenidos producidos y transmitidos por ellos, reflejan un pluralismo ideológico, político, social y cultural. Que se rigen por el principio de veracidad en la información que difunden, entendida como responsables, honesta, plural, contrastada y alejada de prejuicios, se privilegia la

consulta de las fuentes que sean necesarias en cada caso y la aproximación o vinculación con los protagonistas, agentes y procesos de la noticia. Y aclara que, por ningún motivo, promoverán contenidos que inciten al odio o a la supuesta superioridad de algunos grupos. El respeto y tolerancia, son principios básicos en su actividad.

MVS Radio precisa por su parte que “no presionará directa o indirectamente a sus colaboradores para que revelen fuentes que hayan solicitado confidencialidad. En ese sentido, el Grupo apoyará cualquier acción que, dentro del marco legal vigente, permita garantizar que dichas fuentes permanezcan protegidas por el secreto profesional de sus colaboradores”.

Al respecto, Gastón García Miranda apunta que “el secreto profesional no debe tener más norma que la responsabilidad del comunicador y los códigos de ética con que se conduzca el medio para el cual trabaja y, como en cualquier disciplina, también habrán de observarse las excepciones a la normatividad”⁸⁸.

En términos generales podemos inferir que todos los medios formales de la comunicación, la difusión y la información cuentan con códigos de ética muy similares, enmarcados todos en los alcances de los artículos 6° y 7° constitucionales, en los cuales se establecen los derechos a la información y de libertad de expresión. Es decir, todas las empresas deben comulgar con el compromiso de decir siempre la verdad, deben ser imparciales ante diferentes posturas de opinión y deben garantizar al oyente, lector o audiencia en general, la aplicación de las normas vigentes para estos medios cuando éstos se sientan afectados por algún rumor, filtración de información o falsos testimonios o cualquier otra figura que erróneamente haya sido utilizada con daños en su imagen personal o de una institución.

⁸⁸ García Miranda, Gastón. Op cit.

CONCLUSIONES.

“Crisis” es una situación que, en general, todos quisiéramos evitar, sin embargo, la realidad nos dice otra cosa y más bien en todo tipo de actividad debiéramos estar preparados para afrontar eventualidades que, por sus características, resultan difíciles de comunicar, sea por las presiones, por el desconocimiento de sus efectos, porque no se está preparado para ello o porque simplemente es imposible hacer un pronóstico sobre este tipo de eventualidades que, a ciencia cierta, nunca se podrá pronosticar de qué tipo será el problema a afrontar.

En virtud de que los tipos de crisis son diversos, digamos que multidisciplinarios, para el desarrollo de la presente tesina delimitamos el tema y solo se hizo referencia a situaciones que en el ámbito de la información y la comunicación suelen presentarse con los nombres de rumor, filtraciones informativas, falsos testimonios, trascendidos y mentiras, y en el entendido de que nuestra propuesta de protocolo es una herramienta básica de atención a cualquier tipo de situación de crisis, aunque para efectos de nuestro estudio nos dimos a la tarea de desarrollar un formato básico que puede ser aplicado para todos los aspectos de las crisis informativas.

En ese contexto, se observó que el tema de las crisis informativas no es nuevo, aunque se puede concluir que como materia de trabajo en el entorno de la comunicación y la información se encuentra en etapa de madurez y gestación, y a pesar de su presencia común en los medios informativos, con un crecimiento exponencial en la era del internet, llámense redes sociodigitales, la experiencia nos indica que en las vocerías y oficinas de prensa de empresas privadas u órganos gubernamentales, en las organizaciones sociales y en situaciones individuales, hay poco conocimiento de la herramientas para enfrentar este tipo de situaciones, de cómo contenerlas o de cómo hacer de ellas una oportunidad para mejorar el entorno que las originan.

Es importante resaltar que, si bien el tema forma parte de talleres especializados en la materia y lo mismo se imparten diplomados, asesorías especializadas y

diversos cursos extracurriculares en el campo del periodismo y las ciencias de la comunicación, se considera que el tema no se ha socializado lo suficiente, principalmente porque forma un parte de un nicho muy atractivo en el plan de negocios de firmas que hasta ahora mantienen un dominio técnico en este tipo de asesorías, de ahí tal vez el motivo de que a la fecha no hay una amplia difusión sobre protocolos básicos que faciliten la atención de situaciones de crisis informativas.

No contar con herramientas básicas para el manejo de información en situaciones de crisis, de alguna manera ha contribuido a que esta información se siga monopolizando para el manejo exclusivo de capacitadores y facilitadores que al tiempo que venden miedo o infunden pánico entre sus clientes, en esa medida adquieren contratos de capacitación y entrenamiento en medios, mismo que son conocidos como “Manejo de medios para el control de crisis”, “media training” y/o “media kit”, entre otros nombres, con ofertas exclusivas y diseños de supuestos trajes a la medida para cada cliente, siendo que la información base es la misma y si acaso se agregan algunos pormenores que puedan ser del interés de los potenciales clientes.

Al inicio de nuestro trabajo, en el capítulo primero, nos planteamos un cuestionamiento ¿Qué es una crisis?, y, luego de hacer una revisión teórica en cuanto la definición del término, podemos resumir que la palabra crisis denota una ruptura con lo cotidiano y cada vez que esta situación llega a aparecer en nuestro entorno, ésta se presenta de forma diferente aunque con características similares o comunes, es decir son impredecibles, la primera información es muy escasa, son de interés público y gran atractivo social, además de que el margen de maniobra para su atención es muy reducido y en el contexto de aceptación de su existencia representan un riesgo que puede afectar la imagen o reputación de una empresa privada, institución pública o en lo individual de una persona, por lo que para detener posibles efectos mayores, a veces demoledores, es indispensable una pronta toma de decisiones y respuestas inmediatas.

En cuanto al aspecto teórico conceptual de las situaciones informativas de nuestro estudio, definimos que por rumor se entiende a todo proceso comunicativo que tenga como una de sus características principales que se trate de una información “no verificada”, es decir carece de una fuente oficial. Un rumor es entonces aquel mensaje que se transmite de boca en boca con mucha rapidez, que pretende convencer, pero por lo general tampoco podemos decir que se trata de una mentira, sino que se trata de una verdad a medias y son del interés habitual, y que en su proceso de trasmisión se puede distorsionar hasta llegar a un punto en el que al final la información resulta ser falsa.

De toda una serie de definiciones y teorías sobre el tema, podemos ahora identificar claramente la existencia de dos prototipos del rumor: Ociosos e intencionales (Provocados). Al primero se le concibe cuando los comentarios realizados no tienen otro objeto más que llamar la atención en una conversación de amigos; en tanto que el segundo, como su nombre lo indica, busca un determinado fin, su meta es lograr objetivos específicos, mismos que en la mayoría de las veces este objetivo es desconocido por los propagadores de este rumor.

Por lo que respecta a las filtraciones descubrimos que éstas corresponden a un dato o un conjunto de datos procedentes de una o varias fuentes que desean mantenerse en el anonimato por diversas razones, referidos a acontecimientos que pueden impactar con suma facilidad y rapidez a quienes van dirigidos, sea una o varias personas o instituciones en su conjunto, aclarando que en la mayoría de las veces estas informaciones son verdaderas y sus fuentes informativas gozan de la protección jurídica en el ámbito del ejercicio del periodismo.

Las filtraciones no tienen un fin definido, pero en general este tipo de informaciones sirven para alertar sobre algo a alguien; para dañar la fama pública de alguna persona; pueden ser utilizadas inclusive para conocer la reacción de la opinión pública sobre algún asunto en particular o para medir la aceptación o rechazo de alguna nueva medida del asunto que sea.

De los falsos testimonios llegamos a la conclusión de que éstos son hechos fantasiosos, son mentiras que, como recurso informativo, se utilizan para chantajear o simplemente para sacar provecho de algo. En otras palabras, un falso testimonio es una manipulación de los hechos y esto se logra con declaraciones tergiversadas sobre la realidad de las cosas. Son difamaciones, son calumnias.

En cada caso, a manera de contención o control de una situación de crisis, ya sea que la crisis provenga de las situaciones informativas referidos o de cualquier otra forma de comunicación, nos reencontramos con la recomendación básica que un manual de periodismo nos pide atender en el ejercicio periodístico: Contar con el apoyo de testimonios distintos, es decir que se contraste; Que no contenga interés contra el objeto de investigación y, sobre todo provenir de una fuente fidedigna y fiable.

En ese contexto, ante las llamadas “Fake News”, o sea falsas informaciones o mentiras, mismas que han invadido el espacio cibernético sin ningún compromiso social, una receta simple para afrontar a éstas y otras formas de la desinformación, gira en torno a la necesidad de regresar a las formulas establecidas en el periodismo nacional, como la verificación de las fuentes informativas, la confirmación de la información, la entrevista directa con los protagonistas de los hechos y la revisión de documentos, esto como un recurso que garantice credibilidad en el manejo de la información, porque, tal como quedó estipulado en el planteamiento de nuestro protocolo de actuación, “LA MENTIRA NO ES UNA OPCIÓN”, es decir que la verdad es el principio básico de un control de daños adecuado en una situación de crisis.

En nuestro análisis puntualizamos que la ética, principio fundamental en el periodismo, sin duda, debe ser un valor destacado en una contención de crisis.

Un aspecto fundamental en un manejo de situaciones informativas difíciles, hemos resaltado, en una breve revisión del marco legislativo, el tema de las leyes que dan vigencia a derechos fundamentales del ser humano, como el derecho a la

información y la libertad de expresión, y en esa idea podemos retomar una máxima del derecho que sentencia que “el desconocimiento de las leyes no exime de su cumplimiento a nadie” o bien que en el ejercicio periodístico ese andamiaje legal pueda ser un derecho preferente y no una fórmula absoluta.

En este rubro o apartado de la legalidad, pudimos observar que la mayoría de quienes reclaman o invocan los derechos de libertad de expresión y de la información, lo hacen sin tener precisión de los numerales a que se refieren de nuestra Carta Magna, de igual manera, es muy común que los preceptos constitucionales se apliquen o reclamen con criterios de interpretación, tal como sucede con la Constitución de la Ciudad de México, donde se establece el derecho a la protección de las fuentes, pero criterios encontrados de interpretación de los legisladores han retardado la emisión de la ley reglamentaria que regula el precepto en la constitución local, Artículo 7°.

En el caso de la radio y la televisión, sin duda, una figura novedosa y de avanzada en lo que a protección de las audiencias se refiere. Se conoce como el *Ombudsman* de medios, que en este caso es la persona nombrada por los Concesionarios de Radiodifusión, para recibir quejas y señalamientos de las audiencias y quien tendrá entre sus facultades hacer valer el derecho de las mismas, como por ejemplo aclarar la difusión de información mediante el recurso del “se dice por ahí”, “hay un rumor que señala que...”, “manos anónimas nos dejaron un documento que dice que...”, “ha trascendido que...”, y otros etcéteras, todo ello con base a las leyes vigentes que regulan la función de los medios de comunicación y el ejercicio del periodismo.

También en el marco de la legalidad no se puede perder de vista el hecho de que, en general, las leyes que de alguna manera regulan el ejercicio del periodismo están dirigidas a medios tradicionales como la radio, la televisión y prensa escrita, por lo que, más allá de debates sobre el tema, no existe ningún marco normativo para regular el uso de las ya famosas redes sociodigitales, hueco jurídico que ha dado pauta a todo tipo de abusos cibernéticos y en ese campo de desinformación se sitúan situaciones críticas como el rumor, los trascendidos, las filtraciones, los

falsos testimonios las llamadas *fake*, éste último un término inglés que traducido al español tiene una definición que habla de falsedad, por tanto es una mentira.

Fake news o hoaxs, cualquiera que sea el término, lo cierto es que es un hecho innegable que, en la era del Internet, el lenguaje evoluciona más rápido que cualquier propuesta para regular a estas prácticas, rebasando las normas hasta ahora establecidas en materia de derecho a la información y libertad de expresión, lo que de alguna manera ha favorecido el surgimiento de situaciones de crisis como la invasión de la intimidad, filtraciones que se esconden en el anonimato, y todo tipo de rumores y mentiras, que hacen cada vez más difícil la aplicación de leyes como las aquí abordadas. Ante esta falta en el marco legal mexicano, tal vez sea necesario pensar en algún planteamiento legislativo que permita regular el uso de las redes sociodigitales porque, hay que decirlo, desde estos espacios muchas veces los usuarios hacen de la libertad la diatriba y la descalificación, quedando en la impunidad ese tipo de delitos.

“Es más fácil engañar a la gente que convencerla de que ha sido engañada”, señaló en algunas de sus conferencias el escritor y periodista estadounidense Mark Twain, y aunque su expresión la hizo casi un siglo antes de la existencia de la era Internet, ésta sigue vigente pues hoy en día los usuarios de las redes sociodigitales se creen casi todo lo que circula a través de ellas, así, sin ningún soporte documental, fuente fidedigna o algún contraste de la información, dando origen a situaciones de crisis informativas.

En resumen, es preciso reiterar que el modelo básico de protocolo de actuación en situaciones de crisis es producto de la reflexión y de experiencias en el ejercicio de actividades afines al campo de las ciencias de la comunicación, donde nos dimos a la tarea de recopilar ideas transmitidas por especialistas en la materia y al final esquematizar todas esas enseñanzas que, creemos, pueden ser de gran utilidad para las nuevas generaciones de estudiantes del periodismo y de disciplinas afines que en un futuro pudieran tener la responsabilidad de afrontar, como portavoz, una situación de crisis informativa.

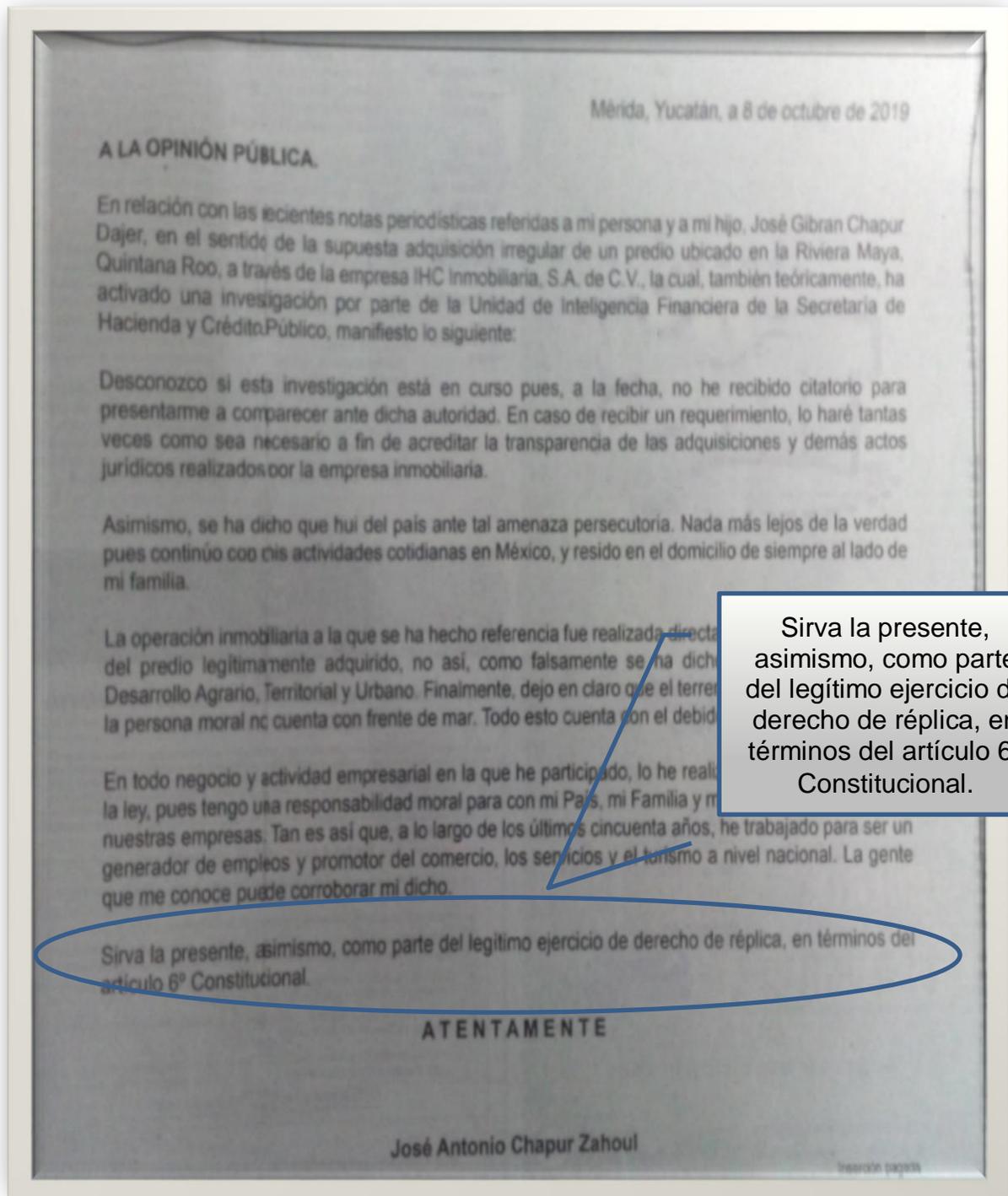
La finalidad no es el establecimiento de un esquema único de protocolo, sino más bien pretende ser un modelo básico de actuación en las referidas circunstancias y que puede ser modificado según sea la circunstancia a atender, pero a fin de cuentas son herramientas que pueden ayudar al equilibrio de los daños y por qué no, para el inicio de una oportunidad, de renovación, de transformación, de una nueva imagen o de una reorganización de una empresa, de una institución, y en general para cualquier sector de población o del individuo mismo.

FUENTES.

- Abascal Rojas, F. (2004). *Cómo se hace un plan estratégico. La teoría del marketing estratégico* (4a. ed.). Madrid, España: ESIC.
- Abreu Hernández, J. C. (2019). *Cabildeo en México, informar para decidir*. México: LEEA.
- Alba, V. (1974). *Watergate. Historia de un abuso de poder*. Barcelona, España: Nauta.
- Aldea, A. e. (2014). *Crisis de comunicación on line*. Obtenido de <http://unadocenade.com/wp-content/uploads/2014/01/Crisis-de-Comunicacion-Online.pdf>.
- Aldea, A. E. (Enero de 2014). *Crisis de comunicación on line*. Recuperado el 1 de Octubre de 2019, de <http://unadocenade.com/wp-content/uploads/2014/01/Crisis-de-Comunicacion-Online.pdf>.
- Allport, G. W. (1976). *Psicología del Rumor*. Buenos Aires, Argentina: Psique.
- Alonso, M. (1990). *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. México: Aguilar (Calypso).
- Bazdresch, L. (1992). *Garantías constitucionales, curso introductorio actualizado*. México: Trillas.
- Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo*. barcelona, España: Publicaciones y ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Caminos Marcet, J. M. (1997). *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Madrid, España: Síntesis.
- Carles Rius, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente*. (U. d. Barcelona, Ed.) Barcelona, España.
- Carreño Carlón, J. (18 de Marzo de 2015). Aristegui o la "prueba diabólica". págs. A-18.
- Contreras Padilla, S. O. (2013). Sobre las mentiras en Internet. De platillos voladores al alcoholismo de Calderón. *etcétera*, 29.
- Contreras Padilla, S. O. (Febrero de 2015). La transparencia del individuo. *Etcétera*(171), 35.
- Cortes, Á. (19 de Septiembre de 2019). *Sopitas.com*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <https://www.sopitas.com/noticias/frida-sofia-colegio-rebsamen/>.
- Cruz, J. (Marzo de 2015). *El País Semanal*. Recuperado el Marzo de 2015, de https://elpais.com/elpais/2015/03/26/eps/1427393303_512601.html
- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona, España: Paidós.
- Durandin, G. (1995). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona, España: Paidós.
- Eco, U. (1993). *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio. Investigación y escritura*. México: Gedisa.

- El País. (26 de Marzo de 2019). México pide a España que se disculpe por la conquista. pág. Primera plana.
- El País, D. (2004). *Libro de estilo*. Madrid, España: Aguilar.
- Fernández López, J. (s.f.). *www.hispanoteca.eu*. Recuperado el 1 de Octubre de 2019, de <http://hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Condicional%20de%20rumor.htm>
- Fernández Menéndez, J. (22 de octubre de 2019). "Culiacán, la penumbra y la mentira". *Excélsior*.
- Fita, J. (1999). *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona, España: Ediciones Gestión.
- Fregoso, J. (21 de Septiembre de 2017). *infobae.com*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/mexico/2017/09/21/frida-sofia-mentira-mito-terremoto-mexico1124876/>
- Galarza, G. (20 de Marzo de 1995). El gobierno prefiere informar a la prensa extranjera y con los periódicos mexicanos juega a las filtraciones. *Proceso*, 10-11.
- García Miranda, G. (2003). *Apología del secreto profesional en el periodismo mexicano*. Tesina: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM-FCPyS, México.
- Gómez Vela, A. (2010.). *No levantarás falsos testimonios. Ética para hacer un buen periodismo y defenderse de malos propietarios y periodistas*. La Paz,, Bolivia: Editorial Gente Común.
- González Pérez, L. R. (2016). *En defensa de periodistas y defensores de derechos humanos en riesgo*. (CNDH, Ed.) México.
- Gragani, J. (18 de Septiembre de 2018). *BBC.COM*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2019, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>
- Gutiérrez Jiménez, P. (2008). *El derecho de acceso a la información pública*. (I. d. Federal., Ed.) Distrito Federal.
- Hiriart, P. (25 de Noviembre de 2018). El hábito de mentir. *El Financiero. Columna: Uso de la Razón*. Recuperado el 25 de noviembre de 2019
- Kapferer, J. N. (1987). *Rumeurs*. Paris, Francia: Du seuil.
- Katz, D. y. (1981). *Psicología social de las organizaciones*. México: Trillas.
- López Túñez, M. (2007). *Comunicación Preventiva: Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. España: Netbiblo.
- Loret de Mola, C. (10 de Octubre de 2019). Historias de Reportero. *El Universal*, pág. 2.
- Loyden Sosa, E. (1983). *La utilización del rumor como instrumento de presión política. La experiencia de 1976 a 1979*. Tesis: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM-FCPyS, México.
- Maraboto, M. (7 de Mayo de 2013). *Red Forbes. Filtraciones, trascendidos o... ganas de fastidiar*. Recuperado el 27 de noviembre de 2019, de <https://www.forbes.com.mx/filtraciones-trascendidos-o-ganas-de-fastidiar/>
- Martínez de Velasco, A. (2004). *Comunicación Organizacional Práctica* (4a. ed.). Barcelona, España: Trillas.

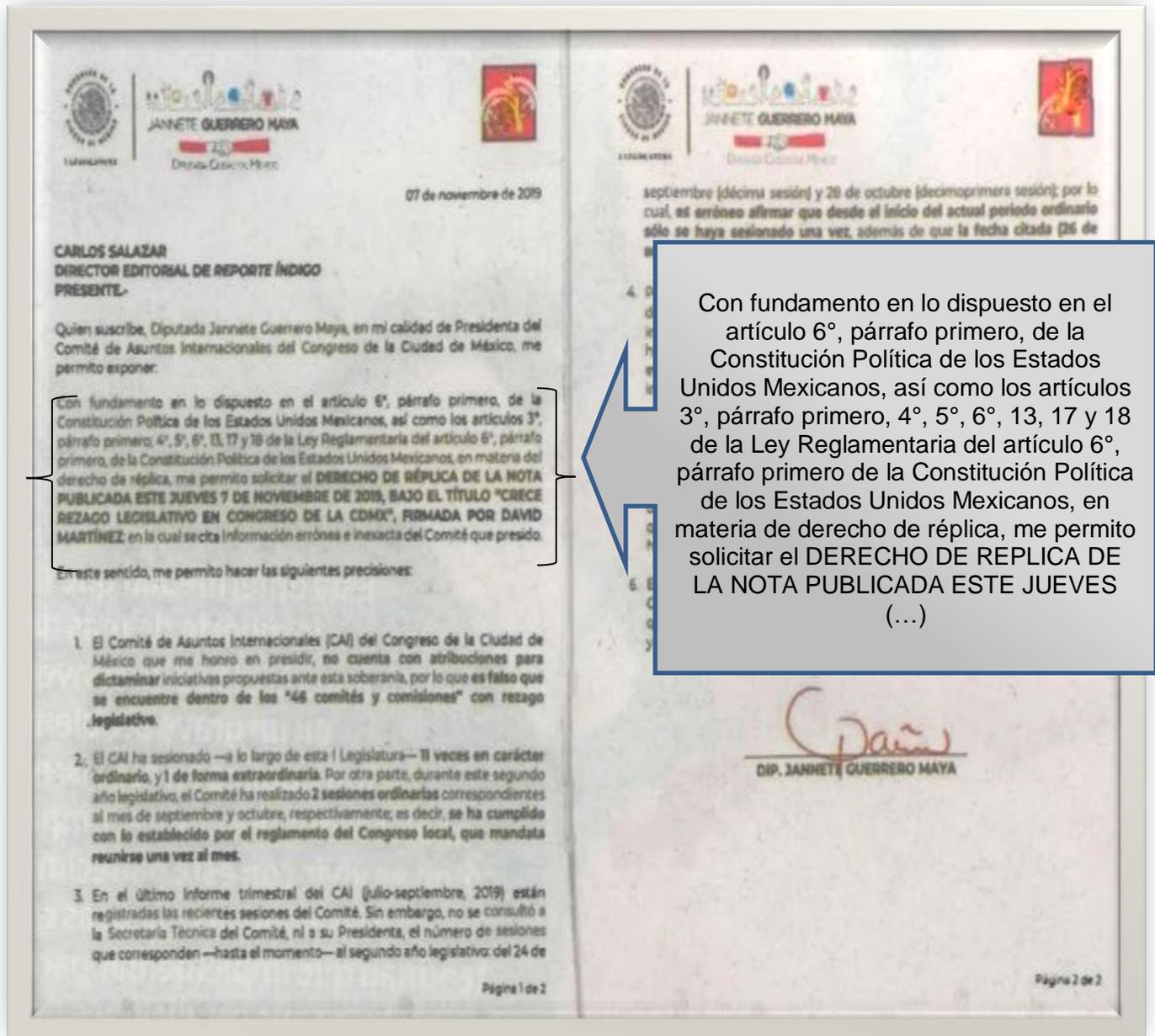
- Milenio, D. (20 de octubre de 2015). *Milenio.com*. Recuperado el 8 de Agosto de 2019, de <https://www.milenio.com/deportes/televisa-anuncia-salida-de-javier-alarcon>.
- Minoldo, C. (s.f.). *Semanario independiente primer día*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de <http://www.semanarioprimerdia.com.ar/>
- Nucci González, H. (2017). *El Derecho de Réplica*. (T. d. Monterrey, Ed.) México. *Primer Centenario de la Constitución del Pueblo Mexicano, 1917-2018*. (2018). México: Cámara de Diputados, LXIII Legislatura.
- Quesada, M. (2012). *Curso de periodismo especializado*. España: Síntesis.
- Ramírez, F. E. (1997). *Estudios sobre información periodística*. (F. U. CEU, Ed.) España.
- Real Academia de la Lengua Española. (2012). *Diccionario de la Lengua Española*. (R. A. Española, Ed.) España.
- Richter Morales, U. (2018). *El ciudadano digital. Fake news y posverdad en la era del internet*. México: Océano.
- Robles, F. (2006). *Seminario de Tesis I. Material didáctico*. SUA-FCPS.
- Rodríguez, P. (1994). *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Barcelona, España: Paidós.
- Rueda Rieu, F. (2014). Las fuentes del periodismo de investigación sobre el servicio de inteligencia CNI. (U. C. Centro Universitario Villanueva, Ed.) *Estudios sobre Mensaje Periodístico*, 20(1).
- Sáenz de Ugarte, I. (5 de Diciembre de 2016). *eldiario.es*. Recuperado el 27 de noviembre de 2019, de https://www.eldiario.es/zonacritica/Periodismo-basado-datos-falsos_6_587301280.html.
- Secanella Lizano, P. M. (1986). *Periodismo de investigación*. Madrid, España: Tecnos.
- Silva Garduño, M. d. (1994). *Uso y abuso de las filtraciones en el quehacer periodístico*. Tesis: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM-FCPyS., México.
- Villanueva, E. (2006). *Derecho de acceso a la información en el mundo*. México: Cámara de Diputados/Miguel Ángel Porrúa/UNAM-IIJ.
- Villanueva, E. (2006). *Diccionario de Derecho de la Información* (3a ed.). (C. d. Diputados/Porrúa/UdeG/, Ed.) México.
- Woldenberg, J. (22 de Abril de 1995). Las Filtraciones. págs. 1,5.

ANEXOS.**EJEMPLO 1: SOLICITUD PÚBLICA DEL DERECHO DE RÉPLICA**

Sirva la presente, asimismo, como parte del legítimo ejercicio de derecho de réplica, en términos del artículo 6º Constitucional.

Fuente: EL Universal, página A-7. Martes 8, octubre 2019.

EJEMPLO 2: SOLICITUD PÚBLICA DEL DERECHO DE RÉPLICA.



Fuente: Diario Reporte Indigo. Página 2. Viernes 8, noviembre 2019.