

Derecho de la información

Conceptos básicos

Ernesto Villanueva

Editor

Quito - Ecuador
2003

EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN
Conceptos básicos

© **Ernesto Villanueva**

Coordinador del Área de Derecho de la Información del
Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
(México)

Correo electrónico: evillanueva99@yahoo.com
1000 ejemplares - Agosto 2003

ISBN 9978-55-039-9

Código de Barras 9789978550397

Registro derecho autoral N° 018250

Portada:

GRAPHUS

Diagramación texto:

Fernando Rivadeneira León

Impresión:

Editorial "Quipus", CIESPAL

Quito – Ecuador

El texto que se publica es de exclusiva responsabilidad de su autor y no expresa necesariamente el pensamiento del CIESPAL

C O N T E N I D O

Introducción	7
1. Acceso a la profesión periodística (Intrusismo) Lucero Ramírez León	11
2. Acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación Bianca Paola Quezada	25
3. Apología del terrorismo David Calatayud Chover	43
4. Autorregulación de la prensa Ernesto Villanueva	53
5. Carné profesional del periodista Lucero Ramírez León	63
6. Ciberderechos Gabriela Warcketin	71
7. Cláusula de conciencia Ana Azurmendi	89

8. La colegiación de los periodistas	
Enrique Villalobos Quirós	111
9. Deontología informativa	
(código y ética periodística)	
Fidela Navarro Rodríguez	141
10. Derecho a la información	
Ernesto Villanueva	153 /
11. Derecho a la propia imagen	
Ana Azurmendi	165
12. Derecho al honor	
Benjamín Fernández Bogado	181
13. El derecho al honor como deber ético	
Ernesto Villanueva	189
14. Derecho de acceso a la información pública	
Ernesto Villanueva	201 /
15. El derecho de rectificación o respuesta	
Enrique Villalobos Quirós	211
16. El derecho a la vida privada	
Ernesto Villanueva	233
17. Empresa informativa	
María Scherer Ibarra	241

18. Estándares de calidad en la programación televisiva	
José Alberto García Avilés	251
19. Ética por Internet	
Issa Luna Pla	289
20. Libertad de expresión comercial	
Isabel Suárez Mier	315
21. Off the record	
Hugo Aznar	329
22. Pornografía	
Gonzalo Maulén Destéfani	345
23. Principios editoriales	
Hugo Aznar	359
24. Reportaje encubierto	
Eugenio Yáñez	373
25. Rumor	
Gonzalo Maulén Destéfani	391
26. El secreto oficial	
José Antonio Guevara	413
27. El secreto profesional del periodista	
Ernesto Villanueva	441

Rumor

Gonzalo Maulén Destéfani

m. (lat. rumor). Ruido confuso de voces: *el rumor de una asamblea*. (Sinón. V. *Alboroto*.) || Voz que corre entre el vulgo. || Ruido sordo y confuso: *el rumor ensordecedor de las olas*.²⁵²

El Rumor es un fenómeno que sucede fundamentalmente en el entorno de la comunicación no formal, particularmente dentro de la comunicación interpersonal. El rumor es un indicador confiable del sentir de una clase, grupos o facción de la sociedad.

Romeo Pardo lo define como “un proceso de difusión de información distorsionada, ambigua y parcialmente verosímil, que fluye a través de canales no formales de comunicación”, y agrega, “el rumor, más que aportar información, revela un estado emocional subjetivo de la sociedad”²⁵³.

El rumor florece especialmente en condiciones de crisis (económica, política, social) y cumple tres premisas:

252 “Rumor,” Pequeño Larousse en color, p. 796.

253 Pardo, Romeo, *Los medios no formales de comunicación en Tlaxcala*, s/ed. México, 1989.

1. Que su contenido resulte de relevancia para la población.
2. Que la información que transmite sea ambigua.
3. Que contenga algún ingrediente de verdad, esto es, que resulte verosímil.

El rumor en política es un elemento de racionalización, es una manera de explicar hechos que por su ambigüedad parecen incomprensibles y que por su importancia, en términos de la realidad social, exigen una interpretación; pero más que aportar información, el rumor proyecta un estado emocional totalmente subjetivo.

María Teresa González Kuri afirma que el atributo central del rumor, como se concibe comúnmente, es el error. El rumor es considerado como un reporte falso, o al menos como algo que no ha sido verificado y probablemente falso. Ella misma agrega que otra concepción del rumor es que se trata de un mensaje transmitido oralmente a través de la comunicación interpersonal²⁵⁴. La comunicación interpersonal y su intercambio oral son frecuentemente vistos con características que identifican al rumor.

Mientras que las noticias impresas, sonoras o audiovisuales son fijas, en la transmisión oral alguna transformación es inevitable, ya que es más difícil recordar un mensaje complicado y menos aún mantenerlo fiel al original. Se piensa, por tanto, que el rumor se falsea a través de las distorsiones introducidas en el curso de la transmisión seriada y esto se toma frecuentemente como una característica esencial del rumor. "Un rumor es un mensaje o discurso que se pasa de persona a persona".

Se supone que el primer eslabón en la cadena es un testigo presencial cuyo reporte es preciso y que las distorsiones son

254 González Kuri, María Teresa, "El rumor del Golpe de Estado del 20 de noviembre de 1976: un análisis de la información publicada por la prensa mexicana", Tesis, UIA, México, 1980, p. 342.

subsecuentemente introducidas en el relato. Este se distorsiona, ya que cada persona en la cadena de transmisiones elimina algunos ítems y añade su propia interpretación”²⁵⁵. Esta distorsión es explicable en términos de la relación que se establece en cada sujeto dentro de la cadena de transmisión comunicativa; dentro de esta cadena, cada persona, pese a pertenecer a un mismo grupo social, posee un marco referencial y una visión contextual propia, es decir, posee su propia ideología, su propia concepción del mundo, su propia cultura y de ella se vale para interpretar al mundo.

Otro nivel en el que se mueve el rumor es el de la producción discursiva, que implica la producción, distribución, circulación y consumo, aunada a su dinámica de producción y por otro lado, el grado de recepción y retransmisión, que depende en gran medida de la apropiación diferenciada de la realidad²⁵⁶.

Para la observación del proceso de producción significativa que representan los rumores, el campo de estudio está constituido por conjuntos de significantes de variada naturaleza, como la interacción verbal que toma lugar en una circunstancia de comunicación determinada y entendiendo este proceso como resultado de un sistema productivo, cuyos dos polos son el proceso de producción y el proceso de recepción o consumo. Entre ambos cabe detectar a los procesos de distribución y circulación.

Ejemplo de esto es la comunicación interpersonal, en la que las marcas ideológicas pueden constituirse dependiendo de la disposición temporal y su velocidad en la circulación de los enunciados y las palabras, la selección, omisión e interpretación léxica, los énfasis y acentos de carácter fónico, las pausas, los silencios, etcétera. En este sentido, el rumor adquiere las condiciones necesarias para constituirse como una estrategia o instrumento ideológico.

255 Ibidem, p. 345.

256 Barbero, Martín, “La producción simbólica” en *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultural y hegemonía*, México, 1998.

Para entender las distorsiones implícitas en el rumor, es necesario reflexionar sobre el hecho de que si los rumores o discursos son hechos acabados, las lecturas y recepciones de los mismos constituyen situaciones abiertas, que incluso pueden llegar a cargar de nuevos contenidos a la significación original.

Estas condiciones variables son las que posibilitan la multiplicidad de lecturas e interpretaciones de un mismo hecho de significación y las que condicionan el sentido final que asume un mismo producto a través del tiempo, para distintos o los mismos destinatarios, o en el mismo tiempo para destinatarios situados en distintos lugares de la estructura social.

Un rumor no actúa con igual eficacia entre distintos individuos pertenecientes a sectores sociales diferentes, porque el filtro con que operan los destinatarios (situación de clase, competencia cultural, naturaleza de sus prácticas sociales, comprensión del mundo, etcétera), condiciona la recepción, la comprensión y la adhesión a un determinado mensaje. El rumor actúa en el dominio del nivel inconsciente, esto es, el dominio de la adhesión que se inscribe en el nivel de lo imaginario, del deseo, de lo emocional y lo subjetivo.

Para Martín Barbero, la apropiación diferenciada de la realidad consiste en el hecho de determinar que, dadas las diferentes concepciones que del mundo se tengan y dependiendo de la ubicación económica, política, social, etcétera, corresponden a éstas igual número de posibilidades de interpretar y apropiarse de conceptos, valores, mensajes, discursos, sentidos, etcétera, y aún más, de acrecentar y multiplicar ese número de posibilidades, de seleccionar, omitir, interpretar y apropiarse de la información que el sujeto/individuo requiera²⁵⁷.

Otra área basada en el concepto popular del rumor ha sido desarrollada por los psicoanalistas, que se ocupan también del

257 Op. cit., p

problema de la distorsión. Desde el momento en que una persona repite un rumor, piensa que solamente está transmitiendo lo que escuchó y puede hablar sin asumir ninguna responsabilidad sobre lo que está diciendo.

Según Jung, los rumores toman forma ya que los individuos transmiten reportes que les permiten sacar sus ansiedades u hostilidades que abiertamente no pueden sacar o confesar²⁵⁸.

El rumor como una transacción colectiva

Los historiadores y sociólogos ven al rumor como un patrón comunicativo que se desarrolla cuando las personas que se encuentran en una situación igual o similar y en la que algo fuera de lo común ha ocurrido, mancomunan sus recursos intelectuales en un esfuerzo para orientarse.

Se concibe el rumor como una tarea colectiva que toma su organización y dirección de la colaboración de una multitud de personas. Solo los individuos y sus actos están involucrados, pero los individuos no actúan solamente como entidades independientes, sino como participantes en grandes transacciones. No niegan que los rumores algunas veces sean inexactos, pero han centrado su atención en problemas diferentes a la falsedad. Entre los autores que toman esta posición están Uman (1918), Dauzat (1919), Bysow (1928), Rose (1941), Peterson y Gist (1951).

Sin embargo, desde este punto de vista no es fácil hacer una clara distinción entre el proceso comunicativo y el producto de la comunicación. El contenido del rumor no es visto como un objeto a ser transmitido, sino algo que es formado, reformado y reforzado en una sucesión de actos comunicativos. Como afirma Turner, el rumor no es tanto la diseminación de un mensaje determinado, sino el proceso de formar una definición de una situación. Esta definición

258 Citado en González Kuri, María Teresa, op. cit. p. 19.

debe ubicarse en términos de la acción del poder entendido como campo y estructura, que posee un carácter relacional y situacional históricamente determinado²⁵⁹.

En la mayoría de los casos se puede hablar del contenido del rumor solo heurísticamente, es decir, a través de inventar o descubrir hechos valiéndose de hipótesis o principios que, aún no siendo verdaderos, estimulan la investigación. La propagación del rumor, en su etapa final, asume una forma estereotipada que puede resumirse en una simple frase, sin embargo se forma a través de una amplia variedad de verbalizaciones. Aún después de que haya llegado a una forma estable, se reafirma y se refuerza en comunicaciones posteriores.

Un rumor puede observarse como algo que se está construyendo constantemente, de tal forma que cuando la actividad cesa, el rumor no existe más.

El rumor es una transacción colectiva, que envuelve una división del trabajo entre los participantes y cada uno de ellos hace una contribución diferente. Un rumor existe solo en las verbalizaciones de los individuos, pero es un todo diferente para el cual las actividades de los participantes constituyen únicamente un medio.

Los participantes son interdependientes, ninguna persona sola puede desarrollar la transacción entera. La contribución de cada participante constituye solo una parte de su propia actividad. Las personas dedican importante parte de su tiempo al intercambio y circulación de rumores. El rumor entonces no es una creación individual que se difunde, sino una formación colectiva que surge de la colaboración de muchos.

El desarrollo del rumor, a diferencia de los experimentos de transmisión seriada, no es un proceso de desarrollo unilateral.

259 Citado en González Kuri, op. cit. p. 57.

Algunos ítems de información surgen gradualmente y tienen prioridad en la comunicación y de esta manera se desarrolla una interpretación colectiva. La transmisión seriada es posible, pero raramente se puede encontrar fuera del laboratorio.

Para complementar este concepto, Bourdieu nos ofrece su categoría "Mercado Lingüístico". En este caso, aplicado a la problemática del rumor, podemos decir que éste no es una simple producción de discursos, sino producción de discursos ajustada a una "situación", o mejor, ajustada a un mercado o a un campo²⁶⁰.

Para la composición semántica del rumor, no solamente es necesario decir las palabras gramaticalmente correctas, sino las palabras socialmente aceptables. La aceptabilidad que adquiere la composición semántica del rumor supone no solo la conformidad de las palabras a las reglas inmanentes de la lengua, sino también a las reglas dominadas intuitivamente, que son inmanentes a una "situación", o más aún, a un cierto mercado lingüístico.

Hay mercado lingüístico cuando alguien produce un discurso en función de receptores capaces de evaluarlo, de apreciarlo y de darle un precio económico, político, social, etcétera. El precio que recibirán los productos de una competencia determinada en un mercado determinado depende de las leyes, de la formación, de los precios propios de este mercado.

El mercado lingüístico es algo muy concreto y muy abstracto a la vez. Concretamente es una cierta situación social, más o menos oficial y ritualizada, un cierto conjunto de interlocutores, situados más o menos alto dentro de la jerarquía social, propiedades éstas que son percibidas y apreciadas de manera infraconsciente y que orientan la producción lingüística.

Definido en términos abstractos, es un cierto tipo de leyes variables, de formación de los precios de las producciones

260 Bourdieu, Pierre, "El mercado lingüístico", en *Campo del poder y campo intelectual*, (Buenos Aires: Folios, 1983).

lingüísticas. Bajo las leyes de formación de los precios, el valor de una competencia particular depende del mercado particular en el que ella se desarrolla y, más exactamente, del estado de las relaciones dentro de las cuales se define el valor atribuido al producto lingüístico de diferentes productores.

Los precios dentro del mercado lingüístico adquieren cotizaciones en función de sus valores políticos, ideológicos, sociales, etcétera. En el mercado lingüístico hay monopolios y relaciones objetivas de fuerza que hacen que, desde un comienzo, todos los productores y todos los productos, entre ellos, el rumor, sean distintos.

Las relaciones de fuerza que dominan este mercado y que hacen que algunos productores y algunos productos tengan de partida un privilegio, implican que el mercado lingüístico esté relativamente unificado, en cuyo caso estamos en la posición de afirmar que la coyuntura y el hecho contenido en el rumor en sí adquieren una connotación de mayor valor y demanda.

La condescendencia es otra condición para la aceptación del rumor que, pudiendo ser demagógica, utiliza una relación objetiva de fuerza, puesto que aquel que condesciende se sirve de la jerarquía para negarla y en el mismo momento en que la niega la está explotando. Las relaciones de fuerza lingüísticas para la creación del rumor son relaciones trascendentes a la situación e irreductibles a las relaciones de interacción tal como se las puede captar en la situación.

Los participantes en la construcción del rumor juegan varios roles. El más obvio es el de mensajero, la persona que trae la información pertinente al grupo. Otro papel es el de intérprete, aquel que trata de situar las noticias en su contexto, evaluándolas en función de eventos pasados y especulando acerca de las implicaciones para el futuro. El escéptico es aquel que expresa dudas acerca de la autenticidad del reporte. El papel más frecuente

es el de escucha, es decir, un espectador que dice muy poco. Un rol clave es el de aquel que toma las decisiones; que dice qué es lo que debe hacerse.

En muchos casos se espera que una persona con conocimientos especializados, alguien con carácter oficial o alguien con un *status* elevado, asuma una responsabilidad. Algunas veces, un líder natural, alguien que es muy respetado por sus cualidades naturales y personales, toma la iniciativa. No todos estos roles se encuentran en cada instancia de la formación del rumor, ni los mismos roles son jugados por los mismos individuos, más aún, en la formación y curso del rumor, un individuo puede contribuir en forma diferente en tanto que la situación va cambiando, no por falta de memoria, sino porque entra en una relación diferente con cada persona que interactúa.

Lo que aparece como la transformación del contenido del rumor –usualmente llamada distorsión– es realmente parte del proceso de desarrollo a través del cual los hombres tratan de llegar a un entendimiento y a un consenso. Cada participante pondera el significado de lo que ha aprendido, lo integra en su propia perspectiva y códigos y así reconstruye su propia orientación hacia la situación. La falsedad no es una característica necesaria del rumor.

El rumor se considerará por lo tanto, como una forma recurrente de comunicación a través de la cual los hombres actúan juntos, en una situación ambigua, para tratar de darle una interpretación significativa uniendo sus recursos intelectuales. Debe verse como una forma de resolución colectiva de problemas.

Los contenidos de los rumores son únicos dentro de cada contexto histórico y su patrón de acción recurrente. Este patrón no depende de ningún tipo particular de personas; cualquier individuo tomará parte cuando se trate de comprender su medio ambiente. La realidad a ser estudiada, entonces, no es la distorsión en la

transmisión seriada, sino la interacción social de la gente que se encuentra en situaciones definidas inadecuadamente. Para actuar inteligentemente, cada persona busca noticias y el rumor es esencialmente un tipo de noticias.

El control social de la comunicación

El rumor es una tarea colectiva, cuyas partes componentes consisten en algún tipo de actividad cognoscitiva y comunicacional.

Aunque el lenguaje no es comúnmente visto como una institución social, existe un complejo modo de acción ejecutado en concordancia con presupuestos convencionales y sostenidos a través de sanciones de grupo.

Los rumores se desarrollan en situaciones marcadas por alguna forma de excitación, por lo que este aspecto de la comunicación tiene especial importancia.

El contenido del discurso también es regulado. Cada individuo tiene sus puntos personales de vista, pero que los revele o no depende de las expectativas de su audiencia.

Cada comunidad tiene canales de comunicación que son parte integral del sistema social establecido. Dichos canales son mucho más que simples puntos de contacto; consisten en supuestos compartidos de quién debe dirigirse a quién, acerca de qué, bajo qué circunstancias y con qué grado de confianza.

A causa de la gran tendencia a confundir el rumor con la transmisión oral y de asumir que dichos reportes son poco confiables, debe enfatizarse que los canales no formales pueden ser orales a través de la comunicación cara a cara.

Aunque la comunicación ocurra a través del contacto personal, en forma escrita, impresa o electrónica, si el canal es definido como

autoritario sirve como patrón contra el cual se verificarán reportes atribuidos a otras fuentes.

No importa cuán elaborados sean los canales institucionales: son complementados con canales auxiliares. Las cadenas informales se basan a menudo en amistades personales, que se constituyen como puntos focales de contacto, y cuando los canales informales se contraponen a las noticias informales, éstas son generalmente aceptadas.

Las actividades comunicativas varían considerablemente según su grado de institucionalización, desde los procedimientos formales, hasta la expresión espontánea. La característica distintiva del rumor, como una transacción colectiva, es el bajo grado de formalización de muchos actos comunicativos y por ello hay oportunidad para la espontaneidad y la improvisación.

El enfoque situacional del rumor

La unidad de análisis es la situación ambigua y el problema central es determinar cómo se desarrollan las orientaciones hacia ella. Si se consideran a los rumores como la situación conjunta de interpretaciones, es evidente que no pueden ser estudiados aparte de los contextos sociales en que surgen. No son reportes aislados, sino fases de un proceso de ajuste y el análisis del contenido simbólico solamente, no llevaría a una adecuada comprensión.

Una apreciación de cualquier rumor requiere de algún conocimiento de la sensibilidad compartida por la gente y de la manera en que se moviliza para actuar. Algunos rumores interrelacionados pueden surgir en la misma situación y deben ser estudiados juntos.

Más que preguntar cómo son distorsionados los reportes, el interés se centra en encontrar regularidades en la conducta cognoscitiva y comunicativa de los hombres que tratan de terminar con situaciones definidas inadecuadamente.

Cada transacción colectiva tiene un desarrollo, es decir, que hay un principio y un final. La primera tarea es determinar las condiciones bajo las cuales surge el rumor. Las personas no siempre confían en los rumores; es frecuente que rechacen la información atribuida a fuentes no públicas.

También en el estudio de cualquier proceso de comunicación hay que considerar el problema de la terminación. En muchos casos, los intercambios comunicativos cesan con el establecimiento del consenso, pero aún cuando esto no ocurre, los rumores siguen indefinidamente.

Los rumores varían considerablemente a lo largo del tiempo y del espacio y otro problema es determinar estas variaciones.

Bysow señala que algunos rumores son intermitentes; se desarrollan por un rato, desaparecen y surgen de nuevo. Más aún, los rumores difieren considerablemente en el número de personas que resultan involucradas y en su distribución geográfica²⁶¹.

En desastres, una de las primeras cosas que los hombres buscan, después de salvarse, son las noticias. Algunas veces están tan desesperados por conseguir dicha información que no les importa su fuente.

Si no hay suficientes noticias, éstas se desarrollan espontáneamente. Para tratar de determinar las condiciones bajo las cuales se da la construcción del rumor, un punto de partida es el estudio de las noticias.

Existen varios contextos y situaciones que son propicios para el florecimiento de los rumores. Aunque la información se necesita para ajustarse a la situación cambiante, los canales institucionales sufren transformaciones y frecuentemente no funcionan del todo

261 Citado en González, Kuri, op. cit., p. 31.

bien para mantener sus niveles de consenso y legitimidad. Las preguntas de la ciudadanía comienzan a ser respondidas por los rumores, no tanto porque crean en ellos, sino porque no pueden ignorarlos.

Ante situaciones relevantes (en sentido contextual) se crean condiciones ideales para la emergencia de rumores. La información, cualquiera que sea, es compartida rápidamente entre iguales de una clase o grupo social.

Los cambios del medio ambiente no necesitan ser drásticos. Cualquier evento no acostumbrado rompe la rutina de vida y es común que lleve a la formación de rumores, y en muchas instancias los que intervienen en la construcción del rumor son más espectadores que participantes activos. Los que contribuyen a la formación de rumores en dichos contextos, usualmente retienen sus relaciones sociales convencionales y discuten los nuevos eventos dentro de un ámbito de significación familiar, vecinal o laboral.

Los eventos también pueden ser explicados a través de los rumores a la luz de hechos conocidos. Hudson realizó interesantes experimentos tendientes a comprobar cómo reaccionan las personas a la ambigüedad, sugiriendo hipótesis y explicando lo extraño o poco asequible en términos del uso de una comprensión o interpretación familiar.

Por lo tanto, los rumores surgen después de los cambios ambientales para describir eventos relacionados que no son inmediatamente visibles, para dar detalles, explicar lo no obvio y predecir lo subsecuente. Aunque la referencia de los rumores puede ser hacia el futuro o hacia el pasado, el tema siempre tiene un significado presente.

Cada rumor sigue un curso específico, por lo tanto, un acercamiento apropiado para estudiarlo es aislar líneas típicas de

desarrollo. Habrá que tomar en cuenta dos formas diferentes en que se resuelven las crisis: deliberativa o improvisadamente.

Si la mayoría de los rumores no se derivan de relatos presenciales, ¿cómo toman forma? No se planean ni organizan, las transacciones se desarrollan espontáneamente.

Los rumores son siempre oportunos; son usualmente un mecanismo para identificar las preocupaciones de un público, más que cualquier otra forma de verbalización. Siempre reflejan cambios en las preocupaciones. En una situación cambiante, los nuevos eventos progresivamente ganan atención, aún si los problemas anteriores no han sido resueltos.

La construcción del rumor, entonces, involucra mucho más que el simple paso de información. Cada ítem de información es evaluado y comparado con otros, digerido e interpretado, y aquellos que subsisten se conjuntan para construir una definición unificada de la situación.

La distribución espacial de un rumor depende del tamaño y de la disposición geográfica del público, limitada por la disponibilidad de los canales de comunicación. En un momento dado, el número de personas que forman un público constituye el número potencial de participantes en la formación del rumor, y la verdadera participación está limitada por las barreras físicas y sociales para una efectiva comunicación.

Si un público se divide internamente, se va a reflejar en diversas versiones del mismo rumor o en la formación de diferentes rumores acerca del mismo evento.

En la medida en que los rumores constituyen esfuerzos conscientes para definir las situaciones, tan apegado a la realidad como sea posible, la exactitud es una consideración importante. Se hacen esfuerzos para tener la confirmación de los canales

institucionales y los reportes no verificados son considerados seriamente, en ausencia de noticias confiables.

Las preguntas también surgen de la confiabilidad de las fuentes. No se considera igual a la información proporcionada por todas las personas; la aceptación depende del desarrollo anterior y del prestigio de alguien.

Houvlund, Janis y Kelley (1953) encontraron que cuando un mensaje es totalmente aceptado por su propio valor, no importa la fuente a la que es atribuido, pero cuando el mensaje no tiene esta cualidad o es incompatible con las actitudes existentes –condiciones que se encuentran frecuentemente en el rumor- se vuelve decisiva la evaluación de la fuente. Las fuentes se evalúan de dos maneras: en términos de su competencia y de su honradez²⁶².

Sugestión y contagio de conducta

En sociología, el término “contagio de conducta” se utiliza para designar la relativamente rápida diseminación de un estado de ánimo o forma de conducta, generalmente, a través del contacto interpersonal. La comunicación afectiva genera en cada situación un estado de ánimo. Las atmósferas emocionales varían en intensidad y el contagio de la conducta puede ser visto como un tipo de transacción cuando la agitación colectiva es extrema.

Dentro de este tipo de desarrollo se presentan los rumores, cuyos actos comunicativos son objeto de una forma de control social basada en el refuerzo recíproco de reacciones emocionales.

El término “agitación colectiva” no se refiere solamente a un conjunto de individuos excitados por separado, sino a una condición que emerge de la interacción social. Algunas formas de agitación colectiva se encuentran en todas las situaciones y lo que los

262 *Ibidem*, p. 45.

hombres piensan y hacen es incluido por esta atmósfera emocional; una vez que comienza, la agitación colectiva tiende a ser acumulativa y progresivamente más difícil de controlar.

En momentos críticos de desastres o de agitación colectiva, la intensidad alcanza sus puntos más elevados y los rumores se desarrollan espontáneamente, las barreras sociales convencionales desaparecen y nuevos canales de comunicación se desarrollan también espontáneamente. Los rumores en dichos contextos provienen de fuentes anónimas y nadie puede verificar su exactitud.

Terminación del proceso del rumor

Aunque los medios de información colectiva son fuentes importantes de información, la opinión pública se forma en discusiones locales. Es una fase de la solución colectiva del problema, en la que los rumores frecuentemente juegan un papel importante.

Como el rumor es una transacción interpretativa, realizada a través de actos comunicativos, se termina cuando los que forman un público dejan de hablar y de pensar en el objeto común de atención o cuando algo se ha hecho acerca del problema; esto no necesariamente significa, sin embargo que el problema se resolvió con éxito.

Especialmente cuando existe una agitación colectiva intensa, la tensión desaparece cuando se da una explicación aceptable en los canales institucionales, sin embargo, si no se confía en ellos, aunque se nieguen los rumores, éstos persisten.

El proceso de formación del rumor se termina también cuando la situación en la que surgió ya no es problemática. La ambigüedad puede resolverse por un anuncio formal que se acepta como verdad.

El desarrollo del consenso

La acción conjunta se basa en el consenso. La formación del rumor no se da unilateralmente; cada individuo escucha el mismo relato de diferentes personas y varias veces. A menos que algo desacredite un rumor, su carrera tiende a aumentar la credibilidad. Aún el más escéptico tiende a creer cuando ve que todo el mundo actúa sobre la base de un rumor.

La manipulación política del rumor

Es posible, en momentos de crisis, que las decisiones políticas puedan estar influidas por rumores; no es sorprendente entonces que las personas implicadas en las esferas políticas desarrollen un interés en las posibilidades de manipulación y control de la información que fluye a través del rumor.

La manipulación de la comunicación informal ha sido siempre una parte importante de la estrategia política. Los rumores han sido utilizados algunas veces para contradecir lo que se ha anunciado públicamente y así, propiciar y explotar rumores que ya están desarrollándose es mucho más fácil que originar otros.

Gabriel Careaga se manifiesta a favor de que el rumor se origina en ciertos grupos de poder y sostiene que “la televisión y el periódico, manipulados hábilmente, pueden generar el rumor (...) estos medios pueden aprovechar esa situación manipulando la opinión pública y creando información amarillista”²⁶³.

Por su parte, Héctor Aguilar Camín sostiene que el rumor es “un recurso de comunicación de las comunidades” y agrega que de manera indisoluble, el rumor, como proceso de comunicación, está ligado a nuestro contexto histórico y social, en el cual se da una

263 Loyden Sosa, Esmeralda y Carlos Alberto Patiño, *La utilización del rumor como instrumento de presión política: la experiencia de 1976-1979*, (Tesis) Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1983.

conducción de la información de tipo piramidal, ya sea “a través de los intereses de los grandes consorcios que contienen y controlan a la comunicación o a través del gran aparato publicitario, propagandístico y de comunicación que puede tener el Estado”²⁶⁴.

Aguilar Camín señala que el rumor se vuelve un elemento clave que, por su carácter poco maleable ante los deseos e intereses político-discursivos, es susceptible de convertirse en un tipo de comunicación alternativa, capaz de romper con el esquema y escapar de la lógica de poder que impone el Estado.

Miguel Angel Camposeco sostiene que “el rumor es preparado, calculado en sus efectos y emitido en momentos estratégicos, por grupos de presión o de interés que actúan en nuestro contexto social y que tienen intereses políticos o económicos perfectamente definidos. (...) Como forma de comunicación y propagación tiene trascendencia política cuando su contenido, o las consecuencias que desata, provoca una alteración de las conductas sociales de la comunidad en que se esparce (...) las repercusiones de cada rumor dependen directamente de la importancia que tenga para la comunidad el asunto a que se refiere, así como el grado de tensión social o al clima de angustia o ansiedad que se haya prefabricado para que el rumor prospere”.²⁶⁵

Benjamín Flores de la Vega dice que en los aspectos perdidos de la historia del periodismo en México se encuentran ejemplos que abren el aspecto académico de lo que él llamaría «sociología del rumor». Dice: «Para nosotros –como periodistas-, en las diversas áreas de la comunicación, el rumor es aviso, herramienta de trabajo, motivación para aplicar programas, resultado de la degradación de una verdad, un mensaje distorsionado o bien una comunicación de base falsa, que vale ser reencauzada»²⁶⁶.

264 Ibidem, p. 43-44.

265 Ibidem, p. 48.

266 Benjamín Flores de la Vega, «Sociología del rumor y el profesionalismo», *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 61, enero-febrero 2000, pp. 37-38.

Historia del uso del rumor político

Los primeros estudios sistemáticos del fenómeno del rumor se realizaron en los Estados Unidos, debido a la proliferación de éstos durante la Segunda Guerra Mundial y los efectos negativos sobre la moral de las tropas. Revisando los documentos de las bases de la propaganda política y de guerra de los nazis, redactados por Goebbels, ministro de Propaganda de Adolfo Hitler, éstos hicieron del rumor una estrategia de guerra, para desorientar al enemigo, engañar a las poblaciones que iban a invadir y crear falsas expectativas de triunfo en sus propias tropas.

Estos documentos, que abarcan 1942 y 1943, en uno de los principales puntos establecía que la propaganda debía afectar a la política y a la acción del enemigo de cuatro maneras:

1. Suprimiendo el material propagandístico capaz de facilitar al enemigo informaciones útiles, que llegaban a manera de rumores. Esto es, se negaba a afirmar sobre victorias que anunciaba el enemigo, más valía que pensarán que habían logrado dar en el blanco correcto, sin que ello fuera correcto. Era la imprecisión de un rumor.
2. Difundiendo abiertamente propaganda cuyo contenido o tono condujera al enemigo a sacar las conclusiones deseadas.
3. Incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital, y
4. Absteniéndose de toda referencia a una actividad que perjudicara al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad.

Los nazis hacían un juego doble con la verdad, que la esparcían a través de rumores, de falsos informes o de informes a medias. Su norma era que solo la credibilidad debía determinar si los materiales de la propaganda habían de ser ciertos o falsos.

Goebbels sostenía que él decía la verdad y sus enemigos contaban embustes. Pensaba que la verdad debía ser utilizada con la mayor frecuencia posible; de lo contrario, el enemigo, o los propios hechos, podían demostrar la falsedad, en cuyo caso la propia credibilidad sufría detrimento. Por consiguiente, las mentiras o los rumores eran útiles cuando no podían ser desmentidos.

Un ejemplo clásico de un rumor de los nazis eran las historias referentes a un supuesto canibalismo cometido por los soviéticos difundidas en países extranjeros, pero semejante material estaba proscrito en Alemania para que no aterrorizara a aquellos cuyos familiares estaban luchando contra los rusos.

Para contrarrestar rumores en contra, también tenían implementados sus estrategias. Hablaban de la «propaganda negra» que debe ser empleada con preferencia a la «blanca» cuando esta última sea menos creíble o produzca efectos indeseables.

Por propaganda negra se entendía aquel material cuya fuente queda oculta para la audiencia, como son los rumores. Goebbels también empleó medidas negras para combatir rumores indeseables dentro del Reich. Pensaba que un desmentido oficial a través de un medio blanco podía dar consistencia a los rumores, en tanto que lo que él denominaba propaganda «de viva voz» contra éstos podía lograr los efectos apetecidos. Esto era, contra un rumor, otro rumor.²⁶⁷

La acción de los modernos medios de comunicación juega un papel fundamental dentro del diseño de la lógica estratégica de los grupos de poder político, al igual que dentro de la comunicación institucional con respecto a la producción intencionada de rumores políticos, que contemplan el llevar a cabo una tarea de medición preventiva del grado de equilibrio de las situaciones de crisis. La opinión pública y los agentes sociales-institucionales juegan un

267 Javier H. Contreras, "Rumores: voces que serpentean", en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 40, de abril de 2001, La Laguna (Tenerife)

papel fundamental en la construcción, propagación y circulación de rumores políticos.

Desde esta perspectiva, el rumor es un fenómeno que no puede producirse ni actuar de manera aislada y que necesaria e indisolublemente va conectado e interrelacionado en línea directa con su contexto y sus condiciones reales de existencia.

Como discurso, el rumor es una mercancía que entra en juego dentro del mercado de valores lingüísticos y simbólicos, y funge como un instrumento primordial que es activado dentro del campo de las relaciones de poder y discursivas.

Actualmente el rumor político es una estrategia privilegiada que ponen en juego las instituciones, los medios masivos de comunicación y la opinión pública.

Bibliografía:

- Barbero, Martín (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México: Gustavo Gili,.
-
- Bourdieu, Pierre (1983). *Campo del poder y campo intelectual*, Folios. Buenos Aires.
- González Kuri, María Teresa (1980). *El rumor del golpe de Estado del 20 de Noviembre de 1976: una análisis de la información publicada por la prensa mexicana*, (tesis). UIA. México.
- Loyden Sosa, Esmeralda y Carlos Alberto Patiño (1983). *La utilización del rumor como instrumento de presión política: la experiencia de 1976-1979*, Tesis UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.
- Pardo, Romeo (s/f) *Los medios no formales de comunicación en Tlaxcala*, México (mimeo)
- García-Pelayo y Gross, Ramón (Ed.) (1974). *Pequeño Larousse en color*. Ediciones Larousse/Editorial Noguer. Barcelona.

Hemerografía

- Contreras, Javier, "Rumores: voces que serpentean", *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 40, abril 2001, La Laguna, Tenerife.
- Flores de la Vega, Benjamín "Sociología del rumor y el profesionalismo", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 61, enero-febrero 2000.