



# Los confidentiales en internet

**GUILLERMO LÓPEZ GARCÍA**

Profesor de la Universidad de Valencia

UNA DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS de internet es su capacidad para potenciar el flujo multidireccional de todo tipo de informaciones. Un flujo a veces caótico que redefine sustancialmente tanto el ecosistema de medios de comunicación como la configuración de la esfera pública en la que éste se inscribe.

El modelo tradicional de comunicación de masas se caracterizaba por un flujo comunicativo fuertemente jerarquizado y casi siempre de tipo unidireccional, emitido desde un reducido número de grandes medios de comunicación hacia una audiencia heterogénea de carácter pasivo. En este modelo, la principal característica de las noticias es su homogeneidad; los medios de comunicación masivos tienden a ofrecer al gran público un *menú informativo* elaborado con criterios de noticiabilidad muy similares, que acaban conduciendo a la efectiva plasmación de una realidad mimética en todos ellos, por encima de eventuales discrepancias de tipo ideológico o temático, esto es, el modelo mediático de la *agenda setting*.

Sin embargo, la comunicación en red permite la aparición de determinadas líneas de fractura respecto de este paradigma, provocadas tanto por la multiplicación de medios disponibles como por las especiales características del *público digital* respecto del gran público tradicional. En el primer caso, las tecnologías digitales, y en particular la red internet, han alumbrado un modelo de difusión de la información en el cual confluyen: a) los grandes medios tradicionales, mucho más diversificados que en cualquier otro soporte; b) la representación de un sinnúme-

ro de instituciones, asociaciones y empresas, e incluso ciudadanos particulares, que también se constituyen en emisores de información merced a las facilidades que para ello ofrece la red; y c) distintos sistemas que reproducen y potencian el alcance de la comunicación interpersonal.

En el segundo caso, el modelo de público que nos encontramos en internet está claramente diferenciado del tradicional, por una cuestión que tiene que ver fundamentalmente con las posibilidades que ofrece el medio desde el punto de vista de la interactividad. Posibilidades que pueden resumirse, a su vez, en: a) alcanzar un alto grado de personalización de la información, a partir de una oferta mediática mucho más amplia; b) constituirse en emisor de la información mediante la creación de un medio digital propio; y c) interactuar con otros usuarios de la red mediante el uso de diversas herramientas interactivas, autónomas o asociadas a un medio de comunicación colectiva (como ocurre con los canales de *chat* proporcionados por la mayoría de portales o cibermedios generalistas, o con los sistemas de comentarios de los *weblogs*).

No cabe sorprenderse de que, en este contexto de medios de comunicación y públicos cada vez más fragmentados, los criterios de noticiabilidad se vuelvan más plurales, y también más laxos. Más plurales, porque se dirigen a públicos de intereses más específicos, y más laxos, porque muchas veces se obvian los mencionados criterios de noticiabilidad en pro de un pretendido “periodismo de escándalos” o “periodismo confidencial” que ofrecen al público unos contenidos que no tie-

**En el contexto de medios de comunicación y públicos cada vez más fragmentados, los criterios de noticiabilidad se vuelven más plurales, pero también más laxos.**

nen cabida en los medios tradicionales por su potencial supuestamente trasgresor, su carácter secreto y, las más de las veces, por acomodarse mejor en la categoría del rumor que en la de la noticia confirmada.

Este periodismo confidencial, particularmente activo en la red española, cuenta con importantes diferencias respecto de sus antecedentes impresos y (en mucha menor medida) audiovisuales, las cuales generan, a su vez, una serie de efectos, de carácter contradictorio, en la configuración de la esfera pública.

## **El rumor como noticia**

Para proceder al análisis de la información confidencial, deberíamos comenzar por preguntarnos por sus contenidos y el medio de

## Lo propio del rumor, por oposición a la noticia, es su carácter no formalizado, no contrastado, pero su difusión puede desarrollarse a gran escala y tener un impacto equivalente al de las noticias.

difusión a través del cual se transmiten. En cuanto a los contenidos, la información confidencial se basa exclusivamente en la credibilidad del confidente: es una información que carece de fuentes reconocibles, bien porque se trate de meros rumores o noticias sin contrastar, bien porque difundan informaciones *off the record* que se hallarían también, por lo tanto, fuera del ámbito habitual de las informaciones periodísticas (Guallar, 2005)<sup>1</sup>. En todos los casos, el lector ha de asumir que la apelación del emisor a fuentes sin identificar corresponde a la realidad, dado que no tiene forma de comprobar que en efecto sea así. Al respecto, José Luis Orihuela aporta una definición que podemos considerar operativa: “El *confidencial* es un género periodístico próximo a la crónica y normalmente de carácter político o económico que se caracteriza por el hecho de que el propio periodista asume el carácter de fuente, dando cobertura, merced a su credibilidad y prestigio, a las fuentes originales, que desean permanecer ocultas y que se manifiestan mediante *confidencias*” (2004).

La información confidencial pertenece siempre en la práctica a la categoría del rumor, puesto que, con independencia de que sea veraz o no, como indica Tamotsu Shibutani, “el rumor es un sustituto de las noticias. De hecho, es una noticia que no transcurre por canales institucionalizados (...), procede de una *discrepancia* entre la información que se considera necesaria y de la que se dispone (...). Lejos de ser una circunstancia patológica de los individuos, forma parte de los esfuerzos de las personas por encontrar respuestas a las exigencias de su vida” (1966: 62).

La existencia del rumor como representación no formalizada de la opinión pública es

anterior al periodismo (Froissart, 2002: 23-88) y, de hecho, constituye uno de los principales elementos erosivos de la reputación de los líderes autoritarios, cuando los canales formalizados de representación (partidos políticos, medios de comunicación social) son inexistentes o están fuertemente controlados por dicho poder. El rumor constituye la antítesis de la noticia periodística, por cuanto “el rumor es el medio de lo no-dicho: permite insertar en el espacio público asuntos que el poder político impide mencionar abiertamente” (Kapferer, 1995: 253). Por esta razón, el rumor no será un mecanismo habitual de representación de la opinión pública en los medios de comunicación institucionalizados, sino una especie de vía paralela o sustitutiva de las noticias.

Ahora bien, no puede considerarse que todo tipo de rumores constituyan una información propiamente confidencial. Lo propio del rumor, por oposición a la noticia, es, como hemos visto, su carácter no formalizado, no contrastado; pero su difusión puede desarrollarse a gran escala, de manera indiscriminada, hasta tener un impacto equivalente, e incluso mayor, al de las noticias difundidas mediante los medios tradicionales. Lo que permite identificar, dentro de la categoría del rumor, a la información confidencial es, junto con la difusión de una información no contrastada, que dicha información tenga un carácter restringido. Los boletines de información confidencial tradicionales, que en España experimentaron un singular desarrollo a lo largo de la transición a la democracia, se fundamentaban justamente en ofrecer a un público muy específico una información diferente de la oficial; dichos boletines, difundidos de forma restringida a través de canales de comunicación ajenos al flujo de la comunicación de masas (fotocopias, envíos de fax, etcétera), tenían un impacto muy relativo en el conjunto de la opinión pública por tratarse justamente de información *confidencial* en sentido estricto, esto es, accesible a una exigua minoría de la población que disponía del poder, el dinero y las relaciones necesarias para consumir este tipo de contenidos.

### Los confidenciales digitales

En virtud de lo anteriormente descrito, cabría interpretar que, en sentido estricto, la información *confidencial* no debe asociarse

con el periodismo amarillo o sensacionalista. Los confidenciales son cerrados, ofrecen una información difícil de conseguir, diferenciada de las noticias de los grandes medios tradicionales: su valor reside en esta diferenciación y en el público, también limitado, también diferenciado, al que se dirige. Los rumores a los que da pábulo el gran público, canalizados fundamentalmente a través de medios sensacionalistas, por el contrario, se distinguen de las noticias no por su difusión, que puede ser equivalente e incluso mayor, sino por los criterios con los que han sido generados: sin contrastar fuentes, sin tratar con rigor los contenidos, buscando un reflejo distorsionado de la realidad contrario a los criterios de noticiabilidad periodística.

Sin entrar en otro tipo de valoraciones (por ejemplo, preguntarnos si realmente se aplican estrictamente dichos criterios de noticiabilidad en los medios supuestamente de referencia, o analizar el valor relativo de los contenidos de los confidenciales *exclusivos*), lo cierto es que la oposición es clara: contenidos exclusivos a los que se confiere un gran valor informativo, normalmente muy caros, en un caso; y contenidos de escaso valor informativo, muy baratos o incluso gratuitos, a los que se les quiere dar la mayor difusión posible. Asumiendo que el valor de la información, como es sabido, se define entre otras cuestiones por quiénes tienen acceso a la misma, resulta sencillo interpretar que en los confidenciales tradicionales se ofrecen rumores, avalados por la credibilidad de quienes los ofrecen, que se convertirían rápidamente en noticias (y, además, noticias importantes) de poder difundirse al gran público, y precisamente ahí, en su carácter exclusivo, reside su valor. Mientras que en el caso de la información sensacionalista se acogería todo tipo de rumores, que lo siguen siendo por ausencia de comprobación de su veracidad, e incluso por la directa invención de los mismos por parte del medio de comunicación en pos de generar escándalos que redunden en beneficio de su difusión e ingresos.

Con estos antecedentes, el caso de los confidenciales digitales es altamente paradójico, porque en ellos concurren las dos dimensiones anteriores, en apariencia antagónicas: los confidenciales de internet son, en la inmensa mayoría de los casos, publicaciones difundidas gratuitamente entre el gran público, pero son, al mismo tiempo, publicaciones que no sólo se identifican con el término “confidencial”, sino que pretenden ofre-

cer información equivalente a la que en el pasado estaba destinada únicamente a una minoría del público, información cuya calidad vendría avalada por la presencia de periodistas de prestigio, mediadores privilegiados entre el poder y los ciudadanos que harían uso de las facilidades de publicación y distribución de contenidos propias de internet para publicar contenidos confidenciales de un valor informativo equivalente al de sus predecesores impresos. De hecho, en el caso español, algunos de los más significados confidenciales están editados por los mismos periodistas que en la transición democrática elaboraron diversas publicaciones impresas destinadas a un público mucho más específico.

La paradoja aparente que hemos reseñado se entiende mejor si tenemos en cuenta que “los confidenciales en papel acabaron por desaparecer debido a que sus compradores y potenciales compradores eran los mismos que utilizaban sus autores como fuentes de información (políticos, empresarios, periodistas...) y, por tanto, su contenido dejó de ser atractivo. Con la explosión de internet, los confidenciales han ampliado su mercado potencial y abaratado su precio para los lectores” (Cerezo y Zafra, 2003: 16). Y, además, “para sus editores, algunos de ellos buenos conocedores del antiguo formato en papel, supone un importante ahorro de coste con respecto a los viejos formatos, permite verter opiniones e informaciones que no siempre se pueden difundir en los medios convencionales y, por último, su amplia difusión les permite captar el interés de empresas e instituciones que pueden verse implicadas en sus informaciones. En definitiva, son una nueva fuente de prestigio para la firma e ingresos para la marca a bajo coste” (Cerezo y Zafra, 2003: 16). Ante tales ventajas, no cabe extrañarse del éxito de esta fórmula.

La información confidencial aparece, como ya hemos destacado, tanto en España como en otros países, asociada en la mayor parte de los casos a periodistas concretos que utilizan internet para dar salida a una información que por diversos motivos no puede exponerse en los medios para los cuales trabajan. Es el caso del confidencial Matt Drudge Report, asociado al periodista estadounidense Matt Drudge, que en 1998 develó la relación sexual entre el entonces presidente de EEUU, Bill Clinton, y Monica Lewinsky, iniciando así un escándalo político de envergadura que a punto estuvo de cos-

## Los confidenciales no son aún fuente de escándalos importantes, pero han adquirido una notable relevancia desde el punto de vista de la audiencia alcanzada y de su impacto en la esfera pública.

tarle la presidencia a Clinton (Sánchez, 2004). La información de Drudge provenía, en realidad, de la revista *Newsweek*, que había decidido no hacerse eco de esta noticia hasta ese momento. El confidencial funcionó en este caso, por lo tanto, como auténtico sustitutivo de la información oficial, al mostrar al público una información evidentemente de gran relevancia y que afectaba fuertemente a lo que Thompson denomina “esfera del poder”.

En España, los confidenciales no se han constituido aún como fuente de escándalos importantes, pero sí han adquirido en los últimos años una notable relevancia desde el punto de vista tanto de la audiencia alcanzada como del impacto en la esfera pública y en la información de otros medios de comunicación, que periódicamente hacen referencia a los datos desvelados en alguna de estas publicaciones. Confidenciales que, como indicábamos, corresponden en la mayor parte de las veces a periodistas concretos, como sería el caso de El Confidencial (<http://www.elconfidencial.com>), del periodista de *El Mundo* Jesús Cacho; El Confidencial Digital (<http://www.elconfidencialdigital.com>), dirigido por José Apezarena (ex director de informativos de la COPE); *Hispanidad* (<http://www.hispanidad.tv>), creado por el periodista Eulogio López; o El Semanal Digital (<http://www.elsemanaldigital.com>), dirigido por Antonio Martín Beaumont. En todos estos casos, el confidencial se asocia al nombre de significados periodistas españoles, con una larga y fructífera carrera profesional, que avalarían los contenidos del mismo merced a su credibilidad ante el público.

De hecho, el éxito de estos confidenciales ha provocado que diversos medios de co-

municación, en particular medios específicamente digitales, hayan decidido complementar su oferta informativa con algún tipo de boletín de información confidencial: es el caso, por ejemplo, de Libertad Digital (<http://www.libertaddigital.com>), editado por el periodista de la COPE y del diario *El Mundo* Federico Jiménez Losantos, que incluye en sus contenidos un confidencial denominado “Rumores en la red”, en realidad, una revista de prensa compuesta exclusivamente por contenidos provenientes de otros confidenciales; el diario impreso *La Razón*, que en su versión digital incluye una sección denominada Confidenciales (<http://www.larazon.es/banderillas.htm>); o Estrella Digital (<http://www.estrelladigital.es>), uno de los diarios exclusivamente digitales pioneros en España, que desde hace años incluye informaciones de este tipo en la sección El Conspirador. En estos últimos casos, no es un periodista concreto, sino un medio de comunicación social, el que avalaría con su credibilidad las informaciones expuestas en el confidencial, generalmente sin firmar o firmadas mediante seudónimo.

Las publicaciones exclusivamente confidenciales, en cambio, tienden a combinar los contenidos firmados por un periodista, los firmados mediante seudónimo o los directamente anónimos; en *El Confidencial Digital*, por ejemplo, la mayor parte de los contenidos revisten carácter anónimo, mientras que en *El Confidencial* las informaciones anónimas están combinadas con columnas periodísticas, que también entrarían dentro de la catalogación de “confidenciales”, firmadas por los periodistas Antonio Casado, Juan Carlos Escudier y el propio Jesús Cacho, entre otros; en *Hispanidad*, la mayoría de las informaciones aparecen sin firmar, aunque se atribuyen genéricamente a su director, Eulogio López.

En todos estos casos, con independencia de que la publicación confidencial aparezca asociada a un medio de comunicación como parte de los contenidos ofrecidos al público o se asocie, por el contrario, a un periodista y constituya un medio de comunicación en sí mismo, los criterios de elaboración de los contenidos, su disposición y su modelo de financiación siguen fielmente la estructura propia de los medios de comunicación tradicionales. En este sentido, no puede decirse que los confidenciales constituyan ningún tipo de novedad desde la perspectiva de la organización del ecosistema mediático español: sus pro-

pietarios, sean periodistas o medios de comunicación, están claramente insertados en la dinámica de los grandes medios de comunicación españoles; su financiación depende de la publicidad pagada por las grandes empresas españolas (un factor, el de la financiación, que además nos permite preguntarnos por la independencia de estos confidentiales, puesto que puede observarse fácilmente que sus contenidos no suelen afectar a los intereses de las empresas que los financian), y la disposición de la información sigue un criterio fundamentalmente unidireccional, sin dejarle al público demasiadas opciones para interactuar con el medio de comunicación o con otros usuarios.

### Características y efectos en la esfera pública

Los cambios derivados de la digitalización afectan también a la composición de la esfera pública, haciéndola más plural, más caótica en cuanto al flujo de la información y también más porosa. Una de las características más importantes de dichas tecnologías, a los efectos de su incidencia en la opinión pública, es precisamente este último elemento, su porosidad y, en particular, la porosidad del poder: la información circulante es *más intensa* (circula a mayor velocidad y en mayor cantidad); *más extensa* (circula a través de unos medios de comunicación cada vez más diversificados, por su número y por su naturaleza), y es *menos controlable*, precisamente por los efectos derivados de su intensidad y su extensión (Thompson, 2001: 359-360).

Los confidentiales forman claramente parte de este proceso de transformación de la esfera pública, puesto que su principal función es hacer más visible al poder a través de su perpetua observación por parte de los medios de comunicación, al mismo tiempo, cada vez más dispuestos a revelar asuntos pertenecientes a la esfera privada del poder o que, en cualquier caso, el poder quiere mantener fuera de la luz pública. Su efecto es mucho mayor que el de los confidentiales tradicionales, porque éstos no tenían el objeto de revelar estas cuestiones al gran público, sino de hacerlo, en todo caso, para un público muy específico que, además, solía ubicarse también en la esfera del poder. Sin embargo, los confidentiales digitales, aunque teóricamente se refieran también a ésta en cuanto a su temática, se dirigen al gran

## Los confidentiales son pródigos en dar pábulo a todo tipo de rumores, y cabe incluso la sospecha de la invención de los mismos o su asunción acrítica a partir de una fuente obviamente interesada.

público, difundiéndose gratuitamente a través de la red.

Partiendo de esta aserción, cualquier evaluación sobre el papel de estos confidentiales en la esfera pública deberá hacer referencia nuevamente a las características del contenido que ofrecen. Recordemos que estas publicaciones participan no sólo del carácter confidencial (por contradictorio que resulte aplicarles este término), sino también del rumor: los confidentiales digitales ofrecen ante todo rumores, informaciones no confirmadas, que sólo en un segundo estadio, cuando cualquier otra instancia, previsiblemente otros medios de comunicación ajenos al confidencial, investigue los entresijos de la información ofrecida por éste (como ocurrió, por ejemplo, en el caso *Lewinsky* anteriormente reseñado), adquirirán la categoría de noticias. Es evidente que en este último caso la información ofrecida por el confidencial no sólo adquirirá mayor relevancia e impacto en la esfera pública, sino también que su efecto será en principio positivo, puesto que habrá contribuido a desvelar datos de interés para la opinión pública y a avivar el debate público que la conforma.

Otra cuestión distinta será si las informaciones emanadas desde el confidencial resultan finalmente falsas o erróneas, o simplemente se mantienen indemostrables. En tal caso, no hace falta incidir en ello, el efecto será obviamente negativo, y ni siquiera puede consolarnos la suposición de que una información relegada a la categoría del rumor tendrá, en todo caso, efectos limitados en la opinión pública. El rumor es una fuerza muy poderosa, especialmente si se difunde a través de medios de comunicación so-

cial con una incidencia importante en términos de audiencia (como ya ocurre con los confidentiales más importantes). La diferencia entre el rumor, incluso el rumor desmentido, y la noticia contrastada puede diluirse, en el peor de los casos, en lo que se refiere a su efecto sobre el público.

Aunque no existen estudios empíricos al respecto, y aunque resulta realmente complicado elucubrar la medida tanto del efecto sobre la opinión pública que puedan tener las informaciones de los confidentiales como la veracidad de las mismas, una primera observación somera que efectúe un balance provisional sobre el discurrir de los confidentiales en España no puede sino resultar desalentadora. Los confidentiales son pródigos en dar pábulo a todo tipo de rumores, y cabe incluso la sospecha de la invención de los mismos o su asunción acrítica a partir de una fuente obviamente interesada.

Por otro lado, contrasta vivamente la inanidad que hasta la fecha han demostrado los confidentiales españoles para generar noticias (no tenemos constancia de ninguna información de alcance generada a partir de las revelaciones de un confidencial digital) con los abundantes casos en los que los confidentiales han destacado por la publicación de supuestas revelaciones que posteriormente se han revelado no ya inexactas, sino directamente falsas. Podríamos hacer referencia a los dos casos de mayor relevancia pública. Por un lado, la supuesta relación afectiva, *desvelada* a principios de 2004 casi al unísono por varios confidentiales digitales y programas de televisión, entre el ex presidente José María Aznar y la actriz Cayetana Guillén Cuervo, y que fue desmentida tajantemente por esta última. Por otro, la información publicada por Diario Directo, en 2002, en la que se relataba una orgía sexual de jugadores del FC Barcelona con prostitutas en un hotel de Madrid.

En este último caso, la Audiencia Provincial de Barcelona, en sentencia de 19 de enero de 2004, que “confirmó la condena de instancia en el asunto de los jugadores del FC Barcelona contra Diario Directo (Micanoa en el momento de los hechos). Esta sentencia declaró la existencia de una intromisión ilegítima en los derechos al honor y la intimidad de cinco jugadores del citado club de fútbol como consecuencia de las informaciones difundidas por Micanoa y Telemadrid respecto a su participación en una supuesta orgía sexual —“juerga” fue la terminología

empleada por el diario digital, remarcada en la nota pública de rectificación emitida por el diario— en el Hotel Hesperia del Paseo de la Castellana de Madrid la noche del día 19 de enero de 2002, en la víspera del encuentro de liga frente al Rayo Vallecano” (López, Moreno y Viana, 2005).

Estos y otros asuntos se han demostrado finalmente falsos o, en el mejor de los casos, indemostrados, y, además, pertenecen a un espacio específico de las revelaciones publicadas por este tipo de medios: el de las revelaciones que hacen referencia a la vida privada de los personajes públicos. En este caso, cabría considerar el efecto erosivo que sobre el personaje público pueden tener tales revelaciones, con independencia incluso de su veracidad. Dichas revelaciones afectan a la reputación del político, a lo que Thompson (2001: 147) denomina su “capital simbóli-

co”. El efecto dependerá de la perspectiva que adopte la sociedad respecto de su evaluación del personaje público a la luz de las revelaciones sobre su vida privada.

Tradicionalmente, se ha considerado que los países anglosajones tienden a ser menos permisivos que los latinos con cuestiones que afecten a la vida privada del político, generalmente anejas a su comportamiento en materia sexual; la abundancia de escándalos de esta clase en Estados Unidos y Gran Bretaña, que contrasta vivamente con la relativa placidez con que la sociedad acoge este tipo de informaciones, caso de que se hagan públicas, en países como España, Francia o Italia, avalaría esta tesis. Pero, aunque el efecto pueda resultar pequeño (y sólo en lo que respecta a las revelaciones de tipo sexual, no a otro tipo de cuestiones relativas a la vida privada del personaje público), es en todo caso inevita-

ble: “Las leyes y los códigos éticos pueden fijar, de forma genérica, cualquier tipo de normas. Pero si un medio periodístico proyecta la luz pública sobre una cuestión de vida privada, ninguna acusación legal ulterior ni ninguna discusión deontológica pueden ya rectificar la transformación social que se ha provocado” (Dader, 1992: 158). No en vano, volviendo al principio de este análisis, para generar un determinado efecto “el rumor no necesita pruebas. La opinión pública se fundamenta a menudo en mayor medida sobre las impresiones [respecto a un determinado acontecimiento] que sobre los hechos. La acusación, en consecuencia, es suficiente” (Kapferer, 1995: 253-254).

<sup>1</sup> Las referencias bibliográficas correspondientes a las citas aparecen en la página 462.

