

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 18 • Vol. II • Año 2018 • pp. 43-67

The representation of television journalism in tv series *Argon* (NETFLIX, 2017)

María Fernanda Novoa-Jaso y Javier Serrano-Puche, **Universidad de Navarra (España)**

mnovoa@alumni.unav.es

jserrano@unav.es

Received: 26/11/18 • Accepted: 11/12/18 • Published: 20/12/18

How to reference this paper: Novoa-Jaso, M.F. & Serrano-Puche, J. (2018). The representation of television journalism in tv series *Argon* (NETFLIX, 2017). *Sphera Publica*, 2(18), 43-67

Abstract

This article provides a thematic analysis of the first season of the South Korean fiction Series “Argon” (Netflix, 2017). This series focuses on the work developed by a television program. The main objective of this investigation is to describe the image that is transferred to the audience of the television journalist in his eagerness to reveal the truth and honesty. The investigation concludes that the series conveys a realistic representation of the profession, highlighting the main problems faced by the journalist today and providing an ethical proposal in the way of doing investigative journalism.

Keywords

Journalism, serial fiction, professional roles, television.

La representación del periodismo televisivo en la serie *Argon* (NETFLIX, 2017)

María Fernanda Novoa-Jaso y Javier Serrano-Puche, **Universidad de Navarra (España)**
mnovoa@alumni.unav.es
jserrano@unav.es

Recibido: 26/11/18 • Aceptado: 11/12/18 • Publicado: 20/12/18

Cómo citar este artículo: Novoa-Jaso, M.F. y Serrano-Puche, J. (2018). La representación del periodismo televisivo en la serie *Argon* (NETFLIX, 2017). *Sphera Publica*, 2(18), 43-67.

Resumen

Este artículo proporciona un análisis temático de la primera temporada de la serie de ficción surcoreana *Argon* (Netflix, 2017), que está centrada en el trabajo desarrollado por un programa informativo de una cadena de televisión. El objetivo principal de esta investigación es describir la imagen que se traslada a la audiencia del periodista televisivo en su afán por desvelar la verdad y ser honesto. La investigación concluye que la serie traslada un mensaje realista de la profesión, resaltando los principales problemas a los que se enfrenta el periodista actual y aportando una propuesta ética en el modo de hacer periodismo de investigación.

Palabras Clave

Periodismo, ficción serial, roles profesionales, televisión.

Introducción

El ejercicio del periodismo se ha consolidado como una práctica admirada y criticada en la cultura popular. La percepción que tienen los grupos sociales respecto a esta profesión se construye, en muchas ocasiones, sobre la representación que ofrece la ficción audiovisual, donde el periodista encuentra en el desarrollo de su actividad profesional un modo de vida que evoca el heroísmo. Por otro lado, la imagen de los periodistas en la pantalla también ha sacado a relucir cuestiones que ensombrecen la profesión, como el afán desmedido de éxito o las malas praxis motivadas por la ambición de conseguir exclusivas a cualquier precio. En este sentido, aunque en el ámbito audiovisual ha predominado una visión más bien negativa del mundo periodístico, “también ha demostrado cómo [el retrato de] periodistas “malos” y poco profesionales ayuda a subrayar la lealtad profesional hacia los hechos y la verdad” (Ehrlich, 2006: 507).

En la actualidad, el consumo de contenidos de ficción audiovisual encuentra un nicho importante de mercado en plataformas como Netflix, HBO o Amazon entre otras, permitiendo un mayor acceso internacional a los contenidos y también favoreciendo el intercambio cultural. La variedad de series televisivas hace posible que el espectador encuentre con facilidad imágenes de periodistas ejerciendo su profesión, bien como protagonistas, bien como personajes secundarios en las tramas. En los últimos años, han destacado varios títulos a nivel internacional como *Generation Kill* (HBO, 2008) *The Wire* (Quinta temporada, 2008), *State of Play* (BBC, 2003), *Studio 60* (2006-2007), *The Hour* (BBC, 2011-2012), *Borgen* (DR1, 2010-2013), *Treme* (HBO, 2010-2013), *Scandal* (ABC, 2012-2018), *The Newsroom* (HBO, 2012-2014), *House of Cards* (Netflix, 2013-2018), *The Great Indoors* (CBC, 2016) o *Argon* (Netflix, 2017).

A la expansión de esta temática en la ficción serial contribuye el hecho de que la dinámica narrativa de las series televisivas permite profundizar en la cotidianeidad de este oficio, acercando al espectador en cada episodio a los pensamientos, motivaciones, capacidades y preocupaciones del reportero, presentador de noticias, corresponsal o cronista; con frecuencia, de manera más profunda y detallada que los largometrajes de cine. Como apunta Mera Fernández, es “poco habitual en el cine: la rutina (en este caso la rutina del quehacer periodístico). La mayor parte de las películas [...] no refleja el día a día de la

profesión, sino la excepción, el hecho más interesante, la ruptura de la normalidad” (2008: 508). Frente a ello, la propia naturaleza expandida del formato serial (García Martínez, 2012) “permite replicar la cotidianeidad periodística y el quehacer diario de una redacción, deteniéndose en la recolección de detalles, en cómo se gana la confianza de una fuente, en los tiempos muertos, en las fricciones entre empleados y directivos, en cómo afrontar problemas deontológicos, en los callejones sin salida de una investigación o en las breves piezas que van alimentando una exclusiva de mayor alcance” (García Martínez & Serrano-Puche, 2013: 276).

En las páginas siguientes se presenta, en primer lugar, el marco teórico que sustenta esta investigación. Se ofrece un repaso sobre la representación del trabajo periodístico en el medio audiovisual, desde el análisis de la literatura académica al respecto. A continuación, y de igual modo, se explora más específicamente en la imagen que del oficio periodístico arrojan las series de televisión. Todo ello sirve de base para el análisis de la ficción serial *Argon* (Netflix, 2017), en la que un equipo de periodistas televisivos deciden hacer frente a las dinámicas y presiones empresariales, apostando por el periodismo de calidad.

Marco teórico

Los estudios sobre el periodista en el medio audiovisual

El cine ha sido el medio que con más fuerza ha configurado la estampa del periodista en el imaginario colectivo de las sociedades occidentales. Películas como *Luna nueva* (*His Girl Friday*, 1940), *El gran carnaval* (*Ace in the Hole*, 1951), *Primera Plana* (*The Front Page*, 1974), *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*, 1976), *Spotlight* (2015) o *Los archivos del Pentágono* (*The Post*, 2018), entre otras, han contribuido tanto a reflejar estereotipos sociales sobre los periodistas como para reflexionar en torno a aspectos centrales de la profesión: las tensiones con el poder político o económico, las dificultades epistemológicas en la búsqueda de la verdad o los excesos de determinadas prácticas periodísticas (García Martínez & Serrano-Puche, 2013).

Desde una perspectiva histórica, fue en la década de 1930 cuando se inició la edad de oro de la película periodística. El periodismo se convirtió en la ocupación más popular de los héroes en la pantalla en aquella época (Langman, 1998:10). Por lo que respecta a la

investigación desde el ámbito académico, el interés por definir la imagen del periodista en los contenidos de ficción se ha desarrollado desde los años setenta del pasado siglo.

Entre los estudios pioneros se encuentra la tesis de Courson (1976) que analiza la figura heroica del periodista entre 1900 y 1974. Por su parte, Barris (1976) ofrece la primera clasificación de los profesionales de los medios en *Stop the presses! The Newspaper in American Films*, donde distingue diversos roles profesionales, desde la visión del reportero como “delincuente” hasta el periodista como cruzado, el reportero extranjero, el reportero como ser humano, el periodista “chismoso” o el editor.

Langman (1998) destaca que es habitual la figura del periodista itinerante como “sabueso de noticias”, que a menudo es astuto, de habla rápida y cínico. Centrándose en la década de 1990, Steinle (2000) analiza 23 películas sobre periodistas y concluye que muchas de estas obras de ficción perfilaban a los periodistas como personajes impulsivos y desde un enfoque negativo.

El trabajo de Joe Saltzman, autor de *Frank Capra and the Image of the Journalist in American Film* (2002), ha estado muy vinculado al desarrollado por Matthew C. Ehrlich. En *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture* (2015) ambos investigadores centran su atención en la figura antagonista del informador como héroe y villano. Esta clasificación general, se manifiesta en diferentes contenidos de ficción, tanto en cine como en televisión.

La definición detallada de las tipologías del profesional como héroe o villano son descritas por Ghiglione y Saltzman (2005). De esta forma, los personajes heroicos se corresponden con los roles de reportero sabueso (*male reporter* o *crime buster*), *sob sister* y editor de noticias. Por su parte, los villanos están encarnados por el propietario de medios (*media owner*), el periodista chismoso (*scandalmonger*) y periodista anónimo (*anonymous journalist*).

La constatación de la convivencia de estas visiones contrapuestas del profesional también está recogida por Brian McNair (2010) en su obra *Journalists in film: heroes and villains* donde se recogen las siguientes tipologías del periodista como héroe: perro guardián (*watchdog*), testigo de primera mano (*witness*), heroína (*heroine*) y artista. Por su parte,

entre los villanos destacan los “granujas” (*Rogues, reptiles and repentant sinners*), los estafadores (*fabricators, fakers, fraudsters*) y los fabricantes de reyes (*king-makers*).

| | Héroes | Villanos |
|-----------------------------|---|---|
| Ghiglione y Saltzman (2005) | <ul style="list-style-type: none"> - El reportero sabueso (<i>male reporter o crime buster</i>) - <i>Sob sister</i> - El editor de noticias | <ul style="list-style-type: none"> - El propietario de medios (<i>media owner</i>) - El periodista chismoso (<i>scandalmonger</i>) - El periodista anónimo (<i>anonymous journalist</i>) |
| McNair (2010) | <ul style="list-style-type: none"> - El perro guardián (<i>watchdog</i>) - El testigo de primera mano (<i>witness</i>) - La heroína (<i>heroína</i>) - El artista | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Rogues, reptiles and repentant sinners</i> - <i>Fabricators, fakers and fraudsters</i> - <i>King-makers</i> |

Tabla 1. Distinción de periodistas como héroes y villanos a partir de las clasificaciones de Ghiglione y Saltzman (2005) y McNair (2010). Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver, la definición del personaje periodístico cuenta con gran interés en el ámbito audiovisual. En el campo de las series de televisión, Taylor (1989) señala que el lugar de trabajo en la televisión, se convierte en un sitio en el que se establecen luchas por la autonomía, los conflictos y los antagonistas proponen una visión dualista entre los profesionales “buenos” y “malos” (Taylor, 1989: 145), algo que tiene relación con los estereotipos de héroes y villanos.

Los periodistas en las series dramáticas

Desde el nacimiento del medio televisivo han sido numerosos los contenidos que han retratado la figura del profesional de la información, generalmente vinculada a su trabajo en las redacciones de los periódicos. Tal y como apunta Carrasco, “las series dramáticas son el formato de ficción más utilizado en la industria televisiva internacional”

(Carrasco, 2010:188). Dentro de los distintos subgéneros, el drama periodístico forma parte de las denominadas *workplace TV Series* o series profesionales (Taylor, 1989; Galán, 2007). Es a finales de los años noventa cuando los personajes televisivos irrumpen en las series para contar sus vivencias e historias cotidianas (Galán, 2006). De esta manera, las series profesionales se diversificaron para ilustrar los ámbitos de trabajo y las profesiones más atractivas desde un punto de vista dramático (abogados, médicos, detectives o periodistas).

A pesar de la creciente tendencia de las series profesionales, podemos observar que el drama periodístico en la televisión es casi tan antiguo como el propio medio de entretenimiento. Los primeros programas se enmarcaron dentro de las antologías dramáticas. Moore, Bensman y Van Dyke (2006) describen las antologías como programas en los que los actores figuraban en episodios independientes, con formatos de media hora o una hora de duración (Moore, Bensman y Van Dyke, 2006:109).

La primera antología que se emitió en televisión fue *Kraft Television Theatre* (NBC, 1947). Dos años después nació *The Big Story* (NBC, 1949-1957), programa que relató historias de reporteros reales y se constituyó como la primera antología centrada en el mundo del periodismo. Ese mismo año, la CBS estrenó la serie periodística *The Front Page* (1949-1950). Otros programas que retrataron al profesional de la información en los años cincuenta fueron: *Big Town* (CBS, 1950-1956), *Crime Photographer* (CBS, 1951-1952), *Foreign Intrigue* (1951-1955), *Front Page Detective* (1951-1953) y *Not for Publication* (DuMont, 1951-1952).

Tal y como describe Daniel (1996), las representaciones de los periodistas en los primeros años de la televisión se mostraron próximas al género de acción y aventuras. De esta manera, la presencia de los periodistas se aproximaba a los espectáculos de detectives y policías. Daniel (1996) explica que el número de series sobre periodistas en la década siguiente experimentó un descenso. Una de las series más destacadas de este periodo fue *Saints and Sinners* (1962-1963) protagonizada por un equipo de reporteros de prensa en Nueva York.

La aparición de *Lou Grant* (CBS, 1977-1982), a finales de los setenta, influyó en la percepción del periodismo en aquella época. Esta serie puede considerarse un hito de la historia de la televisión en relación con el periodismo, ya que refleja la madurez de la televisión como un medio de entretenimiento, que se ha preocupado por el modo de presentar los problemas de la sociedad y la condición humana (Daniel, 1996). Otras series destacadas en este periodo fueron *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970–77), *Gibbville* (NBC 1976) y *The Andros Targets* (CBS, 1977).

Para Anna Tous, “la competencia entre cable y hercianas propicia lo que Robert Thompson ha denominado como la segunda edad de oro de la televisión estadounidense, y que sitúa entre principios de los años 80 y medios de los 90” (Tous, 2012: 3). La figura del periodista como héroe destacó con el lanzamiento de *Lois and Clark: The New Adventures of Superman* (ABC, 1993).

A finales de la década de 1990 la ficción serial vive lo que se ha denominado la “tercera edad de oro de la TV” (De Gorgot, 2014), marcada por un notable incremento en la oferta y calidad de las series, cada vez más frecuentadas por profesionales de la industria del cine (directores, productores, actores y actrices), haciendo de ellas un producto de consumo cultural ampliamente extendido entre la audiencia.

En ese contexto aparece la aclamada serie de Aaron Sorkin *The West Wing* (NBC, 1999-2006), que muestra otras facetas del mundo del periodismo, como es la comunicación institucional en el entorno de la política. A este respecto, Saltzman y Mitchel (2013) analizan 61 películas y 66 programas de televisión, emitidas entre 1932 y 2013, que ofrecen una imagen del periodista de Washington. La investigación resalta que este tipo de periodista en la ficción audiovisual está dotado de cualidades heroicas que lo aproximan a la defensa del interés público y la denuncia de la corrupción política.

Las nuevas modalidades de periodistas también se aprecian en otras series como *The Newsroom* (HBO, 2012-2014), que destaca por el modo en que los personajes se enfrentan a las problemáticas del periodismo reciente. Koliska y Eckert (2015) señalan en su análisis textual que las críticas negativas sobre la conducta de los periodistas en esta serie se fundamentan en la percepción del idealismo en la forma de proyectar la profesión. Por su

parte Peters (2015) describe la narrativa de *The Newsroom* y analiza las reflexiones de la audiencia sobre el programa a través de un análisis del discurso. A partir de la exploración de más de mil publicaciones de debate y decenas de artículos periodísticos, el autor sostiene que *The Newsroom* refleja el escepticismo sobre los medios de comunicación.

Los ideales positivos sobre la profesión que han mostrado *The West Wing* y *The Newsroom* han contado con la réplica de otras representaciones seriales como *The Wire* (en su quinta temporada) o *House of Cards*, que muestran otros aspectos menos idílicos en el modo de ejercer el periodismo. Steiner, Guo, McCaffrey y Hills (2013) analizan con una metodología cualitativa artículos de prensa y transcripciones de radio sobre las críticas realizadas a la quinta temporada de la serie y que retratan al profesional de la prensa desde una perspectiva negativa. Por su parte, Painter y Ferrucci (2017), a partir de un análisis textual, profundizan en la construcción del personaje periodístico en *House of Cards*. Los investigadores analizan cómo la representación del periodismo impreso y digital conducen a los televidentes a observar a los periodistas digitales en la serie como informadores poco éticos.

La presencia de ideales positivos y negativos en el ámbito de las series profesionales nos permite ver distintas representaciones del periodismo desde un enfoque cotidiano. La rutina se establece como un elemento característico de las tramas que permiten ejemplificar el día a día del profesional de la información a partir de elementos dramáticos. Además, la proliferación de contenidos seriales a escala mundial hace interesante el análisis de contenidos culturales variados que versan sobre la profesión en la actualidad.

Objetivos y metodología

A partir de este marco teórico, el objetivo principal de este trabajo es analizar la forma en la que se retrata al periodista televisivo en *Argon* (tvN-Netflix, 2017). Otros objetivos que persigue este trabajo son: identificar los rasgos que se le atribuyen al profesional de la información a partir de las tipologías de héroes y villanos propuestas por Ghiglione y Saltzman (2005) y McNair (2010) y definir los temas y conflictos que aluden a la práctica profesional presentes en el contexto actual.

Tal y como apunta Gómez Morales (2013:721): “A pesar de las numerosas producciones de ficción televisiva dedicadas al ejercicio del periodismo (...) la representación de los periodistas en la televisión ha sido escasamente analizada”. Es por esto que el análisis del personaje periodístico en las series resulta relevante.

Para llevar a cabo el análisis, se ha realizado el visionado de los ocho episodios que componen la primera temporada de la serie, cada uno de 60 minutos aproximadamente de duración y emitidos originariamente entre el 4 y el 26 de septiembre de 2017 en la cadena de televisión surcoreana tvN. La metodología empleada es cualitativa y consiste en un análisis temático (Braun & Clarke, 2006; Ritchie & Lewis, 2003) del texto audiovisual. Esta técnica "permite identificar, organizar, analizar en detalle y reportar patrones o temas a partir de una cuidadosa lectura y re-lectura de la información recogida, para inferir resultados que propicien la adecuada comprensión/interpretación del fenómeno en estudio" (Mieles Barrera, Tonon & Alvarado Salgado, 2012: 217).

Primero se realizó un visionado general, a fin de obtener una comprensión preliminar de la serie (Cassetti & Di Chio, 1991). Se procedió, a continuación, a un visionado más detallado con el objetivo de examinar, a través de los diálogos y las actitudes de los personajes, el mensaje que se traslada sobre el quehacer periodístico en una redacción de televisión. En el caso de la presente investigación y a partir de la literatura consultada, el análisis centra su atención en aquellos aspectos en los que los personajes principales de la serie (tabla 2) trasladan algunos de los retos éticos y profesionales a los que se expone el profesional de la información.

De esta manera, se han planteado las siguientes preguntas de investigación (PI):

PI1: ¿Qué representación del modo de hacer periodismo televisivo ofrece la serie *Argon*? Más concretamente, ¿se centra la actitud del profesional en la defensa del interés público como valor prioritario del periodismo?

PI2: ¿Qué temas y conflictos relacionados con la situación actual del periodismo refleja la serie *Argon*?

PI3: ¿La figura del personaje protagonista (Kim Baek-jin) se corresponde con las tipologías de héroe propuestas por Ghiglione y Saltzman (2005) y McNair (2010)?

| Personaje | Puesto profesional |
|------------------|--------------------------------------|
| Kim Baek-jin | Presentador del programa |
| Lee Yeon-hwa | Reportera novata |
| Shin Chul | Productor |
| Yoo Myung-ho | Directivo |
| Uhm Min-ho | Redactor de finanzas |
| Yook Hye Ri | Redactora con aspiración a guionista |
| Heo Jong Tae | reportero |
| Kim Jin Hee | redactora sensacionalista |

Tabla 2. Elenco de personajes de *Argon*

Fuente: elaboración propia

Argon es una serie de televisión surcoreana dirigida por Lee Yoon-jung. Tras ser emitido por la cadena tvN se incorporó al catálogo de Netflix, alcanzando así una audiencia internacional. La síntesis de la trama se refleja bien en la descripción ofrecida por la plataforma: “En un mundo lleno de noticias provocadoras y con frecuencia confusas, un equipo de apasionados reporteros de televisión lucha por sacar verdades a la luz”.

La trama traslada al espectador al escenario de la corporación HBC, una empresa de comunicación donde conviven dos programas informativos: News9 y *Argon*. La falta de profesionalidad que define a los periodistas de HBC se transmite a través de los ojos de una joven reportera, Lee Yeon Hwa, que se incorpora a la plantilla con un contrato temporal. El desinterés que invade a los periodistas viene influido por las motivaciones lucrativas de

la cadena, que limitan su trabajo a ofrecer contenidos que capten la atención de la audiencia.

En medio de este panorama es el presentador del programa, Baek-jin, el que trata de cambiar el rumbo de *Argon* para poder recuperar la esencia del buen periodismo. La serie se construye con un mensaje claro: “Hechos y no audiencias. Libertad de prensa y no de poder. Así deberían ser las noticias” (descripción de la primera temporada en Netflix).

Análisis de resultados

La empresa informativa: el auge del corporativismo frente a la verdad periodística

La responsabilidad social del periodista ha sido el motor principal de muchas representaciones audiovisuales sobre la prensa (Laviana, 1996). Por lo que respecta a *Argon*, desde el primer episodio la plantilla del programa que da nombre a la serie parece desencantada con los ideales del periodismo y el compromiso con los espectadores ha dejado de ser una prioridad. Kim Baek-jin trata de romper esta dinámica y hace frente a la falta de coherencia que tienen los redactores para transmitir las noticias. Se enfrenta así a los modos sesgados y sensacionalistas que fomenta la empresa en la construcción de noticias; una práctica que, a juicio de Ignacio Ramonet, está presente en las empresas periodísticas actuales: “A la pregunta ‘qué es noticia’ hoy los medios de comunicación, acorralados, tienden a responder únicamente en términos de audiencia. Una ‘buena’ noticia es aquella que puede interesar al mayor número de gente” (Ramonet, 2011:18).

El interés empresarial de HBC se refleja de manera clara al inicio de la serie cuando el presentador de *Argon* se disculpa ante los televidentes y realiza la rectificación de una noticia sobre un caso de corrupción, en la que un pastor de la iglesia *Sungjong* utilizó el dinero de la iglesia en un casino. Baek-jin asume la culpa y lanza una promesa:

Baek-jin: *Corregimos a petición de la Asociación de Arbitraje de Prensa, consideramos esto una lección y seremos más cuidadosos en el futuro. También prometemos que siempre haremos frente a la verdad.* (T1, EP1, 2017)

Después de presentar su disculpa observamos la rabia de Baek-jin, que estalla la tinta del bolígrafo sobre el guión de informativos. El periodista es consciente de que ha actuado en contra de lo que dicta la ética de su profesión, al someterse a las presiones de la empresa informativa. La noticia que desmiente, en realidad, es verdadera, pero se ve obligado a negarla ya que esa información afecta a uno de los directivos de HBC.

De esta forma, se rompe el compromiso con el público. Un compromiso que debe permanecer en el periodismo, pues “la sociedad misma le ha encargado que contribuya al bien común informando profesionalmente, con objetividad y verdad, al ciudadano (...) Mediante la reconstrucción periodística de la actualidad, debe el periodista elaborar y ofrecer esa información valiosa que permita al ciudadano un completo acceso a la inteligencia diaria” (Sánchez de la Nieta, 2016: 81).

La rapidez en la información de acontecimientos también se refleja en la serie, cuando en medio de un partido de fútbol entre las redacciones de *Argon* y *News9* las alarmas de los móviles les informan que ha ocurrido una tragedia: el edificio Midtown se ha derrumbado por causas desconocidas, provocando un gran número de desaparecidos entre los escombros. En medio de la confusión sobre los posibles motivos del derrumbe, el presentador decide que es oportuno esperar y ofrecer una información contrastada en una edición especial:

Baek-jin: *HBC se está quedando atrás. Necesitamos dar un paso adelante mientras otros se pierden en la confusión... Mientras los otros canales lo repiten como loros, nosotros lo tomaremos en serio e investigaremos a fondo (T1, EP1. 2017)*

Mientras Baek-jin trata de recopilar toda la información para investigar el caso, observa cómo *News9* hace una acusación sin pruebas. Al parecer, identifican en el interior del edificio el casco del jefe de obra, que se encuentra desaparecido. De esta manera le acusan de haber huido antes de que se iniciara el desastre que provoca varios muertos, todavía sin confirmar. Baek-jin ordena a su equipo que no usen la palabra muerte y que deben contar historias de interés humano.

Desde la cadena, el directivo Yoo Myung obliga a Baek-jin que comunique a los espectadores la información que ya han dado otros canales sobre el jefe de obra, como

estrategia para ganar audiencia. El periodista se niega a dar información falsa, aduciendo que *los reporteros deberían revelar la verdad solo a través de los hechos*.

Las mentiras emitidas por los otros canales de televisión en la serie provocan una reacción en la opinión pública. De manera que un grupo de personas ataca a la mujer y a la hija del jefe de obra, al que acusan de culpable. Este suceso pone de manifiesto los malentendidos que ha generado el periodismo actual por la falta de rigor, un problema que Ramonet describe de forma clara: “La justificación habitual argumenta que el periodista profesional se toma el tiempo necesario para contrastar la información, corregirla y confirmarla. Pero esto ya no es así. En primer lugar, porque en un sistema de información sometido a la dictadura de la urgencia (...) pocos periodistas disponen del tiempo necesario para hacer su trabajo de forma concienzuda” (Ramonet, 2011: 19).

Tras la investigación realizada por *Argon* se descubre que la persona acusada por los medios de la tragedia es inocente. Encuentran su cuerpo bajo los escombros y descubren que murió por salvar a una niña, de manera que el jefe de obra pasa de ser percibido como un criminal a ser un héroe.

A pesar de que el equipo de *Argon* hace una buena cobertura de los hechos, Baek-jin no cuenta con el apoyo de los directivos, que quieren reducir la plantilla del programa:

Directivo Yoo: *Solo es aritmética. Una cadena de televisión calcula todo con un solo objetivo. Desecha los programas con índices bajos y se libra de los empleados innecesarios. Si te libras de aquellos que están subcontractados en tu equipo, las cosas mejorarán mucho.*

Baek-jin: *Después del esfuerzo que les he exigido a los nuevos y de formarlos para que sean buenos, los despides para ahorrar dinero. ¿Cómo vamos a tener personal experto en noticias haciendo las cosas así? (T1, EP2. 2017)*

Se cumple así en la serie la deriva que en la realidad constata Silvio Waisbord, que se lamenta de que “el apremio por el sensacionalismo en el reportaje de las noticias ha agotado el vigor que el periodismo de investigación requiere. Las presiones comerciales también disuaden del periodismo de investigación. Frecuentemente su necesidad de una gran cantidad de tiempo y de recursos humanos y financieros está en conflicto con las expectativas de ganancias y el control de los costos de producción” (Waisbord, 2001).

La reacción del periodista ante la información exclusiva: *el caso Sumyoung*

Un ejemplo de la relación del periodista con sus fuentes se ve en el sexto episodio, cuando el productor de Argon, Shin Chul, se interesa por destapar la verdad a través del mensaje de una fuente anónima, que pide al programa que investigue la causa de la muerte de tres bebés después de consumir un producto para lactantes.

El productor indaga hasta descubrir que el emisor del mensaje es un trabajador de la empresa Sumyoung, promotora del producto infantil Nature Premium. El periodista habla con la fuente y le pide que le cuente la verdad sobre los hechos. El trabajador le explica que la empresa le encargó realizar un informe interno para valorar si el producto contaba con ingredientes nocivos para la salud. El resultado reveló que su producto fue la causa de la muerte de los menores.

No obstante, la empresa con el fin de mantener su reputación renovó la fórmula y vendió los productos defectuosos a un precio menor. El periodista expone en la redacción el informe que le facilita la fuente. Los periodistas creen que la noticia debe ser comunicada pero, para ello, necesitan el testimonio que verifique los hechos. El presentador plantea el problema de credibilidad que puede causar al programa no identificar a la fuente:

Baek-jin: *¿Y si la compañía niega este informe?*

Shin Chul: *Murieron tres niños*

Baek-jin: *¿Puedes probar un vínculo en un juicio con solo tres niños?*

Shin Chul: *¿Lo creerás cuando mueran decenas?*

Baek-jin: *No importa si yo lo creo o no. Solo importa que lo crean los televidentes. Este informe representa sólo el sesenta por ciento. Necesitamos pruebas y testigos para transmitir una noticia. Este informe no basta.*

(T1, EP6. 2017)

El informador se niega a ser entrevistado y pide a Shin Chul que destruya el informe. El productor consigue persuadirlo a través de una llamada telefónica:

Shin Chul: *Si nos rendimos ahora, la verdad quedará sepultada para siempre. ¿Qué pasa si no decimos nada sobre esto y mueren más bebés? ¿Realmente cree que puede manejar el peso de la muerte? Si dice que estará bien renunciaré a este caso. Depende de usted.* (T1, EP6. 2017)

Tras la llamada, el trabajador concede la entrevista, en la que no se desvela su rostro. El periodista, consciente de las posibles represalias que puede tomar la empresa, le hace una promesa:

Shin Chul: *Haré todo lo que esté en mi poder como periodista para ayudarlo.* (T1, EP6. 2017)

Antes de emitir el reportaje, los periodistas aportaron pruebas de la veracidad del informe. Para ello, encargaron un análisis a dos laboratorios que obtuvieron los mismos resultados que el primero. De esta manera, el equipo se aseguró de dar una información verificada, tal como exigen los estándares de calidad de la profesión (Kovach & Rosenstiel, 2003: 100). No obstante, cuando se manifiesta a los jefes de la cadena la relevancia del reportaje, en materia de investigación, el directivo Yoo se muestra descontento:

Myung Yoo: *Alimentos Sumyoung es una de las treinta empresas principales de Corea y les demandarán si publican ese reportaje.*

Baek-jin: *Verificamos todos los hechos. Tanto las pruebas como la declaración son sólidas. Aunque nos demanden, estoy seguro de que ganaremos.*

(T1, EP6. 2017)

Baek-jin emite el reportaje y todos los miembros de *Argon* sienten que han cumplido su misión como periodistas. Sin embargo, la situación cambia cuando el productor del programa mira su móvil y ve un mensaje del informante previo a la hora de emisión: *El informe está modificado. No lo publiquen.* Poco después, descubren que el informante se ha suicidado.

Tras la muerte del trabajador, la empresa *Sumyoung* afirma que el informante tenía una grave depresión que afectó a su rendimiento laboral y como consecuencia, no obtuvo un ascenso; por lo que modificó el informe y lo envió a *Argon*. Además, la empresa arremete contra el programa:

Líder de *Sumyoung*: *No pasaremos por alto lo que sucedió con la prensa, que transmitió hechos no comprobados con mala intención. (T1, EP7. 2017)*

Baek-jin es consciente de que la continuidad de *Argon* peligra en medio de la pérdida de credibilidad. Por eso, organiza a su equipo, ya que el programa ha sido suspendido:

Baek-jin: *La suerte de Argon depende de a qué dediquemos este tiempo. Somos reporteros. No nos preocupamos solo de protegernos a nosotros mismos. Centraos en los hechos de la muerte del informante. Tenemos que descubrir si murió realmente por nuestra culpa, incluso si la verdad nos destroza... El público nos ve como al diablo, no será fácil. (T1, EP7. 2017)*

El enfrentamiento entre la empresa de alimentos y *Argon* se vuelve mayor cuando, de forma editada y malintencionada, se filtra a los medios la conversación telefónica entre el periodista y el trabajador. Shin Chul es criticado por la opinión pública (que le culpa de la muerte del informante); paralelamente, recibe una carta en la que se le acusa de violar el Código de Ética Periodística. Es por esto que varios miembros de la fiscalía irrumpen en la emisora. El jefe de la cadena informa a Baek-jin que va a suspender la emisión de *Argon* hasta que la fiscalía anuncie el resultado de la investigación. Esto le genera desagrado:

Baek-jin: *Lo que dice no tiene fundamento. La esencia de nuestro reportaje es que la fórmula para bebés contenía un ingrediente nocivo y que la compañía ocultó la verdad intencionadamente.*

Directivo de HBC: *El informador envió un mensaje asegurando que el informe estaba modificado.*

Baek-jin: *Solo es un mensaje. Ni siquiera sabemos si es auténtico. Ese único mensaje ha destruido todas las verdades que hemos verificado hasta ahora.*

Directivo de HBC: *Así es el público. Así es la realidad... Toda la prensa ha saltado sobre HBC como una manada de perros salvajes. Toda la cadena está en peligro.*
(T1, EP7. 2017)

Tras la investigación y la renuncia del productor, se demuestra que el informe era verdadero y que la empresa mintió. Desde *Argon* reconocen que su principal error fue no proteger a su fuente ante una situación tan delicada.

Argon y la política: la verdad sobre el caso Midtown

Argon consiguió recuperar la credibilidad de la audiencia. De manera paralela al caso de la empresa Sumyoung, Yeon Hwa y Baek-jin descubren que el edificio Midtown, cuyo derrumbe fue un hecho relevante al inicio de la serie, había sido construido mediante irregularidades y sobornos. La reportera reúne varias facturas que demuestran una trama de corrupción que involucra a personas influyentes. La realidad del derrumbe se debe a que el ministro de Fomento y el Comisionado de Urbanismo dieron una licencia para recalificar terrenos públicos como comerciales y así poder construir el edificio Midtown, en lugar del hospital que iba a crear la empresa Grupo Cívico. Sin embargo, de los 70 millones de wones destinados a la construcción solo se gastaron 37.8. Ante la necesidad de desvelar los hechos el presentador expresa:

Baek-jin: *Nuestro objetivo es esclarecer qué sucedió y contárselo al público.*
(T1, EP8. 2017)

El director de HBC, una de las personas implicadas en la trama de corrupción, ordena que se revisen los reportajes del programa. El caso se complica cuando descubren que Baek-jin emitió un reportaje erróneo tres años atrás, por no contrastar la información falsa que le hizo llegar el director del Midtown. En ese momento, movido por sus circunstancias personales y la fortuita muerte de su esposa (trabajadora del Grupo Cívico), decidió asumir la información en la que se acusaba al Grupo Cívico de corrupción. De esta manera, el director del Midtown pudo hacerse con los terrenos para su construcción.

Baek-jin se encuentra ante un dilema ético: omitir la información para proteger su reputación o corregir su fallo. El presentador asume su responsabilidad y uno de los redactores expone el riesgo de esta verdad comprometedora:

Min-ho: *Sabe que el público hace una caza de brujas y lo convierten a uno culpable de todo. Es muy obvio que lo culparán a usted.*

Baek-jin: *71 personas fallecidas. Si la fiscalía y la Administración Pública, que se supone que protegen a la gente, hubieran mantenido los ojos abiertos, esas vidas se habrían salvado.*

Min-ho: *Lo sé. Pero aceptaron sobornos y abusaron de su autoridad. Deberían ser castigados. ¿Por qué usted?*

Baek-jin: *También teníamos que proteger a la gente. Pero no cumplí con mi deber. Si no sacamos el caso de hace tres años, el Grupo Cívico no podrá jamás demostrar su inocencia de la acusación de sobornos. Mucha gente implicada tampoco será castigada. ¿Eso te parece bien? (T1, EP8. 2017)*

La decisión de apostar por la honestidad a pesar de las consecuencias disgusta, aún más, al jefe de la corporación:

Directivo de HBC: *¿Me estás dando una lección? ¿Intentas hacerte el héroe?*

Baek-jin: *Un reportero no debería ser un héroe, la gente quiere creer lo que dice un héroe. Solo quiero decir que me equivoqué. Me equivoqué y cualquier otro también podría hacerlo. Me equivoqué y causé daño al mundo. Así que los espectadores no deberían creer los reportajes, sino juzgarlos. Quiero decírselo con honestidad.*

Directivo de HBC: *¿Baek-jin, vas a dejar de ser reportero? ¿Cómo crees que serán tus últimos momentos en la cadena? La gente solo recuerda las consecuencias. El mundo solo hablará de tu error. Si lo emites, veinte años de tu carrera como reportero serán un desperdicio.*

Baek-jin: *Aun así, será mejor que condenar a toda la profesión para salvar mi reputación. (T1, EP8. 2017)*

A pesar de su convicción, desde la dirección ordenan el bloqueo de la sala de control y no consiguen emitir el reportaje. Como alternativa, el equipo de Argon trata de filtrar a otros medios de comunicación el reportaje. El desconcierto se incrementa cuando perciben

perplejos la realidad: ningún medio quiere emitirlo, debido a que afecta a sus círculos cercanos. Las redes del poder empresarial controlan la información, haciendo imposible al periodista ejercer con honradez. Con ello, la serie refleja, cómo en ocasiones, “los medios se subordinan a los intereses elitistas de un sistema más extenso. Y mientras cada periodista trata de evitar cuidadosamente los conflictos de intereses que puedan sesgar sus informaciones guardando una distancia profesional con su tema, sus jefes pueden estar íntimamente unidos a los intereses de organizaciones más importantes mediante la combinación de sus consejos de administración u otras formas de conexión” (Reese, 1999: 62).

El relato sobre la trama de corrupción del Midtown se hace público unos días después, en la entrega de premios al mejor periodista. El galardonado Baek-jin aprovecha la ocasión para revelar la verdad:

Baek-jin: *No merezco este premio. Hace tres años informé sobre la acusación de corrupción del Grupo Cívico, pero el reportaje era falso. El director del Midtown, Janghuk Seo, fue el que me dio la información falsa. Sin embargo, cegado por emociones personales y prejuicios, ni dudé de la información falsa, ni revisé la afirmación contraria y emití el reportaje. Debido a mi reportaje, el edificio que mató a mucha gente se construyó en los terrenos donde un hospital debería haberse construido para salvar vidas. (T1, EP8. 2017)*

La noticia de la confesión se difunde en Internet y en otros medios de comunicación. El presentador concluye su discurso recordando una buena práctica de periodismo:

Baek-jin: *Hace dos años el New York Times corrigió un error en un artículo que había publicado hace 161 años. Si se ha publicado un hecho incorrecto corregirlo es el deber de un reportero. La esencia de un reportaje es informar de la verdad basándose en hechos. Los periodistas somos responsables de hacer juicios correctos y corregir reportajes. Como fallé en cumplir esta responsabilidad, no puedo recibir este premio. (T1, EP8. 2017)*

Conclusiones

En su trabajo al frente del programa *Argon*, Kim Baek-jin muestra guiarse por los cánones profesionales que conforman los estándares del periodismo como interés público. La serie describe la construcción de un periodismo apoyado en la información fiable y sin sesgo, precisa, elaborada por reporteros bien entrenados y que muestran los hechos tal y como son. Además, ejemplifica la separación neta de hechos y opiniones, manteniendo la independencia frente al poder. Los temas que enmarcan los conflictos en la redacción de *Argon* son: el interés empresarial en la información televisiva, la primacía del índice de audiencias frente a la calidad informativa, el tratamiento de la información de interés humano, la verificación de los hechos y la aproximación del periodista a las fuentes informativas. Además, la ética personal del periodista aparece como telón de fondo en la trama. No obstante, los reporteros de *Argon* dejan ver algunos aspectos negativos de la profesión como la falta de verificación, informaciones poco contrastadas, exposición de noticias falsas o sometimiento a los intereses empresariales.

Los periodistas de *Argon* se ven obligados a recuperar la confianza de la audiencia en varias ocasiones, por lo que apuestan por un periodismo que supla los errores que han cometido y que reconocen con honestidad. Se enfrentan a decisiones éticas que afectan a su propia reputación, pero anteponen su responsabilidad sobre la opinión ciudadana, por lo que denuncian las injusticias, los abusos de poder y defienden a las víctimas.

Por su parte, Baek-jin presenta algunos de los atributos que se han asociado al estereotipo de periodista como héroe. Concretamente, el personaje responde al estereotipo de periodista como “perro guardián”, definido por McNair (2010), que ejerce una función de

vigilancia de los poderes políticos y económicos. También refleja el estereotipo de “reportero sabueso” (*male reporter o crime buster*) definido por Ghiglione y Saltzman (2005) por lo que es retratado como una persona, que a pesar de sus transgresiones, tiene como finalidad la defensa del público y se caracteriza por el ingenio. La presencia de este personaje, que cuenta con matices, puede deberse a la mayor capacidad de las series, dada su extensión narrativa, para profundizar en los personajes.

Se puede afirmar que a través de los temas que expone la serie se retratan situaciones potencialmente reales del periodismo y que se reflejan a modo de denuncia. Además, mediante la forma de actuar de los personajes, se establece una propuesta en el modo de ejercer la práctica periodística en un escenario donde prima el espectáculo. Por lo tanto, se reivindica el papel del profesional de la información en un contexto donde los intereses políticos y empresariales amenazan con el control de la información.

Bibliografía

- Barris, A. (1976) *Stop the presses! The Newspaper in American Films*. New York: Barnes & Co.
- Bezuntea Valencia, O., Cantalapiedra González, M. J., Coca García, C., Genaut Arratibel, A., Peña Fernández, S. & Pérez Dasilva, J., (2007). *Periodistas de cine y ética. Ámbitos*. Revista internacional de comunicación, nº 16, pp. 369-393.
- Bezuntea Valencia, O., Coca García, C., Genaut Arratibel, A., Peña Fernández, S., Pérez Dasilva, J., & Cantalapiedra González, M. J. (2008). “So What? She’s A Newspaperman and She’s Pretty. Women Journalists in the Cinema”. *Zer*, vol 13, nº 25, 221-242.
- Boorstin, D. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper & Row.
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77-101.
- Casetti, F. & F. Di Chio. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Carrasco, A. (2010). *Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones*. Miguel Hernández Communication Journal, (1), 174-200.
- Courson, M. T. (1976). *The Newspaper Movies*. PhD dissertation. University of Hawaii.

- Daniel, D. K. (1996). *Lou Grant : the making of TV's top newspaper drama*. Syracuse, NY : Syracuse University Press.
- De Gorgot, E. (2014). "¿Por qué vivimos una Edad de Oro de las series?". *Jot Down Cultural Magazine*. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series>
- Ehrlich, M. C. (2006). "Facts, truth, and bad journalists in the movies". *Journalism*, 7(4), 501–519.
- Ehrlich, M. C., & Saltzman, J. (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. Urbana: University of Illinois Press.
- Ferrucci, P. & Painter, C. (2014). "Pseudo newsgathering: Analyzing journalists' use of pseudo-events on *The Wire*". *The Image of the Journalist in Popular Culture*, 5, 135–169.
- Galán Fajardo, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Eco-pos*, 9(1).
- Fajardo, E. G. (2007). Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales. *Enlaces: revista del CES Felipe II*, (7), 9.
- García Martínez, A. N. (2012). "Una máquina de contar historias. Complejidad y revolución del relato televisivo", en de Toro Martín, J.M.; Bel, I. & Sánchez Tabernero, A. (eds.). *La Televisión en España. Informe 2012* (pp. 225-246), Barcelona: Ediciones Deusto.
- García Martínez, A. N. & Serrano-Puche, J. (2013). "El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas", en Gutiérrez Delgado, R. (coord.). *Poéticas de la persona. Creación, responsabilidad y vigencia en la comunicación pública y la cultura* (pp. 275-286), Salamanca: Comunicación Social.
- Ghiglione, L., & Saltzman, J. (2005). *Fact or Fiction: Hollywood looks at the News. Image of the Journalist in Popular Culture*.
- Good, H & Dillon, M. J. (2002). *Media Ethics Goes to the Movies*. Westport, Conn: Praeger.
- Good, H. (1998). *Girl Reporter. Gender, Journalism and the Movies*. Lanham: Scarecrow Press.
- Good, H. (2008) (ed). *Journalism Ethics Goes to the Movies*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Hassard, J. & Holliday, R. (1998). *Organization-representation: Work and organizations in popular culture*. London: Sage.
- Koliska, M., & Eckert, S. (2015). Lost in a house of mirrors: Journalists come to terms with myth and reality in *The Newsroom*. *Journalism*, 16(6), 750-767.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Santillana..

- Langman, L. (1998). *The Media in the Movies. A Catalog of American Journalism Films (1900-1996)*. Jefferson: McFarland & Company.
- Laviana, J. C. (1996). *Los chicos de la prensa*. Madrid: Nickel Odeon.
- López Gutiérrez, M. L. & Nicolás Gavilán, M. T. (2016). "El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario". *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6 (1), 22-39.
- McNair, B. (2010). *Journalists in film : heroes and villains*. Edinburgh : Edinburgh University Press, 2010.
- Mera Fernández, M. (2008). "Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505-525.
- Mieles Barrera, M. D., Tonon, G., & Alvarado Salgado, S. V. (2012), Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, nº 74, 195-225.
- Moore, B., Bensman, M. R., & Van Dyke, J. (2006). *Prime-time television: a concise history*. Greenwood Publishing Group.
- Ness, R. R. (1997). *From headline hunter to superman: a journalism filmography*. Lanham, Md : Scarecrow Press.
- Ortega, F. & Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Madrid: Ariel.
- Osorio Iglesias, O. (2014). "Despersonalización de los medios, poder y guerras de audiencia en el retrato del periodismo en el cine de los años 90". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (2), 789–804.
- Painter, C. & Ferrucci, P. (2017). "Gender Games. The portrayal of female journalists on *House of Cards*". *Journalism Practice*, 11 (4), 493-508.
- Painter, C. & Ferrucci, P. (2012). "Unprofessional, Ineffective, and Weak: A Textual Analysis of the Portrayal of Female Journalists on *Sports Night*." *Journal of Mass Media Ethics*, 27 (4), 248–262.
- Peters, C. (2017). "Entering The Newsroom: The sociocultural value of 'semi-fictional' entertainment and popular communication", en S. Harrington (ed.). *Entertainment Values* (pp. 149-164). Palgrave Macmillan, London.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo : de los medios de masas a la masa de medios*. Madrid : Clave Intelectual

- Reese, S. (1999). "Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias". *Comunicación y sociedad*, Vol XII, N°2, p. 47-68.
- Ritchie, J. & Lewis, J. (Eds.) (2003). *Qualitative Research Practice*. London: Sage.
- Saltzman, J. (2003). *Sob Sisters: The Image of the Female Journalist in Popular Culture*. The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC). Recuperado de: <http://www.ijpc.org/page/sobsmaster.htm>
- Saltzman, J., & Mitchell, L. (2013). *The Image of the Washington Journalist in Movies and Television 1932 to 2013*. The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC). Recuperado de: http://www.ijpc.org/page/ijpc_washington
- Saltzman, J., (2002). *Frank Capra and the image of the journalist in american film*. California: Norman Lear Center USC.
- Sánchez de la Nieta, M. A. (2016). *El Renacimiento del Periodismo. Nuevas tecnologías al servicio de su esencia*. Barañain: EUNSA.
- Steinle, P. (2000). "Print (and Video) to Screen: Journalism in Motion Pictures of the 1990s". Presented at the Popular Culture/American Culture Conference. New Orleans, April, 2000.
- Steiner, L., Guo, J., McCaffrey, R., & Hills, P. (2013). "The Wire and repair of the journalistic paradigm". *Journalism*, 14(6), 703-720.
- Stone, G. & Lee, J. (1990). "Portrayal of Journalists on Prime Time Television". *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 67 (4): 697-707
- Taylor, E. (1989). *Prime-time families: Television culture in post-war America*. Univ of California Press.
- Waisbord, S. (2001). "Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación". *Razón y Palabra*, 22, mayo-julio. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_swaisbord.html