

o en un área, y entonces se adscribe a la redacción como colaborador especial y aparece periódicamente en antena, cada día o cada semana, según el tipo de acuerdo. Los servicios de los colaboradores especiales pueden ser solicitados sólo para trabajar como periodistas en temas muy concretos, o también contratados como comentaristas habituales para crear una línea de opinión que identifique la emisora con una determinada política informativa.

Los colaboradores esporádicos no tienen una relación laboral fija con la emisora, su vinculación es puntual. Sólo son llamados en ocasiones muy concretas para cubrir un acontecimiento por ser especialistas en el tema y porque disponen de unos conocimientos sobre ese hecho que son necesarios para elaborar la información. Muchas veces los colaboradores especiales no son periodistas, sino que se llaman precisamente para completar la información que elaboran los redactores. Por ejemplo, un analista político contratado para comentar un proceso electoral, o un atleta que se invita para que ayude a retransmitir un acontecimiento deportivo. Aunque realizan una labor informativa, estos especialistas pueden hacer juicios de valor porque se considera que tienen los suficientes conocimientos y autoridad intelectual para opinar sobre un tema que dominan, motivo por el que es requerida su presencia en el informativo. Para que estas valoraciones no sean mal interpretadas tiene que quedar claro en todo momento que las hace un especialista en el tema, y no el redactor. El conductor del informativo debe preocuparse en todo momento por diferenciar y separar la información de la opinión, identificando de forma continua a cada uno de los profesionales que intervienen en el programa.

## CAPÍTULO 10

### El contexto de la información

El contexto de la información abarca el ámbito de los protagonistas de los hechos, el de los periodistas y el de la audiencia.

Sería necesario conocer los tres entornos para poder tener una comprensión global y absoluta de los hechos, pero esa circunstancia no se da nunca porque los tres contextos referidos se producen en escenarios distintos que no están conectados entre sí, y no existe la posibilidad de juntarlos. Puede coincidir el espacio, pero nunca coincidirá el tiempo porque el suceso siempre es anterior al relato del mismo. Coincide el espacio cuando un suceso acontece en un lugar, luego es narrado desde ese mismo sitio y, además, se da la casualidad de que la audiencia conoce el entorno.

Los tres mundos, el de los protagonistas de los hechos, el de los periodistas y el de la audiencia, son independientes. Cada uno tiene sus características, su autonomía y sus condicionantes; por lo tanto, nunca serán conocidos los tres por la misma persona. Además, los hechos no siempre tienen protagonistas humanos, y en esos casos es más difícil conocer las causas y las circunstancias del acontecimiento, porque si no hay testigos en el momento en que se produce el suceso hay que elaborar la noticia a partir de la observación, o incluso investigar si es necesario.

Algunos autores sostienen que a veces el contexto de los periodistas no influye porque no siempre hay elaboración de la información, como sucede en una conexión en directo cuando no hay narración del periodista, pues los propios protagonistas relatan los hechos. Pero aún así también existe intervención periodística porque las declaraciones

posiblemente respondan a una pregunta realizada previamente por el redactor, y las preguntas siempre condicionan las respuestas. Y aunque no se realicen preguntas, incluso cuando el periodista se limita a recoger unas declaraciones espontáneas, nunca se retransmite un acontecimiento íntegro, sino que se seleccionan los fragmentos más importantes, y esos «cortes» se escogen de acuerdo con los criterios del redactor.

### 10.1. EL CONTEXTO DE LOS PROTAGONISTAS

A veces se conocen los hechos, pero se ignoran las circunstancias que los desencadenaron o que los provocaron, lo cual lleva consigo que se tenga una versión superficial de los acontecimientos, porque la información de la que se dispone son supuestos o conjeturas, que pueden coincidir o no con la realidad. En la mayoría de los casos, el periodista elabora la información a la vista de los hechos y sin conocer los antecedentes.

Hay dos posibilidades. La situación idónea es que se conozca el contexto de los protagonistas. Pero en algunas ocasiones no es posible porque los propios sujetos informativos se niegan a facilitar datos sobre las circunstancias que desencadenaron los hechos, o porque no hay acceso a ellos, por fallecimiento de los mismos o porque son desconocidos.

Existe otra posibilidad. Los protagonistas facilitan su versión de los hechos, pero no significa que sea la única posible, sobre todo si hay varios factores relacionados con el acontecimiento o que intervinieron en el desencadenamiento del mismo. Sería necesario contar con los testimonios de todos los implicados y entonces seguramente se comprobaría cómo cada sector ofrece una versión distinta defendiendo sus intereses. De todas formas, no siempre hay intencionalidad en los diferentes puntos de vista; simplemente sucede que cada observador o protagonista percibe los hechos desde una perspectiva distinta, de acuerdo con sus características personales.

También existen desencadenantes de un hecho que no los conocen ni los protagonistas del mismo, porque aunque hay una causa aparente, a veces el acontecimiento se debe a otros factores que no se aprecian a simple vista. La causa real queda eclipsada por la causa aparente porque existe alguna circunstancia que, por proximidad o por apariencia, se la relaciona automáticamente con el hecho, aunque en realidad no tenga nada que ver. Un ejemplo ilustrativo: un día de invierno un vehículo circula por una carretera en malas condiciones, lle-

na de nieve y de hielo, y se sale de la autovía. La primera impresión es que la meteorología agravó el estado del asfalto y estos dos factores provocaron el accidente, y así lo cree el conductor. Pero un análisis posterior del vehículo demuestra que le ha fallado el motor y que en el accidente no han tenido nada que ver ni la nieve ni la carretera. El percance hubiera ocurrido igual en una autopista un día de sol. La causa aparente no coincide con la causa real.

Entonces para evitar construir noticias falsas es necesario realizar un proceso de investigación antes de difundir una información y no fiarse de las apariencias, porque lo que parece obvio no siempre es verdadero.

### 10.2. EL CONTEXTO DE LOS PERIODISTAS

El contexto de los periodistas está configurado por una serie de elementos que no todos tienen una relación estricta con el suceso informativo. Este contexto viene determinado, entre otros, por los factores que se relacionan a continuación:

- La formación del periodista.
- La ideología.
- La especialización que tiene en el tema.
- El grado de seguimiento de la información.
- La posible subjetividad que suscita el tema en el periodista.
- La ideología de la empresa para la que trabaja.
- La fiabilidad de las fuentes consultadas.
- El tiempo que se le concede para preparar la información.
- La disponibilidad de la infraestructura técnica necesaria para ofrecer una información completa.
- La adaptación de los datos a un espacio impuesto por el formato radiofónico. Esta exigencia a veces impide ofrecer el relato completo de los hechos y obliga a hacer una selección de los muchos detalles que conforman el acontecimiento. La selección siempre condiciona el enfoque de la información.

Por lo tanto, en el contexto de la información hay que tener en cuenta las circunstancias en las que trabajan los periodistas, los cuales no son unos meros canalizadores de la información encargados de trasladar los datos a la audiencia, sino que tienen una intervención directa en la construcción del relato, y el contexto informativo está condicionado por la subjetividad profesional.

### 10.3. EL CONTEXTO DE LA AUDIENCIA

El nivel de formación de la audiencia es fundamental, ya que va a influir directamente en el grado de comprensión de la información y facilitará que los oyentes sepan relacionar cada noticia con su correspondiente contexto, para no hacer descodificaciones incompletas, erróneas o contrarias a lo que pretenden los informadores. Los periodistas radiofónicos deben ser conscientes en todo momento de la diversidad cultural de la audiencia y elaborar la información de forma que sea comprendida por todos. Pero aquí hay que considerar dos niveles de descodificación: la comprensión literal y el análisis de la información.

La comprensión literal es una descodificación propia de una audiencia con un bajo nivel cultural que no siempre comprende el contenido de todas las informaciones, especialmente aquellas que se refieren a temas ajenos a su entorno, y también las noticias que llevan implícita una segunda lectura. De ahí la necesidad de que los mensajes radiofónicos sean claros y sencillos.

En el análisis de la información la audiencia, que en este caso suele ser culta, no se limita a recibir la noticia, sino que analiza los hechos que se le cuentan, los comenta y los critica, posicionándose sobre los mismos.

En el contexto de la audiencia (Blanch, 1998) no sólo influyen los factores que tienen una relación directa con el mayor o menor grado de formación, sino que también intervienen otros valores como los condicionantes culturales, porque éstos pueden variar el sentido inicial que tenía el acontecimiento e incidir en una lectura positiva o negativa del mismo. En este caso el periodista no puede ni debe intervenir. No se trata de redactar una noticia para que guste a todos, sino de hacerla lo más objetiva posible respetando los códigos deontológicos. La información debe ser crítica, incluso puede ser incómoda, pero no es aceptable una noticia que hiera gratuitamente la sensibilidad de algún sector.

## CAPÍTULO 11

### Circunstancias o factores que condicionan la información radiofónica

La información radiofónica, como la de cualquier otro medio, casi nunca es un hecho aislado. Suele estar condicionada por una serie de factores que intervienen, directa o indirectamente, en el proceso informativo, porque el mundo de la comunicación está configurado por correlaciones de fuerzas políticas, económicas y sociales que luchan entre sí buscando que su terreno tenga el máximo protagonismo posible. Luego, dentro de cada uno de estos campos, ya sea político, económico o social, hay una serie de corrientes que también compiten unas con otras. Pero, además de todos estos factores, que son determinantes en la elaboración de la información radiofónica, es necesario tener en cuenta que por encima de todo están los criterios periodísticos de objetividad (Balsebre, 1994). Y, aunque muchas veces resulta difícil que se apliquen con el rigor necesario, la función y la obligación del periodista es luchar para conseguirlo.

M. Cebrián (1994: 169) señala con acierto que uno de los primeros condicionantes de la información radiofónica son las situaciones de democracia o de dictadura que se dan en un país. Y otro de los factores determinantes es el contexto en el que se produce la información y en el que se va a emitir, atendiendo siempre a las características sociales y culturales de los oyentes. Una radio no es ajena a la realidad con la que convive y debe tener presentes en todo momento las peculiaridades que configuran los parámetros geográficos y sociales que demarcan el alcance de la cadena. Por eso, aunque cada emisora decide su pro-

gramación, a la hora de diseñar la línea informativa no debe olvidar el marco contextual en el que desarrolla sus actividades, porque, de lo contrario, corre el riesgo de provocar un rechazo en la audiencia potencial. Si bien es verdad que en cualquier entorno hay tendencias múltiples que resulta imposible complacer en su totalidad, también es cierto que existen unas normas sociales que son aceptadas por la mayoría de la población para regular la convivencia y que, además, son las que garantizan el desarrollo de la pluralidad. Esos parámetros de consenso social son los que hay que aplicar a la hora de hacer un informativo, sin entrar en las particularidades específicas de cada grupo social.

### 11.1. LA OBJETIVIDAD DE LA INFORMACIÓN

Una información está elaborada por un sujeto, que es el periodista. Entonces, por definición, es prácticamente imposible que una noticia sea totalmente objetiva porque en el proceso intervienen múltiples factores, desde los que son inherentes al propio redactor, como su formación, sus características socio-culturales y sus ideas políticas, hasta condicionantes externos, sin dejar de lado la línea informativa de la propia emisora. Por lo tanto, más que de objetividad corresponde hablar de información elaborada correctamente según los criterios periodísticos de actualidad, pluralidad y veracidad: que la información sea novedosa e interesante para la audiencia, consultar el mayor número posible de fuentes y citarlas, siempre que se tenga autorización para hacerlo, ofrecer todas las versiones necesarias, comprobar que los datos que se utilizan son verdaderos y respetar la intimidad y el anonimato de las personas que así lo deseen, especialmente cuando no tengan la obligación de facilitar datos porque desarrollan sus actividades en un ámbito que no es público.

A la hora de hablar de la objetividad de la información también hay que reflexionar sobre si la información es o no es una representación de la realidad. Se admite que, efectivamente, la información es una representación de la realidad porque está elaborada a partir de hechos que han sucedido. Pero también se considera una distorsión desde el momento en que una noticia se construye a partir de una visión subjetiva del acontecimiento. Si dos periodistas con niveles de formación similares utilizaran los mismos datos de un hecho, posiblemente se obtendrían dos informaciones completamente distintas, sin ser incorrecta ninguna de ellas. Simplemente serían dos versiones diferentes, producto de dos puntos de vista, de dos enfoques, porque a partir de

los mismos datos cada redactor elabora una versión propia. Por eso es importante no confundir representación de la realidad con interpretación de la realidad.

Por otra parte, nunca se tiene una percepción absoluta de los hechos, sino que se construye una información con múltiples fragmentos o versiones que forman parte de los numerosos referentes que tiene una noticia y que resulta imposible tratarlos todos a la vez. Desde este punto de vista, una noticia es una representación parcial de la realidad a la que hace referencia. De todos modos, es importante diferenciar entre una información parcial, aquella que no recoge todos los puntos de vista que existen sobre un hecho porque aborda sólo una parte de lo acontecido, y una información falsa, la que se elabora con datos que no son verdaderos.

La elaboración de la información también está sujeta a factores que intervienen directamente en la objetividad. Cada emisora tiene unas características propias y unos objetivos que condicionan la forma de trabajar de los redactores. A continuación se relacionan algunos:

- Las características de la empresa: pública o privada.
- La capacidad técnica de la emisora.
- La disponibilidad de recursos humanos para hacer una cobertura informativa amplia.
- El nivel de formación del cuadro de profesionales, periodistas y técnicos, que también influye en la calidad de la información.
- Las características del periodista: formación, ideología, etc.
- La posibilidad de acceso a las fuentes informativas, porque los datos que se utilizan son determinantes.
- La mayor o menor dependencia de la emisora de sectores políticos, económicos y sociales.

Los informadores a menudo dejan que las modas sociales dicten las corrientes informativas, tal como recoge M. Cebrián (1994: 171) cuando señala que «la evolución informativa sobre los hechos también está marcada por los intereses y a veces por las modas. Durante la transición española los medios de comunicación se centraron obsesivamente en la información política hasta provocar una saturación en los destinatarios. Desde 1983 hasta 1989 el interés se centró en la información económica; en la radio se llegaron a crear varias emisoras, dentro de una exacerbada competitividad, y programas especiales para dar la información bursátil en el mismo momento del cierre de los merca-

dos financieros. En los últimos años la obsesión pasó a temas de tipo social y afectivo».

El hecho de que durante una etapa se le preste una atención exagerada a un campo informativo o a un tema en particular implica que se están descuidando otras informaciones, con lo cual no se les ofrece a los ciudadanos un panorama representativo, sino una visión parcial de la realidad.

## 11.2. LOS CONDICIONANTES POLÍTICOS

Los condicionantes políticos de la información radiofónica (Hale, 1979) vienen determinados por la presión que ejercen los partidos políticos sobre las emisoras para dar la mayor difusión y protagonismo posible a sus mensajes, o para deteriorar la imagen del adversario. Aquí influye de una manera decisiva la titularidad de la emisora, pública o privada, y la ideología de los accionistas mayoritarios en las emisoras privadas porque, además de buscar la rentabilidad comercial, tienen intereses políticos.

Los sindicatos también aprovechan los medios de comunicación para tratar de influir en el tratamiento de las cuestiones que les interesan a través de las presiones que ejercen sus representantes.

Hay que dejar claro que toda formación política o sindical tiene derecho a que se difundan sus reivindicaciones y sus planteamientos porque representan a los ciudadanos, y los informativos son un servicio público, incluso en las emisoras privadas. Pero ese derecho pierde su legitimidad cuando los mensajes tienen una finalidad perversa o cuando se canalizan y se difunden al margen de los criterios periodísticos y de los códigos deontológicos correspondientes, utilizando influencias y presiones para alterar el tratamiento correcto de algún tema o para sacar a la luz cuestiones sin las debidas garantías profesionales.

La politización de la información no se debe sólo al tratamiento más o menos partidista de algunas informaciones, en el que pueden influir presiones externas o incluso la propia ideología del periodista, sino que también está condicionada por la sistemática presencia desigual de los partidos en los informativos, una práctica que se incrementa durante las campañas electorales. Habitualmente las informaciones de contenido político, por inercia o por interés, independientemente de la importancia informativa de las propuestas, se suelen tratar con criterios similares a los que rigen los espacios de propaganda durante los periodos de campaña electoral, cuyos tiempos se adjudican según la representación parlamentaria de cada partido. Este sistema

está pensado únicamente para regular la propaganda electoral y en ningún caso se debería aplicar para distribuir los contenidos en un informativo. Además, acentúa las diferencias porque otorga un protagonismo considerable a los grupos mayoritarios en detrimento de los de menor representación, ya que los primeros disponen de más espacio para difundir sus programas. Con esta fórmula la presencia más relevante siempre corresponde a los partidos mayoritarios, y es particularmente injusta porque los que tuvieron menos votos en la legislatura anterior parten con desventaja, ya que los tiempos de participación en los espacios de propaganda se adjudican en función de los resultados conseguidos en la legislatura que acaba. Así se prima a los partidos con más escaños y los otros tienen menos posibilidades de mejorar.

Dentro de los condicionantes políticos de la información, en el caso de las emisoras públicas, también desempeña un papel importante el Consejo de Administración. En realidad su función es cuidar la objetividad y la calidad de la información, pero casi siempre se convierte en un mecanismo de control político donde se vuelve a poner de manifiesto la fuerza que ejerce la mayoría parlamentaria, rechazando todas las propuestas que no sean acordes con las directrices del partido que controla el Consejo de Administración. Por otra parte, pocas veces los miembros del Consejo reúnen los requisitos técnicos que se recomiendan para ocupar tal cargo porque son designados con criterios políticos, en lugar de elegirlos por méritos profesionales relacionados con el mundo de la comunicación.

En las emisoras públicas, especialmente donde hay un Gobierno con mayoría absoluta, muy pocas veces se separa la información política, la referente al partido, de la información institucional, la procedente del Gobierno, y se utilizan los medios constantemente para favorecer la imagen del Gobierno atribuyéndole méritos que no le corresponden. Una de las fórmulas más habituales consiste en relacionar al Gobierno con actuaciones positivas que protagonizan políticos del mismo partido, aunque no tengan ningún cargo institucional. Esta mezcla de información política e institucional refleja una dependencia político-gubernamental de los medios que siempre deriva en una falta de objetividad y de pluralismo.

El control político de ciertas noticias interesa porque la información es el mejor mecanismo para influir en la opinión de los ciudadanos (León, 1989) y, por lo tanto, para orientar sus conductas. A través de la manipulación se crean falsas realidades para convencer a la audiencia, especialmente aquellos sectores que tienen un bajo nivel cultural. Así, el control de la información ayuda a mantenerse en el poder.

### 11.2.1. ¿Cómo se ejerce el control político de la información?

El control político de la información se ejerce adjudicando a un partido o a sus representantes más tiempo del necesario en los informativos, a través de una intervención directa o recurriendo a alguna fórmula de presencia indirecta, aunque la importancia de la noticia no lo merezca. Se aprovecha cualquier ocasión para introducir temas colaterales carentes de interés informativo, pero que interesa que trasciendan para favorecer la imagen propia o para perjudicar al adversario.

Otro de los trucos consiste en copar el tiempo de los informativos con temas de índole política, en detrimento de otras informaciones. Así, la realidad que se refleja en las noticias no siempre es representativa de lo que sucede en la sociedad, a veces está falseada. Y también se suele forzar la presencia de políticos en los informativos para evitar posibles agravios comparativos, cuando en algunos casos no está justificada la aparición de todos. E incluso se llega a alterar el orden lógico de las noticias para colocar primero las informaciones referentes a los partidos con más peso político, aunque los contenidos sean poco interesantes.

El control político de la información favorece la distorsión de las noticias a través de una serie de prácticas que persiguen unos objetivos muy concretos. Las intervenciones fraudulentas más habituales consisten en ocultar o minimizar las informaciones que perjudican al partido que tiene el control político de los medios; conceder una relevancia exagerada a las informaciones que perjudican al adversario, o descartar aquellas noticias que lo benefician; otorgar un tratamiento excesivo a cualquier información que da un protagonismo positivo al partido del Gobierno, elevando incluso a categoría de tema del día noticias que en circunstancias normales no merecerían un tratamiento más amplio de un breve, o magnificar los errores del Ejecutivo para desprestigiar su gestión, según se trate de un medio afín al poder o a la oposición; y cambiar el enfoque de determinadas informaciones reorientándolas para que beneficien al Gobierno y perjudiquen a la oposición, o viceversa.

### 11.3. LOS CONDICIONANTES ECONÓMICOS

Aquí también hay que distinguir entre medios públicos y privados, una división que es extrapolable a las emisoras de radio. Las radios públicas se sustentan con recursos públicos y por lo tanto no están supe-  
ditadas a las directrices de grupos económicos, sino que obedecen a intereses políticos porque el dinero procede de la Administración y está controlado por el Gobierno. En realidad las emisoras públicas deberían cumplir únicamente una función social, pero eso raras veces sucede, ya que los objetivos partidistas predominan por encima de cualquier otra finalidad.

Las radios privadas dependen de los ingresos que reciben a través de la publicidad y del capital de los accionistas titulares de la empresa. El objetivo principal en este caso es la rentabilidad económica. Pero, además, cada accionista representa unos intereses ideológicos muy concretos, que intenta que se vean reflejados en la línea informativa de la emisora en la que tiene invertido su dinero.

Luego hay una combinación que es la más peligrosa: las emisoras públicas con financiación mixta, pues reciben ingresos del Estado o de las autonomías y de la publicidad (Muela Molina, 2001). Entonces los objetivos comerciales de determinadas firmas confluyen con los intereses de partidos políticos, y ambos intervienen en la línea informativa. Así, las emisoras públicas con financiación mixta muchas veces ceden a los deseos de los anunciantes bajo el chantaje de perder cuantiosos ingresos económicos, tan importantes para afrontar los endeudamientos millonarios que tienen la mayoría de las empresas de comunicación.

Los condicionantes económicos influyen en la información en primer lugar ocultando datos que perjudican los intereses de los accionistas, de los anunciantes o de los sectores económicos que tienen relación directa o indirecta con la emisora; luego distorsionando las noticias y haciendo una lectura interesada de las mismas; y finalmente tratando de una manera injusta a los adversarios.

#### 11.3.1. *La publicidad en los informativos*

La inclusión de publicidad en los informativos radiofónicos es el máximo exponente de cómo afectan los condicionantes económicos a los medios. Un informativo difícilmente podrá ser independiente si