

La construcción de las noticias: un intento de atraer la atención del lector

JORDI GRAU I RAMIÓ

Subdirector del periódico *El Punt*

75

1. INTRODUCCIÓN

Las noticias se construyen. Esta afirmación, aunque sea una metáfora, se aproxima mucho a la realidad. Un hecho, al producirse, sólo es eso: un hecho. Y no se convertirá en noticia mientras no trascienda, mientras no se hable de él más allá del círculo de afectados directos, lo que significa, en el mundo occidental de hoy en día, que no se convertirá en noticia mientras no sea tratado por un medio de comunicación. Y será más noticia cuanto mayor sea el medio o el número de medios que la reproduzcan, puesto que llegará a más receptores. Antes, algún periodista que sepa de aquel suceso tendrá que haber iniciado el proceso de construcción de la noticia.

Explicar este proceso es complejo. Lo es incluso para quienes trabajan en medios de comunicación desde hace veinticinco años, la mayoría de ellos en información local y comarcal, y muy a menudo en temas relacionados con el trabajo de la policía y de los jueces, lo que tradicionalmente se conoce como la *crónica de sucesos*.

La principal dificultad que presenta, pues, el intento de describir tal proceso radica en el propio concepto de noticia. Cuesta ponerse de acuerdo sobre qué es noticia y qué no lo es. Para un lector, una noticia es lo que encuentra publicado en un periódico, lo que escucha en la radio o lo que ve en los noticieros de la televisión. Un periodista, en cambio, debe decidir si una cosa es noticia antes de que sea publicado. Por eso, a lo largo de veinticinco años de vida profesional, las dos frases que más he escuchado son estas: «¿Crees que esto es noticia? ¿A quién le puede interesar?». Y la respuesta no me ha llegado sólo de personas interesadas en evitar que un hecho se hiciera público. La mayoría de las veces han sido periodistas con los que trabajaba quienes me han formulado estas preguntas ante una noticia propuesta por otro compañero.

Uno de los mejores periodistas con los que he trabajado me discutió hasta el último momento que una carta enviada al Ayuntamiento de Banyoles por un médico haitiano vecino de Cambrils fuera un hecho noticiable, que valiera la pena ser

publicada. En la carta, el doctor Alphonse Arcelin pedía la retirada del bosquimano disecado expuesto en el Museo Darder de Banyoles. Después resultó que aquella noticia dudosamente interesante se convirtió en uno de los temas estrella durante los Juegos Olímpicos de 1992, en los que Banyoles era subsele. Fue, y todavía es —tras siete años el conflicto aún no se ha cerrado y cualquier nuevo movimiento publicado en los periódicos locales (un dictamen judicial, declaraciones de Arcelin, una recogida de firmas) es reproducido después en los nacionales—, el caso del «negro de Banyoles». Hemos hablado de él durante siete años, y en determinados momentos no sólo lo han hecho los periódicos de las comarcas gerundenses, sino también los de ámbito catalán, estatal y mundial. La verdad es que provocó un aumento de visitas al Museo Darder y que a raíz de ello se han dicho auténticas tonterías sobre el museo, sobre Francesc Darder y, sobre todo, sobre la ciudad de Banyoles. Algunas de estas tonterías han llegado —por desconocimiento e imprecisión con que a menudo se tratan los casos que no te afectan directamente y que han trascendido, en este caso, a la prensa de fuera de Cataluña— hasta un informe de la Unesco, y otras han sido pronunciadas por el secretario general de la ONU.

A raíz de esta experiencia, sobre las consecuencias que generó la publicación de un hecho que al principio no parecía interesante para algunos periodistas de solvencia contrastada, debemos preguntarnos: ¿qué es, pues, una noticia?, ¿quién decide lo que es o no noticia? La definición más sugerente la he encontrado en *Contra Periodistes*, una recopilación de frases de Màrius Carol en la que él mismo atribuye al norteamericano Arthur MacEven las siguientes palabras: «Noticia es cualquier cosa que un director se decide a publicar». No todos los medios, afortunadamente, son iguales, y lo que uno puede considerar noticia para abrir una página, o incluso la portada, otro puede no publicarlo.

Lo anterior prácticamente sólo significa que la predicción de un director sobre el interés que puede generar un hecho ha sido distinta que la de otro, porque lo que sí pretenden todos los medios de comunicación es atraer la atención del lector, el oyente o el televidente, y no sólo para que compren el periódico, sino también para que lean lo que hemos escrito. De todos modos, en el momento de decidir qué noticias lo conseguirán no sólo juega su papel la capacidad de predicción sobre cuánta gente puede interesarse por el tema, sino que también se tienen en cuenta a qué tipo de público nos dirigimos y, por lo tanto, nuestro modelo de periódico.



2. LOS MODELOS

Básicamente, existen tres modelos de periódicos.

2.1 El periódico de referencia

Es el medio de comunicación con voluntad de interpretación de la noticia. En España son ejemplos *El País* y *La Vanguardia*. En el resto del mundo, *Le Monde* o *The Washington Post*. En estos periódicos lo que se dice es más importante que cómo se dice; su deseo es influir en los líderes de opinión y convertirse ellos mis-

mos en líderes de opinión. No abusan de grandes titulares ni de los elementos gráficos y suelen dedicar importantes bloques a política, sociedad, cultura y economía.

2.2 El periódico popular o de masas

Sin renunciar al rigor, juega con titulares más arriesgados y contundentes. Da una gran importancia a la imagen (la fotografía) y a la información gráfica. El color es un elemento imprescindible en estos periódicos, que utilizan un lenguaje accesible a todo el mundo. Los textos son bastante más cortos en estas publicaciones que en los periódicos de referencia. Dedicar mucho espacio a los temas de sociedad, espectáculos y deportes, así como a las llamadas noticias de interés humano: sucesos, dramas humanos, situaciones insólitas... *El Periódico* y, fuera de España, el *Usa Today* son los más claros ejemplos.

2.3 El periódico sensacionalista

A menudo cuando decimos que un periódico es sensacionalista es porque hemos encontrado en un periódico popular (o de masas) una noticia que nos parece sensacionalista, *amarilla*. Pero, en realidad, aquel periódico no es sensacionalista.

Una publicación sensacionalista es algo distinto que en España nunca ha tenido éxito, a pesar de algunos intentos como *El Día de Catalunya*, *Las Noticias o Claro*. En cambio, esta prensa tiene una gran tradición en Gran Bretaña (*The Sun*) y en Alemania (*Bild*). Son periódicos muy bien hechos para el objetivo que persiguen: realizar tiradas millonarias y, de hecho, más que dar noticias, construirlas en función del titular que han decidido dar. Suelen destapar escándalos (sobre la vida privada de famosos, gobernantes y monarcas) y dar informaciones difícilmente creíbles (madres que han parido a quince hijos o fenómenos similares).

El amarillo es uno de los colores más utilizados para escribir los titulares, y de ahí la expresión *noticia amarilla*. En España estas publicaciones no tienen éxito porque el público al que irían dirigidas no lee nada de nada o, como máximo, revistas del corazón o periódicos deportivos.

Así pues, todos los periódicos del país tienen la voluntad de ser de referencia o populares, o bien, como en el caso de *El Punt*, un híbrido: un periódico de referencia por su información de proximidad, pero con componentes de periódico popular.

3. LAS FUENTES

Una vez establecidos los modelos de periódico y, por tanto, los criterios que pueden regir en cada publicación, pasemos a examinar el proceso que le sigue a un hecho hasta que se convierte en noticia publicada. El periodista es el segundo eslabón de una cadena que empieza en la persona que le informa, lo que se denomina *la fuente*. Contrariamente a lo que muchos piensan, los periodistas nunca inventan ninguna noticia: pueden equivocarse, dar por cierto algo que les han contado y que no lo es, explicar mal un hecho que sí existe, comprender mal algo que

les cuentan y relatarlo al revés de como ha sucedido... o, al contrario, contrastarla (buscar otras fuentes que les den datos complementarios) y contarla mejor. Este último caso sería el deseable siempre, pero entonces la noticia sale muy distinta de lo que desearía la primera fuente, que la ha filtrado, que suele ser muy partidista y que acusa al periodista de haberla manipulado, quien en realidad lo que ha hecho (si lo ha hecho bien) es elaborarla. Pero un periodista nunca se inventa una noticia: no tenemos suficiente capacidad para hacerlo.

Además, el periodista que habla con su fuente debe traspasar, después, muchas barreras hasta que ve la información publicada. En primer lugar, tiene que hablar de ella con el jefe de sección —que decidirá si se la compra—, con el que discute cómo debe plantearse (cuál es el elemento más interesante del hecho, con el que se iniciará la noticia y que se destacará en el titular, porque un hecho tiene varias caras y hay que escoger una), cuánto espacio debe ocupar y en qué parte de la sección y de la página se publicará: no es lo mismo la primera página de la sección que la cuarta, y no es lo mismo la parte superior de la página que la inferior, ni tan siquiera es lo mismo una página impar (a la derecha del periódico) que par (a la izquierda), ya que el lector tiene tendencia a mirar primero hacia la derecha y hacia la parte superior.

Una vez el redactor ha hablado con el jefe de sección, éste le pregunta unas cuantas veces si ha contrastado la noticia, si hay que hacerlo con más gente, cómo debe ilustrarse gráficamente y si es preciso ofrecer los antecedentes del caso (el *background*). Después, el jefe de sección todavía tiene que hablar con el redactor jefe (en los casos más importantes no discuten cada *breve*, entre otras cosas porque todo este proceso, además, tiene que hacerse en pocas horas o, en el caso de la radio o la televisión, en cuestión de minutos), y el redactor jefe y los jefes de sección todavía tienen que pasar por otro filtro: reuniones con subdirectores o directores, o los consejos de redacción, en los que se decide qué noticias van en portada y cómo.

Muy pocas veces, pues, lo que llega al lector (y a la fuente convertida en lector) es fruto sólo de la persona que firma la noticia y que tendrá que dar la cara con las partes afectadas a las que no ha gustado el tratamiento informativo.

Pero como no pueden tenerse en cuenta los intereses particulares de cada fuente, será preciso conservarlas mediante otro sistema, pues lo que es evidente es que las fuentes hay que conservarlas y ampliarlas.

Una fuente es una persona o institución que nos proporciona datos sustanciales o complementarios sobre un hecho porque ha sido testigo directo o indirecto de lo sucedido. Porque muy pocas veces el periodista es testigo directo del hecho. Por eso hay que fiarse de los que sí lo han sido. Y esto no sucede solamente con las matanzas de Sierra Leona o Ruanda, sino incluso con un hecho producido a escasos minutos de la redacción.

Hay que ir con mucho cuidado al seleccionar, escuchar y utilizar las fuentes. La mayoría de veces las fuentes son parte interesada. Pueden ser una persona, un grupo de personas, una institución, una empresa, un ayuntamiento, un consejero, un club deportivo... Y es preciso diferenciar las que te ponen sobre la pista de algún hecho interesante por cotilleo (porque tienen vocación de periodistas aun-

que no ejerzan) de las que desean vender el paquete cerrado tal y como a ellos les interesa. Otros te ponen ante un rumor y algunos aportan documentos para dar fuerza a lo que les interesa que se publique.

Una buena fuente es una garantía para el periodista, pero éste tiene que ir con mucho cuidado y evitar las intoxicaciones y los intoxicadores, gente interesada en dar una determinada visión de un hecho. Por ello, aunque una fuente fiable te sirva una noticia, siempre hay que contrastarla. Un buen periodista debe cuestionar sus fuentes: tiene que crearse dudas y pulir la información que le ha llegado hasta convertirla en titular. Los dos reporteros que descubrieron el caso Watergate decían que un hecho, para ser publicable, tiene que ser confirmado por dos fuentes independientes.

El periodista también debe evitar considerar sólo como fuente a una de las partes. Si tan sólo se hubiera hecho caso de los informadores oficiales, no habría existido caso Nani ni se habría descubierto la mafia policial que organizaba atracos para quedarse con el dinero y recibir medallas por haber liquidado a los atracadores tras atraparlos in fraganti. Ello significa también que un exceso de familiaridad entre las fuentes y los periodistas puede ser mal interpretada por alguna de las dos partes. Ante una noticia, ninguna amistad puede prevalecer ante la noticia que será publicada. Un prestigioso periódico catalán decidió no publicar nada sobre el caso Filesa a pesar de tener la primicia. Sin embargo, nada le impidió hablar de él cuando otro periódico lo destapó. En cuanto a las buenas y malas fuentes, unos periodistas de *Diario 16* se jugaron las fuentes que tenían en la Guardia Civil al destapar el caso Roldán.

4. TIPOS DE FUENTES

Un periodista trabaja con cuatro tipos de fuentes.

4.1 Las propias fuentes

Son las que ha conseguido el periodista, o bien son fuentes del periódico porque conocen al director o a algún jefe de sección. Son las más interesantes. Durante los años que ejercí de redactor de sucesos, fui acusado por la competencia de tener fuentes privilegiadas porque me llegaba todo cuanto sucedía en ambientes policiales. Decían que estaba vendido a la Guardia Civil, a la Policía Nacional, a policías municipales, al Gobierno Civil e, incluso, cuando sólo tenían competencias sobre menores, a los Mossos d'Esquadra. Me acusaban de estar al servicio de determinados abogados, de ser amigo de algún fiscal y de algún juez y jueza. En realidad lo que pasaba era que trabajaba más horas y que muchas de ellas me las pasaba cuidando fuentes. Y nunca traicioné a ninguna, a pesar de tener la certeza de que la mayoría querían utilizarme. Y a mí me interesaba que quisieran hacerlo: mi trabajo era separar el grano de la paja. Si te mueves y pisas por donde suceden las cosas tienes más posibilidades de enterarte de lo que pasa. Y si conoces a personas y no las traicionas, siempre podrás pedirles un determinado dato que otros no tendrán.

4.2 Las fuentes institucionales

Proceden del poder financiero, político, religioso o social. Gobiernos, ayuntamientos, bancos y cajas, partidos políticos, empresas, etc. se gastan mucho dinero en gabinetes de comunicación y hacen llegar toneladas de papel a los medios. Y este es uno de los grandes peligros. Una redacción recibe mucha información y no tiene tiempo de procesarla y comprobarla. Los gabinetes de prensa se hartan de difundir noticias y, aunque pretendan que están sirviendo información, en realidad su trabajo es controlarla. La mayoría de comunicados que envían tienen poco valor informativo, pero los periodistas muchas veces no comprueban esta información y la hacen pública. Estos gabinetes se esfuerzan por hacer llegar noticias positivas.

Como fuentes institucionales también hay que incluir, en cierto modo, a las agencias de noticias, o al menos a algunas de ellas. La agencia Efe sirve una media de mil quinientas noticias diarias, pero no hay que olvidar que Efe es una agencia del Estado, lo que significa que algunas informaciones llegan distorsionadas. Todo lo que llega del País Vasco, por ejemplo, está en clave española. Esto sucedía mientras gobernaba el PSOE y sucede ahora con el PP. Dicha distorsión es más fácil de apreciar cuando alguna de estas cosas pasa en tu propio territorio. Por ejemplo, con las detenciones de los independentistas catalanes de los Juegos Olímpicos de 1992, *El Punt* se quedó solo denunciando que aquella operación era injusta e indiscriminada para personas que nunca habían practicado ningún tipo de violencia. El silencio o la manipulación que utilizaron los medios catalanes y españoles fueron clamorosos.

4.3 Las fuentes espontáneas

Son interesantes porque proceden de ciudadanos o asociaciones en conflicto con determinados poderes fácticos. Pueden ser gente afectada, por ejemplo, por la construcción de una autopista o por una línea de alta tensión. Son ciudadanos que tienen dificultades para llegar a los periodistas, pero si lo hacen y les demuestras que no los traicionas, suelen convertirse en fuentes fiables.

4.4 Las fuentes anónimas

En periódicos pequeños como los comarcales son más frecuentes. Son personas que llaman para alertar de un tema, pero que no quieren verse involucrados y temen dejar un teléfono o un nombre. La mayoría de las veces no vuelven a llamar. De estas fuentes han surgido grandes temas, porque te sirven para ponerte sobre la pista. Pero en general se quedan en nada o se refieren a pequeños incidentes que ya conoces o que después acaban llegando a través de fuentes oficiales.

Ante todas estas fuentes y el volumen de informaciones que llegan a la redacción, uno de los trabajos prioritarios del periodista es la selección de noticias, a saber, enviar directamente a la papelera el 80 % de lo que le llega. Después hay que dar el segundo paso: la jerarquización de las noticias, o sea, decidir cuáles hay que potenciar y trabajar y a cuáles se les da valor de breves.

Pero, mientras los jefes de sección, redactores jefe, subdirectores y directores deciden todo esto, el redactor tiene otro trabajo: conseguir todos los datos que debe contener una noticia y titularla. Son dos objetivos difíciles, especialmente en la información policial. En el caso del titular, porque es necesariamente reducido y no pueden aparecer los matices que después encontraremos en el texto, el resto de la noticia. Policías, jueces, abogados y fiscales (aparte de los protagonistas, los detenidos, que salen inevitablemente en el papel de malos de la película, aunque delante pongamos la palabra *presunto*) encuentran llamativos los titulares y se quejan de que no reflejan la globalidad de la noticia. Ellos la titularían de otro modo (una prueba de ello son los títulos con los que presentan las notas de prensa que realizan de vez en cuando los cuerpos policiales: no se parecen en nada a los que salen publicados el día siguiente en los periódicos), pero es fundamental entender dos cosas: que un título tiene la función de llamar la atención (lo que no significa que deba mentir, pero sí que el lector tendrá que hacer un esfuerzo y leer la noticia entera) y que la fuente o el protagonista de la noticia (la policía, por ejemplo) tienen intereses contrapuestos o, como mínimo, distintos.

Todo ello complica mucho el objetivo de reunir todos los datos necesarios para una noticia, las llamadas *cinco w*: qué (*what*), quién (*who*), cuándo (*when*), dónde (*where*) y, la más importante, por qué ha sucedido lo que ha sucedido (*why*).

Como lector, un policía reclamará todos estos datos al periódico que lee. Como policía, debe impedir que el periodista los consiga, al menos algunas (el *quién* es la más protegida). Pero el periodista no puede renunciar a conseguirlas y debe buscar fuentes alternativas que no le den datos oficiales. En función de la credibilidad que el redactor dé a estas fuentes publicará o no los datos, ya que, en temas policiales, la fuente tiene que protegerse, y no sirve el recurso de citarla para cubrirse las espaldas y salvarse de una parte de la responsabilidad de un posible error.

La obsesión para conseguir estos datos no es ningún capricho, sino que forma parte de la responsabilidad del oficio, cuyo objetivo es garantizar el derecho a la información independientemente de si existe o no secreto de sumario, o de que determinado proceso judicial esté todavía abierto, esté *sub iudice*. Si de ello dependiera, si fuera preciso esperar a que existiera sentencia para informar sobre los temas judiciales, todavía no se habría publicado nada sobre Ruiz Mateos o Mario Conde, y el ciudadano tiene derecho a saber que estos casos existen. Ello no significa que tengan que hacerse juicios paralelos, como tanto se ha dicho a raíz de determinados programas de televisión con su peculiar seguimiento sobre casos como el del *pub Army*.

Pues bien, cuando el periodista publica los datos que tiene o que ha podido obtener sobre un determinado tema policial, jueces, fiscales, abogados y policías —que conocen el caso de primera mano— se quejan de que es inexacta, de que no está contrastada y de mil cosas más. Pero debe tenerse en cuenta que aquella noticia se ha construido a pesar de todos los obstáculos: en el juzgado no se ponen al teléfono, en comisaría no te informan y algún contacto que tienes te manda a paseo.

A pesar de todo, el periodista está obligado a escuchar todas las quejas y a tenerlas en consideración, y sobre todo a reconocer sus errores, aunque no hayan sido cometidos por negligencia suya, sino por la dificultad de la información. El periodista tiene que ser consciente de que todo lo que hace público tiene su efec-

to, y no debe tener ni miedo ni exceso de orgullo al redactar una fe de erratas siempre que sea preciso.

5. LAS NOTICIAS SE CONTAGIAN

A todos los elementos descritos, que son factores que influyen en la construcción de una noticia, hay que añadir dos fenómenos más: la gran estafa del periodismo de investigación y el hecho de que las noticias se contagien. Ambos tienen que ver con la competencia entre los distintos medios de comunicación.

Para ser rotundos, puede afirmarse que en España el periodismo de investigación no existe. No se practica. No hay tradición, excepto por una tímida aproximación de *Interviú* en una época en la que todo estaba por hacer. Por el momento, lo que existe es una gran circulación de dossiers que según quién los filtre irán a parar a un periódico o a otro, pero todos los que se encuentran con ellos juegan su papel: si no lo hacen ellos lo harán otros.

La otra consecuencia de la competencia entre medios es el mimetismo. Si un medio publica una noticia que no publicamos los demás —lo que lamentablemente sucede poco, porque todos los medios siguen las mismas previsiones, la misma agenda—, el resto se apresura a reproducirla, y cuanto más reproducida sea más real parece. Ello conduce a casos en los que —a pesar de que habíamos acordado que los periodistas no se inventan las noticias, lo que sigo manteniendo— un hecho cierto sea publicado por un medio de forma tan deformada que deja de ser cierto. Pero, a pesar de todo, los otros medios lo copian, y de nada sirve que sea desmentido por fuentes oficiales.

Esto sucedió hace unos meses con una noticia sobre el interés de un juez de Santa Coloma de Farners por ciertos *mossos d'esquadra*. *El Punt* publicó que el juez se había asignado de forma permanente determinados agentes, lo que no puede hacerse según la legislación española, de forma que la Audiencia Provincial abrió una investigación interna. Pero el mismo día *El Mundo* publicaba que un *mosso d'esquadra* había denunciado al juez por acoso sexual. Los Mossos d'Esquadra se hartaron de desmentir con rotundidad que no existía denuncia alguna y que no hubo acoso, pero las emisoras de radio ya contaban la noticia como *El Mundo* y los periódicos también la reprodujeron así al día siguiente. *El Punt* mantuvo su versión inicial, que coincidía con la oficial, pero lo hizo porque tenía otras fuentes que la indicaban como buena. Lo cierto es que la denuncia por acoso sexual no ha aparecido por ninguna parte y que la sala de gobierno del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña desestimó el caso y no expedientó al juez, que en la actualidad trabaja normalmente. Y el tema ha muerto. Murió en quince días.

Este caso nos conduce a una reflexión compartida entre responsables de los Mossos d'Esquadra (o de cualquier otra institución) y periodistas: los medios tienen que evitar este mimetismo, que no hace más que provocar la reproducción de noticias sin haberlas comprobado o que, habiéndolas comprobado, les desbarata el titular y, por eso, lo dejan de lado. Y las instituciones deberían plantearse por qué las versiones oficiales, especialmente cuando se trata de desmentir algo, nadie se las cree.