

Principios Generales de Programación

Aprobados por el Consejo de Administración del Ente Público Radiotelevisión de Castilla-La Mancha.

Preámbulo

La Constitución Española de 1978 establece en su artículo 20.3:

“La Ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España”.

La Ley 4/1980, de 10 de enero, desarrolla este mandato en el Estatuto de la Radio y de la Televisión que, en su preámbulo, las configura como “servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado” y concibe como:

- “Vehículo esencial de información y de participación política de los ciudadanos”.
- “de formación de la opinión pública”
- “de cooperación con el sistema educativo”
- “de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones”
- “así como medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas”
- “con especial atención a la protección de los marginados y a la no discriminación de la mujer”

El Estatuto de la Radio y de la Televisión también señala en su artículo 4 los principios que deben guiar la actividad de los medios de comunicación social del Estado:

- a. La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones
- b. La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado cuarto del artículo veinte de la Constitución
- c. El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico
- d. El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución
- e. La protección de la juventud y de la infancia
- f. El respeto de los valores de igualdad recogidos en el artículo catorce de la Constitución

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, en el artículo 32.9, atribuye a la Junta de Comunidades competencias de desarrollo legislativo y ejecución en materia de radio y televisión, en el marco de las normas básicas del Estado; y la Ley 3/2000, de 26 de mayo, crea el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y determina entre las atribuciones de su Consejo de Administración “velar por el cumplimiento en materia de programación” de los principios que están recogidos en el Capítulo IV:

- A) El respeto a los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha y a los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- B) La objetividad, la veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- C) El respeto a la libertad de expresión.
- D) El respeto al pluralismo político, cultural y social.
- E) El respeto y especial atención a la infancia y a la juventud.
- F) El respeto a los principios de igualdad y de no discriminación.
- G) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas, y su libre expresión con los límites del apartado 4 del artículo 20 de la Constitución.
- H) El fomento y la promoción de la cultura e identidad de Castilla-La Mancha.

La Ley de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, en su artículo 6, también atribuye al Consejo de Administración la aprobación de los principios básicos y las líneas generales de la programación.

En cumplimiento de los preceptos citados y teniendo como referencia los principios y valores establecidos en la normativa de superior rango anteriormente referidos, el Consejo de Administración del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha aprueba los siguientes

Principios Básicos y Líneas Generales de Programación

Más que nunca, hoy se reconoce universalmente la importancia del acceso a la información y cómo el futuro bienestar de una comunidad va a estar directamente relacionado con las posibilidades de su uso y disfrute. Las modernas tecnologías han evidenciado una nueva forma de entender la necesidad de información, que ya no se interpreta únicamente como un derecho de la colectividad; ha pasado a ser un bien que los ciudadanos reclaman cuantitativa y cualitativamente. Por eso, este proyecto debe apostar por el uso y fomento de las nuevas tecnologías que la sociedad de la información y el conocimiento exigen.

Por su naturaleza, la radio y la televisión, en cualquiera de sus modalidades de expresión, son fuentes que constantemente generan contenidos informativos: a través de los espacios de noticias o mediante los programas de entretenimiento; incluso con la publicidad. Formar, informar y entretener han sido siempre las premisas que han dado sentido a la relación emisor-receptor; la base de su entendimiento. En el tratamiento que se dé a esos mensajes y en el equilibrio entre sus contenidos –la proporción que exista entre formación y diversión– está la raíz que diferencia a un medio público de un negocio de comunicación.

Han quedado enunciados ya los principios y valores universales recogidos en la Constitución Española, el Estatuto de la Radio y la Televisión y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha . Como consecuencia de ellos, los programas de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha tendrán como objetivo superior la defensa y difusión de esos mismos valores, de forma que la audiencia se identifique plenamente con las normas de convivencia usuales en las sociedades democráticas: la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político; y este cometido ha de tener una especial trascendencia en los espacios dirigidos a la juventud y a la infancia.

La Radio y la Televisión públicas de Castilla-La Mancha además de atender como corresponde las demandas de una sociedad libre, madura y responsable, han de ser fiel reflejo de la realidad plural de la comunidad a la que se dirigen y mantener permanentemente el respeto a la libertad, la defensa de la igualdad y, con ellas, la búsqueda de la justicia que toda organización democrática persigue.

Todo esto ha de suponer un compromiso añadido para unos medios de comunicación que, por su condición de públicos, deben situarse un paso más adelante en su relación con la sociedad a la que se dirigen. Una comunidad, además, que no debe ser interpretada como un mercado al que se concurre en busca de beneficios -legítimos por otro lado- sino para cumplir con el servicio público esencial que la ley les encomienda.

En base a estos postulados, distinguimos tres grandes bloques a la hora de exponer los principios y objetivos de la programación:

- El fondo y la forma de los contenidos informativos, bien sean emitidos en los espacios de noticias o en el resto de la programación
- el espíritu y la intención de los programas y
- las características especiales de la audiencia

1. El tratamiento de la información

La línea editorial y la presentación de las noticias son la parte más sensible de los medios de comunicación. Habitualmente, constituyen la seña de identidad de una empresa informativa y el valor añadido que un usuario busca y elige para informarse.

No puede ser así en el caso de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha. La identificación entre el medio y su audiencia debe superar las concepciones particulares para situarse en el ámbito de la sociedad entera, que sólo será posible con voluntad de objetividad, imparcialidad y respeto a la verdad.

Es tarea de los medios de comunicación contribuir a la formación de la opinión pública y para ello facilitar el conocimiento de la realidad y de sus diferentes enfoques; consecuencia natural de la condición humana. Para que esa labor sea efectiva, es necesario facilitar sin modificaciones los datos precisos para que cada receptor obtenga sus propias conclusiones. De ahí la importancia de no mezclar ni confundir las informaciones y las opiniones.

A la hora de informar, lo esencial será poner en conocimiento de la audiencia todos los aspectos relevantes de un hecho, sin ocultaciones, evitando la tentación de subrayados, concatenaciones u otras manipulaciones que invadan el terreno de la información con valoraciones subjetivas que puedan llevar confusión a la audiencia.

En cuanto a las opiniones, también necesarias para la formación de la opinión pública, deben facilitarse cuantas sean útiles para la comprensión del objeto de la información y siempre presentadas de forma que el receptor pueda identificar su procedencia.

Hay una tarea más que los servicios informativos y los programas deben realizar para ejercer adecuadamente su labor mediadora entre la noticia y la sociedad a la que se dirigen. Las intenciones de las fuentes de las que procede la información no siempre obedecen a razones de interés general. En su labor, los periodistas deberán salvaguardar la confianza de la audiencia -de la que son

representantes- y contrastar la veracidad de las noticias. De igual manera, no se deben presentar como noticias ante la opinión pública lo que sólo son rumores. La verificación ha de ser tenida en cuenta especialmente en aquellos casos en que pudieran verse afectados el honor, la fama y la intimidad de las personas.

La información y la publicidad ocupan terrenos colindantes que en ocasiones resultan difíciles de separar. Informar obliga en muchos casos a divulgar aspectos que pudieran ser interpretados como una invitación al consumo. Es necesario poner toda la atención para no resultar manipulados por intereses comerciales ajenos al hecho informativo en sí. La divulgación de los detalles que pudieran resultar publicitarios sólo estará justificada si aporta elementos esenciales necesarios para la mejor comprensión del hecho que se comunica.

Finalmente, la libertad de expresión -que ampara el derecho a la discrepancia y la crítica-, no debe tener más límites que los impuestos por la ley para salvaguardar el respeto al honor, la fama o la vida privada de las personas -como recoge el Estatuto de la Radio y la Televisión en su artículo 4-, las derivadas del derecho a la propia imagen (artículo 20 de la Constitución) y cuantas están señaladas en el Título I de la Carta Magna.

2. Otros contenidos de los programas

El Estatuto de la Radio y la Televisión concibe a ambos medios como “vehículo esencial” para la “difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones”. Más allá de este mandato, la Radio y Televisión de Castilla-La Mancha han de ser singularmente castellano-manchegas; o no serán.

En consecuencia con los medios técnicos y humanos existentes, los contenidos de la programación deberán tener una referencia local y regional que, sin ignorar la realidad del mundo que nos rodea, cada día más interdependiente, satisfagan la curiosidad por lo cercano –natural en cualquier audiencia– a la vez que sirven de elemento integrador dentro de la Comunidad.

Los programas de producción propia deben incidir en las circunstancias más próximas a la sociedad a la que se dirigen mediante la difusión y defensa de las particularidades, la cultura y los hechos diferenciales inherentes a Castilla-La Mancha. Poner el objetivo en lo propio será, además, la alternativa que nos diferencie a la vez que nos justifica: nuestra razón de ser.

Para conseguir la utilidad de esta programación se hace necesaria una implicación activa que vaya más allá de la simple enunciación de contenidos y suponga un esfuerzo pedagógico.

Estará entre sus tareas el fomento de la participación política y del debate para la resolución de los conflictos, el respeto y defensa de la pluralidad, la libertad y la igualdad y el refuerzo de los sentimientos de legitimidad de las Instituciones que son cauce y garantía de la convivencia democrática.

La concienciación de la ciudadanía debe extenderse también a otros aspectos como la protección del medio ambiente inculcando el respeto por la naturaleza y la defensa del entorno como un patrimonio que no se agota en el paisaje y abarca, junto a lo natural, cuantos testimonios históricos conforman el acervo de una comunidad.

Asimismo, se ha de promover el aprecio por la vida sana, la salud y la práctica del deporte; que no debe ser tratado únicamente como espectáculo.

En lo tocante a la cultura, no se trata sólo de acercar y exponer; se necesita provocar en la audiencia una respuesta: estimularla para que la perciba como una propiedad común, incluso como una forma de memoria y vivir que merece ser conocida, preservada y disfrutada como una vivencia enriquecedora.

Los programas de distracción son un vehículo adecuado para obtener esa predisposición en la audiencia. El entretenimiento no tiene por qué estar reñido con la divulgación; en un concurso pueden figurar contenidos científicos y detalles históricos; en un magacín, se pueden difundir asuntos culturales o explicar aspectos económicos, y , en suma, cualquier programa puede aspirar a cumplir el doble objetivo de formar y entretener. Lo mismo cabe decir para el aprecio por la naturaleza, la vida sana y el deporte.

Sin abandonar los aspectos pedagógicos, y habida cuenta de la influencia que los medios de comunicación tienen en los comportamientos, será preciso mantener en la programación una actitud de respeto por el idioma que no induzca a su mal uso. En este mismo sentido, se evitarán las expresiones y calificativos, cualquiera que sea su procedencia, que puedan resultar insultantes para las personas.

Las producciones ajenas que hayan de ser emitidas para completar la programación deberán tener en cuenta estas mismas directrices.

3. Las audiencias

Anteriormente se ha citado a la juventud y a la infancia como una audiencia ante la que hay que estar extremadamente alerta. Los medios de comunicación ejercen sobre ellos una influencia al menos tan decisiva como la que les pueda proporcionar la escuela. La televisión sobre todo puede generar modelos de conducta fácilmente asumibles por los más jóvenes, que tienden a imitar comportamientos. De ahí que la primera consideración haya sido antes la de insistir en dirigirse a estas audiencias con mensajes basados en los principios y valores característicos de las sociedades libres: la educación para la democracia. Son también aplicables los criterios pedagógicos que se acaban de citar en los contenidos de los programas.

Los niños y los jóvenes resultan más vulnerables ante ciertos mensajes; como puedan ser los publicitarios o los violentos. Por eso, la siguiente consideración será la de tener muy en cuenta los contenidos que se programen antes de decidir su horario de emisión. Además, será preciso disponer de unos códigos de clasificación de forma que los padres puedan decidir y seleccionar los programas que ven sus hijos.

Otro sector de audiencia que reclama atención es el de la mujer. Las actitudes machistas o discriminatorias están hoy en retroceso, pero no han desaparecido por completo. El hábito permanece, consciente o inconscientemente, por eso habrá que ser extremadamente escrupulosos en el tratamiento de los asuntos relacionados con la mujer: las situaciones de desigualdad, la violencia y los malos tratos o la mera presentación de la mujer como un objeto. Los valores de igualdad y respeto deben de ser aplicados con extremado rigor en estos casos.

No deben quedar al margen, en este apartado, los colectivos más desfavorecidos o habitualmente marginados que pueden necesitar igualmente una actitud positiva hacia sus problemas y una atención, si cabe, más beligerante; lo que hoy se conoce como discriminación positiva.

No podemos terminar sin hacer una referencia obligada por nuestra tradición y nuestra historia: la aceptación y el respeto de las distintas culturas y credos que han sido ejemplo de convivencia secular en nuestra tierra.