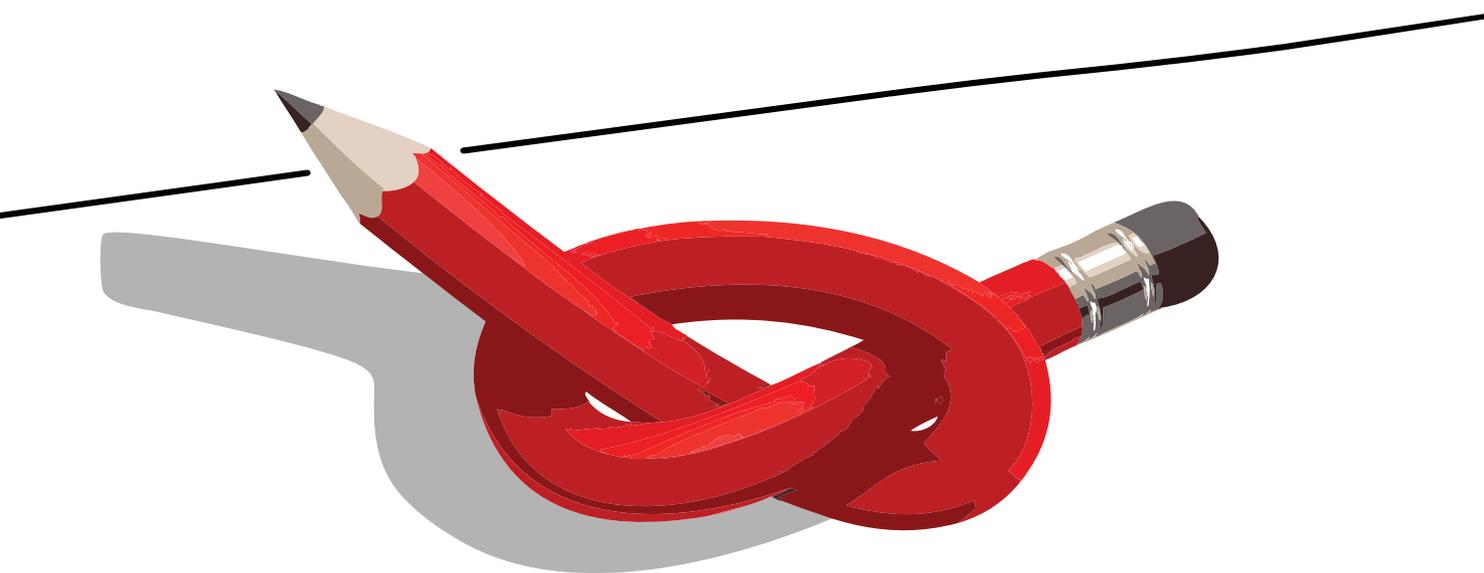


¿EL CUARTO QUERER Y NO PODER?



¿EL CUARTO QUERER Y NO PODER?

XVII Jornada de Periodismo *Coca-Cola*

Madrid, 15 de octubre de 2019

Asociación de Periodistas  Europeos

Con el patrocinio de Coca-Cola

© de la edición: Asociación de Periodistas Europeos, 2020
Cedaceros, 11; 28014 Madrid
Tel: 91 429 6869
info@apeuropeos.org
www.apeuropeos.org

© de los textos: sus autores
© de las ilustraciones: sus autores

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor

Coordinación: Juan Oñate
Transcripción de textos: Ricardo Lenoir
Ilustración de cubierta: Jaime Muñoz
Fotografías: Sofía Moro
Impresión: Gracel Asociados
Diseño y producción editorial: Exilio Gráfico

Depósito legal: M-5887-2020

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
<i>El periodismo del quiero y no puedo</i>	
PALABRAS DE BIENVENIDA	15
PRIMERA SESIÓN	25
<i>El periodismo y sus causas.</i> <i>¿Ariete de las libertades o taquígrafo de la realidad?</i>	
SEGUNDA SESIÓN	79
<i>Desafección y juventud</i>	
SESIÓN DE CLAUSURA	147
BIOGRAFÍAS DE LOS PONENTES	183
RELACIÓN DE ASISTENTES	193



En una viñeta de la página 3 del diario *Madrid* publicada el 25 de junio de 1971, Chumy Chuméz dibujaba a dos hombres que se planteaban si la prensa era el cuarto poder o si se quedaba en una voluntad fallida.

Cincuenta años después cobra mayor vigencia esa duda, toda vez que el prestigio de la profesión ha menguado en paralelo a la percepción social de la clase política.

¿Qué tiene que hacer el periodismo para volver a ser relevante y recuperar el respeto del público?

EL PERIODISMO DEL QUIERO Y NO PUEDO

El interrogante que ha servido de título a la XVII jornada nacional de Periodismo, inscrita en la serie que organiza la Asociación de Periodistas Europeos con el patrocinio de Coca-Cola, quería indagar en ese «quiero y no puedo» de los medios informativos que fueron caracterizados como «cuarto poder» durante los años dorados de la prensa. Momento en que se oyó al presidente norteamericano Jefferson diciendo eso de «prefiero periódicos sin Gobierno que Gobierno sin periódicos». Semejante indagación, intentada por los panelistas participantes en las dos mesas redondas de la mañana del martes 15 de octubre de 2019, permitió de paso comprobar cómo, en la misma medida que la prensa de los años de bonanza se encumbró hasta el poder, acabó incurriendo en los abusos habituales de quienes lo alcanzan.

Debatir sobre los deberes irrenunciables de la prensa, los compromisos de los periodistas y la ruina de los medios abrió las lamentaciones sobre la falta de un modelo de negocio. Por ese camino volvimos al fundador de la Sociedad de Redactores del diario francés *Le Monde*, Jean Schwoebel, y a su libro *La presse, le pouvoir et l'argent*, cuya relectura tal vez nos llevaría a desertar de esa búsqueda para considerar la necesidad de ir pensando en una prensa *sans but lucrative* donde, por ejemplo, tuvieran entrada las fundaciones, como ha sucedido con el *Frankfurter Zeitung* o *The Guardian*.

También en *Diálogo en el infierno entre Maquiavelo y Montesquieu*, publicado en Bruselas a la altura de 1864, Maurice Joly imaginaba un debate entre ambos en el que abordaban, entre otras cuestiones, la peligrosa vulnerabilidad de los países de régimen parlamentario, donde —¡qué tiempos aquellos!— los gobiernos sucumbían por obra de la prensa. Entonces, Maquiavelo reaccionaba en modo visionario y enunciaba la posibilidad de neutralizar a la prensa por medio de la prensa misma. Y daba en concluir que, dada la fuerza tan poderosa del periodismo, su Gobierno también se haría periodista, sería la encarnación del periodismo. Adviértase cómo desde esa fecha habrían de pasar todavía casi cien años para que aparecieran las cadenas públicas de radio y televisión, dando así cumplimiento a la anticipación de Joly, que permitiría a los gobiernos de tantos países instrumentalizar esos medios como si fueran su servicio doméstico.

Maquiavelo se extendía después para explicar que, a su entender, tendría el campo libre para hacer o deshacer con plenas garantías y sin suscitar recriminación alguna porque en la mayoría de los países la prensa tiene el talento de hacerse aborrecer; porque está siempre al servicio de las pasiones violentas, egoístas y exclusivas; porque denigra por conveniencia; porque es venal e injusta; porque carece de generosidad y patriotismo; y, sobre todo, porque jamás se hará comprender a la gran masa de un país para qué puede servir.

Montesquieu le replicaba que la prensa es de doble uso y también impide la arbitrariedad en el ejercicio del poder; obliga a gobernar de acuerdo con la Constitución; y conmina a las autoridades públicas a la honestidad y al pudor, al respeto de sí mismos y de los demás. En suma, proporciona a quienquiera se encuentre oprimido el

medio de presentar su queja y de ser oído. Por eso, estimaba Montesquieu que es mucho lo que se puede perdonar a una institución cuando, en medio de tantos abusos, presta tantos servicios necesarios.

Muy maquiavélicos, los gobiernos se hicieron periodistas para combatir al periodismo crítico. Décadas más tarde también se han hecho periodistas los súbditos imaginarios de *El príncipe* de Maquiavelo, que asistían asombrados al diálogo con Montesquieu, al amparo de las nuevas tecnologías digitales. De modo que, a su condición de audiencia pasiva y de meros receptores de información, han añadido la nueva capacidad de ser emisores: «*We Are All Journalists Now*». Esta nueva propiedad queda adherida a los individuos, cualquiera que sea su condición, y los convierte en portadores, más que de valores eternos, de teléfonos celulares.

Al final, los detritus contaminantes de las redes sociales se agregan para constituir una inundación informativa y así, como sucede en toda inundación, imponer la carencia más grave: la del agua potable, es decir, la de la inteligibilidad. Semejante situación multiplica la necesidad inaplazable de un periodismo profesional que cumpla la misión de ser planta verificadora. Luego, encaminados Transición adelante, pareció más adecuado hablar de la prensa como «contrapoder» y aceptar que tuviera una función fiscalizadora y capacidad de emplazar a cada uno de los poderes políticos y a todos los demás poderes, económicos, sociales, sindicales, deportivos, religiosos o de cualquier otra índole. Y en esas querríamos estar.

Como sostuvo Pelayo Bezanilla en sus palabras de bienvenida, el valor de la información se ha relativizado, de modo que, difundida en bruto, sin un trabajo profe-

sional que discrimine según su veracidad, acaba por ser aceptada de modo acrítico. Por eso cabe el reproche a las audiencias que no apliquen las instrucciones del *Manual de autodefensa comunicativa* de H. Benesch y W. Schmandt para defenderse de la manipulación. Porque cuanto más consigamos liberarnos de la manipulación tanto más alcanzaremos los ciudadanos la emancipación y derrotaremos a los estrategas del embrutecimiento.

Dígase también que glosar las intervenciones de los panelistas prolongaría estas páginas y daría lugar a redundancias. Los coloquios que siguieron con participantes de primera, como Francesc de Carreras, Carlos E. Cué, Rafa Latorre, José Félix Tezanos, Rubén Amón, Daniel Anido, Blanca Pou y Ramón Ramos, bajo la dirección de las moderadoras, Montserrat Domínguez y Gemma Robles, activaron a los casi tres centenares de periodistas y estudiantes de periodismo inscritos. La clausura fue un almuerzo en torno a la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, a la que vimos ya venir como portavoz del Gobierno. Vale.

Miguel Ángel Aguilar

Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos

PALABRAS DE BIENVENIDA

DIEGO CARCEDO

Presidente de la Asociación de Periodistas Europeos



PELAYO BEZANILLA

Director de Asuntos Públicos, Comunicación
y Sostenibilidad de Coca-Cola





*Pelayo Bezanilla y Diego Carcedo durante la presentación
de la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola*

PALABRAS DE BIENVENIDA

Diego Carcedo. Presidente de la Asociación de Periodistas Europeos: Ante todo quiero daros a todos la bienvenida y agradecer a Coca-Cola su apuesta continuada por estas jornadas nacionales de periodismo, que cumplen hoy su decimoséptima edición y que, a juzgar por la afluencia y viendo que hay casi trescientos periodistas inscritos, despiertan gran interés tanto entre profesionales como entre profesores y estudiantes.

La Asociación de Periodistas Europeos desarrolla a lo largo del año diferentes actividades, como seminarios, mesas redondas, exposiciones y premios centrados en distintas temáticas o espacios geográficos. Entre ellas, esta jornada tiene para nosotros un interés especial porque es la única que se vuelca plenamente en la actividad periodística; algo que adquiere una especial importancia en circunstancias como la actual, marcada por la delicada situación que está atravesando el periodismo, que tiene que ver con la crisis económica y con los cambios que imponen las nuevas tecnologías. De vez en cuando escuchamos —en mi opinión un poco precipitadamente, por no decir irresponsablemente— que el periodismo impreso desaparece. Yo no creo que esto sea algo inminente. Igual que escuchamos que el resto de los medios, como la radio o la televisión, también sufren de alguna manera las consecuencias de este nue-

vo soporte de medios que es Internet. De estas cuestiones seguiremos hablando durante mucho tiempo porque son los temas que más nos preocupan. Y no sólo a los periodistas sino también a las empresas periodísticas, que se ven tan afectadas o más que los profesionales, con la diferencia, como ocurre siempre, de que la cuerda suele romperse por la parte más floja, que sin duda somos los periodistas. Éstos son temas sobre los que sin duda merece la pena hablar. Por eso anualmente elegimos algunos temas que ofrezcan interés dentro del amplio abanico de preocupaciones que existen en torno a nuestra actividad profesional, para poder debatirlos aquí entre todos y con la participación activa e imprescindible del público.

El tema elegido para este año se plantea mediante un curioso juego de palabras, «¿El cuarto querer y no poder?», expresión chocante que invita claramente a la reflexión y quizás refleja cierta frustración al no poder lograr nuestra pretensión última, que es —o al menos debe ser— mantener a la sociedad bien informada de aquello que más interesa a los ciudadanos y hacerlo con el mayor rigor, con el mayor respeto a la verdad, con la mayor independencia y con el mayor acierto. Informar.

Esto de «el cuarto querer y no poder» me recuerda una anécdota que escuché reiteradamente de boca de los periodistas más veteranos cuando empecé a trabajar haciendo prácticas de periodismo en *La Nueva España* de Oviedo. Era una época de censura en la que era muy complicado tanto escribir como entender lo que se había escrito entre líneas, una época en la que la dictadura mantenía a España aislada, pues sólo se relacionaba con los gobiernos de otras dictaduras, como la de Portugal, la de Filipinas o las latinoamericanas.

Se anunció entonces a bombo y platillo que venía a España en visita oficial Batista, el presidente de Cuba, que en ese momento era una figura importante para el régimen español. Vino sin prisa, con la calma cubana, y se quedó durante un mes conociendo España. Entre sus visitas incluyó Asturias, a donde llegó un día de mucho frío. Fue recibido en el parador del Alto del puerto de Pajares por todas las fuerzas vivas de la provincia, incluido el gobernador civil —que además era el jefe provincial del Movimiento—, el presidente de la Diputación, los alcaldes de la zona, el arzobispo de la Diócesis, el presidente de la Audiencia, etcétera. Cuando llegó, Batista les fue saludando uno a uno por orden de protocolo, gastando bromas, porque era un tipo simpático. Al llegar al final de la fila, le esperaban tres personas más insignificantes, sin cargo oficial. Eran tres periodistas, uno de cada uno de los tres medios escritos que existían en Asturias en ese momento. Fueron presentados por el gobernador civil de manera eufórica: «Señor presidente, aquí tenemos a la representación de la prensa asturiana». Y Batista, con una visión americana de la prensa, se interesó por ellos y exclamó: «Ah, la prensa. Qué bueno. El cuarto poder. Qué importante». Y el redactor de *La Nueva España*, un periodista veterano que se llamaba Luis Puente, le contestó: «Señor presidente, eso era antes. Ahora somos una puta mierda». Como podéis imaginar, aquel colega nunca más salió a hacer una información en la calle para el periódico.

Perdonen esta anécdota. Le doy la palabra a Pelayo Bezanilla, pieza clave en la organización de estas jornadas, no sin antes agradecerle que nos preste la oportunidad de estar aquí, todos reunidos trabajando juntos en torno al presente y el futuro de nuestra profesión.

PELAYO BEZANILLA. Director de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de Coca-Cola: Muchas gracias, Diego. Y gracias a la Asociación de Periodistas Europeos por permitirnos apoyarnos una vez más en el maravilloso proyecto que son estas jornadas de periodismo, que ya van por su décimo séptima edición. Quiero agradecerles también su presencia a todos los que nos acompañan hoy, tanto a los ilustres panelistas que van a estar con nosotros como a los numerosos estudiantes que nos acompañan; esa sabia nueva que seguramente nos va a refrescar con sus preguntas. Y, por supuesto, a los amigos de la familia Coca-Cola que se han desplazado desde distintos lugares del país para acompañarnos hoy.

Estas jornadas de periodismo me hacen una especial ilusión y me energizan muchísimo, no solamente porque siento que la compañía a la que represento aporta un grano de arena en el desafío permanente de prestigiar y potenciar al periodismo, sino porque yo también soy periodista. Trabajé durante muchos años en medios de comunicación en mi país, en Chile, y cada vez que estoy acá vuelvo a emocionarme y a vibrar con los debates, con las conversaciones, con lo que se cuenta, con lo que se comenta sobre política y otros temas.

Creo que es apasionante el tema que nos convoca hoy, el cuarto poder, aunque se haya vuelto una frase un tanto manida a través de los tiempos, pues es una expresión bastante antigua que nació en el Parlamento inglés hace como doscientos años. La pregunta implícita es si la prensa sigue siendo ese cuarto poder. Yo estoy convencido de que sí, de que lo sigue siendo, y de que necesitamos que lo siga siendo por mucho tiempo. Necesitamos buenos periodistas y necesitamos buen periodismo, pues

como decía el eslogan de un programa de radio que escuchaba en mi país: «El hombre que no tiene información no puede tener opinión».

Las empresas también necesitamos buen periodismo y a buenos periodistas y, por supuesto, la democracia también. Cuando me preguntaba si la prensa sigue siendo el cuarto poder, pensaba —y esto quizá esté dirigido más a los estudiantes de periodismo— en dos tipos de trabajos periodísticos que se han hecho y se siguen haciendo actualmente. Uno es lo que está haciendo el *New York Times* con el seguimiento de la trama ucraniana —que no la rusa—, que creo que es un ejemplo del cuarto poder fiscalizando a uno de los otros tres poderes del Estado. Y otro es lo que ha hecho el diario *Nación* de Argentina con los llamados Cuadernos de las Coimas, relativos al Gobierno anterior. Creo que ambos son buenos ejemplos para quienes están estudiando, pues demuestran la vigencia del cuarto poder a la hora de fiscalizar no sólo a los otros poderes sino a la sociedad en general.

Desde luego, España tiene buen periodismo y buenos periodistas. Creo que el problema que existe tiene que ver más bien con que el valor del buen periodismo, el valor de la información, se ha relativizado. Se ha revitalizado en el flujo de información incontrolable que existe hoy en los medios y en las redes sociales, detrás de las cuales en la mayoría de los casos no hay un trabajo serio de investigación, de contrastar fuentes, de investigar, sino que se trata simplemente de información en bruto, sin un trabajo profesional, pero que lamentablemente, cuando circula en este río incontrolable de las redes, se valida como tal. Y esto no sólo es un reproche a la prensa sino a todos nosotros, a los consumidores de información, que muchas veces no hacemos el

necesario trabajo de discriminar lo que aparentemente es información de lo que realmente lo es porque detrás, como mencionaba Diego, hay un trabajo serio, hay un trabajo profesional. El resultado creo que tiene un especial impacto en las nuevas generaciones. De hecho, mientras preparaba estas breves palabras leía que, según un estudio del Reuters Institute de la Universidad de Oxford, las aplicaciones de medios de comunicación, o sea, las que entregan información realizada e investigada periódicamente, representan menos del 1% del tiempo que dedican los jóvenes al uso de sus *smartphones*. O sea, sólo el 1% de la información que consumen en general las nuevas generaciones —permítanme la generalización— proviene de fuentes de información trabajada y validada por un trabajo periodístico.

Ante este panorama —que no pretendo abarcar del todo porque es complejo, y sin duda quienes intervendrán en los paneles tienen muchos mejores argumentos para hacerlo—, desde Coca-Cola sentimos que tenemos el deber de aportar para enaltecer, para prestigiar el periodismo y contribuir así al rol de las personas, al rol de la democracia. Este pequeño grano de arena creo que tiene mucho sentido y en Coca-Cola estamos orgullosos de poder contribuirlo. En este rol fiscalizador del cuarto poder, desde luego no excluyo a las empresas, que también necesitamos que nos digan cuando hacemos algo bien y cuando hacemos algo mal, ya que somos parte del espacio donde el periodismo debe ejercer ese cuarto poder.

Como Coca-Cola tenemos el compromiso de contribuir a la sociedad más allá de los confines de nuestro negocio. Ésa es la razón por la que, por décimo séptimo año consecutivo, seguimos apoyando estas jornadas de periodismo. Desde luego, somos

un negocio pero no hacemos negocio de cualquier manera. Nos importa el entorno, el medio ambiente, la sociedad... Por eso apoyamos estas jornadas y por eso apoyamos programas como GIRA Jóvenes, a través del cual impulsamos el emprendimiento de las nuevas generaciones. Por eso apoyamos también GIRA Mujeres, un programa que probablemente hayan visto en la prensa, a través del cual impulsamos el emprendimiento y capacitación de las mujeres en España. También llevamos sesenta años promoviendo el concurso de Jóvenes Talentos de Relato Corto, que va en la misma línea de apostar por las letras, por el pensamiento, el análisis, el arte y el talento entre los jóvenes. Venimos aportando este grano de arena desde hace 66 años y vamos a seguir haciéndolo. Vivimos como sociedad una época de desafíos complejos y, precisamente por eso, necesitamos un periodismo sólido, un periodismo comprometido que haga su labor. Nuestro compromiso desde Coca-Cola es seguir apoyándolo, seguir creando esta y otras instancias y seguir apostando por el trabajo que realizan los periodistas. Así que, en ese sentido, cuenten hoy y siempre con nuestro apoyo.

PRIMERA SESIÓN

El periodismo y sus causas. ¿Ariete de las libertades o taquígrafo de la realidad?

FRANCESC DE CARRERAS
Catedrático de Derecho Constitucional



RAFA LATORRE
Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero



CARLOS E. CUÉ
Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta



Moderadora
MONTSERRAT DOMÍNGUEZ
Subdirectora de *El País*





Montserrat Domínguez, Francesc de Carreras, Rafa Latorre y Carlos E. Cué

EL PERIODISMO Y SUS CAUSAS. ¿ARIETE DE LAS LIBERTADES O TAQUÍGRAFO DE LA REALIDAD?

Al periodismo, desde sus orígenes, se le atribuyó la función de perro guardián de la democracia y defensor de las libertades. Desde todos los ángulos le llegan solicitudes para que se comprometa con las más diversas causas, nobles o espurias, que reclaman apoyo para alcanzar sus objetivos. Cabe preguntarse sobre la influencia del periodismo en el comportamiento de una clase política complacida con el tobogán de declaraciones y de comunicación a través de nuevas vías carentes del filtro de la verificación y jerarquización que aportan los periodistas profesionales. Más allá de la defensa de las libertades, ¿el periodismo debe tomar parte? ¿Ha de ejercer un rol social? ¿Ha de ser activador de las libertades o mero taquígrafo de la realidad? ¿Está entre los pecados del periodismo el intento de influir en la política?

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Antes que nada, quería dar las gracias a Coca-Cola y a la Asociación de Periodistas Europeos por permitirnos hablar de periodismo en un momento en el que, efectivamente, tenemos la impresión de que los periodistas hemos perdido músculo. No sólo porque hace ya tiempo perdimos no el monopolio de la opinión pública, porque creo que es un poco exagerado decir que nosotros

manejábamos la opinión pública, pero sí la agenda. Existieron unos tiempos en los que sólo a través de los medios de comunicación de masas se transmitían los asuntos que importaban desde los poderes públicos y desde las empresas hacia los ciudadanos y en el que los periódicos, los medios, la televisión y la radio también ejercían esa labor en el sentido inverso. Pero estamos en otros tiempos, en tiempos en los que los partidos políticos y las instituciones tienen formas de dirigirse directamente a los ciudadanos. Tienen sus páginas web, sus redes sociales y organizan sus propios mítines virtuales, sus ruedas de prensa o sus declaraciones sin preguntas, directamente en *streaming*. Y eso es exactamente lo que hacen también las empresas, que tratan de evitar en lo posible la intervención de los periodistas para poder controlar directamente el mensaje que lanzan a los ciudadanos. Por lo tanto, es indudable que hemos perdido músculo, fuerza y capacidad en los últimos años. Y todo ello unido a una crisis económica que ha dejado profundamente dañado el modelo industrial del que comemos, del que vivimos los periodistas.

Así es como están las cosas. La pregunta que quiero trasladaros es hasta qué punto tenemos que rendirnos, si debemos tirar la toalla. Ahora hay algoritmos que pueden sustituirnos, hay robots —en la Agencia Efe y en algunas grandes redacciones— que compilan la información del tiempo o la información deportiva y te dan los resultados, por lo que ya no es necesario que ningún periodista intervenga en la redacción de esa información. ¿Dónde nos deja esta situación a los periodistas? ¿Seguimos teniendo influencia? ¿Nos escucha alguien? ¿Es relevante lo que tenemos que contar o hay que reinventar de alguna manera la profesión?

Nos acompañan Francesc de Carreras, Rafa Latorre y Carlos Cué. Francesc es catedrático emérito de Derecho Constitucional y articulista. Francesc tiene una visión privilegiada de los medios pues ha colaborado en *El País* toda la vida. En tu opinión, Francesc, ¿el trabajo periodístico sigue siendo relevante?

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Has planteado unas preguntas que vienen haciéndose desde hace treinta años, porque esto de que el periodismo está en crisis es como la izquierda. Cuando yo era pequeño ya se hablaba de la crisis de la izquierda. Ahora se sigue hablando y supongo que mis nietos seguirán hablando de la crisis de la izquierda. Con el periodismo pasa lo mismo. Pero es verdad que el periodismo realmente ha cambiado mucho; desde luego los medios han cambiado mucho. Antes todo era mucho más cómodo: te levantabas y leías tu periódico. También había periódicos de tarde, que eran más rápidos de leer, pero ya está. Después apareció la televisión, los telediarios, y ahora vivimos un bombardeo constante en el cual uno no sabe si está informado o si no lo está y en el que pierde una cantidad de tiempo enorme en mirar en el teléfono todas las noticias que van apareciendo. Desde luego, el cambio es innegable, con los algoritmos y todo eso, y es algo que los periodistas tenéis que asimilar.

Hay dos tipos de periodismo. El periodismo de información y el periodismo de opinión, que son bastante distintos y que deben hacerse desde perspectivas distintas. El periodista, antes de que le llegue una noticia, tiene que estar informado del contexto de esta noticia. El periodista tiene que saber. Por eso creo sinceramente que ha sido

un error hacer facultades de Ciencias de la Información, un gran error. Antes, un periodista solía venir de estudiar Derecho o Filosofía y Letras, por lo que, más o menos, tenía un cierto bagaje en estos temas. Luego, cuando empezaron las facultades de Ciencias de la Información —en 1970 en Barcelona y creo que en Madrid igual—, se enseñaba historia, literatura, economía, derecho... Además de alguna cosa sobre cómo funcionaba una redacción, teoría de la comunicación, etcétera. Pero, después, las cosas cambiaron por los intereses corporativistas de la universidad, que no es democrática sino completamente corporativista; ahí mandan los profesores, que defienden sus intereses. De ahí que en la Facultad de Periodismo se fueran cambiando esas asignaturas por Teoría de la Comunicación I, Teoría de la Comunicación II, Teoría de la Comunicación III, Redacción I, Redacción II, Redacción III, Radio I, Radio II... Y desaparecieron la historia, el derecho, la economía... Al principio yo fui profesor de Derecho en Ciencias de la Información pero, claro, todo eso se fue eliminando. ¿Cuántas veces no habremos oído a alguien decir eso de «Yo estudié Periodismo. No me sirvió de nada pero luego me espabilé por mi cuenta». Se habla mucho de los medios, de los cambios, de Internet, pero no se habla de la formación. Y yo creo que la formación es importante para que el periodista conozca el contexto. Creo que en muchos casos lo que le falta al periodismo es bagaje intelectual.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Además, se ha perdido el contexto. Ahora vemos las noticias en una pantalla pero nos falta el contexto que nos daban los medios tradicionales, además de la organización, de la jerarquización que ofrecen los

medios impresos, y también las webs, pero desde luego no en móvil, donde todo surge como un flujo. A continuación va a intervenir Rafa Latorre.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Es muy interesante esto que apuntas de la jerarquía, Montse, porque sin jerarquía no hay periodismo. Creo que ése es uno de los pocos monopolios que conservamos: el de jerarquizar la información. Ahora la información te viene en un botillo, pues el *timeline* es al periodismo lo que el botillo es a la gastronomía: una cosa que meten ahí y que te llega sin saber muy bien la importancia que tiene. Tradicionalmente, una parte sustancial del trabajo intelectual de las redacciones ha sido ordenar la información en función de lo que es importante y lo que es accesorio. Hasta hace bien poco no se podía saber qué parte de un periódico era la que se leía. No sabíamos si la gente únicamente hacia el crucigrama, el sudoku, o si sólo miraba el chiste de Mingote y el resto le importaba poco. Pero era importante decirle al lector que lo que éste consideraba interesante no siempre era lo más relevante. Es más, yo creo que eso era algo que el lector apreciaba, hasta el punto que si tú colocabas en primera plana una crónica, pongamos que sobre televisión, algo le chirriaba; aunque la fuera a leer con más gusto que la crónica política al uso. En efecto, conservamos el monopolio de la jerarquía, aunque eso suponga un parco consuelo, porque la verdad es que la jerarquía es algo que se ha depreciado bastante. Sin embargo, hemos perdido, o al menos hemos retrocedido bastante, en otros ámbitos en los que conservábamos cierta preeminencia. No sólo hemos perdido el monopolio de la opinión —si es que alguna vez lo tuvimos— sino que tampoco somos

ya una fuente de entretenimiento; y no hay que olvidar que hubo un tiempo en el que el periódico era una fuente de entretenimiento, con productos que miraban a otras edades, como «Menudo País», las viñetas, etcétera. Ahora, la competencia por la atención de los lectores es absolutamente feroz; en todos los ámbitos, incluida la televisión. Afortunadamente, la radio todavía conserva el poder de acompañar al oyente mientras hace otras cosas, por lo que tiene un lugar más ventajoso por competir por la atención.

Es importante también remarcar cómo ha retrocedido la importancia del periódico en la conversación pública. Una definición canónica del periódico hablaba de «una nación que habla consigo misma». Pues bien, ahora la nación habla directamente consigo misma y además lo hace de una manera bastante estruendosa.

Yo, sin embargo, trato de lamentarme poco, porque creo que desde aproximadamente 2007 el lamento del periodismo lo invade todo; incluso ha silenciado la reflexión sobre el propio modelo de periodismo. Vivimos un apocalipsis tan tremendo, tan doloroso en lo personal, que a veces lo confundimos con un apocalipsis general. Es muy delicado que un gremio que está sufriendo una crisis tan tremenda sea el encargado de contar esa crisis, pues siempre terminamos hablando demasiado de nosotros mismos. Por eso digo que desde 2007 el periodismo habló demasiado de sí mismo, que se lamentó demasiado. Porque, además y curiosamente, a pesar de todo lo que acabo de decir, nunca nos habían leído tanto como ahora. La cantidad de personas que nos leen es impresionante como todos sabéis. A veces tuiteas una columna o un artículo que saldrá publicado a media noche y, al levantarte al día siguiente, ves que ya te ha leído mucha gente en América Latina, que lo están compartiendo y están hablando

sobre ello. Antes había unas barreras de distribución que hacían que esto fuera imposible. Hay motivos para la esperanza. No olvidemos la crisis del teatro —no ya sólo de la izquierda o del periodismo, como decía Francesc—, que lleva desde Esquilo, más o menos. Y ahí tenemos los teatros que siguen llenándose.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Todo está en crisis menos el fútbol.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Así es. Recuerdo que Pedro J. decía aquello de «razonablemente mal». Pues yo creo que el periodismo va razonablemente mal. Conviene dejar de lamentarse para empezar a reflexionar sobre cómo podemos convertir la enorme riqueza de lo que producimos —un producto en el que yo sigo confiando— en dinero. Porque he trabajado en suficientes medios ruinosos como para entender que la primera misión que debe fijarse un medio es la viabilidad, la rentabilidad. A partir de ahí viene todo el resto.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Desde luego, ésa es la mayor garantía de independencia. Cuanto más autosuficiente eres, menos dependes de los demás, más posibilidades tienes de tener unas líneas claras de diferencia y de actuación.

Es el turno de Carlos Cué, cronista político de *El País*, que además de trabajar en varios medios ha sido corresponsal en Buenos Aires. Carlos, tengo curiosidad por saber cuál es tu nivel de optimismo en este asunto del papel actual de los periodistas.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: Me sumo lo que habéis dicho. Vivimos un momento en el que ser optimista implica automáticamente caer antipático. Estamos en un momento en el que lo normal, lo *mainstream*, es decir que todo se hunde, cuando lo que tenemos que hacer es ver realmente de qué estamos hablando. Tenemos una enorme crisis de modelo de negocio pero, en efecto, no tenemos una crisis de lectores. Al contrario, tenemos una explosión de lectores. Yo vengo de una familia de periodistas. La E de Carlos E. Cué viene de Elordi, que es como se llama mi padre, que sigue siendo periodista, escribiendo unas columnas que nunca se habían leído tanto como ahora. Mi padre ha trabajado en medios muy exitosos, como la revista *Triunfo* en su momento, y ha sido corresponsal de *La Repubblica* muchos años. Ha tenido mucho éxito en su profesión pero, como digo, nunca le han leído tanto como ahora.

Tenemos un problema de pagadores. Tenemos un problema de financiadores. Tenemos el problema de que la gente no paga por nuestro producto. Es un problema gravísimo, dramático, que afecta a muchos compañeros, que nos afecta personalmente. Sin ir más lejos, hemos visto despidos en mi empresa y en la de Rafa. Hemos visto despidos masivos prácticamente en todas las empresas periodísticas y no hay garantía de que esto se vaya a resolver pronto. Pero hay que diferenciar: una cosa es el modelo de negocio y otra cosa el periodismo. El periodismo, por supuesto, tiene un montón de problemas, como toda obra intelectual en este momento. Hay muchas situaciones complejas, como la de los lectores y nuestra influencia, que sin duda está cambiando. Pero otra cosa muy distinta es negar la influencia del periodismo.

Yo me dedico al periodismo político por lo que mi ecosistema natural es la política. Y basta acercarse dos minutos a la política para descubrir que el periodismo sigue siendo muy importante. Si no fuera tan importante los políticos no le dedicarían tantas horas a tantos medios cada día. De hecho, la gente no llega a imaginarse cuánto dinero, en su mayoría público, se gastan los políticos en controlar a los periodistas. Cuando digo controlar no quiero decir manipular sino intentar que los periodistas tengan acceso a la mínima información posible, intentar bloquear el acceso del periodismo a la información y, sobre todo, intentar controlar el mensaje. Intentar que lo que salga en los medios sea lo que los políticos quieren que salga en los medios. Nunca se había dedicado tanto dinero a esto; de hecho, tenemos muchos excompañeros que se han pasado a ese otro lado, donde pagan muy bien y se genera mucho rendimiento, porque la política está cada vez más interesada y cada vez dedica más medios a intentar controlar ese mensaje. Luego no hay duda de que el periodismo es influyente. Si no tuviéramos ninguna relevancia, ¿por qué iba a dedicar tanto dinero la política a intentar frenar el papel de los periodistas como intermediarios?

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Lo que dices es muy interesante, Carlos. Desde luego, es verdad que dedican mucho tiempo y muchos recursos, no sé si a controlar a los periodistas o a intentar controlar las instituciones y la opinión pública.

Tenemos en Estados Unidos a un Donald Trump que habla siempre de *fake news*, que no concede entrevistas a los medios de comunicación tradicionales y que ha encontrado en la televisión, en el *show* de determinadas formas de ejercer el perio-

dismo y en determinadas cadenas, como es el caso de Fox, su vía preferente para mandar su mensaje. Hace poco he estado viendo *Years and Years*, que es una ficción distópica sobre el deterioro de la vida pública, política y social, con una candidata que no da entrevistas porque tiene su propio medio de comunicación. Eso permite controlar al cien por ciento el mensaje. Y eso es lo estamos viendo en distintos políticos. No dan entrevistas a medios de comunicación porque nos acusan de ser los creadores de las *fake news*. Estos políticos destruyen la credibilidad para luego construir sus propias plataformas. ¿Creéis que ése es un peligro real, un modelo se puede ir extendiendo más pronto que tarde? ¿Políticos desprestigiando a los periodistas para tener ellos exclusivamente la llave de la opinión y de la información?

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Sí, claro que sí. Además, todo lo malo que se genera en el exterior siempre acabamos adoptándolo en cierta manera aquí. Lo hemos visto en los últimos años. Pero esto ya no es periodismo; esto es propaganda. El periodismo tiene límites y uno de ellos es la propaganda. Esto a lo que te refieres es pura propaganda; ya no entraría en el campo del periodismo. El periodismo es un señor que pregunta a quien sea respecto a la información que realiza y, cuando se trata de control del poder, el periodismo pregunta a un político. Si no hay un señor neutral, ajeno a los intereses de ese político al que pregunta, entonces ya no es periodismo sino pura propaganda que no se diferencia de un discurso de un político. Hay que tener mucho cuidado con todo esto. Yo sigo pensando que el periodismo es no sé si el cuarto, el quinto o el sexto poder, pues, como habéis

dicho, forma la opinión pública, que es un ente gaseoso y un poco misterioso que se transforma después en votos, en parlamentarios, en un Gobierno, etcétera. Por tanto, si no hay periodismo, no ya crítico sino que explique la realidad y la interprete a partir de razonamientos bien elaborados, entonces deja de existir el control, deja de existir el periodismo como control del poder.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Sobre Trump, sobre los distintos Trumps que campan por el mundo, también conviene señalar el papel del público, aunque entiendo que esto es lo más antipático de hablar del populismo. La democracia, el sostenimiento de la democracia, requiere de una cierta comunidad virtuosa. No digo que seamos aquí todos carmelitas, pero sí que tenemos que tener un cierto compromiso cívico, un compromiso cívico que se traduce en proteger las instituciones que conforman la democracia. Y cuando hablo de protegerlas me refiero también a hacerlo financieramente. Esto es importante. Conviene proteger un mínimo, dos o tres cosas importantes, y entre ellas están los medios de comunicación. El sostenimiento de los medios de comunicación interpela a los propios lectores y a la propia sociedad a la que se dirigen y es importante que sea así. Trump —y yo creo que esto es algo que no terminamos de entender del todo— tiene una comprensión muy profunda del mundo moderno. Muy profunda. Claro, como tiene ese discurso mostrenco y esas maneras así como montaraces parece que es como un mastuerzo, pero no lo es. Él se dirige a su público a través de Twitter; hasta tal punto es así que Twitter tiene más importancia para Trump de lo que Fox la tuvo para los anteriores

presidentes republicanos. Twitter le permite enviar un mensaje unívoco, de 140 caracteres, que no va a encontrar ninguna réplica solvente de un periodista que le repre- gunte y que cuestione eso que dice Trump. Son células mínimas que tienen significado por sí mismas y cuyo mensaje es imposible no entender. De Trump tú puedes decir que no estás de acuerdo, que es un lo que sea, pero todo el mundo entiende su men- saje. Y ahí es donde radica el peligro de su proyecto, en que es perfectamente inteli- gible. Para entender y deconstruir un discurso de Obama se requiere un cierto nivel intelectual. Y lo mismo ocurre con los artículos de Bill Keller, el exdirector del *New York Times*. Pero entender un tuit de Trump es muy sencillo. Y esa manera con la que él orilla a los intermediarios demuestra una enorme comprensión del mundo en el que habita, sobre todo del tiempo en el que habita.

Se ha hablado mucho de cómo los *checks and balances* iban a lograr frenar a Trump y, sin embargo, Trump consigue impulsarse gracias a los *checks and balances*. Cuando se presente un *impeachment* él insistirá en su discurso y se presentará de nuevo como una víctima de las élites corruptas de Washington. Es una cuestión deli- cadísima, un fenómeno mucho más complejo y mucho más difícil de combatir de lo que se nos hizo creer al principio. Y, a pesar de todo ello, son precisamente los medios de comunicación los que lograron que Trump se enfrente a suficientes dificultades como para ser investigado. Porque el *impeachment* hubiera sido imposible sin la infor- mación veraz y la credibilidad de las cabeceras que sacaron la información que lo ha provocado a la luz. Porque, y esto es muy importante —aunque no sé si debería decir- lo, pues afecta a mi modo de negocio—, no ha habido una sola columna de opinión ni

un solo editorial, al menos desde Émile Zola, que logrará la dimisión de un político. Es la información lo que consigue derribar a un político o frenar los planes malévolos de alguien; nunca la opinión. Y todo eso que se vierte ahora en las redes es opinión, digamos que una forma casi onanista de darse la razón a uno mismo.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: El peso específico pertenece a la información. Muy interesante, Rafa, esto que cuentas, que sin ir más lejos ha obligado a la prensa norteamericana a hacer un análisis de cómo cubrió en su momento la campaña de Trump frente al resto de candidatos republicanos. Cuando tienes un candidato que domina la televisión como pocos, que sabe que puede decir cualquier burrada porque no tiene consecuencias, que sabe que los periodistas estamos obligados a hacernos eco de la última barbaridad que haya dicho, al final éste consigue una cámara de eco infinitamente mayor que el candidato, digamos *comme il faut*, que cumple con las reglas del juego. Eso ha derivado en muchas mentiras, no falsedades sino mentiras; esas afirmaciones falsas que él lanza sin el menor pudor. Los medios no pueden pasarse el día desmintiendo todo lo que ha dicho Trump, porque eso además crea el efecto contrario al dedicarle páginas y páginas y horas y horas de televisión.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Los medios no deben olvidar nunca que una mentira entrecomillada sigue siendo una mentira; no se debe respetar algo porque sea «una versión» de los hechos. No, oiga, hay versiones que no son veraces y nuestro deber es no difundir material adulterado.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: Estamos hablando de Trump porque es el presidente de Estados Unidos pero esto ya lo inventó Berlusconi; esto no es nuevo. Lo que pasa es que Berlusconi usaba las herramientas propias de su época; se compró la televisión, que era el medio más importante en su época. Pero si Berlusconi se presentara a las elecciones ahora seguro que compraría Twitter.

En España hay un dato que me parece muy significativo. En las últimas elecciones generales el único medio que publicó entrevistas con todos los candidatos fue el diario *Marca*. Esto es la primera vez que pasa y es muy significativo, porque no hay mejor enemigo para la política que el periodismo; lo dicen los propios políticos, *off the record*, pero lo dicen. Para un político esto es algo delicioso, sobre todo para los políticos de nicho, como Abascal y en su momento también Podemos; aunque luego Podemos creció y se tornó más complejo. Yo he ido a un mitin de Abascal y los periodistas somos sin duda protagonistas. El arranque de cualquier mitin de Vox consiste en una pantalla gigante con Ferreras para que todo el público grite contra esos medios que consideran enemigos. Después, cuando la gente ya está caliente contra los medios, empieza el mitin. Por eso digo que el periodismo es un enemigo delicioso. Eso mismo es lo que hace Trump —y antes hacía Berlusconi, obviamente—: construir un enemigo fabuloso al que todo el mundo identifica, porque todo el mundo ve la tele, todo el mundo se indigna con la tele que no le gusta. ¿Qué ocurre? Que como la política también se ha fraccionado muchísimo en España, como los políticos cada vez se dirigen más a un nicho particular, no dar una entrevista al medio supuestamente rival ha dejado de

suponer un coste de imagen. De ahí lo del *Marca*. Porque los medios nos dejamos convertir en rivales, lo cual es un despropósito para el periodismo, pues no tiene ni pies ni cabeza. Ahora, como decía, negarse a dar una entrevista ya no supone un coste, como ocurría antes; como supuso en su día un coste para Aznar, que fue el primero en hacerlo, al denegarle una entrevista a Iñaki Gabilondo. Fue una decisión muy polémica que mucha gente dentro del PP le criticó a Aznar; al final, aunque no le fue del todo mal electoralmente, sí supuso un coste de imagen que creo que con el tiempo Aznar acabó pagando. Ahora, en cambio, una decisión así no tiene ningún coste. Pero en ese momento fue una decisión súper polémica. Todos los ministros del PP daban entrevistas al grupo Prisa y, sin embargo, Aznar, que con la mayoría absoluta era otro Aznar, un Aznar más crecido, optó por no hacerlo. En cambio, en estas últimas elecciones todos los dirigentes importantes han seguido los pasos de Aznar. Lo hizo Casado, que no concedió entrevista a *El País*, y lo hizo Sánchez, que no dio entrevista a *El Mundo*. En cambio, todos le dieron una entrevista al *Marca*. Porque, claro, el *Marca* se entiende que no juega en la misma liga. Es algo que tiene que ver con el fraccionamiento de la política, que tiene que ver con esa posición en la que los políticos quieren colocarnos a los medios, pues para la política resulta muy útil colocarnos como rivales. Ahí, en saber resistirnos a eso, sí que creo que nos va la supervivencia; en no convertirnos en rivales.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Pero lo cierto, Carlos, es que esto es así. Los políticos prefieren ir a *Marca*, prefieren ir a «El Hormiguero», prefieren ir a casa

de Bertín Osborne, que son ámbitos más seguros para los políticos, zonas de mayor confort. Luego, otra cosa es que quien haga la entrevista la puede hacer bien, mal o regular. Pero desde luego la tendencia es esquivar las entrevistas más serias, más preparadas, las que te pueden llevar a un problema, y aceptar espacios que tienen mucha audiencia, en lo que puedes sacar tu mejor imagen, una imagen más suave, más cercana, de padre de familia, de tipo campechano o lo que sea.

Os quiero remitir a la pregunta con la que se planteaba el debate en esta mesa. Es decir, si tenemos que tomar partido más allá de la defensa de las libertades básicas, pues creo que todos tenemos una conciencia clara de que el periodismo tiene una función social. En un día como hoy, después de conocerse la sentencia del Tribunal Supremo sobre los líderes del *procés*, con las calles en plena efervescencia por las protestas que ya estaban anunciadas antes de la sentencia, la pregunta es si somos meramente taquígrafos de la realidad o si los periodistas debemos tratar de influir en el ámbito de la política, a raíz de lo que ha ocurrido en Cataluña en los últimos años, donde los medios de comunicación —no todos pero sí muchos de ellos— han actuado como parte, como actores principales en la situación de divorcio entre el Estado español y los líderes del independentismo catalán. Todos hemos vivido unas horas de gran intensidad analizando la sentencia, con un ojo puesto en la calle, midiendo las palabras de los líderes y de los responsables políticos. Pero ¿cuál ha sido el papel de los periodistas a lo largo de todos estos años? No solamente desde septiembre de 2017, sino desde que se gestó el malestar que con el tiempo desembocó en el *procés*. ¿Cuál ha sido el papel de la prensa?

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Quizá las palabras que se han dicho en esta mesa hasta ahora puedan dar la sensación de que hay un poder malo, un poder que quiere hacer propaganda, que quiere escondernos cosas, y por otro lado unos periodistas buenos, que quieren investigar, que son objetivos en sus juicios sobre las cosas, que atienden únicamente a los hechos. Pero esto no es así. Hay periódicos más sectarios que otros pero, de alguna forma, todos lo son.

Hubo un momento en el que hice política —aparte de en la época de Franco—, que fue en el período previo a la formación de Ciudadanos. Ciudadanos surgió a partir de un manifiesto en el cual yo participé. Después hubo un período de espera mientras se veía si había una masa crítica suficiente en Cataluña como para que pudiera surgir un partido. Pues en esa época yo tengo muchos recortes de periódicos que decían que éramos unos fascistas. Os sorprendería saber quiénes decían estas cosas. Que éramos de extrema derecha, que éramos no sé qué. ¿Por qué lo decían? Porque habíamos levantado el dedo, porque habíamos dicho: «Miren, en una Cataluña en la que nadie levanta el dedo, nosotros decimos alto y claro que no somos nacionalistas. Lo sentimos mucho pero no lo somos. En Europa tampoco hay muchos nacionalistas; no se crean que esto es algo tan natural».

Volviendo a tu pregunta, yo creo que el periodismo debe ser el máximo taquígrafo de la realidad. Aun así, muchas veces separar opinión de información es difícil, pues en una opinión a veces sacas información, por lo que me parece normal que un periódico pueda tener y defender unos principios generales y expresarlos en los editoriales. A mí me gustaría tener un periódico con opiniones de todo tipo, o sea, que tenga a

profesionales de un sector y del otro. Así el lector no tendría que ir buscando de un lado a otro, aunque ahora eso es más fácil; antes tenías que comprarte seis periódicos al día para encontrar buscando opiniones diversas. Yo creo que un periódico así tendría éxito; hablo de un periódico que nunca pudiera decir «No, hombre, esto no podemos decirlo nosotros» respecto al artículo de un colaborador. Además, un artículo de un colaborador, como suele decirse, es responsabilidad de quien lo escribe. Otra cosa es que esté bien construido, que cuide la calidad de la argumentación, que carezca de contradicciones, que esté bien escrito, etcétera. Pero una defensa bien construida de unas ideas que existen en la sociedad es algo que yo creo que debería ser admitido en cualquier periódico. En otras palabras, diversidad en la opinión y una información que se atenga a los hechos en la medida de lo posible; esta idea de veracidad que tiene el periodismo, que no se corresponde necesariamente con la verdad sino con el comportamiento diligente de un buen profesional que hace las comprobaciones oportunas. Un periódico tiene que tener este equilibrio. A mí me gustaría que existiera un periódico con estas posiciones contrarias pero, sinceramente, he de decir que no lo encuentro.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: El dilema que se nos planteaba en la mesa era si ser taquígrafo de la realidad o ariete de las libertades. A mí lo de ariete la verdad es que me gusta poco, porque invertir hay que invertir lo menos posible. Dicho eso, es verdad que hay que ser ariete de las libertades para ser taquígrafo de la realidad; si no conquistas esas libertades no vas a poder ser taquígrafo de ninguna realidad. Y, a la vez, hay que decir que ser taquí-

grafo de la realidad es la mejor manera de ser ariete de las libertades; aunque al decir estas palabras me recuerde un poco a Rajoy. De lo que no hay duda es de que, cuando vemos a los compañeros de televisión trabajar en las calles de Cataluña en condiciones imposibles, tenemos que ser arietes de las libertades, porque en esas condiciones esas personas no pueden dar testimonio de lo que están viendo.

Enric Hernández protagonizó un hecho muy importante para la prensa durante el *procés* cuando su periódico, *El Periódico*, publicó la exclusiva sobre los documentos que iban a destruir los Mossos d'Esquadra en la incineradora aquella cuando fueron interceptados por la Policía Nacional. Se trataba del aviso que habían dado los servicios secretos, o los servicios de inteligencia estadounidenses, acerca del posible atentado en las Ramblas. En ese momento Enric tomó la decisión de publicar algo que no sólo contradecía la opinión de buena parte de sus lectores sino algo que éstos iban a asumir como si fuera una agresión. De vez en cuando los periódicos tienen que escribir contra sus lectores; ésa es la mejor muestra de independencia.

Recientemente se dieron dos casos muy curiosos y aleccionadores, uno en *El Mundo* y otro en *El País*. Leyre Iglesias publicó los detalles de cómo vivían los presos del *procés* en la cárcel de Lledoners y los privilegios de los que disfrutaban gracias a la custodia de la Generalitat de las cárceles. Entonces, Gabriel Rufián colgó la pieza en Twitter, como si fuera una chuleta, e inmediatamente acudieron las pirañas. Esto es algo bastante habitual actualmente, una forma de coacción que utiliza el poder; porque hay que recordar que Rufián, a pesar de su discurso antipoderoso, es el poder. Unos días después, o no recuerdo si antes, ocurrió en *El País* algo todavía más sutil.

Manuel Ansedé publicó una noticia acerca del Museo de la Caza que se iban a abrir y, entre las personas entrevistadas, hablaba de un hombre que había cobrado no sé cuántas piezas de caza, pero miles de ellas. Era una información impecable, pero sus lectores le reprocharon de forma muy virulenta —al menos algunos de sus lectores— que no tomara partido respecto al tema, que, además de relatar lo que ocurría, de dar detalles, de dar información, no expresara una opinión moral. Lo cual es como si esos lectores estuvieran pidiendo que les llamaran idiotas, porque si, con todos los medios a tu alcance, tú no eres capaz de tener una opinión es que francamente tienes una conciencia de ti mismo un poco pobre; desde luego, es una forma un poco infantil de enfrenarse a la lectura de los periódicos. Lo que estamos viendo es que a veces la cercanía con el lector que imponen las redes sociales se convierte en un peligro para la independencia de los periodistas, que caen en la tentación de satisfacer a su público. Es un fenómeno casi hipoglobiano, pues cuando haces algo que tus lectores aprecian inmediatamente te llega la recompensa en forma de retuits: qué brillante eres, qué estupendo. Pero si les decepcionas inmediatamente te conviertes en un pobre hombre, en un vendido.

MONTserrat DOMÍNGUEZ. Moderadora: Así es. Somos prisioneros de algo tan profundamente humano como buscar el aplauso o la necesidad. Eso ocurre sobre todo cuando tienes una reacción inmediata, como cuando estás en una tertulia de radio o de televisión y de repente sientes ese calor o, al contrario, un frío gélido. Pero, como dices, también ocurre en los periódicos. Especialmente en medios como *The Guardian*

o *eldiario.es* —esto lo ha comentado Nacho Escolar en alguna ocasión— que tienen un sistema de socios, ya no solamente de pago sino de socios, por lo que tienen que enfrentarse a las regañinas de estos socios que consideran que el periódico es en parte suyo, lo cual además es cierto. Tú les pides dinero y les dices que forman parte de una comunidad y ellos se creen que, a cambio de su participación tienen el monopolio de la valoración, de la opinión. Es un terreno complejo en el que tienes que saber navegar y demostrar tu independencia incluso respecto a los propios socios.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Yo entiendo que si tú das una información equivocada eso te penalice pues estás ofreciendo un servicio precario. Lo terrible es cuando el socio no quiere leer determinadas opiniones. En ese momento se está convirtiendo en el primer cliente que quiere que el servicio por el que paga sea más pobre, que tenga menos cosas. Es algo que resulta verdaderamente perverso.

Lo que hizo Enric Hernández es muy importante, porque se enfrentó a una campaña durísima. Desgraciadamente no es el único periodista al que se le han montado campañas para que se den de baja los suscriptores; estas cosas que se montan a veces para coaccionar las líneas editoriales de los periódicos.

Entroncando con lo que dice Francesc, creo que es muy diferente tener una línea editorial —yo estoy cómodo con el hecho de que los periódicos tengan una línea editorial, con que lo digan abiertamente— y ser partidista. El problema se da, por ejemplo, cuando un periódico conservador aplaude la nacionalización de la banca o una

política fiscal absolutamente confiscatoria sencillamente porque lo haya hecho un partido conservador. Ahí es donde empiezan los problemas porque, evidentemente, en ese momento el periódico deja de ser independiente, pasa a ser dependiente de unas fuerzas que no tienen que ver con su línea editorial sino con unos agentes externos.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta:

El ejemplo de Ansedo es muy bueno, porque lo que los lectores quieren en realidad es que se pongan emoticonos para expresar el asco que les da una noticia. Ése es el periodismo del futuro: vas contando la noticia y, mediante emoticonos, vas dejando claro que no estás de acuerdo con lo que dice este señor. Es un despropósito enorme. No sé si habéis leído el artículo. Habla de un hombre muy importante —nada menos que el expresidente de Sanitas—, uno de los hombres más ricos de España, que ha dedicado buena parte de su fortuna a cazar con aviones privados y que lo cuenta todo en el artículo con absoluta naturalidad desde su mansión en La Moraleja. Desde luego, muy pocos lectores debieron pensar «qué gran tipo, qué tipo más inteligente». El efecto del artículo, que era absolutamente impecable, ha sido que el Museo de la Caza que se iba a hacer ya no se vaya a hacer. Con la polémica social que se ha generado, ya no va a haber museo. Pero aun así, sigue habiendo lectores que piensan que tenía que haber quedado mucho más claro que *El País* o el redactor del artículo no estaban de acuerdo con que un señor hubiera dedicado buena parte de su vida y de su fortuna a cazar animales de colores diferentes, que era una de las cosas que hacía. Esto es una muestra del nivel al que estamos llegando en lo que se refiere a la presión de los lec-

tores. Y qué decir ya de la presión que recibimos los que participamos en tertulias, donde la comunidad que se crea alrededor de los programas casi te trata con la familiaridad con la que trataría a un miembro de su familia y te dicen que no se esperaban eso de ti. Recibimos ese mensaje continuamente: «No me esperaba eso de ti. Me has decepcionado. Después de todos los años que llevo siguiéndote». Eso es algo que yo creo que no le diría ni a un amigo muy cercano. Sin embargo, a nosotros nos lo dicen cuando leen cualquier información que contradiga lo que esperan oír.

A raíz de lo que decía antes Francesc acerca de que no todos los periodistas somos todo bondad, sino que algunos entran al trapo en la arena pública, yo creo que el problema que tenemos ahora precisamente se debe a que el periodismo —contrariamente a lo que se piensa— cada vez tiene mayor relevancia, cada vez tiene más lectores. Siempre ha habido estrellas en el periodismo, pero el nivel de visibilidad pública que tienen ahora un grupo muy grande de periodistas es algo que no tiene antecedentes. ¿Qué está pasando? Pues que hay muchos periodistas que están confundiendo el nivel de relevancia que pueden tener en la sociedad con dar el salto a la política. De hecho, en las últimas elecciones se ha producido algo desconcertante, que también está pasando en otros países. Me refiero a que los partidos han llenado sus listas de periodistas, porque uno de los problemas con los que se encuentran los partidos políticos a la hora de fichar a candidatos es que necesitan a gente muy conocida y en política es difícilísimo conseguir que la gente te conozca. Por eso fichan a periodistas. Sobre todo a periodistas que participan en tertulias, pero también a columnistas, que también tienen un seguimiento social como nunca han tenido antes. Por dar

un dato, en una reconstrucción que hicimos en *El País* sobre las negociaciones fallidas entre el PSOE y Podemos creo recordar el artículo que publicamos tuvo 350.000 lectores. Es un número realmente impresionante, aunque obviamente esos lectores pueden acceder al artículo desde cualquier sitio —por ejemplo, desde Latinoamérica—, gratis y en un segundo; con lo difícil que era antes. Eso es algo que está distorsionándolo todo; la combinación entre las redes sociales y el ego del periodismo es un cóctel explosivo y muy difícil de gestionar.

Pero no debería de ser tan difícil volver a lo básico. Los periodistas no tienen nada que ver con la política. La gente que quiera hacer política que se meta en política, que es una actividad abierta; los partidos desde luego están deseándolo.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Yo creo que hay muchos periodistas que están deseando jugar en política.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Pues que jueguen. Como digo, los partidos lo están deseando.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Partiendo de la base de que aquí ninguno somos almas puras, es verdad que hay muchos periodistas que quieren influir y a los que les produce un enorme placer sentirse parte de ese club privilegiado de personas que influyen en la situación. No sé si son muchos o pocos, pero es verdad que hay periodistas que lo que desean realmente es ir en las listas de un partido político,

sentarse en un gabinete y susurrarle al oído al presidente o al líder de la oposición mientras viajan juntos en avión.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: Hay una prueba de fuego muy sencilla para eso. En el momento en el que tienes acceso a una información relevante se detecta en seguida si te importa más tu posición política sobre esa información que la información en sí. Entonces se ve perfectamente cuando alguien cruza el Rubicón y se pasa a la política. Yo creo que a la mayoría de los periodistas les sigue importando más la información relevante pero sin duda hay casos en los que no es así.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Lo mismo ocurre cuando tienes una información que pone en peligro tus buenas relaciones. Ése es otro baremo perfecto. Eso sí, si no te importa poner en riesgo las relaciones que vas tejiendo no entiendo por qué un político y un periodista no pueden tomarse juntos un café, un codillo o lo que sea. Pero es verdad que el roce hace el cariño y que eso puede acabar nublando el juicio. Y no hay que olvidar que buen periodista es aquel al que no le importa publicar información que a priori puede no gustar.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: En afecto. Así es. A un periodista le importa más la información que cualquier otra cosa.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Llegados a este punto, vamos a abrir el turno de preguntas.

TITO NAVARRO. Gerente de Navarra Capital: Soy director de una web de economía y empresas especializada. Carlos, me lo has puesto muy fácil. Yo iba a preguntar qué pasa con los periodistas que se meten en política pero, como ya lo has contado, te quería preguntar si es posible que un periodista se reinserte en la sociedad después de haber pasado por la política. Pero también quiero hacer otra pregunta. ¿Qué parte de responsabilidad tienen los medios de comunicación de los acontecimientos que ocurren? Sin ir más lejos, llevamos semanas y semanas hablando de la sentencia del *procés*, calentando motores, por así decirlo. Creo que tenemos que hacer todos una gran reflexión sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en los acontecimientos que están ocurriendo en nuestro país.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Nos han tratado como a toxicómanos. Uno que ha pasado por la política, ¿es recuperable luego para la vida civil o ya no?

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Ellos creen que sí. Es un debate que ya se da y quienes han dado ese paso dicen que sí pueden hacerlo. Yo tengo buena relación personal con algunos periodistas que han entrado recientemente en política y eso es algo de lo que hemos hablado. Esta construcción de las tertulias y el enfrentamiento permanente entre periodistas tiene

que ver sobre todo con las audiencias y con la necesidad de generar espectáculo pero es en su mayor parte una ficción, pues las relaciones entre compañeros de distintos medios por lo general son muy buenas y, entre los que somos periodistas y nos interesamos por encima de todo por la información, nos ponemos de acuerdo bastante rápido. Otra cosa son los que se han metido en política. Les preguntas a ellos y no hay respuesta clara. Desde luego, después de ir en una lista electoral es muy difícil volver. La gran pregunta es si se puede volver después de haber pasado por un equipo de prensa, que es algo mucho más habitual, que a uno le llame un ministro o un alcalde o una de esas personas con las que ha ido creando una relación a lo largo de los años y, tal y como está la crisis de la prensa, entendamos que la paga no es algo que pueda ignorarse así como así. Es una realidad que fuera del periodismo se gana más y que los trabajos son más estables. No es de extrañar, pues, que haya mucha gente con contratos precarios o en situaciones muy difíciles que decidan llevar a cabo su trabajo profesional en una empresa o en grupo político. Al fin y al cabo, se les contrata para un trabajo, como una jefatura de prensa, que se puede hacer de forma absolutamente profesional, respetando los cánones. Otra cosa es ir en una lista electoral y defender los postulados de un partido; además sabemos cómo funcionan los partidos en España, que son absolutamente jerárquicos y en los que no puedes ni decir que no te gusta el traje que llevaba hoy el líder, porque está mal visto. En casos como éstos, volver al periodismo es algo que veo muy difícil. Pero hay gente que cree que puede hacerse. De hecho, la vemos en las tertulias de cualquier televisión, donde hay mucha gente que ha estado en política y que sin embargo participa formalmente en la tertulia en

condición de periodista. Otra cosa muy distinta, como digo, es haber trabajado en un equipo de prensa, donde se realiza un trabajo profesional.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Yo tengo la sensación de que últimamente la televisión se ha convertido en el metrónomo de la política. No sólo tenemos una audiencia hiperpolitizada, como nunca antes, sino que el nivel de inmersión que tiene la audiencia de televisión en la política ha crecido enormemente, cuando tradicionalmente los medios se volcaban en otros contenidos digamos que más amables. Sin ir más lejos, los programas de la mañana han impuesto su propio ritmo a la política, hasta el punto de que las noticias suceden en esos mismos programas. Carlos está en «Al Rojo Vivo» y conoce el frenesí de ese programa. Y no sólo eso, sino las colas que hacen los diputados en el Congreso para entrar en directo en ese programa, que hasta aplazan reuniones para hablar en la televisión.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Reuniones muy importantes. Sin ir más lejos, todos recordamos las que han sido las negociaciones más importantes de los últimos años, por lo menos para la izquierda española, pues nunca ha habido un Gobierno de coalición desde la República. La cosa es que un día las negociaciones para formar un Gobierno de coalición empezaron a las siete y media de la tarde de un sábado y se interrumpieron a las nueve menos cuarto porque la vicepresidenta tenía que ir a «La Sexta Noche». De hecho, el hotel que se eligió para esas negociaciones estaba en San Sebastián de los Reyes, donde está el

plató de «La Sexta Noche». La importancia de la televisión para la política es tan grande que la intervención en ese programa primó sobre la negociación. La vicepresidenta fue a La Sexta, intervino y después volvió y las negociaciones —fallidas como todos sabéis— siguieron hasta las doce de la noche y luego otros dos días. En ese caso, la televisión primó a pesar de lo apretado del calendario de negociaciones, porque sólo quedaban dos días para negociar antes del pleno del Congreso.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Desde luego es algo que da qué pensar, Carlos, aunque no sé si sobre la importancia de la entrevista o sobre la voluntad de que salieran adelante las negociaciones.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Puede que fueran las dos cosas, pero es un claro ejemplo de la importancia que tiene la tele.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: También está el caso del *procés*, donde estoy convencido de que la programación ininterrumpida de lo que ocurría en las calles de Barcelona, y en otros lugares de Cataluña, fue esencial para que se acelerarán los sucesos. Hasta tal punto fue así que, cuando yo estaba en Barcelona, sólo podía aliviar el nivel de ansiedad que iba acumulando al ver la televisión bajando a la calle, donde la vida seguía, donde la gente estaba en los bares viendo a Messi, que le importaba muchísimo más a la mayoría de la gente que

lo que ocurría en el Parlament. La política no puede asumir el ritmo frenético de la televisión. Ése es uno de los males actuales de la política. En algún momento alguien tiene que decir «basta» y parar este ciclo electoral interminable en el que no hay tiempo para pensar, en el que los políticos no tienen tiempo ni para pensar ni para elaborar un discurso medianamente complejo, pues a cada momento tienen que soltar sus mensajes, a ser posible muy simplificados, en la televisión.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Lo que ha dicho Carlos sobre las entradas y salidas de la política me ha hecho reflexionar. Vamos a ver. Estamos creando tantas dificultades para quienes participan en política, de tal manera que a quien lo haga prácticamente se le acabe la vida ahí, que esto se ha convertido en un mal, ya no sólo para la política, para los partidos políticos, sino para el propio funcionamiento del país. ¿Un periodista que entra en unas listas electorales queda tan contaminado que ya siempre será un nombre sometido a un partido con un discurso carente de objetividad? Yo desconozco la respuesta.

Lo que no creo es que se puedan poner puertas, que se pueda evitar esto de las puertas giratorias. Si uno ha sido nombrado ministro de Medio Ambiente, porque es un especialista en el tema, ¿después no podrá entrar en ninguna empresa que tenga relación con el medio ambiente? Hombre, es que entonces la participación en política se limitaría a quienes entran en las juventudes de cada partido y nunca tienen un trabajo profesional sino que van pasando de concejal de pueblo a diputado autonómico a no sé qué. Hay que tener cuidado con esas cosas porque todo tiene su lado bueno

y su lado malo. Quizás un periodista, precisamente por su condición de periodista, puede ser un buen político. Hay muchos ejemplos.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Boris Johnson, sin ir más lejos.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Y Puigdemont. Y Companys, que fue periodista además de abogado. Y muchos otros ejemplos. La cosa es que estamos poniendo tantas dificultades para entrar a la política que después no debería sorprendernos que la clase política sea mala; quizá estemos poniendo unas exigencias excesivas.

ÁNGEL TRISTÁN. Exdirector de *La Provincia. Diario de Las Palmas*: Francesc ha venido a decir que ni todos somos buenos ni todos somos malos y Rafa ha mencionado el compromiso cívico necesario para sostener la democracia, en el que los medios también estamos implicados, y ha hecho referencia a los comportamientos inadmisibles que se han dado en Cataluña, contrarios al buen hacer profesional. Yo creo que esto es algo de lo que tenemos que hablar los periodistas. No hay más que ver las portadas de los periódicos de hoy. La pregunta que os hago es si se está atendiendo ese compromiso cívico del que se hablaba o si, más que periodismo, se está haciendo política. En vez de alimentar el entendimiento, ¿estamos dando pábulo a la convulsión? Porque eso iría en contra del compromiso cívico que se le supone al periodismo.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Que el periodismo es política sin responsabilidad es ya casi un cliché. Aun así, yo creo que el comportamiento de los medios nacionales durante el *procés* en general ha sido bastante positivo. Creo que hay cierta nostalgia —como toda nostalgia, muy mentirosa— respecto de un periodismo del pasado que estaba bien escrito, bien editado y que jamás existió. Basta coger un periódico de 1983 para ver las ambigüedades con las que uno se topaba a veces en las informaciones sobre terrorismo, por poner ejemplo. El problema es que la memoria se construye con cierto edulcorante para hacernos la vida soportable y uno cree recordar cosas que jamás ocurrieron. Con todos sus problemas, con esos lamentos que ya hemos repetido hasta la saciedad, creo que el periodismo de hoy es bastante mejor que el que se hacía antes. No sólo es bastante mejor sino que está mucho más vigilado, por muchos más ojos. Además responde de sus errores de una manera mucho más contundente de lo que lo hacía antes. Puede haber otros problemas, como el de la precariedad, pero los mayores errores periodísticos que yo he conocido no los cometieron becarios sino periodistas con una carrera dilatada y un buen sueldo.

Respecto al tema del *procés*, si nosotros asumimos que la verdad está situada en un punto intermedio entre dos mentiras, efectivamente, el periodismo ha fallado a su compromiso. Sin embargo, yo creo que el periodismo respondió bastante bien al alud de mentiras al que tuvimos que hacer frente durante la fase decisiva del *procés*. El *procés* lleva en marcha mucho tiempo; lo que pasa es que se aceleró en 2012, cuando Mas vio las masas en la vía Laietana y se creyó que el «destino manifiesto» de Cata-

luña estaba a punto de hacerse realidad. En ese momento, yo creo que los grandes medios, las grandes cabeceras, respondieron bastante bien, desmontando aquellas mentiras de una manera bastante eficaz y con bastante talento. Claro, otra cosa es el papel que jugaron determinados medios a la hora de construir en Cataluña esa realidad, esa burbuja absolutamente viciada. Porque eso también existió. Convertido en una prolongación del nacionalismo en los medios, TV3 tuvo un papel especialmente insidioso, sobre todo teniendo en cuenta que se trata de un medio sufragado no sólo por los catalanes nacionalistas, sino también por los catalanes no nacionalistas. Y también hubo un problema evidentemente de clientelismo por parte de los medios que dependían de la publicidad institucional. Desde luego, ha habido muchos problemas, pero creo que durante estos cinco o seis años que ha habido muestras bastante talentosas de cómo desmontar las mentiras urdidas por un proyecto político que considero muy pernicioso.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: Solo para discrepar, porque si no parece que estamos de acuerdo en todo, cuando seguro que no es así. Yo creo que precisamente la participación de los medios en el asunto del *procés* no ha generado cosas positivas, aunque haya excepciones. Creo que, en general, en este asunto, en el que es muy difícil poner distancia en los medios españoles, creo que se ha contribuido a empeorar las cosas. El caso de TV3 es una obviedad. Anoche vi TV3 y es espectacular. De hecho es muy difícil ver TV3 y no querer ir después a toda prisa a protestar al aeropuerto, porque realmente parece que te

están invitando a hacerlo. TV3 ha construido la imagen de que sólo hay eso en Cataluña, de que todo el mundo en Cataluña está de acuerdo con ir a protestar al aeropuerto. Pero el problema evidentemente no es sólo TV3. Sin ir más lejos, durante dos años aquí se ha construido la imagen de que el único desenlace posible del juicio del *procés* era una condena por rebelión. Y, después de la sentencia de ayer, todo el mundo parece muy sorprendido, cuando se sabía que esto era algo que estaba en discusión desde hace muchísimo tiempo. Ayer yo leí bastantes columnas que prácticamente venían a decir que Marchena había traicionado a España. Al final, este oficio consiste en contar las cosas como realmente son, desde todas las perspectivas, y yo creo que en esto del *procés* el problema es que unos han contando sólo un lado de la película y otros han contando sólo el otro lado de la película.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Pero lo que describes es precisamente esa pluralidad que pedimos.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Lo que se pide es que te cuenten los dos lados.

RAFA LATORRE. Columnista de El Mundo y colaborador de Onda Cero: La sentencia, a partir de la página 273, tiene doce páginas en las que habla de por qué el tribunal toma la decisión que toma a pesar de los hechos probados que ha relatado anteriormente, que además son fáciles de probar, por la publicidad de los delitos y por-

que los acusados en ningún caso negaron los hechos ni su autoría. El problema es que en esas doce páginas hay una lectura política del *procés* por parte del Tribunal Supremo. Se puede hacer una crítica de esa lectura de que el *procés* fue una farsa, o una ensoñación, como dice el Tribunal Supremo. Ya no entro en las penas, aunque yo preferiría que hubiera un relato más firme de lo que fue realmente el *procés* pero que se hubiera condenado a menos años a Oriol Junqueras. El problema es que se va a asumir como relato oficial que lo ocurrido fue únicamente un farol o una cuestión de conductores suicidas que iban a frenar en el momento exacto en que se propusiera una mesa de negociación, cuando esa mesa de negociación estaba presente desde el principio y lo que pasa es que lo único de lo que se querían hablar era de un referéndum de autodeterminación que no estaba al alcance del Gobierno.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Ya que hemos entrado en este tema, me gustaría saber la opinión de Francesc de Carreras como catedrático en Derecho Constitucional.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: A no ser que seas un genio extraordinario, hay que decir que no se puede comentar con rigor una sentencia tan larga y tan compleja el mismo día que sale esta sentencia. Algún colega mío estuvo todo el día estudiándola. En primer lugar hay que decir que el mundo del derecho es un mundo de discusión de sentencias. En todas las revistas de derecho, digamos académicas, hay una parte de jurisprudencia en la que se discuten senten-

cias. Por tanto, discutir sentencias es normal. Lo que no creo que sea correcto es mirar el fallo, leer rebelión o sedición y decir que no estás de acuerdo, que trece años son demasiados o demasiado pocos. Sinceramente, esto no es serio. No es nada serio. Porque lo importante de una sentencia es la argumentación. Por eso precisamente no puedo contestar a la pregunta que me haces.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Pero algo has leído.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Muy poco. No he tenido tiempo. Las sentencias hay que leerlas con tranquilidad. Hay que informarse, hay que saber de la materia, hay que ver los precedentes. Vamos a ver. No puedes decir que trece años son demasiados. ¿En que te basas para decir algo así? Tienes que mirar el delito y después los antecedentes, que te van explicando cómo se ha formado su juicio el tribunal. Ha habido quinientos testigos y si no has escuchado a unos y a otros difícilmente puedes hacer un juicio tan riguroso como pueda hacerlo el tribunal. Frívolamente podría decir que, a mí, por el trocito de sentencia que he leído, no me convence nada esta sentencia, pero no pasaré de ahí.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: ¿Por el relato?

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: No, el relato no lo he leído, pero supongo que estará bien.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Entonces, ¿pero qué no te convence?

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Te lo podré decir de aquí a un mes o algo así.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Ésa es la diferencia entre el trabajo de un periodista y el trabajo académico. Un académico puede tomarse todo el tiempo del mundo para leer, estudiar y matizar, pero ése es un lujo que los periodistas no tenemos. Los periodistas tenemos que mirar a nuestro alrededor y cazar a un catedrático de Derecho Constitucional al vuelo, porque nuestros lectores nos preguntan por lo que ha pasado con la sentencia, nos preguntan si es buena o es mala.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Por eso ayer estuve con el teléfono todo el día en modo avión.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Hay que distinguir el laberinto jurídico, del que un periodista no puede salir si se mete, porque no tiene la pericia suficiente para ello, de lo que podríamos llamar la perspectiva política del relato. No es lo mismo. Desde luego, hay una valoración técnica de la sentencia que no está al alcance de los periodistas. De eso no hay duda.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Absolutamente.

CRISTÓBAL FERNÁNDEZ. Vicedecano de Estudiantes y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: No puedo pasar por alto el inicio de la intervención del señor de Carreras. Usted no ha querido opinar sobre la sentencia porque le faltan datos e información pero ha opinado sobre la existencia de facultades de Ciencias de la Información. Su opinión es libre pero ha hecho referencias a unos planes de estudio que desconoce, por lo que me veo en la necesidad de corregirle. Los planes de estudio —estamos en la tercera revisión de los mismos— incluyen Historia, incluyen Derecho. Por supuesto que sí. Montserrat Domínguez es licenciada en Periodismo por la Complutense. Rafa Latorre es licenciado en Periodismo y Carlos es máster en Periodismo por la Escuela de Periodismo de *El País*. Usted, en cambio, es el único que no tiene formación en este sentido. Por respeto a todos los que están aquí, y a los que tenemos formación, he de decir que la opinión es fantástica pero que hay que fundamentarla, pues sino se comete un grave atropello.

FRANCESC DE CARRERAS. Catedrático de Derecho Constitucional: Hombre, algo de fundamento sí que tengo. Yo no conozco todos los planes de estudio de España —no conozco los de la Complutense, por ejemplo— pero sí conozco los de Barcelona, porque he sido profesor en la Facultad de Ciencias de la Información y porque mi departamento era informado de cómo cambiaban los planes de estudio. Por eso puedo opinar. Lo que he dicho es que se han ido aumentando las asignaturas, entre comillas, periodísticas y se han ido reduciendo las de cultura general. Antes había una Escuela

de Periodismo —yo estudié en la Escuela de Periodismo de Madrid del Ministerio; no acabé los estudios pero sí estuve ahí— donde se daban muchas asignaturas, la mayoría de las cuales no eran periodísticas sino de otra índole. Por tanto algo, como ha atacado usted a mi capacidad, como me ha dicho que soy un irresponsable porque como no conozco tema, he de decirle que, aunque no conozco todas las facultades, sí que he hablado de esto con otros compañeros de otras facultades. Creo, y esto es una opinión basada en hechos, que un breve máster es suficiente para saber de periodismo y que es más importante que el periodista se forme en una disciplina concreta. Aunque, naturalmente, esto es discutible.

JUAN CUESTA. Director de Europa en Suma: Yo, ante todo, quisiera abordar el debate desde el punto de vista de la responsabilidad de los periodistas en lo que se supone que es el papel que nos corresponde, que es vigilar, controlar y denunciar al poder. Me refiero a la dejación que hemos ido haciendo históricamente de nuestra responsabilidad.

Volviendo a Cataluña, esta mañana he oído en una emisora de radio que hay dos carreteras comarcales cortadas en Barcelona, además del Cercanías de Mataró. Tres cosas que entiendo que no son muy significativas. Supongamos que no ha ocurrido nada más a lo largo de la mañana. Esas tres imágenes de cincuenta personas cortando una carretera comarcal, de cincuenta cortando otra y de doscientas en el Cercanías de Mataró se habrán multiplicado durante toda la mañana en los programas especiales de la televisión, que duran horas y horas y horas. Imágenes que se repiten cada vez

que colocamos una ventana y que dan la sensación de que está ocurriendo algo, cuando en realidad no ha ocurrido nada nuevo desde hace horas. ¿Qué hacen esos programas tan largos? Multiplicar esa imagen y su efecto; un efecto que es favorable a los convocantes, a los tumultuarios, porque da la sensación de que hubiera un caos que realmente no existe. Otra cosa fue ayer, cuando sí lo hubo. Lo que digo es que con un solo corte de una estación, multiplicando a lo largo de toda la mañana una imagen, repitiéndola cien veces en cada cadena, se magnifica, se exagera.

¿Qué estamos haciendo los periodistas ante esto? A los medios imagino que esto les da resultados económicos, que les da audiencia, por lo que no se van a cuestionar el tema, pero ¿qué estamos haciendo los periodistas al respecto? ¿Qué estamos haciendo, por ejemplo, cuando el poder —y cambio de asunto— intenta manipular, presionar, sugerir, inducir? ¿Qué estamos haciendo? Nos hemos dejado llevar desde hace muchos años y ahora resulta difícil cambiar las cosas porque no habido decisiones colectivas de los periodistas para intentar frenar esta tentación, que va unida desde luego al ejercicio del poder.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Vivimos un momento en el que existe una competición brutal por la atención. Hablabas de las televisiones pero si nos referimos a la web, que es el ecosistema en el que nos movemos ahora los periódicos, esto es aún más complejo, porque estamos peleando continuamente por la atención. Esto sí que es un cambio. Esto es algo que no nos sucedía antes. Estamos peleando por la atención del lector con otro montón de

inputs que le llegan. Eso nos obliga a ser atractivos; muchas veces incluso a ser espectaculares. Y en ese espectáculo la línea es muy fina.

Dicho esto, creo que la situación en España no llega ni de lejos a la situación que hay, por ejemplo, en América. Yo he sido corresponsal en Latinoamérica. Estamos hablando al fin y al cabo de política, de si no estaremos engrandeciendo a los que están haciendo determinadas políticas. Sólo en Argentina hay seis televisiones que dan información 24 horas al día. Cuando hay un suceso en los alrededores de Buenos Aires, un suceso pequeñito —aunque ahí los sucesos son mucho más graves que aquí—, hay seis canales siguiéndolo con seis furgonetas enormes que emiten en directo desde la casa de una señora. ¿Qué genera eso? Genera que todas las encuestas detecten una sensación de inseguridad brutal, que a su vez, como una bola tremenda, va generando que, por ejemplo en Estados Unidos, la gente también busque más armas. Todo ello crea una bola mucho más compleja que la que tenemos en España y en Europa, donde somos muy pequeñitos con eso.

Es muy difícil marcar ese margen porque creo que es mucho más peligroso lo contrario. Me refiero a ocultar una parte de la información porque no nos interese. Ahí está el ejemplo de TV3. Cuando Ciudadanos se convirtió en el partido más votado de Cataluña los espectadores de TV3 se debieron quedar totalmente descolocados: «¿Qué ha pasado? ¿Cómo es posible que Ciudadanos sea el partido más votado de mi comunidad si yo todos los días veo en la televisión que estamos todos de acuerdo en que son unos fascistas?». Igualmente, puede haber muchos lectores de periódicos o televidentes en Madrid o en Murcia, o en cualquier otro sitio de España, que cuando hayan

visto que la sentencia no era por rebelión se hayan quedado totalmente descolocados: «Pero ¿cómo es posible? No estaba todo el mundo de acuerdo en que había habido una rebelión y un golpe de Estado?». Pues no, había dudas, aunque en algunos medios, por interés, porque no coincidía con la línea editorial, no se contaba que había un debate jurídico fortísimo en entre sedición y rebelión. Creo que, al final, la forma de ver si el periodismo que hacemos es bueno o malo es que, cuando llega una noticia sobre un asunto, la gente se sorprende o no se sorprenda. Si hubiéramos hecho bien nuestro trabajo la gente no debería sorprenderse de la sentencia de Marchena. Y si el periodismo catalán hubiera hecho bien su trabajo la gente en Cataluña no debería sorprenderse de que Ciudadanos ganase las elecciones.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Se está dando ahora un fenómeno bastante interesante, que es una cierta regionalización de la política, porque hay un mensaje al que los medios estamos contribuyendo cuando prestamos demasiada atención a unas comunidades frente a otras, lo cual yo creo que es nocivo para los intereses nacionales, para la cohesión nacional. Extremadura lleva con un tren horrible y unas infraestructuras precarias desde hace muchísimo tiempo; toda la vida. Y, de repente, a alguien se le ocurre que, en lugar de hablar de la áspera materialidad de cuánto tardas en llegar a Madrid si coges el tren en Almodóvar del Campo, podría utilizarse un lenguaje que abundara en «la dignidad de un pueblo». Efectivamente, es un lenguaje que ha funcionado mucho mejor mediática y políticamente. Ésa es la pedagogía perversa del nacionalismo, que se está aprendiendo en el resto de las

comunidades, donde entienden que pueden obtener un premio si adoptan las abstracciones de la nación, etcétera, etcétera. Y eso tiene una traducción especialmente perversa cuando un partido regionalista ve cómo sus votos adquieren valor porque se necesitan para una negociación de unos presupuestos, por ejemplo. De repente aparece un Pedro Quevedo y dice: «Oye, pues si éste está sacando partido yo también puedo». Entonces es cuando florecen los Teruel Existe, los Partidos Regionalistas Cantabros, etcétera. Y creo que los medios somos muy responsables de esto. Recuerdo cuando ardió el Windsor. Había miles de periodistas. Fue una cosa salvaje. Me preguntó si hubiera acaparado la misma atención si el Windsor fuera un edificio importante en Murcia, por ejemplo. Es una reflexión que hago. Creo que en España hay una sobrerrepresentación de determinados territorios en los medios, así como una infra-representación de otras regiones. Y esto es algo que tiende a compensarse al final, porque la gente va aprendiendo a captar la atención de los medios.

ÁNGEL TRISTÁN. Exdirector de *La Provincia. Diario de Las Palmas*: Yo tengo mucho miedo desde hace muchos años a la equidistancia del periodismo, a esa manía que tienen algunos de ser equidistante por un cierto sentido de vergüenza. Yo, por ejemplo, recuerdo cuando con ETA había muchos equidistantes, personas que se situaban entre las víctimas y los verdugos porque querían ser objetivas, hasta el punto de perder absolutamente la objetividad, como la historia un poco ha demostrado. En el tema de Cataluña también creo que hay muchos que tienen un empeño en ser equidistantes, en mantener una posición intermedia. Pero las estadísticas intermedias nun-

ca son exactas. Lo digo desde la experiencia que me dan mis 71 años de edad. A mí eso de la equidistancia es algo que me preocupa bastante. Con respecto al *procés*, la verdad es que, aunque casi nadie lo diga, comenzó el 28 de octubre de 1990 con la publicación de lo que se llamó la estrategia de recatalanización que aprobó Jordi Pujol. Estrategia que es igual a proceso, pues son sinónimos. Ese proceso de recatalanización tenía ciento y pico puntos. Uno de esos puntos perfilaba perfectamente la creación de periódicos adeptos, la cobertura de las tasas universitarias por parte de profesores nacionalistas, la cobertura de las plazas en las radios y televisiones públicas por profesionales nacionalistas. Lo digo porque es importante tener en cuenta los orígenes de todo este proceso para entender lo que está pasando ahora. Creo que cuando el tribunal habla de «hechos probados» tendría que ser más moderno y escribir «hechos probados y radiotelevisados», pues podemos estar de acuerdo o no con los hechos probados pero todos hemos visto esos hechos radiotelevisados.

ALBA MORENO. Estudiante de Ciencia Política y Periodismo en la Universidad

Rey Juan Carlos y redactora de *Infodiarío*: En la universidad insisten muchísimo en la búsqueda de la objetividad. Entonces, ¿es ético que un periodista se presente a unas elecciones en las listas de un partido político?

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Bueno, en el momento en el que va en

las listas de un partido político pasa a ser un político. Tú puedes tener distintas habilidades o capas. Ni es ético ni deja de serlo. Lo que ocurre es que entonces dejas de

actuar como periodista y pasas a hacerlo como parte de un partido, como miembro de un partido político. Estés afiliado o no lo estés.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: De todas maneras, se puede ser objetivo incluso siendo político.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: La objetividad merecería un debate.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: Sí, un debate metafísico. Si nos limitamos a describir la objetividad como la capacidad que tiene una persona para asumir los hechos más allá de su ideología, incluso un político podría ser objetivo, a pesar de que la disciplina de partido se lo ponga complicado.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Claro que puede serlo, pero no en público. Ése es el problema que tenemos. Ojalá tuviéramos políticos como los que hay en otros sistemas.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero: ¿Que dijeran lo mismo en público y en privado?

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Eso es. Y que se vieran premiados por hacerlo. A fin de cuentas, es una cuestión

de incentivos. El problema es que los poquísimos políticos que hemos tenido en España en los últimos años con un espíritu crítico —que ya la objetividad sería un sueño— se han caído de las listas de forma brutal. Otra de las cosas muy llamativas que están ocurriendo es aquello de la «democratización de la política». A mí por lo menos me ha sorprendido que esa teórica democratización de la política que se da cuando los líderes son elegidos por la militancia, en vez de por una estructura de poder, haya tenido como resultado que los líderes tengan tanto poder que eligen directamente a quienes los acompañan en sus listas —porque éstas no son elegidas por la militancia— sin tener que darle explicaciones a nadie. Hace no tanto tiempo, si tú tenías el control de tu provincia de alguna manera podías hacer de contrapoder; tenías las espaldas cubiertas porque sabías que al ser el jefe de tu partido en esa provincia ibas a ir necesariamente en las listas y era muy difícil echarte.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: ¿Veis cómo dentro de cada periodista hay un político? Es que la política nos apasiona.

Me gustaría decir una cosa sobre el tema de la objetividad. Yo creo que la única objetividad posible es ser radical con los datos, con los hechos. Eso es lo único en lo que creo que estamos de acuerdo. Eso es lo que diferencia a quien ejerce el periodismo de manera más profesional, ya sea en un medio grande, mediano, pequeño o en un medio universitario. Los buenos profesionales, los buenos periodistas, son aquellos que respetan los hechos. Los hechos son opinables, son interpretables, pero son los hechos. Creo que ésa es la única objetividad a la que realmente deberíamos estar obli-

gados en una especie de juramento hipocrático. Los hechos son los que son. Otra cosa es comentar la sentencia, la interpretación, lo que ha pasado en las calles, si nos parece mucho o poco... Lo que digo puede parecer una perogrullada pero estamos en un mundo en el que los hechos empiezan a ser cuestionados y en el que, además, hay mucha gente a la que le dan igual los hechos. Si empezamos a no dar valor a los hechos y a los datos reales y contrastables —porque ése es nuestro trabajo—, el resto del discurso ya es fácilmente manipulable por malos periodistas, por pseudoperiodistas o por quienes tengan interés en jugar con el discurso público. Creo que en esto deberíamos estar todos de acuerdo.

CARMEN SALGADO. Profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: Yo no quisiera quedarme con la impresión que he tenido al oír la respuesta del profesor Carreras de que se ponen en cuestión las titulaciones de las facultades de Ciencias de la Información en España, tanto oficiales de las facultades como de algunos medios, como el citado *El País*. Sinceramente, no me gustaría que mis alumnos pensarán que basta un año o un poquito más para que alguien con otra formación pueda ser periodistas.

GEORGINA HIGUERAS. Excorresponsal de *El País*: En cuanto a lo de que los hechos son los hechos, creo que es fundamental, pero no solo en el periodismo sino también en la política. En este momento difícil que está atravesando la democracia, si queremos que la democracia perdure, si queremos luchar por la democracia, lo cual es

importantísimo, la única solución es que empecemos a penalizar a los políticos que no dicen la verdad. No podemos permitir que Nigel Farage, por ejemplo, o Trump o Bolsonaro o cualquier otro se permitan decir cosas como que tenemos que ir a un Brexit porque el Reino Unido paga siete millones y medio de libras a la semana a la Unión Europea y que, una vez fuera de la Unión Europea, eso se invertirá en el servicio de salud pública. Por que claro, si así fuera todos los británicos votarían a favor del Brexit. Pero la realidad es que, luego, al día siguiente de votarse el Brexit, Farage tuvo que reconocer en una entrevista que sabía perfectamente que eso era mentira, que tanto él como Boris Johnson habían mentido todo el tiempo con esos datos. No podemos aceptar que los políticos nos mientan, que es lo que hacemos cuando entrecorrimos esas mentiras y las repetimos, con lo cual los, al final, los medios de información, las televisiones, los radios, nos hacemos eco y agrandamos esas mentiras. Así, desde luego, no vamos a defender la democracia. Así vamos a dañar la democracia y a hacer populismo, que es lo que estamos viendo. Creo que esto es algo importantísimo a lo que se debería dar solución de una vez por todas. Es necesario que la población entienda que los hechos son los hechos. Eso es algo que todos tenemos que defender; desde luego, nosotros los periodistas, pero también los políticos.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Absolutamente.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Estoy completamente de acuerdo con lo que dices. De hecho, creo que uno de los principales

problemas que tiene el periodismo —también como modelo de negocio— es la drástica devaluación que ha sufrido la verdad. La verdad es la materia prima del periodismo. Nosotros vivimos de trabajar con la verdad, aunque sea para interpretarla, aunque sea para servirla como información aséptica o a través de un editorial. En Murano se trabaja con cristal y nosotros, trabajamos con la verdad. Si el cristal se devalúa, en Murano sufre la industria. Cuando la verdad se devalúa somos nosotros quienes sufrimos esa crisis.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sex-

ta: Desde luego. Volviendo a la pregunta que nos hicimos al principio, si debemos tomar partido o no, la respuesta casi siempre es que no, pero hay algo en lo que, por lo menos en mi opinión, sí debemos tomar partido en nuestro trabajo diario y eso es la verdad. Frente a una mentira no se puede ser equidistante. En otro tipo de cosas, incluido el *procés*, no se debe ser equidistante pero sí se debe ser distante. Yo creo que la clave del periodismo bien hecho es mantener la distancia y no implicarte. Pero en el caso de las mentiras, ése es nuestro trabajo diario. Dicho eso, yo no creo que la mayoría de los medios reproduzcan mentiras con tanta facilidad. La decisión difícil en los medios —con el espacio y el tiempo limitado del que disponemos y la presencia de cada vez menos periodistas en los medios— es si le dedicamos toda nuestra energía a desmentir la mentira; ésa es la decisión difícil a la que tenemos que enfrentarnos cada día. Porque los que hacemos periodismo político vivimos rodeados de mentiras todos los días. Le dedicamos espacio y tiempo a las mentiras cada día. Sin ir más lejos,

cada día tenemos gente dedicada al *fact checking* —cada vez más gente—, pero la atención es limitada y los espacios son limitados. La decisión que tenemos que tomar los jefes de redacción de los periódicos es si es más importante desmentir determinada mentira o contar las nuevas noticias que surgen día a día. Es difícil, pero no hay duda de que es algo que los lectores demandan cada vez más. Los lectores quieren que se desmienta la mentira.

MONTserrat DOMÍNGUEZ. Moderadora: El problema es que, al desmentir determinada noticia, te colocas en determinada agenda. En el momento que entras a desmentir una afirmación que sabes que tiene un impacto social, le estás robando espacio a lo mejor a otro asunto, a otro tema, que tú consideras más relevante. Porque así es como se vampiriza la agenda; ya sea con las mentiras o con los desmentidos de las mentiras. Es una técnica que se utiliza mucho. Es verdad que existe una forma de abordar el asunto, que es el sándwich, donde tú cuentas la verdad, cuentas por qué no es cierto el dato, porque es falso lo que ha dicho Fulano, y luego reafirmas, pero aun así al final acabas entrando en el bucle en el que te quieren meter.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Recuerdo una entrevista con Rocío Monasterio en Televisión Española. Las entrevistas duran veinticinco minutos y Monasterio debía ir a tres mentiras por minuto. Es complicado y muy polémico, pero realmente en televisión haría falta una pantallita pequeña en la que alguien fuera diciendo: «Señores, todo esto que les están diciendo,

desde el aborto hasta los problemas de la emigración y la delincuencia, prácticamente es falso en un 95%».

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Para eso no hace falta una pantallita sino un periodista enfrente que lo diga.

CARLOS E. CUÉ. Periodista de El País y colaborador de la Cadena SER y La Sexta: Si, pero si lo hace el periodista que lleva la entrevista prácticamente no dejaría hablar a la entrevistada. No es un tema fácil. Sin ir más lejos, el otro día criticaron a Xabier Fortes por la polémica sobre las Trece Rosas, cuando el representante de Vox, Ortega Smith, dijo que las Treces Rosas violaban y todo lo demás. Al trabajar en la televisión pública, Fortes tiene que entrevistar —y es correcto que sea así— a representantes de distintas formaciones políticas. Lo que le criticaron es que no parara al interlocutor de Vox, que no le interrumpiera. Como digo, son decisiones muy difíciles pues al final el entrevistador no dejaría hablar al político. Por eso propongo a solución de la pantallita.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos: Las libertades no se alcanzan de una vez para siempre sino que están sometidas permanentemente a un proceso de erosión. Los periodistas somos convocados permanentemente a asumir todo tipo de causas. Todo el que se te acerca por la calle te dice que si habláramos de éste o aquel problema ya se habría resuelto. Pero

yo no creo que los periodistas tengan que asumir causas, con la excepción de la defensa de la libertad, de la de evitar la erosión de las libertades, de la de conseguir que sigan vigentes. Y, desde luego, parte de ello es luchar contra la barbarie ésta de los hechos alternativos. En Cataluña, el día uno de octubre yo estaba en la plaza de Sant Jaume cuando bajaron del ayuntamiento contando que había 250 heridos. Yo pregunté de qué consideración, de qué gravedad. Después, no vimos a las autoridades públicas visitando los hospitales, porque la verdad es que no había nadie ingresado. Pero nos lo tragamos como una bola.

MONTSERRAT DOMÍNGUEZ. Moderadora: Para cerrar esta mesa quiero retomar algo que ha dicho Francesc, al que también quiero dar la enhorabuena por su Premio Diario Madrid, de gran prestigio. Hay algo en lo que creo que podemos estar de acuerdo todos, más allá del compromiso con la causa de la libertad, la democracia y los derechos humanos, que es algo que tenemos todos claro. Un medio de comunicación tiene que ser absolutamente impecable con los datos, libre en el análisis y plural en las firmas. Creo que en eso podríamos encontrar un acuerdo sobre lo que es una forma honesta y realista de practicar el periodismo. Muchísimas gracias a todos.

SEGUNDA SESIÓN

Desafección y juventud

JOSÉ FÉLIX TEZANOS

Presidente del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)



DANIEL ANIDO

Director de Informativos de la Cadena SER



MANUEL RAMOS

Presidente del Consejo de la Juventud de España



BLANCA POU

Periodista de Europa Press.

Premio APM 2018 a la Periodista Joven del Año



RUBÉN AMÓN

Columnista de *El Confidencial* y colaborador
de Onda Cero y Antena 3



Moderadora

GEMMA ROBLES

Directora adjunta de *El Periódico*





*Gemma Robles, Rubén Amón, Daniel Anido,
Blanca Pou, Manuel Ramos y José Félix Tezanos*

DESAFECCIÓN Y JUVENTUD

El público ha dado la espalda al periodismo profesional, cuestionado, desacreditado y en ocasiones arruinado en los últimos años en sincronía con el desprestigio de la clase política. Con la crisis como causa o como excusa, se le achaca una cierta dejación de funciones y subordinación a intereses económicos. ¿En qué está fallando el periodismo? ¿Nos protege de la mentira interesada y la manipulación o la blanquea?

Si el modelo de negocio, es decir, la sostenibilidad, pasa por el cobro, se antoja necesario volver a ser imprescindibles y superar la desafección que se ha ganado. ¿Cómo puede recuperar su función de cuarto poder el periodismo desde la modernidad? ¿Qué ha de hacer para captar el interés de una juventud cada vez más inundada de información y carente de contrastes verificadores? ¿Se puede extrapolar el modelo de la radio, en el que sí parece tener cabida la juventud?

GEMMA ROBLES. Moderadora: Acabamos de tener una mesa interesantísima pero no os engaños, que ésta es la buena. En esta sesión vamos a hablar de si realmente hay una relación entre la juventud y la desafección que existe actualmente hacia el mundo de la política, hacia el mundo de la comunicación. Vamos a poner datos encima de la mesa para poder analizar esta cuestión y vamos a intentar llegar a una conclu-

sión al respecto. Pero, además, vamos a hablar sobre el futuro. Veo aquí a muchos futuros compañeros a los que creo que el tema os va a interesar especialmente. Os animo a todos a que participéis, a que preguntéis. Pero, igual que os pasará cuándo empecéis a ejercer la profesión, es probable que sólo tengáis la oportunidad de hacer una pregunta. Pensad muy bien qué pregunta hacéis pues es la que tenéis; quizá de ahí podáis sacar después un titular, una página, quién sabe si hasta un Pulitzer.

Vamos a hablar de juventud, de novedades, de formatos, de futuro, de tecnología, del tipo de información que debemos hacer para seguir siendo necesarios, para resultar atractivos a los demás y para resultarnos atractivos a nosotros mismos, y también para sobrevivir como empresas, en el caso de los medios que no son públicos.

Eso sí, voy a mantener la ortodoxia y la tradición en una cosa, que es el respeto a las cinco W, que para mí es algo que los periodistas nos deberíamos tatuar y seguir prácticamente en cualquier tipo de información. Vamos a comenzar pues por el qué. ¿Qué es eso de la desafección? ¿Qué es eso de la desafección y de la juventud? Como tenemos el lujo de tener con nosotros ni más ni menos que al presidente del CIS, que tiene todos los datos supuestamente en la cabeza —y por lo que veo aquí también en la carpeta—, vamos a empezar pidiéndole que nos haga una radiografía de la cuestión, por decirlo así.

JOSÉ FÉLIX TEZANOS. Presidente del CIS: Quiero empezar agradeciendo a los organizadores la invitación y aclarando que no voy a hablar en calidad de presidente del CIS, sino como José Luis Tezanos. Yo soy catedrático de sociología y que llevo

muchos años investigando, entre otras cosas, la cuestión que nos ocupa hoy. De hecho, tengo varios libros publicados sobre la problemática de la juventud y me parece que el tema que vamos a tratar aquí es una de las cuestiones fundamentales que están afectando a las sociedades de nuestro tiempo. Cuando surgieron las sociedades industriales, la cuestión social tenía que ver con los trabajadores, con los problemas del trabajo. En las sociedades de nuestro tiempo, la cuestión juvenil es la que marca la evolución de dichas sociedades y los problemas principales que estamos viviendo. He traído conmigo alguna documentación de investigaciones que llevo haciendo desde hace tiempo sobre la cuestión juvenil en la que se recogen los resultados de una investigación que se realizó con muchas encuestas y estudios cualitativos y que duró desde el año 2009 hasta el año 2016.

Entonces, ¿qué está pasando con la juventud? En este momento, la juventud está sufriendo la modificación del contrato social básico sobre el que se habían sustentado hasta ahora las sociedades industriales. Fundamentalmente había una lógica según la cual tú actuabas en un escenario en el que tenías unas posibilidades en función de tus esfuerzos. La sociedad tenía pautado que si tú realizabas determinados tipos de esfuerzos, si estudiabas, terminabas una carrera y ese tipo de cosas, luego tenías la certeza de que ibas a tener una profesión. Con esa profesión ibas a formar una familia, ibas a hacer un proyecto vital, ibas a tener una casa, ibas a tener un bienestar. Pero todo eso se ha quebrado en las sociedades de nuestro tiempo. Cuando la profesora Verónica Díaz y yo terminamos el libro, en el que analizamos la situación de la juventud española en ese momento, sobre todo de los jóvenes menores de 35 años,

vimos que los que estaban en paro o tenían una situación laboral desastrosa, que no les daba, con bajos salarios y trabajos precarios e inestables, superaban la cifra del 70%. Ahora esa cifra se ha modificado algo por varias razones, como la subida del salario mínimo y un repunte del empleo, pero lo básico permanece. La inestabilidad en los trabajos, la precariedad, está produciendo efectos en la sociedad desde muchas perspectivas. En primer lugar, desde el punto de vista de las perspectivas de los jóvenes, de cómo se sienten los jóvenes en la sociedad. La mayor parte de las investigaciones que hemos realizado durante muchos años fuera del CIS demuestra que los jóvenes piensan que la sociedad no es equitativa con ellos, que la sociedad ha incumplido un contrato social básico y que la sociedad no se preocupa por ellos, que son un problema secundario en el debate político, no el centro del debate político. El resultado es que ellos tienen cierta actitud de distanciamiento. No es exactamente desafección, sino que consideran que están fuera de ese mecanismo, lo cual les lleva a utilizar distintos procedimientos para conformar su cultura política, su actividad política.

Esto, aparte de afectar a los jóvenes, está afectando a la sociedad en su conjunto. Entre otras cosas porque se está perdiendo la noción de una sociedad equitativa en la que hay equilibrios, en la que hay igualdad de oportunidades, en la que nos podemos sentir razonablemente satisfechos con lo que está ocurriendo; creo que muchas personas conscientes de esto nos sentimos profundamente insatisfechos porque tenemos hijos, tenemos nietos, y sabemos que se está generando un diseño de sociedad que taponas las posibilidades de desarrollo de la propia humanidad. Yo creo que esto puede conducir —y no exagero— a una crisis sistémica y de civilización si no

se resuelve la cuestión juvenil. Daos cuenta que, desde el punto de vista general, también hay efectos muy notables en la sociedad. En este momento, por ejemplo, la tasa de nupcialidad, el número de personas que se casan o emparejan, es menos de la mitad de lo que era en la década de 1970. Cada vez se emparejan menos personas. Como decía, es una situación que tiene múltiples efectos en la sociedad, entre ellos el demográfico: la tasa de natalidad por mujer joven fértil en España es la más baja de los países de la OCDE. De hecho, no sé si sabréis que en los congresos de demografía se lleva años haciendo bromas sobre el hecho de que la tasa de natalidad en España es incluso más baja que la de la Ciudad del Vaticano. Efectivamente, estamos en una situación de no reproducción, de no mantenimiento de la sociedad. Pero, sobre todo, esto es algo que está afectando poderosamente a la economía, porque no hay consumo sostenible, porque no hay inserción en la sociedad y porque se produce esa situación general de flotabilidad.

¿Qué efectos políticos tiene esto? Tenemos también distintas informaciones empíricas. Por ejemplo, en el grupo de investigación que yo he dirigido durante muchísimos años hicimos una investigación durante cuatro años en la que intentábamos ver qué elementos tenían influencia en los comportamientos políticos. La pregunta era muy sencilla. Con encuestas bien hechas, domiciliarias, con muestras bien articuladas y suficientes, pedíamos a los encuestados que nos dijeran las tres o cuatro decisiones políticas del último año que más habían influido en sus vidas. Había distintas opciones. ¿Qué es lo que más influye en el comportamiento de las personas? Básicamente la televisión, personas concretas, las redes sociales e Internet, los periódicos y la radio.

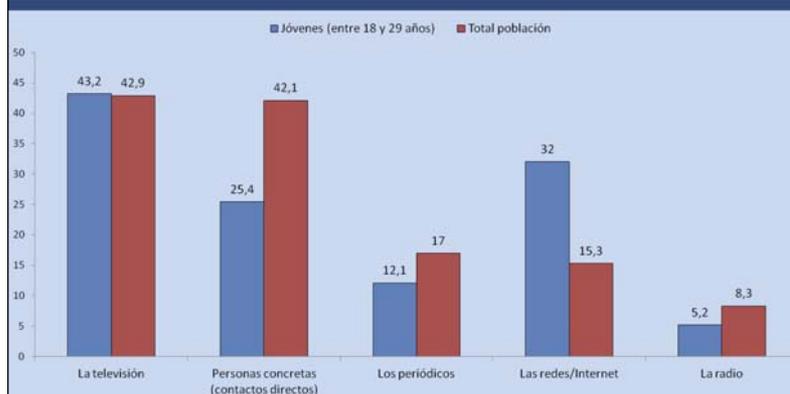
Lo importante es distinguir entre el modelo que influye en los jóvenes y el modelo que influye en el conjunto de la sociedad. Porque vemos que hay claramente un doble modelo de recepción de la información, o de la influencia política, al margen de la enorme importancia que tienen personas concretas, no sólo líderes sino vecinos, amigos, etcétera. Los dos modelos que existen tienen elementos en común. En primer lugar, la influencia destacadísima de la televisión, una influencia destacadísima y prioritaria, y el predominio de las relaciones directas. Pero, en las personas menores de treinta años, lo que tiene mayor prevalencia son las redes sociales —luego veremos qué tipo de redes sociales—. En este grupo hay menor incidencia de la prensa escrita y, para mi sorpresa, prácticamente ha desaparecido la radio, cuando yo pensaba que la radio era algo que nos acompañaba continuamente a todos. Sin embargo, en las personas mayores hay un mayor seguimiento comparativo de los periódicos —el paradigma del lector de periódicos, tanto en este país como en muchos otros, es una persona mayor— seguido de cierta atención a la radio, y una muy pequeña incidencia de Internet. Esto es resultado de una investigación cuyos resultados publicamos en la revista *Temas*.

Ahora vayamos a los datos recientes del CIS. El CIS ha realizado y publicado varias encuestas pre y postelectorales con muestras muy amplias, de 17.000 o 18.000. Conjuntamente todas estas encuestas proporcionan una base de información muy útil a la que se puede acceder libremente en la red para informarse de cuáles son las pautas de comunicación de la población en este momento. El análisis que os voy a comentar aquí esquemáticamente se refiere a un análisis comparado de la población entre

PRINCIPALES INFLUENCIAS EN LAS DECISIONES POLÍTICAS

(Frecuencias acumuladas)

%



FUENTE: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales 2015.

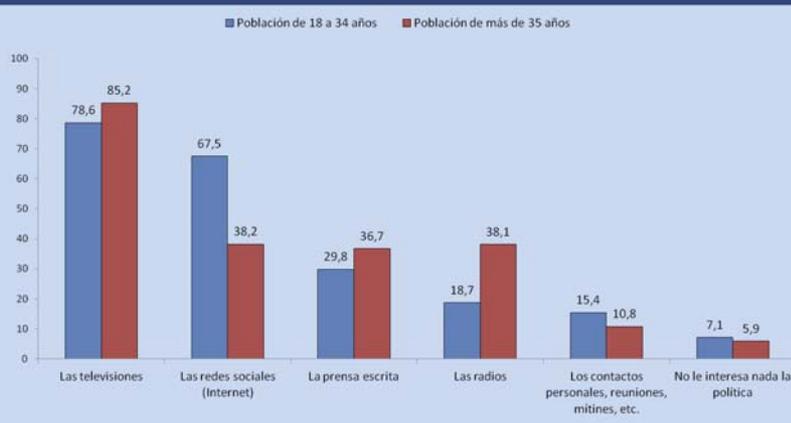
PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

MODELOS DIFERENCIADOS DE INFLUENCIA EN LA ADOPCIÓN DE DECISIONES POLÍTICAS IMPORTANTES

	Modelo juvenil (De 18 a 29 años)	Modelo senior (Mayores de 60 años)
Elementos diferenciadores	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor prevalencia comparativa de las redes-Internet (32%) - Menor incidencia de la prensa escrita (12,1%) - Práctica desaparición de la influencia de las radios (5,2%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor seguimiento comparativo de los periódicos (17,8%) - Cierta atención a la radio (9,4%) - Escasa incidencia de las redes-Internet (4,5%)
Elementos comunes	<ul style="list-style-type: none"> - La televisión continúa siendo el principal factor de influencia en las decisiones (43,2%) - Predominio de la influencia de las relaciones directas (42,7%) 	<ul style="list-style-type: none"> - La televisión continúa siendo el principal factor de influencia en las decisiones (43,7%) - Predominio de la influencia de las relaciones cara a cara (42,8%)

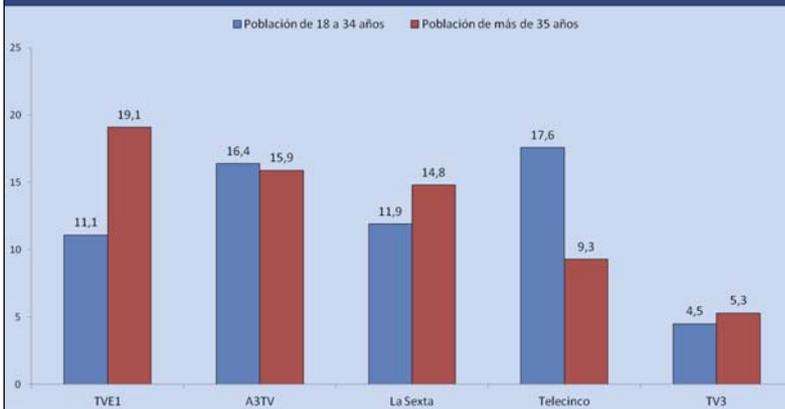
FUENTE: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales, 2015.

GRÁFICO 1
PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL POR LOS QUE SE SIGUE LA INFORMACIÓN
POLÍTICA, SEGÚN EDAD
 %



FUENTE: Encuestas postelectorales del CIS.

GRÁFICO 2
CADENAS DE TELEVISIÓN SEGUIDAS POR AQUELLOS QUE OBTIENEN LA INFORMACIÓN
POLÍTICA DE LA TELEVISIÓN, POR EDADES
 %



FUENTE: Encuestas postelectorales del CIS.

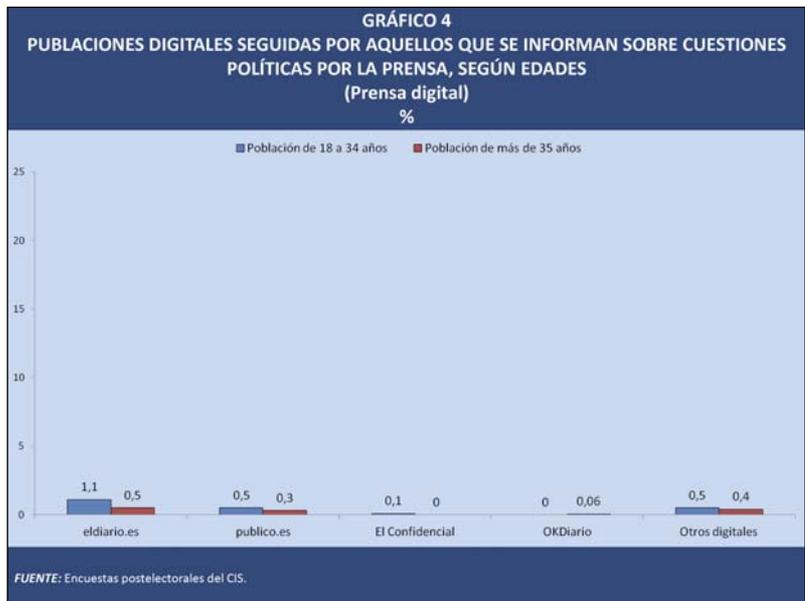
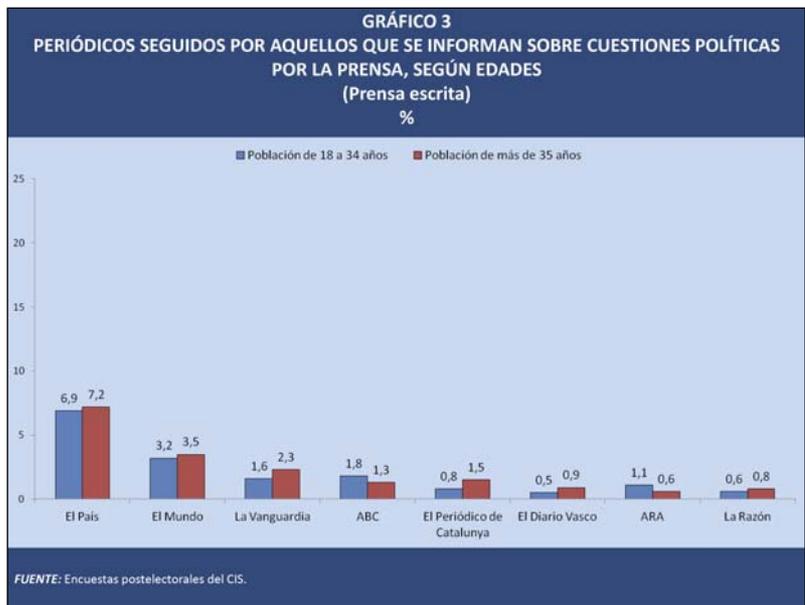
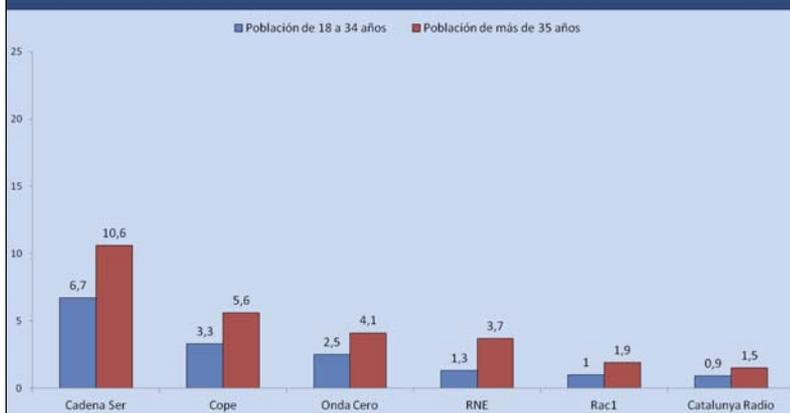
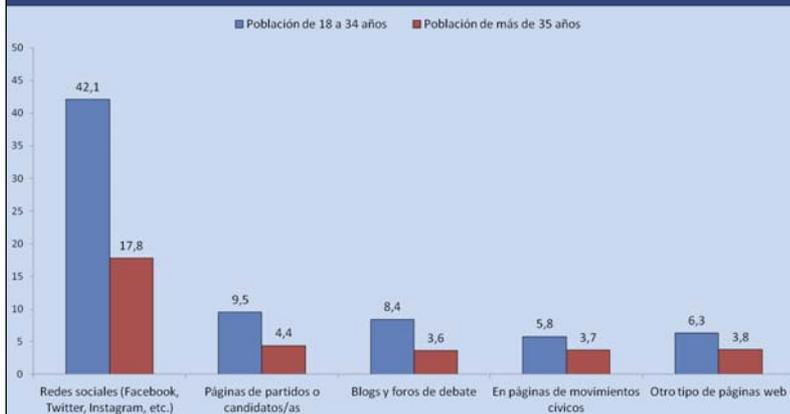


GRÁFICO 5
CADENAS DE RADIO SEGUIDAS PARA OBTENER INFORMACIÓN POLÍTICA, POR EDADES
 %



FUENTE: Encuestas postelectorales del CIS.

GRÁFICO 6
PRINCIPALES REDES POR LAS QUE SE INFORMAN DE LAS CUESTIONES POLÍTICAS LOS QUE SIGUEN LAS REDES SOCIALES, SEGÚN EDAD
 %



FUENTE: Encuestas postelectorales del CIS.

18 y 34 años y a partir de los 35 años. Aquí la pauta es muy significativa. Vemos que las redes sociales son manejadas básicamente por las personas menores de 35 años. La diferencia entre 35 y más de 35 años es enorme. En la prensa escrita, vemos claramente que hay una menor lectura por parte de las personas jóvenes y ocurre lo mismo en el caso de la radio, muy espectacularmente. Sin embargo, los contactos personales, las reuniones, etcétera, tiene más influencia entre los jóvenes.

¿Qué medios se ven principalmente? Eso también es interesante. Hay entre la población adulta un claro predominio de TVE, mientras que entre los menores de 35 años es muy poca la audiencia que tiene TVE. TVE está seguida por Antena 3, por La Sexta —que tiene menos público juvenil de lo que algunos podíamos pensar— y por Telecinco, que tiene la audiencia más juvenil. Yo la verdad es que no puedo explicar la naturaleza de estas adscripciones. Y está también TV3, que aun siendo una televisión de un ámbito territorial tiene un seguimiento extraordinario.

En emisoras de radio hay un claro predominio de la SER, sobre todo entre la población de más de 35 años, seguida a bastante distancia por la COPE y Onda Cero. Luego están las radios catalanas, que, comparativamente, tienen un seguimiento significativo a pesar de ser de carácter regional.

En lo referente a los periódicos, existe un predominio absoluto de *El País*, con mayor equilibrio entre personas mayores y menores, seguido por *El Mundo*, *La Vanguardia*, que siendo un periódico básicamente catalán tiene un nivel importante. Luego *ABC*, con muy poco seguimiento, *El Periódico*, con más predominio de la población mayor, *El Diario Vasco*, *Ara* y *La Razón*, con un seguimiento muy escaso tanto entre jóve-

nes como personas mayores. Es significativa la prensa porque también hay un tópico sobre este tema. Yo estaba convencido de que la prensa digital tenía mucho seguimiento, pero estas investigaciones —insisto en que son una base muestral muy superior a la del Estudio General de Medios— dan un seguimiento muy escaso. Hay prácticamente sólo dos periódicos con un seguimiento significativo, *eldiario.es* y *público.es*. Incluso algún periódico que tiene luego mucha exposición mediática, tiene una audiencia, un porcentaje de población que lo sigue, tanto mayor como joven, que está en el 0,06%, es decir, insignificante. En conjunto, todos los diarios digitales tienen pues un seguimiento pequeño. ¿Qué significa esto? Aquí hay una paradoja clara. Decimos que se siguen mucho las redes pero ¿qué redes se siguen? Cuando se pregunta específicamente qué redes sociales sigue alguien, o a través de qué redes sociales se informan, sobre todo la población joven no sigue disciplinadamente ningún periódico sino que sigue las redes —Twitter, etcétera— en una proporción muy importante. Estamos hablando del 41% de la población menor de 35 años en España. El porcentaje es mucho menor entre la población de más de 35 años. Hay una cosa que me ha sorprendido, que es que un 9,5% de los jóvenes dicen que siguen páginas de candidatos o de partidos políticos, una cosa que no se valora pero que existe; probablemente alguien que quiere tener información va directamente a la fuente de información, no a la fuente ya filtrada o explicada por un medio de comunicación concreto. A continuación están los blogs y los foros de debate, las páginas de movimientos críticos y otro tipo de páginas.

Estamos por tanto ante un cambio de la realidad sociológica que no se está teniendo en cuenta, pues casi nadie está tomando conciencia de un fenómeno que supo-

ne una realidad sociológica tremenda y que está conformando nuevas mentalidades. Y, como decía al principio, estas nuevas mentalidades no tienen expectativas sobre su futuro. La diferencia respecto a otras épocas es que antes había una expectativa de que el futuro fuera mejor; no hay que olvidar tampoco que, antes, muchas de nuestras familias venían de muy abajo. En este momento, en cambio, se ha instalado la percepción de que el futuro va a ser peor. Esto supone una contradicción enorme con las posibilidades que tienen las sociedades de nuestro tiempo pues, como yo siempre recuerdo, estamos ante la revolución científico-tecnológica de mayor impacto positivo posible de la historia de la humanidad. Estamos al borde de lograr conquistas casi de ciencia ficción. Podemos lograr tasas de crecimiento extraordinarias, podemos liberar al hombre de angustias, de penas, de fatigas, podemos mejorar la salud, las condiciones de vida y la expansión de la cultura. Y, en cambio, nos encontramos en sociedades en las que se ve con pesimismo el futuro. Es una contradicción intrínseca enorme. Por eso decía que yo creo que ésta es la gran cuestión, el gran dilema que hay que resolver en el debate político actual desde todos los puntos de vista. ¿Cómo conseguimos que todo ese potencial se convierta en motivos de esperanza, en propuestas de esperanza para el futuro? Es evidente que las sociedades del futuro no son sociedades en las que se va a trabajar como en la sociedad industrial. Eso es algo que tenemos que quitarnos de la cabeza. Los nuevos modelos de producción no se basan en el uso intensivo de la fuerza del trabajo —como decían los clásicos— sino en otras realidades. Entonces, o ajustamos las realidades sociológicas y políticas a las realidades económicas o nos encontraremos con grandes frustraciones. Nos encontraremos con países

muy desarrollados, muy avanzados, en los que existe una gran frustración entre los sectores más jóvenes y dinámicos de la sociedad. ¿Cómo recuperar la esperanza? Yo creo que ése debería ser el principal esfuerzo de la comunicación y de la política. Y es algo en lo que creo que todos tenemos una responsabilidad.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Bien. Ya tenemos radiografiado el qué y también en parte el quién, gracias a la exposición que ha hecho el profesor. Vamos a irnos ahora a los medios de comunicación. Tenemos la suerte de tener aquí al director de Informativos de la Cadena SER, que tiene una experiencia muy dilatada. Vamos a intentar analizar ahora con él el cómo. ¿Cómo intentamos romper la barrera de esa supuesta desafección, o al menos falta de seducción, de la que nos hablaba el profesor? Pero también el cuándo. ¿Lo estamos haciendo lo suficientemente rápido o llegamos tarde? ¿Estamos todavía a tiempo?

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Yo querría aportar algún dato más —sin tener lógicamente ni el conocimiento ni la experiencia de José Félix Tezanos— pues en la radio, igual que en el resto de medios, tenemos también elementos de medición continuos que nos permiten ir analizando lo que está ocurriendo. El principal es el EGM, que puede estar cuestionado por muchas cosas pero que es una encuesta que lleva años y años realizándose. Se hacen treinta mil entrevistas trimestrales y lo importante son los datos que éstas nos van dando, la secuencia que nos van facilitando. Si cruzamos los datos del EGM con las estimaciones de población,

el primer dato que obtenemos —no hace falta ser un teórico para observarlo— es que se ha producido un envejecimiento de la población entre la audiencia. En el año 1995, es decir, hace 25 años, el grupo de población de entre 14 y 24 años, el más joven que puede tener acceso a la radio o a cualquier otro medio de comunicación, era el más numeroso de todos. Hoy, en cambio, es el último de todos los grupos. Y, sin embargo, el grupo de edad que va desde los 65 en adelante se ha convertido en el primero, y de forma destacada. No hay duda de que hemos envejecido. Nuestra sociedad ha envejecido y eso es algo que hay que tener en cuenta a la hora de ver cuáles son los grupos que nos están escuchando, cuáles son los grupos a los que nos dirigimos. En cambio, hay otras cosas que cambian poco. La radio normalmente se ha dirigido —la radio convencional, no la radio musical, que tiene otras características y se mueve por otras pautas— a grupos de población que van desde los 35 a los 65 años, especialmente desde los 45 a los 64. Y eso no ha cambiado. Por otro lado, aunque es cierto que la población ha crecido, vamos manteniendo la audiencia y creemos que gozamos de muy buena salud. Después de 25 años, los oyentes que entonces tenían 45 años hoy tienen 70; se han ido haciendo maduros, se han ido haciendo mayores a lo largo de estos años. Tenemos que estar muy atentos a todo lo que está ocurriendo, a la distancia que nos separa de las generaciones más jóvenes, pero algunos de los segmentos nos permiten observar el asunto, no con tranquilidad porque no podemos estar nunca tranquilos, pero sí con los datos necesarios para ir adaptándonos bien a lo que se va a produciendo.

A la pregunta que formulabas, Gemma, la respuesta es que tenemos que hacer las cosas bien; ni más ni menos. La gente sigue acudiendo a los medios. A veces nos

sorprende la penetración que tienen las redes sociales, como Facebook, Twitter o Instagram, pero, como solemos decir en la radio, también es verdad no hay nada mejor para que un tuit de algún personaje se conozca que reproducirlo en los medios de comunicación tradicionales, porque así sale del ámbito de las redes sociales, para el que está hecho, y alcanza una población mayoritaria.

Decía que tenemos que hacer bien las cosas. Por ejemplo, muchas veces tengo la sensación de que nos aproximamos a la información desde el grupo, no desde la generalidad. Es decir, de que hablamos para nosotros y para nuestras fuentes, no para los agentes. Ahí es donde surgen las distancias. También es una cuestión de lenguaje, que es algo que tenemos que corregir. Y hay otro fenómeno —en el que luego me extenderé más— que está muy relacionado con la gente que trabaja en las antenas. En los años ochenta y noventa se produjo una gran renovación de las personas que ocupaban digamos los grandes programas. En aquel momento las ondas de radio fueron ocupadas por gente muy joven, de entre 25 y 35 años. Pero, claro, después de 25 años, esas personas se han hecho mayores. En aquel momento conectamos con la audiencia; recuerdo perfectamente cómo cambiamos las programaciones y qué lenguaje utilizábamos y a quién nos dirigíamos. Conectábamos con todas las franjas de edad. Nos dirigíamos al hermano mayor, al hermano que tenía 35 años, porque dirigiéndonos a éste captábamos también la atención del hermano pequeño y de los padres y las madres, que querían saber lo que pensaban sus hijos. Lamentablemente, o no, nos hemos hecho todos mayores y quizá tengamos que ir cambiando el lenguaje y las formas de las cosas que contamos. Desde luego, no es una aproximación sencilla

y tampoco quiere decir que los jóvenes estén fuera de los medios de comunicación, que no crean en ellos. Cuando hay un acontecimiento que les interesa, los jóvenes también acuden a los medios de comunicación tradicionales. Luego, en función de cómo esté la actualidad, de cómo estén los acontecimientos, se producen episodios de otro tipo: gente que está escuchando la radio convencional se pasa a la radio musical, o gente que está en la radio musical se pasa a la radio convencional porque el momento informativo o la actualidad les invita a acercarse. Antes, el paso a la radio convencional, a la radio hablada, se producía desde la música o desde el deporte; el deporte era una puerta de entrada enorme para acceder a la radio. Entre otras cosas porque, como he mencionado antes, a finales de los ochenta y principios de los noventa cambió el modelo de radio deportiva que se hacía en este país. Entró gente joven, con un aire más fresco, que arrastraba a los oyentes igualmente jóvenes a la radio, y ahí se quedaban ya, escuchando también otras cosas. La música también era una puerta de entrada: muchos oyentes entraban por las emisoras musicales y luego acababan en la radio convencional.

¿Qué ocurre ahora? El deporte ya no es la puerta de entrada a la radio para las generaciones jóvenes. Con el tiempo, aquel lenguaje joven, aquel lenguaje moderno, aquella forma de contar las cosas, se han hecho viejos. Además, ahora la música tiene otros elementos, otros soportes en los que se fija la gente joven. Tanto es así que una emisora como los 40 Principales, que la gente piensa que es oída por gente muy joven, pues resulta que, como todas las radios musicales, tiene unos oyentes con una media de edad que está por encima de los 35 años —en algunos casos incluso por encima de

los 40 años—, cuando antes era la emisora de los éxitos que escuchaban oyentes de 17, 18, 19 años. Actualmente hay una cantidad extraordinaria de oyentes de radios musicales pero todos están por encima de los 35, de los 40 o incluso de los 45 años. Pero, aunque el deporte y la música ya no sean las puertas de entrada hacia la radio convencional, seguimos teniendo otras puertas de entrada extraordinarias. Una de ellas es el humor. Entenderéis ahora porque hay cada vez más programas de humor. Hay muchos humoristas que están triunfando en nuestra antena. De hecho, tenemos más de quince programas de humor. Y esto, en parte, es también una estrategia de comunicación por nuestra parte para atraer a la gente joven. Porque lo que nos interesa ahora es que lleguen; una vez que lleguen, ya nos encargaremos nosotros de que se queden.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Nos ha hablado Daniel de la apuesta por los contenidos. Yo os invito a que después le preguntemos por los formatos, que es algo verdaderamente llamativo, porque la realidad es que el mundo de la radio, que se basa en la voz, también se ha ido adaptando durante estos años a otros formatos para atraer al mayor público posible, incluida la gente más joven. Podemos hablar después del vuelco que se ha dado en la radio hacia el mundo digital, con los podcasts y tantas otras cosas interesantes.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: La gran revolución es que ahora somos una radio en color.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Una radio multiplataforma.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Efectivamente.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Ahora os voy a presentar a Manuel Ramos, que es el presidente del Consejo de la Juventud de España. Así vamos alternando entre la sociología y la profesión periodística con el objetivo de acercarnos a las ideas y las reivindicaciones de todos aquellos que tienen algo que decir en la sociedad, para que nos ilustren un poco sobre lo que está fallando. Veremos si coinciden en el diagnóstico de lo que está fallando, de la razón de esa desafección, o esa escasa afección, que siente la juventud respecto a los medios, o al menos los medios tal y como estos estaban concebidos hasta hace dos telediaros. ¿Qué podemos hacer entre todos para volver a conectar con los jóvenes? Porque esa conexión es importante.

MANUEL RAMOS. Presidente del Consejo de la Juventud de España: Me parece muy relevante hablar de la información, de la relación de la juventud con los medios, con el periodismo e, inevitablemente, con las redes. ¿Qué es y qué hace la juventud? Ésa es necesariamente la primera pregunta a la hora de acercarse a este tema. Inevitablemente, dentro del carácter político que tienen estos debates hoy en día, lo primero que se piensa es que los jóvenes pasamos un poco de todo, que la juventud ahora mismo está a otras cosas. De hecho, es algo que incluso se mide, y lo cierto es que los jóvenes pasamos de la política entre comillas: tan sólo un 1% más que el resto de

la población. Ese 1% de primeras no parece tanto, pero claro, la pregunta es qué se entiende por pasar de la política o, más bien, cómo entendemos las personas jóvenes ahora la política, cómo entendemos las personas jóvenes ahora la participación política y social. Ésa es la cuestión. Porque muchas veces simplemente se mide la participación electoral, una participación electoral que a lo largo de los diferentes años ha ido subiendo y bajando y que no se correlaciona en absoluto con la participación social de la juventud. De hecho, en los últimos años el momento de menor participación electoral de las personas jóvenes se dio en 2015, el año del 15-M. En otras palabras, no hay realmente una relación entre el interés social y político de la juventud y la participación electoral, aunque ésa sea una idea que se sigue generando. Incluso ahora, cuando vemos enormes movilizaciones por el cambio climático y el medio ambiente lideradas por jóvenes, todavía perdura esa idea de que somos una juventud disruptiva y rebelde que no quiere seguir los cauces apropiados. Y es verdad: no seguimos esos cauces. No los seguimos quizá porque hay una desconfianza hacia los medios clásicos, una ruptura con éstos. Pero eso no es nuevo. Que la juventud quiera romper con los cauces establecidos por nuestra sociedad no es algo nuevo y no se traduce sólo en una cuestión electoral o política, sino que afecta también a las escenas culturales. La escena cultural más clara y más crítica que tenemos ahora para mostrar esto es el trap. El trap es una escena cultural, como lo fue el punk en su momento, como lo fue la movida madrileña, el grunge de Nirvana y tantos otros movimientos y escenas culturales que luego con el tiempo se han traducido en otra cosa. Porque hay que entender que a la juventud actual nos quedan bastante lejos aquellos años setenta con Sid Vicious rompiendo guitarras.

¿En qué se traduce todo esto? ¿En que se traduce este nuevo imaginario juvenil que se está generando? Por supuesto no sólo se está generando a través del trap, pero éste tiene bastante fuerza y es bastante ejemplificador de toda esta cuestión, que se arrastra además con toda la imagen de esta juventud poligonera, choni, bakala, de esos «ninis» que pasan de todo, que no participan de esta sociedad, lo cual sirve para generar estereotipos de la juventud. Cuando los medios hablan de la juventud, ¿le hablan a la juventud? La juventud oímos lo que se dice, porque sí tenemos acceso a los medios, sí leemos prensa, aunque sea en medios online, ya sea por redes sociales o de alguna otra forma. No quiero ser yo el que caiga ahora en estereotipos hacia la prensa, pero es verdad que algunas de las maneras en las que la prensa habla de la juventud generan estereotipos que tienen mucha visibilidad, estereotipos que generan una narrativa muy potente, aunque puedan ser minoritarios. Estos estereotipos tienen un efecto no sólo en la prensa, en la comunicación y en la información, sino también en la propia cultura.

Por ejemplo, recuerdo un artículo que decía que repuntan los jóvenes ninis, que ya triplican a los «sisis». Si ya el término nini es conflictivo, imaginad el término sisis; es como si de alguna manerauviésemos la obligación de estudiar y trabajar al mismo tiempo, como si eso fuera lo normal. El artículo incluía imágenes interesantes de algunos jóvenes y un subtítulo que venía a decir algo así como «Algunos jóvenes haciendo sus cosas de ninis en el césped». Ésta es un poco la imagen que se crea.

Otro artículo que recuerdo decía: «Generación nini. Uno de cada cuatro jóvenes andaluces ni estudia ni trabaja». Ya somos pues la generación nini. Por cuestiones

socioeconómicas, el 25% de los jóvenes que vivían en Andalucía en ese momento ni estudiaba ni trabajaba, pero con eso el artículo define a toda la generación de jóvenes como ninis. Y, de nuevo, la imagen con un epígrafe, «Un joven juega con la videoconsola», que parece una cosa muy de ninis, porque si no estaría en la calle buscando trabajo y ganándose el pan en vez de jugar a videoconsolas.

«Los ninis podrán ganar un mínimo de 1.255 euros al mes durante un año y medio». Empiezas a leerlo y descubres que lo primero que aparece en negrita es la mención a una ayuda directa con cargo a las arcas públicas de 430 euros mensuales. ¿Por qué dice entonces 1.225 el titular? Si sigues leyendo dice que esta ayuda es para las personas jóvenes que hayan iniciado un contrato laboral en formación en cualquier empresa. El artículo hace la suma de lo que en aquel momento era el salario mínimo interprofesional más la ayuda, que en total son 1.255 euros. Lo que pasa es que el artículo habla de ninis ganando 1255 euros, cuando, por definición, una persona que tiene un contrato laboral no es un nini, porque de hecho está trabajando mientras se forma. Eso sin entrar a valorar las políticas de coste, que sería un debate distinto. El artículo incluye imágenes y frases que generan un poco este imaginario, esta desinformación, pues parece que en el término nini cabe prácticamente todo. Hay frases del tipo «Estas personas pasarán de estar en el paro a ganar más de 1.200 euros». Imaginad la sociedad en la que vivimos, en la que hay incentivos a la contratación laboral. Lo primero sería preguntarse cuántas personas jóvenes consiguen estos contratos en formación.

En otro artículo leemos que «España ya no es un país de ninis». Menos mal. Ya no tenemos gente que ni estudia ni trabaja, así que todo está arreglado. A no ser que

no ser nini signifique concatenar becas durante quince meses a cambio de 300 euros. Creo que los jóvenes que estudiáis periodismo podréis empatizar con esto, porque no he conocido a una sola persona joven que estudie periodismo que tenga un contrato indefinido, que gane más de mil euros al mes o que llegue al salario mínimo interprofesional, como vaticinaba el artículo anterior. El caso es que se nos dice que España ya no es un país para ninis, lo cual debe ser causa de alegría. Pero no vamos a entrar ahora a definir cómo es la educación o el trabajo de esas personas que son sisis.

Y el último artículo, que creo que es mi favorito: «Trap, el rap de los ninis». Estamos ya ante el epítome de los estereotipos, que junta el trap con los ninis y, ya de paso, avisa sobre cómo empieza a tomar forma todo este fenómeno. Si leer el artículo encontramos cosas como: «El trap es un género bastardo. En apenas un par de años y en un acto relámpago de sublimación edípica de este estilo de música, se ha emancipado y ya no reconoce ni a su supuesto padre, el rap». ¡Madre mía! Lo que me queda claro leyendo esto es que desde luego no está escrito para una persona joven que escuche trap, sino para una población adulta a la que hay que avisar de que hay gente joven escuchando trap. «En un acto relámpago de sublimación edípica de este estilo de música». ¡Madre mía!

Todo esto es bastante relevante, pues que la prensa nos diga que somos ninis o que no lo somos, que escuchamos trap, que es un género bastardo de música, o que escuchamos cualquier otra cosa hace que se genere una ruptura muy poderosa, que se genere una cierta desconfianza. Y, aun así, esto no se traduce en que los jóvenes dejemos de leer prensa, que no lo hacemos. La prensa actualmente está a un golpe de

clic. Meterte en una página o seguirla en tus redes sociales es accesible y es gratuita. Claro que seguimos la prensa. Además, no toda la prensa es así. Pero el imaginario del que he hablado es muy potente y cala en lo cultural; cala incluso en programas de televisión y desde luego cala en nuestro vocabulario actual. Todo el mundo entiende lo que es un nini. Todo el mundo conoce esa etiqueta del nini. Pero si hablamos de información veraz, de información real, resulta que es todo lo contrario, que ya ni siquiera se sabe lo que es un nini porque hay algunos artículos que llaman ninis a personas con contrato en formación. ¿Qué ocurre con estos estereotipos? A mí me han entrevistado personas muy, muy preocupadas porque los jóvenes de ahora quieren ser youtubers. Imaginad, los jóvenes quieren ser youtubers. Antes queríamos ser futbolistas, que es una cosa como mucho más con los pies en la tierra, pero ahora queremos vivir un poco del cuento, porque ser youtuber al parecer se ve como algo muy, muy fácil desde fuera.

¿Cuáles son las consecuencias de esta desafección que estamos viviendo? Se comentaba antes el tema de que la opinión pública es gaseosa y misteriosa, pero que al final esa opinión pública se transforma en votos y en políticas que tienen mucho peso. Cuando las personas jóvenes no votamos, lo que acaba ocurriendo es que no hay ningún incentivo para generar políticas de juventud ni tampoco hay ningún castigo cuando no se producen. Y cuando las personas jóvenes nos desenganchamos de los medios clásicos de comunicación, de la prensa, desaparece también el incentivo para hacer una información veraz sobre la juventud, así como el castigo cuando no se hace. Creo que la prensa tiene una gran capacidad y una gran responsabilidad. Yo sí que

creo que es el cuarto poder, sí que creo que el derecho a la información es básico, prioritario y radical. La prensa tiene muchísima capacidad en lo relativo a todo esto, pero hay que abordar el segmento de población que somos las personas jóvenes de una forma por lo menos algo más objetiva, algo más veraz.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Manuel nos ha dado muchos elementos para el debate sobre cómo tratamos los medios de comunicación los temas de juventud. A continuación vamos a abordar otra perspectiva, que es la de la juventud en los medios, pero sin etiquetas porque puede que nos sorprendamos. Blanca Pou es una compañera que trabaja en la delegación de Baleares de la agencia Europa Press y que, pese a su juventud, ya ha sido premiada por la profesión. El año pasado recibió el Premio de la Asociación de la Prensa de Madrid a la Periodista Joven del Año. Además, a pesar de su edad, Blanca ya se ha visto ante un problema importante en nuestra profesión, como es tener que defender ni más ni menos que el derecho al secreto profesional. Pero mejor que sea ella misma quien nos cuente con sus propias palabras lo que ocurrió. Antes de darle la palabra quiero resaltar que, a pesar de su juventud, realiza su trabajo en un medio tradicional, como es una agencia, que me consta —yo también trabajé en ella en otra época— que se está adaptando a todos los tipos de formatos en su búsqueda de nuevas formas de comunicación. Porque las agencias de prensa, que antes comunicaban directamente con los medios, han conseguido que se rompa esa frontera y ahora también comunican directamente con la sociedad a través de las redes sociales.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: Muchas gracias por la invitación. Respecto a lo del secreto profesional, por contároslo brevemente, yo estaba cubriendo un caso muy grande y complejo de corrupción política y policial en Baleares, y un juez ordenó en diciembre del año pasado que se incautara mi teléfono móvil. La cosa es que aquello provocó un terremoto en el periodismo español.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Y en los tribunales.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: Así es, porque entendemos que es una vulneración del secreto profesional periodístico constatado en la Constitución. Por eso hemos iniciado una batalla judicial para defender, tanto por la vía del recurso como por la de la querrela. Ésta ya se ha abierto y el Tribunal de Justicia balear ha abierto juicio al juez, lo cual es una medida bastante impactante.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Quería que lo explicases, Blanca, para romper las etiquetas que hay sobre la juventud. Igual en un tema así si se espera esa resistencia por parte de un periodista veterano, con muchas canas, pero tu caso es la prueba de que los periodistas jóvenes podéis hacer mucho más que conectar con otros jóvenes; una conexión que, además, también es obligación de los periodistas veteranos, pues ésta es una profesión muy circular y muy abierta.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: Gracias, Gemma. Volviendo al tema de la desafección y la juventud, en primer lugar quisiera decir —si me permitís la obviedad— que esa desafección, este descrédito, no es algo exclusivo de la juventud. Otra obviedad es que el puente a la confianza es la verdad. Sé que no estoy descubriendo América con esto y que podríamos entrar a debatir sobre la objetividad, sobre si la verdad se puede alcanzar o no, pero, al margen de ese debate, un punto de partida mínimo e indispensable para cualquier periodista debería ser trabajar con la intención de poder acercarse lo más posible a esa verdad. Y, claro, eso requiere cierto esfuerzo. Otra obviedad es que recuperar la confianza perdida pasa necesariamente por la calidad, como nos recuerdan muchísimos profesionales de prestigio. Creo que lo que deberíamos hacer es intentar descender a lo concreto, intentar identificar qué aspectos, qué prácticas del periodismo de hoy están dañando su imagen y su credibilidad. Pero no sólo eso. Una vez hecho eso tenemos que comprometernos a hacer cambios y tenemos que asumir riesgos.

Hablemos pues de esas cosas que están dañando el periodismo de hoy. Yo quisiera hablar sobre todo del periodismo digital, ya que los medios digitales son el canal mayoritario para los jóvenes. Además, a mis 26 años —me gradúe en 2014— el periodismo digital es lo que he conocido toda mi vida. Que la explosión digital e Internet han traído muchas cosas buenas al periodismo es indudable, pero también han traído unas cuantas cosas malas. Reflexionando sobre este tema, me he dado cuenta de que, al final, la influencia que han tenido el SEO, el modelo de la publicidad digital, y las redes sociales ha provocado que en la elaboración de informaciones periodísticas inter-

fieran una serie de criterios que no son periodísticos. Por poner un ejemplo claro, los mismos titulares están enfocados al SEO, lo cual produce unos titulares ortopédicos, sobre todo teniendo en cuenta que el SEO está pensado para la flexibilidad que tiene el inglés y no siempre se adapta bien a la lengua castellana. Además, hemos visto cómo se llenaban de banalidades periódicos que teníamos por serios, precisamente como consecuencia de su afán por atraer a esa audiencia joven. Otro factor es la prisa, el absolutizar la inmediatez, aunque ello ponga en riesgo el rigor de la noticia o incluso la veracidad de lo que se está contando. También está la cuestión de la publicidad digital que, al funcionar por páginas vistas, está generando medios que no buscan lectores que lean mucho sino usuarios que naveguen mucho. Y no olvidemos el famoso *click-bait*, con titulares que en vez de dar información incumplen la máxima de lo que debería ser un titular informativo y ocultan la información deliberadamente y de una forma además tan burda que el lector se da cuenta ello; desde luego, los jóvenes se dan perfecta cuenta de estas prácticas.

Hay otras cuestiones de fondo que no son necesariamente inherentes al online pero que creo que también merece la pena denunciar, como por ejemplo el exceso de periodismo de declaraciones. Al respecto, Rafa antes decía que una mentira entrecuillada no deja de ser una mentira. También está el exceso no de política, pero sí de políticos, de presencia de políticos. Se tiene mucho esa visión, como decía Manuel, de que a los jóvenes no les interesa la política, pero eso no es cierto. A los jóvenes les interesa mucho la política; incluso hay temas que les interesan apasionadamente. Lo que no les interesa tanto son los políticos ni los partidos políticos. Si conjugamos esto

con ese periodismo de declaraciones que mencionaba —que es muy barato y muy rápido de hacer— no puede sorprendernos que se genere mucha desafección. Y eso es lo que ocurre cuando nos limitamos a transcribir declaraciones, a decir que A ha dicho X. «¡Pero es que X es mentira!». «Bueno, pero A lo ha dicho». Y no ya sólo declaraciones sino incluso notas de prensa, información que se presenta como estadística o como estudios que de hecho se nos envía a las redacciones. ¿Nos hemos parado a analizar y a pensar en el rigor con el que está elaborada esa información? Por no hablar de su procedencia. Ponemos que se trata de un estudio de tal para descargarnos de la responsabilidad en ello y nos lavamos las manos. Pero la realidad es que, luego, el lector no se va a quedar con que tal estudio de tal consultora que no conoce miente; se va a quedar con que el periódico que lo ha publicado miente.

Con todo esto, no es de extrañar que exista la percepción de que la política se ha convertido en un circo y yo pienso que en muchas ocasiones se trata de algo que los propios periodistas hemos fomentado. Los políticos se han dado cuenta de que cuanto más gorda sea la burrada que suelten más caso les hacemos y a nosotros también nos viene muy bien que sea así, porque nos dan titulares y parece que con eso bastara. A veces el criterio de noticiabilidad de muchas de las informaciones que nos encontramos al abrir un periódico es meramente que la persona que está hablando sea un cargo público o que tenga algún otro tipo de relevancia; el contenido parece importar poco mientras se pueda sacar una noticia con esa declaración. Pienso que tenemos que trabajar más el contenido, sobre todo cuando lo que estamos publicando es un mero ataque al rival, un mero insulto o una repetición de eslóganes machacados

hasta el agotamiento, porque, si no, no estaremos contribuyendo a esa función de cuarto poder, a esa función de mejorar la democracia, sino que, al contrario, la estaremos empeorando. Además, es posible que, si no perdiéramos tanto tiempo haciendo caso a políticos que no tienen nada que decir, pudiéramos aprovechar ese tiempo tan valioso a hacer otra clase de periodismo. Por no decir que así no fomentaríamos en ellos la idea de que estamos a su servicio, de que estamos aquí para lo que ellos quieran.

Se habla mucho de contrastar pero qué es contrastar. Tenemos esa metáfora muy famosa que seguro que en las facultades habéis oído: contrastar no es decir que uno dice que llueve y que otro dice que no llueve sino que es sacar la cabeza por la ventana. Recientemente han surgido iniciativas muy interesantes en lo que conocemos como *fact checking*, o reverificación de datos, iniciativas además lideradas por gente joven, como Maldito Buló. Aunque creo que ésta es una práctica que sería muy bueno que se interiorizara en los medios, tampoco quiero ser ilusa. Esta verificación de datos, esta forma de trabajar, requiere tiempo, requiere periodistas, requiere personas trabajando. No siempre es algo rápido ni tampoco fácil y eso, al final, es algo que se traduce en dinero, por lo que tiene un complicado encaje en las dinámicas de los medios, que son empresas que tienen que resultar viables. Así que llegamos una vez más al eterno debate sobre la financiación de los medios.

Muchos jóvenes perciben que no les estamos contando la verdad y en muchas ocasiones esto marca esa cultura de la sospecha de que detrás de los medios hay intereses económicos, de que detrás de los medios hay dinero. Permitidme que diga ahora otra obviedad. Creo que todos estaremos de acuerdo en que sería deseable que los

medios no dependieran ni del poder político ni del público —en el caso de los medios públicos— ni de sus anunciantes, sino de nuestros lectores, que es a quienes nos debemos. Pero esto es una utopía hoy en día; o al menos algo muy difícil. ¿Cómo podríamos inculcar, sobre todo entre los jóvenes, ese hábito de lectura, de informarse? He encontrado —y me parecía que merecía la pena destacarlo— una iniciativa del *Financial Times* para inculcar precisamente hábitos de lectura entre los jóvenes. Pensarías que, dado su carácter de periódico financiero, el *Financial Times* no debe ser precisamente un medio dirigido a la audiencia joven. Pues tienen una iniciativa con escuelas de secundaria y universidades, en las que se da acceso a los contenidos del periódico. El resultado es que este periódico británico, que en digital es de pago, genera boletines para esos perfiles de estudiantes en los que se recopila y se prepara información relacionada con su campo de estudios; de hecho, los profesores pueden sugerir qué contenidos quieren que se incluyan. Esto permite a los estudiantes contrastar información que ellos están estudiando, que a lo mejor puede ser muy densa, con noticias relevantes, con noticias verdaderas y actuales. Como decía, me parece una iniciativa interesante. Primero porque no trata a los jóvenes como si fueran tontos, como si la forma de atraerles fuera ofreciéndoles no sé qué tonterías. Y, en segundo lugar, porque además es una estrategia de *marketing*: con esta iniciativa el *Financial Times* está fidelizando ya a sus suscriptores del futuro.

¿Qué pasa en España? En España tenemos una pescadilla que se muerde la cola. Los lectores y los jóvenes no quieren pagar por un producto que no perciben que sea de calidad y, al mismo tiempo, los medios no pueden hacer ese periodismo de calidad

porque están sumidos en una situación de debilidad económica. Por eso decía al principio de mi intervención que hay que asumir un riesgo, que si queremos romper con determinados patrones que están muy establecidos en el periodismo de hoy tenemos que arriesgarnos, tenemos que arriesgarnos a poner a un redactor a investigar, aunque a lo mejor luego no salga nada de ello. Tenemos que hacer algo más que lamentar la pérdida de prestigio de los medios y afirmar lacónicamente que hay que mejorar la calidad del periodismo. Hay que tomar la iniciativa. Hay que hacer cambios.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Muchas gracias, Blanca. Voy a pasarle ahora el balón a Rubén Amón, un periodista también multiplataforma, porque ha practicado el periodismo en todo tipo de medios. Actualmente colabora con Atresmedia y con *El Confidencial*, o lo que es lo mismo, en televisión, en radio y en prensa digital, aunque hace apenas dos días colaboraba también en prensa en papel. Aparte de todos estos retos que ha puesto Blanca sobre la mesa, de esa valentía que pedía para afrontar el futuro y la conexión con la juventud, dada su experiencia, Rubén también nos puede decir si realmente en España tenemos una situación muy diferente a la de los medios de otros países más o menos equiparables con los nuestros.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Confidencial* y colaborador de Onda Cero y Antena 3: Yo no creo que en los países occidentales haya grandes diferencias respecto al cambio de paradigma en el que nos encontramos. Un cambio de paradigma que, sin ir más lejos, experimenté el otro día volviendo en tren de Sevilla. Me temo que no

traigo pruebas documentales de lo que voy a decir, sino que me baso un poco en el instinto, en el oficio, en la experiencia...

GEMMA ROBLES. Moderadora: Hacemos un *fact checking* luego.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Confidencial* y colaborador de Onda Cero y Antena 3: Lo que es inequívoco es que, viniendo de Sevilla el otro día en tren, por el vagón pasó el carro de los periódicos gratuitos y, de todos los pasajeros del vagón — aparte de mí, que cogí cuatro; lo cual me convierte en un fetichista—, sólo un pasajero quiso abastecerse de alguno de los periódicos que regalaban. En otras palabras, los pasajeros del tren no querían un periódico ni regalado. Ni el *Marca* ni el *As* ni *El País* ni *El Mundo* ni *La Vanguardia* ni el *ABC*; porque siendo domingo estaba toda la oferta disponible.

Claro, esto produce un estremecimiento que no se limita sólo a la juventud, de la que hablamos de forma tan abstracta como cuando hablamos del cuarto poder. Igual que al cuarto poder abstractamente le pedimos responsabilidad, convertimos la juventud en una especie de categoría vulnerable sin responsabilidades en su forma de informarse. Yo creo que, colectiva e individualmente, estamos todos llamados a responsabilizarnos de nuestros hábitos informativos, tengamos 18 años o 50. Pero es verdad que estamos sacudidos por un cambio de paradigma y también es cierto que los periodistas hemos perdido la capacidad, el criterio y la responsabilidad de homologar las noticias, tanto ante los jóvenes como ante los mayores. Esto nos sitúa en un punto

muy delicado que, además, supone una flagrante contradicción con la expectativa y la realidad actual de poder informarse más que nunca. Es ahí donde creo que se sujeta este cambio de paradigma, en el contraste que hay entre informar y comunicar, siendo actualmente la comunicación mucho más prevalente que la información.

Hay que recordar que, actualmente, los jóvenes son los que más leen y los que más escriben, pero que no leen periódicos ni libros, sino que leen y escriben WhatsApps. Es un hecho que leemos y escribimos más que nunca, no ya con la mano, pero sí con todos los dispositivos y a través de los hábitos que la tecnología nos proporciona. Una tecnología que, en sí misma, está provista de un prestigio que prácticamente hace que parezca casi como un derecho natural; condición que los medios convencionales ya no tienen. Los periódicos están desprestigiados y están desprestigiados en gran parte porque son materiales; si no fueran materiales igual tendrían alguna expectativa respecto a su futuro. Respecto a la prensa de papel, tendríamos que asumir de una vez por todas la realidad de los kioscos. Las cifras de venta son estremecedoramente bajas y no existen los kioscos como lugar de concentración de la venta y el acceso a los periódicos.

Creo que este cambio de paradigma nos sorprende a todos en una mutación. Yo hace un par de años era tertuliano y ahora soy *influencer*, aunque no termino de acostumbrarme al cambio de piel. Soy consciente de que uno de los fenómenos que incorpora el fenómeno periodístico contemporáneo es el periodista marca, ese periodista que tiene que hacerse notar, que tiene que tener un nombre, una proyección multi-mediática y unos hábitos de atracción de sus seguidores que le obligan a forzar mu-

chos límites. Desde luego, vivimos en la sociedad del espectáculo, en la prensa del espectáculo, y el *influencer* sabe bien qué tiene que hacer para tener adeptos y lectores. Una situación desesperada ésta que comparten muchos medios en la cultura del clic en la que vivimos, en la búsqueda, no tanto del lector responsable como del visitante ocasional, porque creo que la maldición que comparte el cuarto poder y la juventud es la viralidad. Y yo no sé qué tipo de criterio informativo y periodístico es la viralidad, aparte de compartir las noticias sensacionalistas que se hacen virales. Obviamente, en este nuevo cambio de paradigma todos estamos sacudidos por la cultura audiovisual; impresiona que Giovanni Sartori escribiera hace 25 años sobre el Homo Videns y que observara con tanta clarividencia hasta qué punto la cultura audiovisual iba a imponerse sobre la capacidad de abstracción. Desde luego, hablamos de algo que tiene mucho que ver con la transformación de una sociedad, más allá de sus hábitos: perder la capacidad de abstracción que nos proporciona la lectura en beneficio de una correlación audiovisual inmediata de todo aquello que vemos. Porque creo que la razón por la que ya no se leen periódicos es que en ellos no canta nadie ni hay nada que se mueva. No estoy categorizando la novedad de los medios ni tampoco pretendo discutir este período de impacto tecnológico que nos sacude porque, en contra de las visiones del apocalipsis, de las que nunca he participado, creo que vivimos en una sociedad bastante próspera. De hecho, desmiento incluso que la juventud viva angustiada. No pretendo ponerme en la piel de ninguno de los aquí presentes, pero tengo familiares, incluso algún hijo, y creo que, si el mayor trauma que padeció mi generación fue la muerte de Chanquete, la generación contemporánea no ha vivido ni el trauma que su-

puso algo como la muerte de Chanquete. Creo que, en realidad, vivimos en un período de enorme prosperidad, lo cual, por supuesto, no quiere decir que no haya desigualdades ni precariedades. Pero la situación actual tiene mucho que ver con la percepción de esos problemas. Todos sabemos cuál es esa percepción: la de una sociedad angustiada que no sabe adónde va, la de una sociedad ensimismada y tiranizada por las redes sociales. En definitiva, parecería que fuésemos hacia el cataclismo. Pero en realidad los indicadores más aceptados nos hablan de sociedades mejor informadas, más prósperas, nos hablan de sociedades con menos conflictos, con menos guerras. Hay desigualdades económicas pero nunca ha habido un planeta con tanta conciencia de lo que significa eso, con más conciencia de la pobreza o del hambre; no digamos ya de la capacidad de informarse.

Respecto a la colisión del cuarto poder con la juventud, creo que la prensa ya no es ni siquiera el quinto ni el sexto poder, porque los periodistas hemos dejado de influir, hemos dejado de pesar, y nos hemos convertido en parte de la sociedad del espectáculo. Por eso discrepo también de la idea de la clase política como otra abstracción que tenemos que poner en entredicho. La sociedad es la prensa, es la política y es, también, la juventud.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Antes de dar la palabra a los asistentes, yo añadiría que, si la única certeza que teníamos era la muerte de Chanquete, ahora sabemos que había una segunda opción para ese capítulo, por lo que nunca sabremos cuál era realmente la buena. Y, sin más, damos paso a las preguntas.

ESTHER EGEA. Estudiante del máster de Periodismo Internacional de la Uni-

versidad Rey Juan Carlos: Yo quería contribuir mi punto de vista. Estoy de acuerdo con lo que se ha dicho aquí sobre la visión negativa que puede tener la juventud sobre un futuro incierto y sobre esa sensación de fraude social. Hablo de la juventud como un colectivo al que yo pertenezco, como un colectivo de gente que a menudo ha estudiado por lo menos una carrera. Aparte de mis estudios universitarios, yo también estudié una FP superior y pertenezco a ese grupo social que después de muchos años de estudiar se fue al paro y se mantuvo ahí. Yo he hecho prácticas en tres medios distintos y me fui al paro igual, como mucha más gente que conozco que estudió, por ejemplo, Derecho y que después de hacer sus prácticas se fue al paro también. Eso es lo que genera esta negatividad de la que hablamos, esa sensación incluso de fraude que hace que mucha gente decida abandonar el país para intentar buscar un futuro fuera o que se conforme con algún trabajo precario, como por ejemplo estar en un supermercado. El problema no es que la juventud no confíe en la clase política, que tampoco —por lo menos en el ambiente en el que me muevo yo—, sino la ausencia de políticas dirigidas a la gente joven, por ejemplo para fomentar la integración laboral o, incluso mejor, para dar alguna ayuda, de tal forma que, aunque no cumplamos los tres años mínimos de experiencia que piden todas las empresas, podamos intentar demostrar que queremos, que tenemos la voluntad de incorporarnos al mercado laboral. Algo para que no tengamos que irnos del país. Pero la realidad es que no vemos que los políticos se estén volcando en este tema, no vemos que estén intentando ayudar a la gente joven. No es que no nos interese la política, no es que no leamos los

medios o que no vayamos a votar porque pasemos de la política. Lo que pasa es que no nos vemos reflejados ni vemos políticas que se vuelquen en nosotros. Al menos eso es lo que me parece a mí.

Quería preguntaros cómo veis vosotros el tema de la inserción laboral de los jóvenes después de la universidad y qué es lo que propondrías. ¿Qué pensáis de las prácticas en la universidad? ¿Creéis que realmente nos insertan o sólo son una forma de obtener mano de obra barata, en este caso para los medios? Porque en los medios muchas veces trabajas gratis y durante muchas horas. Yo estuve en un medio nueve meses y, al acabar, sencillamente cogieron a otro becario. ¿Realmente es una forma de inserción o es más bien una forma de explotación?

GEMMA ROBLES. Moderadora: Es evidente que yo estoy aquí para moderar y no para opinar, pero tengo que decir que no tengo una visión tan catastrofista de la profesión como la que estamos oyendo. De hecho, quiero pensar que los estudiantes que estáis aquí tampoco la tenéis, porque si no tendría que pensar que sois masoquistas. Es verdad que estamos en un momento malo, porque venimos de una crisis que se ha cebado mucho, mucho, mucho con nuestro sector; seguramente sea el segundo sector más tocado por la última crisis, después de la construcción. Pero, en nuestro caso, además a eso se ha unido una crisis del propio sector, de la propia profesión. El resultado ha sido un verdadero tsunami. Los que trabajamos en medios tradicionales hemos tenido que decir adiós a muchos compañeros. Y no me refiero solamente a los compañeros que han tenido que salir con un ERE en la mano o ver como se reducían

sus jornadas de trabajo, sus salarios, etcétera, sino que además se le ha cerrado la puerta en un momento delicado a toda una generación. Sí, es un tema complicado pero no hay que tirar la toalla. Ésta es una profesión que hay que seguir defendiendo y nuestro papel sigue siendo importante. Pero, como digo, no me toca opinar a mí, aunque no haya podido resistirme.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Lo primero que quiero decir es que quien piense que viene al periodismo para hacerse rico —no digo que sea tu caso, pero hay gente por ahí que lo piensa— se equivoca profundamente. Para empezar, nuestra profesión es un oficio y, como tal, no podemos pretender que haya sitio en ella para tanta estrella que gane millones y millones. Dicho esto, ¿la profesión está en precario? Sin ninguna duda y, desde la crisis, más todavía. Hay situaciones que son inadmisibles en nuestra profesión. Inadmisibles. A nosotros nos da verdadera vergüenza hablar del problema que tienen los jóvenes con los alquileres, por ejemplo, cuando tenemos a gente en nuestra propia radio que está cobrando lo justo para poder sobrevivir; en algunos casos incluso menos. Dicho esto, la verdad es que yo no sé qué podemos hacer. Ojalá lo supiese porque, como digo, la situación es vergonzosa. Pero la realidad es que los medios —y la radio no es ninguna excepción— viven exclusivamente de la publicidad. No tenemos otra fuente de ingresos. El problema que tenemos no es un problema de contenidos, de profesión, de periodistas, sino un problema de subsistencia, de dinero. En la anterior mesa se decía que la mayor garantía para que el periodismo siga ejerciendo su función, para que siga ejerciendo su oficio, es tener

medios solventes, porque la independencia económica te garantiza la independencia periodística. Un medio con problemas económicos siempre estará en riesgo de perder la independencia. Desafortunadamente, todos los medios estamos sufriendo un problema de ingresos que realmente no sabemos cómo vamos a solucionar. Con esto no quiero decir que la SER vaya mal, que va muy bien, pero no cómo tendría que ir. La realidad es que la publicidad ha encontrado otros territorios. No es un problema de falta de lectores ni de oyentes. Y el problema tampoco es que los jóvenes nos escuchen o no nos escuchen. Por supuesto que los jóvenes nos leen y nos escuchan y se preocupan. ¿Qué ha cambiado? Los tiempos de escucha y los tiempos de lectura. ¿Por qué han cambiado los tiempos de escucha y los tiempos de lectura? Sencillamente porque hay más oferta para nuestro tiempo de ocio. El tiempo de ocio que tenemos es el mismo y, sin embargo, tenemos muchas más cosas para hacer en ese mismo tiempo. Si antes nos escuchaban una media de una hora y cuarto de forma continuada, ahora sólo nos escuchan veinte minutos, porque la gente tiene otras cosas que hacer.

El problema que tenemos es pues la independencia económica. Todos lo veis y todos lo sufrís. Hay decenas de medios digitales que luchan por sobrevivir todos los días y la prensa tradicional que se ha pasado al mundo digital ha encontrado un modelo de lectores pero no ha encontrado un modelo económico. Todo esto hará crac en algún momento y entonces quien se va a resentir no va a ser la juventud como grupo sino que va a ser la sociedad como corpus la que va a notar la desaparición de algo que no es poder ni es nada. El periodismo forma parte de la sociedad en la que vive. Por eso quien lo va a sufrir cuando haga crac van a ser las sociedades democráticas.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Confidencial* y colaborador de Onda Cero y An-

tena 3: Precisamente por eso estamos ante un ejercicio de corresponsabilidad. Es como una obra de Pirandello, en la que yo le echo la culpa al público. La cuestión de cuánto estamos dispuestos a pagar por estar informados es algo que concierne tanto a la credibilidad y la deontología de los periodistas como a la implicación de los lectores, de los informados que quieran sentirse bien tratados. Mencionabais el muro de pago de los periódicos, tanto convencionales como digitales, que descrito como un muro ya parece un espacio infranqueable. Va a llegar un momento muy pronto en el que va a surgir una especie de agnosticismo de la verdad, porque para que los medios convencionales puedan sostener la reconversión industrial que supone renunciar al papel es necesario que ésta esté acompañada por la solidaridad del lector, por la corresponsabilidad de quien desea estar informado. En los próximos meses, cuando los grandes medios abran su muro de pago, veremos cuántos lectores están dispuestos a hacer un esfuerzo económico para formar parte de ese espectro informativo. ¿Cuántos suscriptores que ya pagan por Spotify, por HBO o por Netflix —en estos casos no parece haber ningún conflicto— van a pagar seis o siete euros más por informarse en un periódico que les ofrezca garantías? Ahí es donde está el punto de colisión —o de coincidencia, según lo que suceda— entre los medios que quieren informar con seriedad y los lectores que están dispuestos a compartir ese viaje.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Tienes toda la razón. La pregunta es cuántos de vosotros estarías dispuestos a pagar por la informa-

ción. ¿Cuántos de vosotros estarías dispuestos a pagar por algo que, como escuchar la radio, siempre ha sido gratis? Para poder pagar buenos periodistas, para poder pagar —aunque suene a contradicción— nuestra independencia, los medios necesitamos recursos económicos.

JOSÉ FÉLIX TEZANOS. Presidente del CIS: La anécdota que ha contado Rubén, que te ofrezcan periódicos gratis y no los cojas, me parece tremenda. Mi padre y mi madre leían todos los días el periódico. Yo empecé a leerlo cuando era muy joven y cuando estoy en cualquier sitio, por muy remoto que sea busco *El País*. En cambio, de mis tres hijos, ninguno lee el periódico todos los días. Lo que tenemos que entender es que hay un cambio muy profundo en la sociedad que tiene una base tecnológica, pero también una base cultural. En este momento está circulando una imagen por Internet comparando épocas que en parte me gusta y en parte no me gusta. Es muy ilustrativo aunque tiene un poco de mala intención.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Pero eso no quiere decir que los que están mirando la pantalla no estén mirando un periódico.

JOSÉ FÉLIX TEZANOS. Presidente del CIS: No, lo más probable es que no estén mirando un periódico.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Igual alguno está mirando el CIS.



JOSÉ FÉLIX TEZANOS. Presidente del CIS: Están buscando información. Las pautas de comportamiento se han modificado. La gente no oye los 40 Principales sino que se hacen ellos mismos su lista. Hay determinados instrumentos de la sociedad que se desfasan con el tiempo. La gran pregunta, como se decía aquí es con qué recursos se sostiene esto. Al final, el que paga generalmente el cambio es el joven, el más joven, por ese tapón que existe en la incorporación a los mercados de trabajo en condiciones homologables a las viejas generaciones. Se está produciendo un abuso de becarización en todos los países. Pero no sólo eso. En Estados Unidos los grandes periódicos de referencia están siendo comprados por empresarios que tienen una lógica muy específica y que los van a convertir en cuanto puedan en algo muy distinto de lo que ha sido hasta ahora el concepto de periódico. Ahora uno selecciona la información.

¿Hay un problema real en la actual estructura económica y social de nuestra sociedad? Sí. No tiene nada que ver con la muerte de Chanquete, sino con que el paro y la precarización están afectando a los jóvenes de forma comparativamente mucho mayor que en otras generaciones. Muchas generaciones nos hemos incorporado al trabajo de manera precaria al principio, pero había una carrera, una posibilidad que estaba pautada. Ahora la situación es distinta, como muestran los datos que he expuesto antes sucintamente, una investigación de muchos años y con muchos contrastes empíricos, con mucho elemento empírico de apoyo propio, con encuestas propias y estudios cualitativos. Los jóvenes han interiorizado esta nueva situación. Las personas que se dedican a la educación primaria y secundaria se dan cuenta de que hay una falta de motivación, de que mucha gente se pregunta si estudiar sirve para algo. Vivimos en una

sociedad en la que se ha alterado el sistema de normas, de premios y falta de premios, y donde el esfuerzo no se premia como antes. Hay muchas personas que están haciendo ese esfuerzo, con condiciones duras en su familia, que hacen sacrificios para que sus hijos estudien, y luego ven que eso no se traduce en mercados, que no se traduce en oportunidades laborales razonables. Eso está carcomiendo las bases de la sociedad. Además, es una pescadilla que se muerde la cola, porque si la situación de muchas personas se deteriora también se acaba deteriorando la situación económica general. A mí me cuesta mucho entender por qué cuesta tanto comprender esto, comprender que en la sociedad actual tenemos un reto. Yo creo que con esto debería ocurrir lo mismo que ocurrió con la cuestión social en su momento, cuando ésta era el elemento central de la política de muchos partidos políticos. La cuestión juvenil debería ser ese nuevo reto.

La desafección se nota, no sólo en términos de comunicación sino también políticos. Aquí se ha comentado que, en la medida en que los jóvenes dispersan su voto y no participan mucho electoralmente, no son un sujeto de referencia que pueda condicionar la dinámica política. En su momento, la mayor parte de los jóvenes en España concretaban su voto principalmente en un partido. Luego, después del 15-M, lo concentraron en otro partido, pero en este momento el voto joven está fragmentada, los apoyos y las simpatías políticas están fragmentados. Por lo tanto, a la situación de volatilidad sociológica y económica que hemos comentado, se suma una volatilidad política. Creo que el problema de base fundamental es que en este momento los bienes y servicios que se demandan en nuestra sociedad se pueden proporcionar con cada vez menos horas de trabajo. Ése es el gran dilema de nuestra época. En cambio, nos-

otros seguimos funcionando con los esquemas de la sociedad industrial, seguimos pensando en términos de jornadas laborales, que es una manera de estructurar. ¿Qué significa eso? Que algunos trabajan, o trabajamos, mucho y otros trabajan muy poco o tienen pocas oportunidades laborales. Para adaptarnos a la nueva situación, tienen que producirse cambios de adaptación muy grandes, que producen vértigo. Pero o se afrontan esos cambios o la sociedad se mantendrá en una situación agónica durante mucho tiempo. Y esto no es algo propio sólo de España, aunque España es un caso paradigmático, donde se amplifican unas tendencias que ocurren en todo el mundo.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: Sobre el tema de las prácticas, decir que suelen ser —en mi caso lo fueron— la puerta de entrada al mundo laboral. Las prácticas pueden ser muy enriquecedoras pero hay que ponerles coto. Mi recomendación es que quienes estéis en esa situación os marquéis una línea roja, que digáis: «Aquí está mi línea roja». Por ejemplo, es posible que, una vez acabados los estudios os ofrezcan contratos de prácticas. A mí me ha pasado.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Prácticas remuneradas.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: O no remuneradas. Entonces, cuando tú les dices que no, que tú ya has acabado de estudiar, te dicen que te apuntes a no sé qué curso; y encima el curso

te lo pagas tú de tu bolsillo. Para mí ésa es una línea roja. Evidentemente es muy fácil decirlo cuando yo ya tengo un trabajo, cuando llevo cinco años trabajando en el mismo sitio. Pero pienso que en algún momento hay que decir basta, porque si dices que sí a todo no te vas a hacer un favor, pues vas a seguir en una situación precaria, y además vas a perjudicar al compañero, o compañeros, en plural, a los que están dejando de contratar con esos puestos de becario con los que muchas veces se cubren puestos y funciones estructurales.

¿Qué se puede hacer para cambiar esta situación? Yo creo que, más allá de un problema exclusivo del periodismo y de los periodistas, estamos ante un problema también de índole política, porque al final las leyes, y en concreto las leyes laborales, sirven de poco si no se pueden aplicar. Tú puedes aprobar un cambio pero si no se pones los medios para asegurar que se cumple —estoy pensando en inspección laboral y en otra serie de mecanismos— no vas a cambiar nada. Creo que el problema va un poco por ahí.

MANUEL RAMOS. Presidente del Consejo de la Juventud de España: Esther decía que había pasado por tres empresas diferentes, en las tres como becaria. Ésa es un poco la cuestión. No voy a preguntarte el salario pero probablemente no fuera demasiado bueno.

ESTHER EGEA. Estudiante del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos: 200 euros brutos, 300 euros brutos y cero, gratis.

MANUEL RAMOS. Presidente del Consejo de la Juventud de España: Ni siquiera sumando los tres llegarías ni de lejos al salario mínimo interprofesional. Ésta es la cuestión. Se comentan muchas cosas, se revisitan muchos estereotipos, pero hay que llamar las cosas por su nombre. Este sistema genera herramientas de precarización, como son las prácticas extracurriculares que muchos de los que estáis aquí habéis vivido. Yo también las he vivido y al final no son más que una herramienta de precarización que no debería existir. Las prácticas se enmarcan dentro de un entorno formativo, en la etapa formativa, con una tutorización, no para sustituir un puesto de trabajo. Y, en efecto, existen trampas como las que comentaba Blanca: te apuntas a un curso en una página web para poder firmar un convenio en prácticas. Pero es que nosotros ya tenemos nuestra formación; no necesitamos seguir estudiando. Es posible que necesitemos más formación para el espacio específico en el que vamos a trabajar, pero para eso ya existe la figura del contrato en formación, que sí es una relación laboral y que guarda todos los derechos y garantías que tiene que tener ese tipo de relación laboral. Eso es lo que tenemos que buscar. El problema es que muchas veces ni siquiera sabemos que existe algo así. Por otro lado, los jóvenes hemos naturalizado que las cosas son así, que las personas jóvenes podemos vivir así. Pero, como decía Blanca, hay líneas rojas que no deberíamos cruzar. El problema viene cuando no podemos negarnos, porque a lo mejor estamos estudiando fuera y necesitamos cualquier ingreso, por pequeño que sea, para pagar el alquiler o para ayudar a nuestra familia que está pagando el alquiler, si es que nuestra familia nos puede ayudar. El problema viene en ese momento en el que no podemos decir que no.

¿Yo pagaría por leer prensa? No lo sé. No me he comprado un disco desde el 2002. ¿He matado a la industria de la música al no comprar más discos? Creo que no. Podemos hacer un *fact checking* y me decís si he matado a la industria de la música. Como bien cultural, la música desde luego es algo importante en nuestra sociedad y sería dramático que desapareciera. ¿Qué ha hecho la industria de la música? Se ha adaptado. Yo ya no compro discos pero tengo una cuenta premium de Spotify.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Confidencial* y colaborador de Onda Cero y Antena 3:

Perdona que añada un matiz: la industria musical se ha adaptado cuando estaba a punto del colapso. Pregúntale a los músicos los derechos que perciben en Spotify y hasta qué punto ese negocio es completamente fallido desde el punto de la asimetría entre una parte y la otra. Porque Spotify es un modelo fallido. Y Netflix está subiendo las tarifas porque empieza a ser un modelo fallido. Yo creo que el verdadero cambio de paradigma es que hemos pasado de tener a acceder. Es verdad que la sociedad se dirige hacia el acceder, pero queremos un acceso que sea o muy barato o gratis. Creo que es ahí donde la responsabilidad de la sociedad tiene que retratarse, no sólo en la oferta. Ahora todos tenemos coche oficial gracias a Cabify. Así experimentamos un poco el papel de ser ministro, pero sabemos que ése es otro mercado fallido porque se abastece de precios baratos que sólo se podrán mantener hasta que consolide un mercado. Por eso me parece que muchos de los síntomas que nos indican hacia dónde va la sociedad están ya envenenados, intoxicados de salida. Spotify, Netflix, Cabify... Quiero ver ese recorrido en unos años. Por eso digo que si la sociedad

se quiere informar tiene que comprometerse, tiene que decidir en qué términos y con cuánto dinero quiere hacerlo. Siempre se pagó por comprar un periódico y nadie te obligaba a ir al quiosco.

ITZIAR MACHICADO. Becaria del Gabinete de Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Rubén ha hablado antes de cómo un periodista ha dejado de tener influencia por el tema de las redes sociales. Me gustaría saber cómo creéis vosotros que podemos adaptarnos a esa nueva realidad. Creo que estamos ante una nueva forma de informar y que eso a un periodista también podría darle relevancia. Por ejemplo, si alguien tiene acceso a lo que escribe un periodista en las redes puede que después sienta la inquietud de comprar un periódico y leer un poco más en profundidad lo que ese periodista escribe profesionalmente.

MARÍA ARAMENDI. Estudiante de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Yo colaboro en Inforadio, que es una emisora de la facultad. Creo que, al final, los medios se están distanciando de la sociedad, que se está perdiendo la conexión con la sociedad. En este sentido, quería plantear si realmente los medios de comunicación están informando para los jóvenes, si están tratando información para los jóvenes, de los jóvenes, información que realmente nos atañe a los jóvenes. Porque yo creo que no es así, que en los medios no hay información para los jóvenes.

XAVIER ALFONSO. Director del periódico digital Valencia Plaza: Mi reflexión es sobre lo que ha dicho Blanca en su primera intervención respecto a los males que está sufriendo el periodismo por la digitalización. Estoy de acuerdo con todo lo que ha dicho sobre los titulares, sobre el SEO, sobre el periodismo de declaraciones, que ya existía antes, por cierto. En nuestro periódico seguimos esas normas del periodismo que están en contra de esto a costa de tener menos lectores. Es ahí donde está la causa del mal, en la medición de la audiencia, es decir, en los usuarios únicos. Quizá el señor Tezanos pueda ayudarnos en esto. La audiencia de la radio se mide por una especie de encuesta con dispositivos en determinados hogares, que son una muestra del total de la población. Sin embargo, la prensa digital se mide por clics, por usuarios únicos. Eso quiere decir que yo mañana publico que Rosalía tiene un nuevo novio o que ha mostrado un pecho en un descuido y tendré un millón de usuarios en Chile, en Sudamérica, en Estados Unidos, en todo el mundo. Yo puedo subir mi audiencia mañana si hago eso. Se lo digo a mi empresa, me pongo a hacer basura y triplico mi audiencia. El problema es que muchos medios hacen eso. Muchos medios entran en el juego de publicar titulares falsos en las redes, o titulares gancho, noticias un poco basurilla. Creo que la solución, o parte de la solución, sería que la audiencia de los periódicos digitales se midiera también por encuestas. El problema que veo es que muchos bajaríamos en ese índice de audiencia, sobre todo los medios digitales, porque la gente joven lee más prensa de lo que muchos piensan, pero la lee por WhatsApp, en noticias que se comparten por WhatsApp; si preguntas si leen el periódico te dicen que no, pero luego resulta que leen las noticias de periódico que les mandan los amigos.

GEMMA ROBLES. Moderadora: A veces ni quiera saben qué medio ha publicado la noticia que están leyendo.

XAVIER ALFONSO. Director del periódico digital *Valencia Plaza*: Así es. Entonces, si los anunciantes tuvieran en cuenta estas encuestas, en vez de clics, yo me pregunto si, aunque todos perdiéramos audiencia, los medios serios, los medios que antes eran serios —aunque unos más que otros— volverían a intentar hacer sólo periodismo y recabar lectores, en vez de recabar clics.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Voy a darle la palabra a Daniel, que como responsable de Informativos de la SER tiene que tomar decisiones sobre las dos cuestiones que habéis planteado, tanto sobre el formato como sobre lo que va dentro del formato. De paso, Daniel, nos podrías ilustrar un poco sobre esas apuestas que estáis haciendo, que estamos haciendo todos los medios, pero que en la radio es especialmente llamativa con esa búsqueda de conexión también a través de las formas, no sólo a través de los contenidos.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Si yo supiera la fórmula, no sería periodista sino mago. Lo que si puedo hacer es comentaros varios ejemplos de muchas de las cosas que se han hablado aquí.

La Cadena SER tiene emisoras de radio, tanto de radio musical como de radio informativa, radio convencional, en México y en Colombia, que son países con una

edad media muchísimo más joven que la de España. En el caso de Colombia, concretamente, tenemos las dos principales radios habladas del país, que compiten entre ellas y frente a operadores que son muy potentes. Como decía, hablamos de dos países con una población con una edad media muchísimo más joven que España, por las razones que sea. Los conductores de nuestros principales programas de la mañana en México son gente que tiene en Twitter entre un millón y medio y dos millones y medio de seguidores, cosa que sería impensable aquí, donde con setenta mil ya eres el rey del mambo. Si nosotros consiguiésemos convertir a cada seguidor de Twitter en oyente de radio entonces seríamos los reyes del mambo. Son las mismas personas y, sin embargo, el modelo de consumo, etcétera, es completamente distinto en las distintas plataformas. Que tengas un millón y medio o dos millones y medio de seguidores no quiere decir que esos seguidores estén atentos a lo que haces ni que te estén siguiendo permanentemente. En México no tenemos ningún problema para llegar a la juventud. En absoluto. Nuestra audiencia media es jovencísima en la radio informativa de México. Y, en Colombia, nuestra audiencia media también es mucho más joven que en España. El hecho es que en esta ecuación hay más factores de los que pueda parecer.

Respecto a la precariedad de trabajo, claro que estamos asistiendo a una precariedad absoluta en el trabajo, pero eso no es sólo responsabilidad de la prensa o de las empresas de comunicación sino de las sociedades en su conjunto. Yo he estado viviendo en Estados Unidos ocho años y he viajado mucho por Latinoamérica por las operaciones que tenemos ahí. Al mes de llegar a Estados Unidos como responsable de la operación que tenemos ahí, la responsable de *marketing* de la operación de radio

se presentó en mi despacho para decirme que estaba muy contenta con nosotros, que éramos maravillosos, pero que el salario que cobraba —i50.000 dólares!— no se correspondía con el salario medio que se pagaba en la Florida por un puesto de esas características. Un salario medio que, además, estaba publicado en las páginas oficiales del Gobierno de la Florida, que establecía los distintos salarios para los distintos tipos de trabajo. El mercado de Estados Unidos es otro tipo de mercado completamente diferente al nuestro, con unas reglas completamente diferentes. No hay un sólo becario que trabaje gratis, al menos en las empresas en las que yo he trabajado en Estados Unidos. Pero la sociedad también se dota de otra serie de mecanismos. Si está bien formada, es fácil que una persona que acaba la carrera de Derecho en Estados Unidos entre a trabajar con un salario de setenta u ochenta mil dólares. Además, hay una relación entre la empresa y la universidad completamente diferente.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Claro, pero también cuestan más las carreras.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Por supuesto. Así es. El nivel de desigualdad es extraordinario. Pero tampoco es una sociedad que no tenga protección social; si te vas a California más vale que no seas un malévolo empresario despidiendo porque puedes dejarte todo tu dinero en indemnizaciones.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Pero también es verdad que los universitarios piden préstamos para estudiar que después pagan durante años con esos buenos salarios.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: No estoy defendiendo el sistema de Estados Unidos.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Sólo quiero decir que no hay nada ideal.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Depende de muchos factores, de cómo organizamos nuestro sistema social, y esas son las cosas de las que tenemos que hablar. Por ejemplo, se ha dicho aquí que no hablamos de las cosas que afectan a los jóvenes. Posiblemente sea así, pero os puedo asegurar que en mi redacción hay mucha gente joven. En las reuniones de Informativos —las llamamos las «reuniones de papela»— yo le digo siempre a la gente que proponga temas y con lo que me encuentro es con que la gente joven propone los mismos temas que la gente que tiene treinta años más que ellos. Los periodistas tenemos que pensar muy bien qué contamos y cómo lo contamos. No podemos seguir en esta dinámica en la que lo más importante que ocurre en una radio, en una televisión o en un periódico son las declaraciones de determinados personajes y las réplicas y contrarréplicas a esas declaraciones. Si analizamos lo que ocurre un día concreto en una radio o en una televisión, muchas veces nos encontramos con que ha pasado muy poco, porque nos hemos centrado en una rueda. No hay ninguna duda de que tenemos que mejorar lo que contamos y cómo lo contamos. Es un esfuerzo que tenemos que hacer. Pero a un joven le interesan muchas de las mismas cosas que le interesan a la gente de más edad y a la gente mayor le interesan muchas de las cosas que le interesan a un joven.

GEMMA ROBLES. Moderadora: ¿Alguien quiere decir algo sobre lo que se ha comentado sobre las encuestas, sobre cómo nos medimos a nosotros mismos?

JOSÉ FÉLIX TEZANOS. Presidente del CIS: Yo siempre he sido un defensor de la objetividad, del rigor en la investigación. Por eso he de decir que la razón de ser de las encuestas es saber la realidad, no engañarnos a nosotros mismos. Yo creo que todo lo que sea disponer de información fiable y bien hecha es positivo para la sociedad en su conjunto. Desde luego, eso objetiva la realidad. Me he pasado muchos años preguntando en las conferencias y en las clases que doy si alguien conoce a alguien que tenga un aparato de hacer la medición de las audiencias televisivas y durante esos quince o veinte años nadie ha respondido que sí. Es una muestra pequeña, una muestra además pequeña y condicionada por factores muy subjetivos. Lo que ocurre, es que tenemos una mezcla de elementos. Yo creo que la televisión generalista la va a ir viendo progresivamente cada vez menos gente. Vamos a ver la televisión a la carta. Vamos a ver el telediario que nos interese o cualquier otro programa a la hora que queramos. Eso aumenta mucho nuestra libertad pero también trastoca un poco los formatos tradicionales. Pero hay mecanismos de adaptación. En la prensa digital ocurre lo mismo. La idea de que tenemos un formato seguido es algo que muchas veces nos llega a través de WhatsApp, pues carecemos también de elementos de contextualización. Y, una cosa que no me puedo ir de aquí sin decir: en el mundo de la comunicación es muy importante diferenciar la opinión de la información. Yo, en cambio, cada vez veo más mezcla en todos los medios. Creo que ése es el factor principal. Si le preguntá-

semos a esa gente del vagón de tren por qué no ha cogido ningún periódico, nos diría que lo que quiere es que le digan los hechos. ¿Qué demanda el ciudadano medio? Tener información, no exhaustiva pero suficiente, sobre las cosas importantes que afectan a su vida cotidiana. Un ejemplo muy interesante es el periódico *USA Today*, que surgió cuando un grupo de empresarios descontentos —de éstos que no cogían el periódico cuando se lo ofrecían gratis— decidió estudiar lo que realmente demandaba el ciudadano y a partir de ahí hicieron un producto que no se mete en política, que no tiene ninguna influencia política, pero que proporciona información práctica. El tema de las encuestas tiene esa ventaja: que nos proporciona información muy fiable.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Yo creo que se ha desprestigiado el concepto del pago, que es algo que antes tenía mucho prestigio. Antes se decía, por ejemplo, que alguien había estudiado en un colegio de pago; ir a un colegio de pago era una cosa que prestigiaba. Ahora, ese prestigio se ha perdido. La realidad es que el periodismo que no está pagado por sus lectores está pagado por otra gente que muchas veces es impresentable. Hemos dejado de ser imprescindibles, pero tendríamos que intentar volver a serlo. Aprovechando que estamos *off the record* —no quiero problemas, que bastantes he tenido—, recuerdo cuando yo trabajaba en Telecinco en un programa que se llamaba «Entre hoy y mañana», aunque yo lo llamaba «Entre mañana y pasado» porque se emitía siempre completamente a deshora. Ahí solíamos estar cuatro y el de la bandurria y un día vi que la redacción estaba llena de gente. Me acerqué a uno de ellos a preguntarle qué

estaba haciendo y me dijo que había venido de extra, que estaba ahí de figurante, y que a cambio le pagaban el autobús y le daban un bocadillo y 60 euros. Me fui a ver Valerio Lazarov —esto que no se sepa— y le dije: «Pero bueno Valerio, en cualquier facultad estarían locos por mandarte estudiantes de los últimos cursos para que hiciera cosas útiles en la redacción al tiempo que aprendían». Y el me dijo: «No, no. Éstos del bocadillo no me crean ningún problema, mientras que ésos que tú sugieres al cabo de uno o dos meses empezarán a reclamar cosas y acabaríamos teniendo un lío. Así que mejor figurantes». Cero que es una anécdota clarificadora.

LIDIA NÚÑEZ. Estudiante de Periodismo y Ciencia Política en la Universidad

Rey Juan Carlos: Yo simplemente quiero decir que creo que las redes sociales pueden ser un muy buen aliado para los medios, porque realmente accedemos a la información a través de las redes. Por eso digo que esas redes pueden ayudar mucho a los medios de comunicación a llegar a los jóvenes; y eso sin necesidad de dejar de lado los valores del periodismo. También quería hacer una pequeña reflexión sobre lo que ha comentado Gemma, es decir, sobre si somos masocas. Creo que, en parte, sí lo somos. Lo digo porque, aunque no lo parezca, los jóvenes sí que estamos comprometidos, sí que somos conscientes de la realidad en la que vivimos y, a pesar de ello, muchos de los que estamos aquí estudiamos Periodismo. A mí, que además estudio al mismo tiempo Ciencia Política, hace no mucho me dieron las condolencias por mi elección de estudios. La realidad es que queremos trabajar en aquello que realmente nos gusta, a pesar de que nos bombardean en los medios diciendo que somos la primera

generación que va a vivir peor que sus padres o que sólo vamos a encontrar trabajos precarios. Por eso digo que quizá sí seamos un poco masocas, pero eso desde luego no significa que seamos una generación que pasa de todo. Creo que realmente estamos comprometidos; lo que ocurre es que somos bombardeados continuamente por gente que nos dice que no podemos hacer lo que nos gusta.

SUSANA LOZANO. Profesora de la Universidad Rey Juan Carlos: Me gustaría comentar algunas cosas. En primer lugar decir que yo no creo que los jóvenes sean masoquistas sino más bien idealistas. Lo que pasa es que no tienen alternativa. Actualmente la precariedad en España es algo común hasta a los ingenieros; de hecho, ayer hablaba con un ingeniero que ha abierto un restaurante porque le ofrecían un sueldo de 1.200 euros al mes.

Estoy de acuerdo con la mayoría de las cosas que se han dicho aquí. Esto es como lo de que Agamenón y su porquero decían los dos la verdad, a pesar de que cada uno dijera lo contrario. Tenéis razón al decir que si no hay dinero no se puede pagar una buena redacción y que es necesario un acto de corresponsabilidad por parte de todos nosotros a la hora de comprar información y pagar derechos de autor. No obstante, creo que la respuesta la daba Blanca cuando nos decía que hay que empezar por lo concreto. Pero la cuestión es que, aunque todo el mundo hable de cambiar el mundo, casi siempre quieren empezar a hacerlo por el vecino de al lado. Somos nosotros, los periodistas, quienes tenemos que cambiar las cosas. Hay que empezar pues por lo concreto. Los redactores no podéis arreglar lo del dinero y, evidentemente, que-

réis tener audiencia. Los jóvenes no podéis pasaros toda la vida trabajando en prácticas y cobrando 200 euros. Efectivamente, como decía antes Daniel, en Estados Unidos las prácticas se pagan. Nosotros tenemos un convenio con la Universidad de California y cobran 1.600 euros. Pero, claro, también es verdad que vosotros pagáis 1.200 euros por una educación, que es lo que cuestan las tasas universitarias tan manidas y tan maltratadas en España, pero en Estados Unidos pagan cincuenta o cien mil dólares, o lo que te quieran pedir si quieres ir a Harvard, y luego se pasan hasta los cuarenta años devolviendo el crédito. Así pues, insisto: aquí todos tenéis razón.

Cuál es la respuesta. Humildemente la lanzo a la palestra: la respuesta es empezar por lo concreto, como decía Blanca. ¿Con qué podemos negociar los periodistas? Con la información, con la agenda. En la ponencia anterior, alguien se preguntaba cómo era posible que estemos cubriendo lo que está ocurriendo en Barcelona como si hubiera caído la bomba atómica, pues todos los medios de comunicación de este país no tratan otro tema desde hace ya casi 24 horas. Y decía Carlos Cué que, después de tres horas viendo TV3, le daban ganas de unirse a las protestas de Barcelona, porque, claro, lo que hace TV3 es publicidad y llega un momento en el que casi acaban por convencerte. La pregunta es, y ahí está el gran problema y también la solución, por qué dedicamos tanto tiempo a repetir lo que nos dicen. Decía Blanca que vamos detrás de políticos que no dicen nada. ¿Qué conseguimos con ello? Perder la oportunidad de hablar de otras cosas que a lo mejor sí que serían significativas. Por que no hablamos, por ejemplo, de por qué no se paga a los becarios en este país, no ya 1.600 euros, pero sí la mitad del salario mínimo. A lo mejor eso ya sería un pequeño cambio. A lo

mejor contribuiríamos a crear un estado de opinión. A lo mejor así conseguiríamos algo, en vez de hablar del separatismo catalán o de lo que dice no sé qué político. O podríamos dejar esta repetición de la que estamos hartos todos y tratar la misma noticia tratada de forma exhaustiva; porque esto que estamos viviendo empieza a parecer un serial de ésos de toda la vida que la gente escuchaba en la radio. Ése es el trabajo del cuarto poder. A quienes dudáis de que tengamos todavía ese poder, os recuerdo que basta con ver TV3 durante tres horas para unirse a las protestas. De igual manera, si insistiéramos en el tema de los becarios, acabaríamos creando un estado de opinión que haría que los empresarios y los políticos se pusieran de acuerdo y aprobaran una legislación adecuada que contribuiría a paliar esta desafección, esta precariedad, esta situación de miseria en la que está viviendo nuestra juventud. Efectivamente, ellos no tienen futuro si nosotros seguimos con la misma actitud. El cambio de paradigma es preciso pero pasa por hechos concretos, como la agenda de los periodistas.

ÁNGEL TRISTÁN. Exdirector de *La Provincia*. *Diario de Las Palmas*: Respecto al tema del AVE, yo no sé qué gente viajaría en el AVE ese día, pero en el vuelo de Air Europa en el que he vine ayer de Las Palmas repartieron cuarenta periódicos y se acabaron en un minuto. Y en los aviones de Binter, que siempre reparten periódicos locales, siempre se acaban también; de hecho, mucha gente se los lleva al bajar del avión, como está mandado.

Otra cosa. En la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria —en la que yo era hasta hace poco presidente del Consejo Social, entre otras cosas más— hacíamos una

encuesta cada año entre los profesores y los alumnos; cuatrocientas y pico encuestas. Con gran asombro por mi parte, y por parte de todos los demás, resulta que los jóvenes y los profesores coincidían en que el medio al que le más credibilidad daban y por el que más se informaban era la prensa en papel. Dicho esto, no podemos olvidar que, por ejemplo, el periódico *Las Provincias*, donde yo trabajaba, vendía veinte mil ejemplares adicionales con promociones que costaban dos millones de euros al año. Llegamos a cuarenta mil ejemplares y cuando se quitaron las promociones bajamos a veinte mil. ¿Una gran caída? No, sencillamente volvimos a donde estábamos antes.

También quería decir que hay profesiones en las que la oferta de profesionales está más o menos ajustada a la demanda que existe, como puede ser la de médico, mientras que hay otras profesiones, como la de periodista, donde hay más profesionales de los que demanda el sector. Ahí también podemos encontrar algunas explicaciones a las cosas que están pasando; cuando hay más oferta que demanda, los precios siempre bajan. En definitiva, es algo tan sencillo como eso.

Respecto al debate entre la prensa digital y de papel, es un tema muy complejo pero yo os remito a El Corte Inglés. Si vais al Corte Inglés veréis que cualquier prenda de ropa tiene un 60% de poliéster, un 20% de algodón y un 5% de lo que sea. Con la prensa va a ocurrir lo mismo: se va a producir una reacomodación de todos los sistemas hasta que éstos encuentren una mezcla que funcione. Eso es algo de lo que no hay duda. Igual que tampoco hay duda de que tendremos que pasar por momentos muy duros. En nuestro sector, vivimos inmersos en una crisis económica muy dolorosa. Ojalá no dure demasiado tiempo y ojalá la oferta se ajuste a la demanda.

GEMMA ROBLES. Moderadora: Gracias a todos por vuestra participación. Creo que el debate ha sido muy interesante. Al fin y al cabo, estamos hablando ni más ni menos que del futuro del periodismo, del futuro de toda una generación de periodistas y, también, de los medios. Lo que ha planteado Susana es muy interesante. Yo os invito a que deis continuidad a estos debates en la universidad.

Cuando yo decía antes lo del masoquismo —y hablé ahora por alusiones—, es evidente que lo hacía con ánimo provocador. Lo que no quiero de ninguna manera es que tiréis la toalla porque, en el fondo, aunque os cueste reconocerlo, creo que creéis en nuestra profesión tanto como creemos en ella nosotros; tanto los que seguís enseñándola pese a que veis cuál es la situación real como vosotros que seguís estudiándola. No podemos tirar la toalla. Vosotros tenéis que seguir exigiendo y pidiendo soluciones desde un lado de la barrera y nosotros, desde el otro, tenemos que tratar de encontrarlas, porque lo que nos estamos jugando no es sólo la supervivencia de los medios y la nuestra como profesionales que trabajan en esos medios, sino que se garantice un derecho como es la información. Y también, por supuesto, que las nuevas generaciones podáis entrar y enseñarnos el camino.

BLANCA POU. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la Periodista

Joven del Año: Yo quisiera añadir una última cosa sobre el tema de las redes sociales de la que justamente me he estado informando estos días. ¿Cómo llegamos a los jóvenes? A través de las redes sociales. Parece que con eso el tema ya está finiquitado. Pero no es así. Twitter creo que tiene ahora mismo una masa de usuarios de cinco o

seis millones, lo cual evidentemente no llega ni mucho menos para alcanzar a la población joven de España; y eso sin tener en cuenta las distorsiones que pueda haber, con usuarios que no son reales, usuarios que son marcas, perfiles duplicados, etcétera. Por otro lado, Facebook ha tenido que pagar cuarenta millones hace poco por una demanda que le habían puesto sus anunciantes, porque resulta que no medía correctamente las métricas de sus vídeos e inflaba las visualizaciones que tenían éstos en las redes sociales. El resultado es que Facebook, que había estado promoviendo toda una estrategia centrada en los vídeos, que había estado animando a los medios a que produjeran vídeos y los movieran a través de Facebook, ahora ha cambiado completamente de estrategia y ya no promociona vídeos. Y, como consecuencia, el tráfico de un montón de medios se ha hundido en todo el mundo. En España, por ejemplo, tenemos el caso de *Playground*, que era un medio de especial penetración en la audiencia joven y que acabó con un ERE con sesenta despidos, pues su tráfico, su comunidad, ha pasado de trece millones a tres. Así que cuidado con apostar todo a las redes sociales, porque las redes también van cambiando. Ésa es la reflexión que quería hacer. Y lo mismo ocurre con lo de la marca personal que se mencionaba antes aquí; evidentemente tener una marca personal es algo buenísimo pero no la confiéis sólo a una red social. Por ejemplo, hace unos años Vine era lo más en el mundo de las redes digitales y hoy ya ni siquiera existe. Al final la compró un competidor. ¿Y qué hizo después de comprarla? Cerrarla. La cerró. Porque eso es algo que también pasa. Yo, además de tener un perfil en redes social, os recomendaría que os hicierais un blog, pues eso os proporcionará un escaparate en el que podréis mostrar al mundo lo que sabéis hacer.

Igual que un artista cuando va a una oferta de trabajo lleva ejemplos de sus trabajos, pues vosotros podéis enseñar vuestro blog y decir: «Esto es lo que sé hacer».

GEMMA ROBLES. Moderadora: Muchísimas gracias a todos. Os esperamos el año que viene.

SESIÓN DE CLAUSURA

MARÍA JESÚS MONTERO

Ministra de Hacienda



JUAN IGNACIO ELIZALDE

Director general de Coca-Cola Iberia



Moderador

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR

Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos





*La ministra de Hacienda, María Jesús Montero,
durante la sesión de clausura de la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola*

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Muchas gracias ministra por estar aquí, por haber acudido a nuestra convocatoria, que bajo el título de «¿El cuarto querer y no poder?» se ha desarrollado esta mañana con dos paneles. El primero, «El periodismo y sus causas. ¿Ariete de las libertades o taquígrafo de la realidad?», que resumirá luego Rafa Latorre, del diario *El Mundo* y Onda Cero, y el segundo, «Desafección y juventud», del que hablará Daniel Anido, director de Informativos de la Cadena SER. Pero, antes, tiene la palabra a Juan Ignacio Elizalde, director general de Coca-Cola Iberia. Adelante, Juan Ignacio.

JUAN IGNACIO ELIZALDE. Director general de Coca-Cola Iberia: Muchas gracias, Miguel Ángel. Y muchas gracias, ministra Montero, por su asistencia. Como Coca-Cola estamos muy orgullosos de poder estar aquí, en esta decimoséptima edición de estas conversaciones, de estos diálogos que creo que ya están ocupando un lugar de relevancia dentro del periodismo en España. Las empresas como Coca-Cola se benefician de tener un periodismo sólido, profesional, objetivo y que a la vez nos ponga muchas veces un espejo, que nos obligue a mirarnos a nosotros y a seguir mejorando.

Temas como los que se han discutido aquí —cómo hacer que el periodismo recupere ese rol o fortalezca como cuarto poder— son de suma relevancia para nuestra sociedad. Así que poder apoyar este tipo de diálogos nos hace sentir más que orgullosos.

Por supuesto bienvenidos a todos. Espero que hayan tenido una buena mañana de discusiones y que tengan un buen debate también en lo que queda de la jornada. Muchas gracias por estar aquí.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: A continuación, Rafa Latorre compendiará la discusión del primero de los paneles. Como he dicho, se titulaba «El periodismo y sus causas. ¿Ariete de las libertades o taquígrafo de la realidad», una adversativa que al parecer tampoco lo es porque puede perfectamente coordinarse y compatibilizarse.

RAFA LATORRE. Columnista de *El Mundo* y colaborador de *Onda Cero*: Seré breve; aunque así solía arrancar Fidel Castro sus discursos en la ONU, así que no se fíen. Lejos de la adversativa que menciona Miguel Ángel, creo que ha habido una cierta coincidencia en la mesa respecto a que la mejor forma de defender las libertades es ser taquígrafos de la realidad. Porque todo el periodismo de opinión del mundo junto no tiene el poder transformador que tiene la información. Pero, claro, para poder informar libremente hay que tener una cierta militancia a favor de la verdad. Todos hemos coincidido en la mesa en que la verdad es una materia prima que se ha devaluado. Dado que ésa es precisamente la materia prima con la que nosotros trabajamos, no nos puede sorprender que el periodismo esté viviendo una crisis importante en su

modelo de negocio. Pero también creo que hemos coincidido en que es importante avanzar, empezar a reflexionar, en lugar de seguir lamentándonos, como hemos hecho quizá demasiadas veces desde 2007. Yo creo que la mejor prueba de que el periodismo tiene una mala salud de hierro —en la línea del teatro, que sigue en crisis desde Esquilo—, es ese sano masoquismo que confesaron algunos de los estudiantes de periodismo que estaban en la sala, que además participaron en el debate con gran entusiasmo. Creo que fue especialmente interesante la reivindicación que hizo de la objetividad Montserrat Domínguez y la alusión al ritmo frenético que ha impuesto la televisión a la política realizada por Carlos Cué. Por su parte, Francesc Carreras nos habló desde la libertad que le da su condición de analista, aportando una perspectiva para nosotros algo exótica, de alguien con un compromiso político muy fuerte, que tiene un pie puesto en la política pero que nunca ha abandonado la reflexión en los medios. Creo que sus aportaciones han sido especialmente valiosas, más allá de la polémica sobre la necesidad de estudiar la carrera de la Periodismo, que ha animado esta mesa. Nosotros nos lo hemos pasado bien, lo cual siempre es un buen síntoma.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Daniel, si quieres resumir y compendiar tú ahora el segundo panel, titulado «Desafección y juventud», adelante.

DANIEL ANIDO. Director de Informativos de la Cadena SER: Frente a la primera mesa, donde habéis coincidido en muchos aspectos, creo que en nuestra mesa ha sido todo desacuerdo. Afortunadamente, porque eso es parte del periodismo, que no se

basa en la unanimidad sino en la duda. La segunda mesa de esta jornada nos ha puesto a los periodistas frente al espejo al abordar el tema de la juventud y la desafección. Curiosamente, tengo la sensación de que hemos hablado más de la juventud, de lo que le preocupa a la juventud, que de periodismo. Nosotros les pedimos a los jóvenes que vengan a nosotros, a nuestro terreno, pero ellos nos están pidiendo algo más importante quizá, que es que le resolvamos un poco sus problemas, que les mejoremos un poco la vida, que les tengamos en cuenta. Entonces, seguro que ellos estarán al lado nuestro hasta el final. Creo que es una cuestión muy importante. Los jóvenes están pidiendo paso y hay que dárselo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Es el turno ahora de la ministra. Ante todo, darle las gracias de nuevo por haber aceptado venir a clausurar este encuentro. Como sabéis, desde que se iniciaron estas jornadas, tenemos la costumbre de que no volváis a vuestros lugares de procedencia sin haber tocado ministro. De manera que, queridísima ministra de Hacienda, es tu turno. Muchas gracias.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Ministros al peso, verdad. Buenas tardes a todos y a todas. Yo quiero en primer lugar daros las gracias: muchas gracias Diego Carcedo, a Miguel Ángel y a toda la familia de la Asociación de Periodistas Europeos por vuestra amable invitación. He de decir que yo me siento cómoda entre periodistas, aunque eso sea algo raro, pues admiro vuestra profesión. Habitualmente, en el entorno político y en muchos otros entornos profesionales, se teme la cercanía de

un periodista, porque parece que siempre va a desvelar algo oculto que alguien guarda como si fuera un tesoro. Sin embargo, yo convivo a diario con periodistas y me siento bien cuando estoy entre vosotros. Los que ya me conocéis sabéis que soy una persona bastante normal y me interesa mucho lo que se dice, lo que se habla, lo que se opina en estos círculos, o lo que se deja de decir, dependiendo del día y dependiendo del caso. Antes le decía a Miguel Ángel que parecería que habéis elegido el día aposta, pues no puede haber un momento con mayor actualidad informativa, con una actualidad política tan importante, que éste. Estos días, estas últimas horas, no están siendo fáciles para nuestro país. Por eso yo quería reivindicar la normalidad, incluso para celebrar una jornada como ésta, aunque pueda resultar algo extraño que una ministra del Gobierno de España en funciones esté aquí en un momento como éste. Pero me parece fundamental que el país continúe con su vida, con su normalidad, analizando algo tan importante como el presente y el futuro del periodismo, aún a riesgo de que nos puedan llamar extraterrestres a todos los que no estamos hoy a pie de micrófono en alguna rambla en Cataluña.

La deriva independentista ha copado la actualidad informativa desde hace quizá demasiado tiempo, hasta el punto de que se han orillado, se han apartado, algunos debates muy importantes, tanto para la sociedad en su conjunto como para otros territorios. Por ello me vais a disculpar si empleo algunos minutos de mi intervención para hablar de este tema pues, a pesar de lo que acabo de decir, creo que la gravedad de la situación lo requiere. La sentencia del *procés* es el mejor ejemplo de que este país funciona como un verdadero Estado de derecho donde las decisiones judiciales

tienen que acatarse y respetarse por parte de todas las instituciones y todos los responsables políticos, sin distinción. La sentencia que conocimos ayer nos puede gustar más o menos —seguro que cada uno tiene su opinión— pero de lo que no hay ninguna duda, después de conocerla, es de la fortaleza democrática y social de nuestro país, un Estado social y de derecho en el que los delitos, no las ideas, tienen consecuencias jurídicas. Eso, y no otra cosa, es lo que se ha juzgado. Lo digo porque muchas veces, viendo la información que se maneja en otros entornos, en otros países, pudiera parecer que esa frase de los «presos políticos» haya calado, cuando en realidad de lo que estamos hablando es de personas, en este caso políticos, que se han saltado la ley. Yo lamento profundamente que haya sido así, que haya líderes políticos que sigan empeñados en abonar el terreno de la confrontación y de la ruptura de la convivencia democrática. Desgraciadamente, eso demuestra que no creen realmente ni en la justicia ni en la separación de poderes. En demasiadas ocasiones se ha preguntado al Gobierno del que formo parte qué íbamos a hacer si los acusados terminaban siendo condenados o si terminaban siendo condenados por un tipo de delito u otro. Creo que eso no es bueno para el funcionamiento de la justicia, cuyos tiempos hay que respetar aunque no siempre coincidan con los de la actualidad política o informativa. Tenemos que dejar que aquellos que trabajan en la justicia lo hagan con toda la responsabilidad, con el sentido común y todas las pruebas que consideren oportuno. Yo creo que hay personas que preferirían que la sociedad catalana siguiera siendo rehén de unos y de otros siempre que eso les proporcione un cierto rédito electoral. Vivir de la confrontación puede dar grandes titulares y puede tener un efecto sobre un determinado públi-

co, pero yo hablo con mucha gente a lo largo y ancho de todo el territorio y veo que la gente está cansada de los enfrenamientos, de la confrontación, de que se hable permanentemente de un tema dejando de lado aquello que forma parte de su día a día. A mí me parece una grave irresponsabilidad que, desde el independentismo se anime a la desobediencia civil y que se utilicen palabras tan gruesas como que la democracia ha muerto o que estamos en un Estado fascista. Como también me parece de una gravedad extrema que haya una formación política, en este caso Vox, que se permite el lujo de afirmar que el Tribunal Supremo no ha estado a la altura porque la sentencia no coincide con sus ideas preconcebidas.

Cataluña necesita pasar página. España necesita pasar página. El independentismo sabe desde hace tiempo que esta deriva sólo lleva a la frustración y a la parálisis, porque no se puede prometer lo que no es posible, no se puede alentar a que otros intenten conseguir lo que se ha demostrado que es inviable. Eso es jugar con las aspiraciones y los sentimientos de la gente. Además, mientras tanto, las instituciones catalanas no atiendan los problemas verdaderos de la población, que quedan paralizadas. Creo que la extrema derecha sabe que, con el discurso que hace todos los días, lo que consigue es alimentar el odio y la ruptura de la convivencia. Pero les da igual. Ellos están en la pura calculadora electoral y consideran que cuanto más gruesa sea la frase, cuanto más impacte, mejor.

La justicia ha hablado. Ha sido un juicio retransmitido en directo en el que se han observado todas las cautelas y las garantías procesales. Todo el mundo ha podido seguirlo, todo el mundo ha podido verlo, y ya tenemos la sentencia. Ahora ha llegado

el momento de que los dirigentes independentistas reflexionen, de que piensen adónde han llevado al pueblo catalán con su estrategia fallida. Sobre todo, confío en que, tras este primer momento, siempre de asombro o de sorpresa, recapaciten y no se vuelvan a equivocar. Que no se enroquen, que devuelvan la política a la normalidad democrática de la que nunca tuvo que salir.

Finalmente, no puede dejar de mencionar que el posicionamiento de Unidas Podemos a este respecto ha dejado muy claro por qué no era posible un Gobierno de coalición. Creo que todos los que estáis aquí presentes entendéis lo que quiero decir. Ante todo este panorama, como decía, es importante que mantengamos la normalidad en nuestras actuaciones porque ni las instituciones ni el Gobierno ni la sociedad pueden quedar bloqueados o paralizados. Eso es justamente lo que persiguen algunos y lo que nosotros tenemos que evitar.

Entrando en harina en un asunto que me parece interesantísimo, como es el que nos reúne hoy aquí, el debate sobre el periodismo como cuarto poder, tengo que trasladar que al periodismo hay que reivindicarlo siempre pero, en los tiempos que corren, aún más. Pero, como todo gran poder, el periodismo también conlleva una gran responsabilidad. Como todo poder tiene sus luces y sus sombras, sus claroscuros, por decirlo así, pero lo que es indudable es el papel absolutamente esencial que tiene el periodismo como garante de una sociedad informada, plural, crítica y libre. Y también del equilibrio, del contrapeso del resto de poderes, de los públicos y también de los privados, hasta el punto de que comparto la máxima de que sin periodismo no hay democracia posible.

Voy a trasladarles de manera muy sintética algunas breves ideas, con independencia de que después podamos abordar todas las cuestiones que quieran plantearme; en torno a este tema o a cualquier otro de la actualidad política o económica.

La primera idea tiene que ver con la famosa crisis del periodismo, de la que tanto se ha hablado pero que, desde mi punto de vista, no es más que el espejo de la crisis de la sociedad en la que vivimos; una sociedad cada vez más líquida en un mundo cada vez más complejo, como tan bien la definió hace unos años el filósofo Zygmunt Bauman. Una sociedad que muta, que cambia de forma con una celeridad a la que nos cuesta acostumbrarnos, dando paso a lo que creo que es ya una de las principales características del siglo XXI, la necesidad de asumir que la incertidumbre ha adquirido un estatus de permanencia. Éste es un ingrediente que ha venido para quedarse y, por lo tanto, hay que aprender a gestionar esa incertidumbre como un factor clave en todos los ámbitos de la vida. El periodismo no ha sido ajeno a la crisis de desafección o de desapego que impactó a todas las instituciones españolas en la última década. Pero, a diferencia de lo que ha pasado con otras instituciones, la ha vivido en una doble vertiente, como poder y como modelo de negocio. No voy a abundar en las causas de esa desafección, pues ya habéis profundizado en ello y creo que son ampliamente conocidas y compartidas por todos nosotros. Hay una frase atribuida al incomparable Antonio Fraguas, «Forges», que creo que pone el dedo en la llaga cuando dice que los periódicos en España se hacen en primer lugar para que los lean los periodistas y luego los banqueros, más tarde para que el poder tiemble y, por último, para que los ojee el público. Creo que en esta frase se puede sintetizar, desde el sentido del

humor de Forges, el desgaste real que ha sufrido el periodismo en estos años, que se plasma en esa mezcla de lejanía respecto a los intereses de su audiencia y en la lucha respecto al rol a desempeñar, como poder o como contrapoder. Pero hay un segundo factor que tiene que ver con las dificultades de adaptación al modelo de negocio y, por tanto, a la transformación digital. La aparición de incontables canales digitales, de las redes sociales, ha permitido que la información circule como nunca lo había hecho hasta ahora, pero también ha provocado un exceso de ruido en el que a veces resulta difícil discernir, incluso para los que estamos en esta sala, entre noticias y *fake news*.

Aunque no es el tema de esta jornada, me gustaría abundar en ello y expresar mi preocupación. Hay informes que vaticinan que en el año 2022 la mayoría de las personas en las economías maduras consumirán más información falsa que información verdadera. Ya no estamos hablando de bulos que corren por la red, de medias verdades o medias mentiras que pueden ser contrastadas con información veraz o con sistemas de *fact checking*. Estamos hablando de una frontera peligrosa, de la construcción de narrativas alternativas que llegan, bajo una apariencia de verosimilitud, a una enorme cantidad de público, y con el agravante del sesgo de confirmación que se suele producir en el mundo digital, donde accedemos a contenidos que nos retroalimentan en nuestras opiniones y, lo que no vemos, sencillamente deja de existir. ¿Qué quiero decir con esto? Que las noticias falsas pueden tener un efecto verdadero en la calidad de la democracia, polarizando en torno a debates interesados y eliminando de facto otras realidades y, con ello, la pluralidad y la diversidad social. Pero, lejos de ser pesimista, esto es algo que puede y debe conjurarse con más y mejor periodismo.

Lo anterior engancha con la segunda idea que quería trasladar. Volviendo a la pregunta que da título a esta jornada, he comentado antes que el periodismo es en sí mismo un poder, pero creo que aún no ha terminado de vislumbrar todo el poder que realmente tiene. Me explico. Más allá de la resistencia a cesiones para que se publique o no alguna noticia, también está la capacidad del periodismo de investigación para levantar alfombras y arrojar luz sobre temas no conocidos, con ejemplos tan espectaculares como el trabajo del consorcio que liberó los papeles de Panamá, por ejemplo. Desde mi punto de vista, la nueva parcela de poder que el periodismo está llamado a liderar en el futuro es la de ayudar a la sociedad a ser más libre en un contexto donde la libertad puede verse amenazada o, como decía, donde puede ser mucho más fácil acceder a contenido falso que a información contrastada. Y hacerlo primando la calidad sobre la cantidad, ofreciendo claves y el contexto necesario para digerir mejor la sobreexposición informativa y para comprender mejor realidades que a veces son complejas, huyendo de la simplificación y del paternalismo. Imagino la presión de ser el primero en poner en circulación una noticia, sin tiempo para contrastarla o hacer una investigación más profunda, como sin duda le gustaría al periodista, pero, aun así, es necesario cualificar la información. Los ciudadanos, ellos y ellas, son quienes tienen que pedir cuentas al poder. Nadie tiene que sustituirles en esa tarea, pues ésta es la base de una democracia sólida y avanzada. Por eso, en la medida en la que el periodismo nos ayuda a jerarquizar lo que ocurre, nos permite asignar valor a las cosas, creo que también es urgente profundizar en un periodismo que apueste por lo social, que ponga en el centro a las personas, que hable de las cosas que interesan a las per-

sonas y que ponga nombre y apellido a sus historias. Porque para que el periodismo sea imprescindible tiene que ser reivindicado por la ciudadanía y eso será posible sólo si ésta se ve reflejada en los contenidos periodísticos.

La tercera y última cuestión que quería comentar tiene que ver con la influencia del periodismo en las profecías autocumplidas. Verán, creo que no descubro nada nuevo si hablo del desánimo que está invadiendo, yo diría que en general, las informaciones relativas a la desaceleración económica mundial. Todos los días conocemos informes e indicadores que nos hablan de un enfriamiento económico internacional agravado por las tensiones comerciales propiciadas por la administración Trump. Por supuesto que no hay que quitar hierro a esta situación, pero tampoco creo que sea muy inteligente favorecer un clima más negativo de lo que la realidad está indicando. Sabemos que la economía es muy sensible a las noticias negativas, que la confianza es algo que cuesta mucho trabajo construir y muy poco tiempo quebrar. Por tanto, tan importante es monitorizar todos los indicadores para poder tomar decisiones adecuadas en el momento preciso como no dejarse llevar por el catastrofismo sin motivo. Ése es uno de los aprendizajes del año 2008, cuando nadie —ni el Banco Mundial ni la OCDE ni el FMI ni la Unión Europea ni los principales economistas— vio venir la gravedad y la profundidad de la crisis. Y ahora, quizá, para salvar este hándicap, el punto de partida es justamente el opuesto: todo el mundo advierte y señala las amenazas de una economía global tensionada por factores tan dañinos como el Brexit o la guerra arancelaria. Evidentemente, se trata de elementos lo suficientemente graves como para que todos los gobiernos estemos monitorizando la situación, pero desde aquí quiero

lanzar un mensaje claro. Esta mañana hemos enviado el plan presupuestario a Bruselas con los datos que siguen demostrando que nuestro país sigue en una mejor posición relativa a los países de nuestro entorno; todo ello a pesar de la dificultad de estar en funciones y de no contar con unos presupuestos generales del Estado que nos hubieran permitido aprovechar mejor la situación internacional y reforzar el país durante estos meses. Seguimos con buenas perspectivas en términos de cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales, en términos de generación de empleo o de abordaje de retos tan importantes como la emergencia climática. Cada uno puede ver el vaso medio lleno o medio vacío, pero el vaso seguirá teniendo exactamente la misma cantidad de agua.

Decía quien durante dieciséis años fuera director del *Wall Street Journal*, Paul Steiger, que el periodismo es lo que los economistas llaman un bien público. Y no puedo estar más de acuerdo con esta afirmación porque un periodismo comprometido socialmente y objetivo con la realidad es más que decisivo, es absolutamente imprescindible. En este tiempo de incertidumbre necesitamos más que nunca como sociedad un periodismo fuerte, crítico con el poder y crítico con la realidad, que ayude a la sociedad a desmenuzar la complejidad de los temas sin apriorismos, desde una posición equilibrada y objetiva.

Seguro que en esta pequeña intervención me he dejado muchas cosas en el tintero pero no pretendo abusar de vuestra paciencia. Espero, como siempre, que algunas de mis palabras puedan generar una cierta polémica, siempre agradable, siempre democrática, que podamos abordar a continuación. Ojalá pueda aclarar algunos de los

temas y entre todos podamos salir de esa vorágine informativa permanentemente que lo devora todo y charlar durante un rato sobre lo que realmente interesa, profundizando en las complejidades de los temas y no simplemente dejando un titular.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Gracias, ministra. A continuación vamos a proceder al coloquio a partir de las preguntas que habéis tenido la gentileza de formular por escrito y a las que voy a ir dando lectura. Han sido agrupadas en tres bloques, uno tiene que ver con Cataluña, otro con asuntos propios del Ministerio de Hacienda y un tercero con las posibles coaliciones postelectorales. Además, hay una pregunta que no ha sido agrupada con ninguna de las anteriores, que plantea una compañera de la radio de la Universidad Complutense. Voy a empezar por lo más caliente, que es Cataluña. La primera pregunta que tengo es de **Laia Forès**, del diario *Ara* y dice así: «Tras la sentencia del *procés*, el Gobierno ha endurecido el tono con Cataluña. ¿Cree que después del 10 de noviembre hay posibilidades reales de abrir un diálogo con la Generalitat?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Bueno, en relación con la primera parte, yo no tengo la sensación de que el Gobierno haya endurecido el discurso. Lo que sí creo es que hay una preocupación real a propósito de cómo se iba a administrar por parte del Govern el resultado de la sentencia. Es decir, nosotros —y lo llevamos diciendo desde hace ya bastante semanas— habíamos planificado todas las situaciones posibles con el diferente grado de intensidad que pudieran tener los acontecimien-

tos, fueran éstos tumultos callejeros o incluso las propias declaraciones del *president* o las actuaciones del propio Parlamento catalán, que creo que se reúne el jueves. Hay una serie de medidas previstas que están acondicionadas y resultan proporcionales a esa afrenta. Porque lo que sí que esperábamos era que el Govern tuviera dificultades a la hora de poder digerir la sentencia. A partir de ahí, lo que ha ocurrido el primer día es que ha habido que mantener el orden y la seguridad, sobre todo en una infraestructura tan importante como lo es el aeropuerto, porque hay que tener en cuenta que la pretensión que había era la de invadir las pistas. Como sabéis, la invasión de las pistas tiene un elemento añadido de riesgo para la seguridad porque si los controladores aéreos no pueden desarrollar su trabajo hay un perímetro de 350.000 kilómetros que se pone en riesgo. Es decir, que estábamos hablando de la seguridad europea de navegación. Por eso, en estos temas hay que ser muy serio y hay que ser muy claro. El Gobierno está dispuesto a dialogar con Cataluña —siempre ha estado dispuesto a dialogar con Cataluña— pero, por la experiencia de este período, ese diálogo no va a ser posible si no hay una actitud de renuncia por parte de los líderes del Govern a abandonar la vía por la que han iniciado, o por la que han querido conducir, la independencia. Dicho de otra manera, la franqueza del Govern a la hora de hablar, o a la hora de dialogar, tiene que estar perfectamente acreditada. Porque, si no, el problema es que un acercamiento o un intento de diálogo —que piden todos los ciudadanos— se puede convertir nuevamente en una trampa para seguir alimentando un posible discurso que no lleva a ningún lado. Para mí, lo más gordo de la sentencia, además de las penas, ha sido justamente ese estado que ha definido como de ensoñación, de fraude político.

Para mí es un fraude político hacer pensar a otro que con los instrumentos que tenemos es posible llegar al sitio que el otro anhela, alimentando unos sentimientos que a ver cómo recanalizas luego. Pero diálogo siempre, dentro de la ley, claro. Lo que no puede es exigir diálogo al margen de la ley.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: La siguiente pregunta es de **Rosa María Sánchez**, de *El Periódico*. Dice así: «¿Qué valoración le merece la convocatoria de una huelga general en Cataluña para el 18 de octubre? ¿Cree que se trata de una huelga política?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Creo que evidentemente la convocatoria de huelga se hace con un motivo político. Más allá de que posteriormente se revista de una forma legal la convocatoria, el trasfondo creo que es claro. Habrá que ver qué resultado tiene esa supuesta convocatoria de huelga en relación con el seguimiento de los catalanes que, aun siendo independentistas, creo que están empezando a entender. Así lo dicen los últimos sondeos de opinión. José Félix Tezanos podría hablar más de esto que yo, ¿verdad?, de cómo se encuentra la percepción ciudadana en relación a Cataluña, pero creo que hemos avanzado. Yo soy optimista. Creo que hemos avanzado. Creo que existe la percepción de que ese camino no conduce a ninguna parte y eso, a la gente racional, a la gente que digamos creía que era posible el objetivo, creo que la puede disuadir de seguir manteniendo una aventura que no tiene ningún tipo de final. En eso confiamos, y en que de alguna manera recapaciten los lí-

deres de los partidos independentistas. Yo en este sentido creo que el camino que se ha señalado es un camino que todo el mundo puede entender rápidamente: aquel que se salte la ley lo paga. Esto no es una cosa baladí cuando te pueden caer trece años de cárcel. Yo confío plenamente en que ese camino se puede recorrer. Tendrá que partir de una actitud dialogante por parte de todos; desde luego, el Gobierno va a tener una actitud de diálogo, como no puede ser de otra manera. Eso sí, con el respeto a la Constitución y al Estatuto de Cataluña, que es una cuestión básica y fundamental.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Pregunta **Macarena Rivera**, de Antena 3 Televisión: «¿Qué medidas piensa tomar el Gobierno si se mantienen, o incluso intensifican, las movilizaciones e incidentes en Cataluña?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: En relación con las movilizaciones en la calle, lo que hay que mantener es el orden público. En este sentido creo que todos ayer fuisteis testigos de algo muy importante, como ha sido la coordinación entre los tres cuerpos que están presentes en Cataluña, tanto los Mossos, como la Guardia Civil y la Policía Nacional. Lo que vimos en el día de ayer no se parece en nada a lo que ocurrió el 1 de octubre, cuando la ambigüedad de las instrucciones que recibían los Mossos llegó a provocar en ocasiones enfrentamientos que eran asimétricos, que no eran proporcionales. Yo creo que eso supone un paso adelante fundamental para el mantenimiento del orden en Cataluña. Leía un teletipo antes de llegar —no sé de qué agencia era— que decía algo así como que Torra vive en una contracción al

alentar a las movilizaciones por una parte —decía el teletipo— y por otra parte ordenarle a los Mossos que se hagan cargo del orden ciudadano. Claro, es que es una contradicción. Pero yo sí creo que se ha mejorado en este sentido y que el orden se va a mantener de una forma importante. Nosotros lo hemos dicho: las medidas dependerán de la intensidad del desafío. Si el *president* Torra utiliza nuevamente el Parlamento de Cataluña para saltarse la legalidad o para llevar a cabo un desafío del tipo que tuvo lugar el pasado 1 de octubre, evidentemente se podría aplicar cualquier medida legal, incluido el 155.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Por seguir un poco en la línea de las contradicciones, hay una que es también muy llamativa. Llevamos desde febrero oyendo decir a los enjuiciados en la vista oral del juicio que no han hecho nada y ahora lo que dicen es que lo van a repetir. Entonces, ¿van a repetir el no hacer nada? Hombre, es un poco llamativo. Este asunto se combina con otra contradicción muy interesante, que es que de ninguna manera nada es tumultuario porque, claro, eso tiene como consecuencia la aplicación del código penal en lo que se refiere a la sedición. Nada, nada es tumultuario. Y a continuación se convocan los tumultos.

Pasamos a las preguntas que se refieren al Ministerio de Hacienda, en fin, a sus competencias, a sus aguas jurisdiccionales. **Daniel Basteiro**, de *El Español*, dice: «¿Cuál calcula que puede ser el impacto económico de una incertidumbre e inestabilidad prolongadas en Cataluña? ¿Es un factor de peso en sus previsiones económicas?». Y dice también: «¿Por qué el Fondo Monetario, FUNCAS, el Banco de España y

el BBVA se equivocan al pronosticar un menor crecimiento que el Gobierno? ¿Cómo cree que se comportará la demanda interna en los próximos meses?». Esto de la demanda interna en los próximos meses nos tiene sin dormir.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: En relación con las previsiones económicas, vosotros los que os dedicáis a la prensa económica sabéis que es frecuente que haya diferentes paneles de expertos que arrojen datos distintos. Son todo tendencias, previsiones, pues no hay una fórmula matemática para que se calcule y te salga a ti una décima menos que al otro. Lo que tenemos son tendencias en los indicadores de consumo, la balanza por cuenta corriente, cómo se está comportando el mercado exterior, el crecimiento de los países vecinos, etcétera. Nosotros hemos sido muy prudentes en la perspectiva de crecimiento. Los organismos internacionales vaticinaban para el 2019 que España crecía un 2,4 y en el Gobierno no cambiamos la previsión de crecimiento del 2,2. En ambos ministerios tenemos unos departamentos técnicos y trabajamos de forma muy prudente en relación con las previsiones. Por eso creemos que, tal como se han comportado los últimos trimestres, nuestras previsiones van a ser las acertadas. Hoy mismo el Fondo Monetario Internacional ha dado unas previsiones y creo que son superiores a la previsión del Gobierno. ¿Ha sido así? ¿Una décima? ¿Ha subido o ha bajado? Bueno, estamos hablando de una décima arriba o una décima abajo, pero el Gobierno sigue pensando que su previsión final del trimestre es la acertada. Además, tenemos una cuestión añadida, que es que ha habido un cambio metodológico en el INE respecto al cambio del PIB, lo cual también ha obligado

a modular los indicadores. Ahora, gran parte de la bajada del PIB se debe al nuevo cálculo que hace el INE. Lo que quiero decir es que ni siquiera responde a que la estructura económica esté dando algún susto o esté aportando algún dato que no se conociera previamente. Creo que vamos a quedar en el 2,1 que es la cifra que hemos remitido esta mañana a Bruselas en términos de PIB. Y nuestro objetivo es cerrar en el 2% en término de déficit, que es una cifra importante, y en el 2,3% en términos de creación de empleo. El empleo sigue creciendo en la proyección por encima de lo que crece el crecimiento económico, en lo que sin duda es un fenómeno curioso.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: La otra parte de la pregunta se refería al impacto económico de la incertidumbre en Cataluña.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Por supuesto, Cataluña tiene un peso específico en la economía española, pues es una de las locomotoras de la economía española. Cataluña podría tener un crecimiento una o dos décimas superior al que en este momento tiene con motivo de la incertidumbre política. ¿Dónde lo vemos? En la calificación de las agencias de riesgo. Las agencias de *rating*, cada vez que califican la deuda catalana, más allá de la sanidad de sus cuentas públicas, se enfrentan al problema de la incertidumbre política, que es algo muy penalizado por las agencias de inversión. Desde mi punto de vista, esa incertidumbre o está haciendo que empresas que se marcharon no vuelvan y que empresas que pudieran tener interés en instalarse en Cataluña no terminan de tomar la decisión. Además, en estos días el turis-

mo probablemente se haya resentido algo tras las imágenes que hemos visto de los tumultos, de los disturbios o de la propia incomodidad de los pasajeros del Prat. Estas cosas no salen gratis.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Basteiro también preguntaba por el comportamiento de la demanda interna durante los próximos meses.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: La demanda interna, el consumo, sin duda es uno de los indicadores importantes. En este momento se da la paradoja de que consumo y la demanda interna tienen que ser un vector importante para el crecimiento económico en nuestro país, puesto que nuestro sector exterior está teniendo problemas añadidos, como lo es el menor crecimiento de la eurozona, concretamente de Alemania y de Francia, que están aproximadamente por la mitad de nuestra previsión de crecimiento para el año que viene. Por eso tenemos que compensar con la demanda interna. ¿Qué ocurre? Que el riesgo permanente o la alerta permanente sobre el riesgo a la recesión está llevando a que decaiga el consumo de los hogares españoles. De hecho, un dato que desde otro punto de vista podría ser beneficioso no lo es tanto en este contexto; me refiero a que se está incrementando el ahorro neto de los hogares. Eso podía estar bien, porque siempre hemos tenido un problema sistémico en nuestro país con el ahorro, pero si es a costa de la demanda interna nos puede dar algún que otro dolor de cabeza. Hay que animar a la gente a que consuma. Hay que animar a que el consumo se dinamice, a que las empresas puedan tener un

mejor rendimiento de beneficio en base al consumo para que no exista tanto miedo a la pérdida del empleo, de las mejoras salariales o de las mejoras económicas, porque esto se convierte en círculo virtuoso que al final hace que el que llama a la crisis acabe por traerla.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Una pregunta de **Xavier Alfonso**, de *Valencia Plaza*. Dice así: «En el plan enviado a Bruselas hablan de una subida de las pensiones del 0,9%. Pedro Sánchez prometió el otro día una subida equiparable al IPC en diciembre. ¿Van a sumar ambas cifras? ¿Está muerto el Pacto de Toledo?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: No, es el IPC. La previsión que el Gobierno hace del IPC para el año que viene es del 0,9% y, por tanto, subirá las pensiones un 0,9% que siempre. Si se comportara de una forma superior, que no lo parece —en este momento no hay una presión al alza inflacionista sino lo contrario—, se haría lo que se hizo en el ejercicio precedente, que es abonar una paga complementaria adicional al final del ejercicio. Pero este año, para que os hagáis una idea, nosotros actualizamos las pensiones al 1,6% y, tal y como se ha comportado el IPC, que tenemos pendiente cerrar, vamos a recuperar poder adquisitivo respecto a 2017, 2018 y 2019, porque la inflación está siendo especialmente baja. La del último mes ha estado prácticamente por los suelos, al 0,3 creo recordar, pero el indicador es el IPC interanual. En cualquier caso, el objetivo y el 0,9 es lo mismo, por lo que el Pacto de Toledo tiene plena vigencia.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta de **Macarena Rivera**, de Antena 3 Televisión, aunque creo que ya está respondida. Dice: «¿Qué les diría a los pensionistas de Rota y Bilbao que han caminado veinte días para manifestarse en Madrid hoy?». Y luego «¿Qué opina de la alerta del Fondo Monetario Internacional sobre el frenazo gradual de España en medio de una desaceleración mundial?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Respecto a la segunda pregunta, decir que el enunciado tiene más de titular que de realidad. Quiero decir con esto que las previsiones del FMI con respecto a España en su informe son bastante similares a las previsiones que hace el propio Gobierno, por lo que estamos en sintonía. Las previsiones pueden variar una décima arriba, una décima abajo, pero no hay grandes diferencias. Salvo en el caso de algún organismo que no voy a mencionar, no hay grandes diferencias entre los organismos expertos respecto a la previsión de crecimiento.

Respecto a las marchas de pensionistas, yo creo que la continua alusión a la sostenibilidad del sistema de pensiones está generando una incertidumbre innecesaria en los actuales pensionistas, cuyas pensiones no corren ningún riesgo. Respecto a los pensionistas del futuro, a los que estamos aquí, que seremos los pensionistas del futuro, a ver si se activan ya las plenas capacidades del Gobierno y podemos empezar con el Pacto de Toledo, a compartir datos con otras formaciones políticas y a estudiar posibles actuaciones, que hay muchas en la cartera que deberíamos abordar en los próximos cuatro años. El presidente se ha comprometido a que, de aquí a cuatro años, va a sanear el déficit de la Seguridad Social. Para ello, se van a intentar dar más recursos

a Seguridad Social, en detrimento, claro, de otros entornos, donde tendremos que ajustar un poco más que en el modelo de pensiones. Dicho esto, entiendo que los pensionistas puedan estar asustados, que por mucho que digamos que vamos a actualizar las pensiones no terminen de creerlo, pero también creo que hay muchos partidos políticos contaminando al colectivo de pensionistas, diciendo que no se van a actualizar las pensiones. De ahí las marchas, el miedo y las concentraciones.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta, en este caso sin identificar. La pregunta es si el Gobierno en funciones va a aprobar la subida de las pensiones y de los funcionarios, ahora o a partir de enero, con lo cual daría a entender que en funciones no se aprobará.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Bueno, supongo que las preguntas sobre el Gobierno en funciones tienen más que ver con el morbo periodístico que con la realidad. Lo que es obvio es que los pensionistas y los funcionarios van a cobrar las nóminas de enero, febrero, marzo y abril y que las van a cobrar con la subida; y la nómina de la pensión también se va a cobrar con la subida. La pregunta es si esto se va hacer teniendo ya un presupuesto o no. Lo cierto es que ya somos expertos en gobernar en funciones, sin presupuesto. De hecho, después de actualizar las entregas a cuentas creo que nos hemos hecho verdaderos expertos. No sé lo que ocurrirá pero nuestra pretensión es que en diciembre, como dijo el presidente, podamos conformar Gobierno. Si se conforma Gobierno, por ejemplo, con el salario de los empleados públi-

cos no habrá problemas; se podrá resolver antes de que llegue la nómina de enero. En el caso de que no se pueda hacer, cuando se aprueba la norma correspondiente, el decreto ley correspondiente, estando en plenas funciones podremos actualizar con efecto retroactivo, que es como se ha hecho siempre. Por eso digo que la pregunta no está relacionada con lo práctico, con el dinero que le va a llegar a la gente, pues de una manera u otra van a cobrar las subidas correspondientes desde enero.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta anónima pero que parece solvente también: «Para cumplir con los objetivos marcados por Europa, qué medidas adicionales contemplan en el plan presupuestario?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: El plan presupuestario, que lleva el cierre de este año en función de cómo consideramos que se van a comportar las previsiones de los indicadores, conduce a lo que nosotros llamamos un escenario inercial, o a políticas constantes, que es cómo se va a comportar el presupuesto en el caso de que no haya presupuesto, si no hubiera ningún ingreso añadido y las políticas que se están desarrollando permanecieran como en el año 2019. Eso se llama presupuesto a políticas constantes, o inercial, que es lo que se ha remitido a Bruselas. No se ha remitido un proyecto de presupuesto. El proyecto de presupuesto lo remitiremos con su correspondiente tabla cuando estemos ya en condiciones de presentar un presupuesto. Ahora, en funciones y sin presupuesto, no podemos remitir un proyecto de presupuesto; no sé si he hecho un trabalenguas pero vamos con el inercial. Es lo mis-

mo que ocurrió el año pasado: en octubre mandamos el inercial y luego actualizamos el plan en febrero o marzo, un poquito antes de presentar el presupuesto. Va con ese inercial, con esas dos medidas de gasto, pensiones y empleados públicos, y sin ingresos adicionales, pero el compromiso del Gobierno es posibilitar las figuras impositivas que ya conocéis, porque las hemos presentado. De hecho, creo que es la primera vez que alguien va a las elecciones después de haberse retratado con la fiscalidad en un proyecto de presupuesto; más transparencia es imposible. Fundamentalmente, como figuras fiscales importantes, se trata de la economía digital, transacciones financieras e impuestos de sociedades, bajadas de las PYMES y fiscalidad medioambiental, que puede ser el diésel o algo relacionado que tenga que ver con conductas disuasorias medioambientales. Pero ni IRPF ni tocamos ninguno de los otros que aunque se incorporaron al presupuesto no fueron propuesta del PSOE, sino que fueran propuesta de Unidas Podemos.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Pregunta **Pedro González**, de *El Debate de Hoy*: «¿Habrá dinero suficiente en la caja para financiar todas las promesas del presidente del Gobierno?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Claro. Si no hubiera dinero suficiente el Ministerio de Hacienda no daría el visto bueno. Quiero decir con esto que todos los compromisos que se adquieren llevan una memoria económica con la correspondiente partida. Yo he visto informaciones estos días en las que, por ejemplo, se

suman las entregas a cuenta como promesas electorales. No, no. Las entregas a cuenta de las comunidades autónomas ya se han gastado o se están gastando y están en los presupuestos. No es un dinero de I+D. Es un dinero que ya estaba previsto, un dinero que se está gastando ya y que, por tanto, no comporta mayor gasto. No es que las comunidades tengan 4.500 millones de euros más para gastar de los que tenían en los presupuestos. Ése no es el caso. Ya tenían consignado en sus presupuestos estas cuantías y si esos presupuestos se cumplen cumpliremos también el objetivo de déficit. Por lo tanto no es más dinero. La cuantificación económica que se ha hecho en algunos entornos —desconozco la metodología— no se corresponde pero nada son esas cuantías. Todavía no se ha hecho ninguna actuación de Gobierno que realmente implique un gasto añadido que no tuviéramos previsto. La previsión de pensiones y de empleados públicos estaba prevista y que yo recuerdo no ha habido ningún otro compromiso de cuantías económicas que nos puedan preocupar.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Pregunta **Julio Monreal** del diario *Levante-EMV* de Valencia: «La presidenta de Madrid ha comunicado una bajada del IRPF. ¿Cree la ministra de Hacienda que las comunidades autónomas pueden competir a navaja en el ámbito fiscal en detrimento del derecho a la igualdad?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Creo que conocéis mi opinión respecto a esto. La Comunidad de Madrid puede bajar los impuestos porque los ingresos en Madrid están absolutamente condicionados por el efecto capitalidad. Por tanto

hay una parte que llega de la sede fiscal de empresas y de la domiciliación de determinadas rentas que favorece a la Comunidad de Madrid en detrimento de otras comunidades autónomas, que en esa espiral muchas veces se ven obligadas — o al menos así lo consideran— a bajar los impuestos y a hacer ese *dumping* fiscal con que obliga la armonización que algunas veces hemos comentado. Hay que hacer una armonización fiscal en alguna figura que está muy desprestigiada, como el impuesto de sucesiones o el de patrimonio, que prácticamente tienen un trato desigual, asimétrico, dependiendo del lugar donde vive el ciudadano. Eso es algo que deberíamos acometer en la nueva reforma del sistema de financiación, donde también hablaremos de la capacidad fiscal, de las comunidades autónomas o autonomías financieras, que es lo mismo, y de cómo se armoniza para que no se llegue a la práctica eliminación de algunas de las figuras fiscales que son necesarias para el sostenimiento de los servicios públicos. Respecto a la tramitación legislativa que se ha hecho en la Comunidad de Madrid, simplemente decir que se ha optado por hacer una tramitación ordinaria del IRPF, lo cual tiene unos plazos mucho más prolongados en su tramitación —tardará más de un año, con lo cual en términos efectivos no se notará hasta el año 2021 o el 2022—, cuando perfectamente se podía haber cogido el vehículo del proyecto de presupuestos, que por cierto la Comunidad de Madrid ha renunciado a presentar; según han anunciado no presentan proyecto de presupuestos por ahora.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Pregunta **Samuel Barraguer**, jefe de Informativos de Aragón TV, qué ha de pasar para que se acometa la tan cacareada refor-

ma del sistema de financiación autonómica contemplando criterios como la despoblación, el envejecimiento o la dispersión demográfica.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Tiene que pasar que haya Gobierno, que el Gobierno esté en plenas capacidades, que el Gobierno deje de estar en funciones, que tengamos una perspectiva que nos permita mantener un debate intenso durante los próximos años, que a nadie se le escapa que es un debate de los más complejos que afronta un país, porque cada comunidad autónoma legítimamente aspira a tener mayores recursos. Pero los recursos son limitados. Tenemos que ser capaces de acompañar las prioridades del Estado del bienestar, es decir el peso que queremos que tenga a la recaudación total la sanidad, las pensiones, la dependencia... Por otra parte, tengo que decir que todos esos parámetros que se han comentado ya existen en el modelo de financiación. Existe una modulación por dispersión, existe una modulación por insularidad, por envejecimiento... En fin, por la mayoría de los factores. De lo que se trata es de revisar cómo se han comportado esos factores para ver si algún territorio ha tenido especiales dificultades respecto a otro. Es verdad que, después del análisis del modelo de financiación, no se pueden explicar diferencias de hasta 800 euros per cápita entre la comunidad que más recibe y la comunidad que menos recibe. Ni la dispersión ni el envejecimiento ni la despoblación ni ningún otro parámetro pueden explicar, en términos de costes de los servicios públicos, que exista un diferencial de 800 euros entre el que más recibe y el que menos recibe. Ahí hay algún desajuste que tenemos que retomar.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Esta pregunta no está identificada pero también parece solvente. Dice: «En la eventualidad de un resultado electoral parecido al que ahora mismo disfrutamos, ¿el Gobierno optaría por un acuerdo con el peligro de Podemos o buscaría otros peligros?».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Nos tiramos a los peligros. Yo creo que el presidente lo dijo claramente el día que presentó nuestra propuesta para superar el bloqueo de las formaciones políticas en el Congreso. Prioritariamente, lo que queremos es llegar a un acuerdo programático con la izquierda y el presidente ha marcado un plazo de 48 horas; ya veremos cuál es la composición de esa parte de la izquierda que se puede situar a la izquierda del PSOE. El objetivo es lograr un acuerdo programático con ese sector y grandes pactos de Estado que permitan que el resto de formaciones políticas de la derecha pivoten para que el Gobierno no dependa de los independentistas. Ése sería un poco el esquema con el que nosotros salimos pero, como las circunstancias luego mandan, tendremos que ir trabajando.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Reaparece **Macarena Rivera** para preguntar si las reacciones de Unidas Podemos ante la sentencia del *procés* complican aún más la posibilidad de un acuerdo tras las elecciones.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Yo diría que son reacciones pre-visibles. El Gobierno ha ido viendo cómo Unidas Podemos ha mantenido posiciones

sobre la cuestión territorial, sobre el desafío catalanista, que no se parecen en nada a las que mantiene el PSOE. No solamente es así en el caso de Podemos, sino no también en el de los Comunes, que en definitiva son formaciones confluentes o que pertenecen a la misma coalición electoral. A pesar de que Pablo Iglesias decía que si formaba parte del Gobierno adoptaría el criterio mayoritario —o sea, el del PSOE—, esa misma tarde el señor Asens hacía un llamamiento al referéndum o a cualquier cuestión que discrepaba absolutamente con lo dicho por Iglesias por la mañana. ¿Qué significa esto? Que la opinión de Podemos sobre la cuestión territorial puede ser un problema.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Una pregunta de **Juan Cuesta**, de Europa en Suma: «Sobre qué bases mínimas podría establecerse un acuerdo PSOE-PP».

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Nosotros nunca hemos pedido el voto favorable del Partido Popular; ni siquiera de Ciudadanos. Nosotros hemos respetado que tenemos proyectos políticos de país distintos. El Partido Popular representa un proyecto de país y nosotros representamos otro, lo cual no significa que deberíamos ser capaces de coincidir en cuestiones que son básicas para el futuro de España. Lo hemos hecho en materia de terrorismo durante toda la etapa en la que tuvimos la desgracia de tener a ETA en el País Vasco y también lo hemos tenido en alguna otra materia de especial interés. Por tanto, habrá que buscar qué temas, qué cuestiones pudieran ser objeto de un pacto de Estado. Por supuesto, podríamos incorporar a ese acuerdo la integridad territorial, la educación o la sostenibilidad del sistema de pen-

siones. Puede haber grandes acuerdos de país. Si estamos de acuerdo en el objetivo, el instrumento podemos conciliarlo entre ambas partes. Pero se está hablando de grandes acuerdos, no de la posibilidad de un cogobierno entre el Partido Popular y el PSOE, porque insisto en que somos proyectos distintos que nos presentamos legítimamente como alternativa el uno del otro.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Una última pregunta que, como mencioné al inicio, queda fuera de los bloques principales. La pregunta se plantea desde la radio de la Universidad Complutense, que se llama Inforadio. Viene a decir que si le parece bonito que un becario de periodismo no cotice a la Seguridad Social y sí a la jubilación. En consecuencia, ¿qué medida tiene en mente el PSOE para solucionar la precariedad laboral?

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: Me parece fatal que alguien no cotice. Me parece fatal en términos de la persona, por supuesto, porque luego tiene un problema real si tiene una enfermedad, si deja la población activa o si se jubila. Y me parece fatal para las arcas públicas, pues las cotizaciones son necesarias para el sostenimiento del sistema y no pagar las cotizaciones es una suerte de fraude, como el que evade impuestos. Es más, es una suerte de fraude que hay que perseguir. Creo que durante este año hemos hecho cosas al respecto. Se han puesto en marcha cuestiones que quizá no lleguen a los titulares pero que han sido muy efectivas. El refuerzo de la Inspección de Trabajo ha logrado aflorar un volumen muy importante de perso-

nas en situación de precariedad. También está el aviso a las empresas de que se va a hacer una inspección y que, por tanto, autorregulen su sistema de contratación o su pago de impuestos, que es algo que hemos hecho desde la Agencia Tributaria. Se nos ha criticado porque se decía que íbamos asustando a las empresas. No, son sistema de autorregulación; ellas no conocen cómo se comporta el sector y nosotros les proporcionamos esa información, es decir, los datos del sector. Me parecen fundamental que la Inspección trabaje a fondo y que las sanciones sean proporcionadas, de tal forma que no haya alguien a quien le interese más pagar la sanción y seguir teniendo los trabajadores contratados en precario. Yo creo que el problema de la precariedad laboral es un problema que se resuelve con instrumentos relativamente sencillos; por ejemplo tenemos el caso del registro horario. El registro horario está aflorando una realidad laboral que está poniendo de manifiesto que no se cotizan todas las horas que se trabajan; no en todas las empresas, por supuesto, porque hay empresas que tienen comportamientos ejemplares, pero algunas de ellas no cotizan por el conjunto de la jornada contratada o tienen trabajadores a tiempo parcial que realmente trabajan a tiempo completo. El registro de jornada es revolucionario, a pesar de tratarse de algo tan inocuo a priori como que el trabajador aclare la hora a la que entra a trabajar y la hora de salida. Es algo que influye en el cobro de horas extras y en otras cuestiones. Habrá que seguir trabajando en esa dirección para poder conseguir que aflore toda esa economía sumergida, todo ese trabajo no declarado que existe en nuestro país y, al mismo tiempo, habrá que aplicar y endurecer las sanciones a aquellos que no cumplen con la legalidad.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Querida ministra, muchísimas gracias. He de decir que has respondido a todas las preguntas; no te has escaqueado en absoluto.

MARÍA JESÚS MONTERO. Ministra de Hacienda: No suelo hacerlo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Has dado un grandísimo ejemplo. Muchísimas gracias. Y gracias también a todos por vuestra asistencia.

BIOGRAFÍAS DE LOS PONENTES



MIGUEL ÁNGEL AGUILAR

Licenciado en Ciencias Físicas por la Universidad Complutense de Madrid y graduado en la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid en 1969, inició su aproximación al periodismo profesional en el diario *Madrid* en septiembre de 1966. En los inicios de la transición democrática, dirigió *Diario 16* y fue corresponsal político y diplomático en *El País*. Posteriormente, fue director de Información de la Agencia EFE, director de *El Sol* y director de los informativos de fin de semana y madrugada de Telecinco. Más tarde, fundó y fue editor del periódico semanal independiente sobre economía, política y cultura *Ahora*. En la actualidad colabora en los programas «Hora 14» y «Hora 25» de la Cadena SER y escribe en los diarios *La Vanguardia* y *Vozpópuli*. Es secretario general de la Sección Española de la Asociación de Periodistas Europeos desde su establecimiento en 1981.



RUBÉN AMÓN

Licenciado en periodismo, comienza con dieciocho años a trabajar en Antena 3 Radio. En 1990 se traslada como colaborador a la sección de Cultura de *El Mundo*, diario en el que también ejerce de enviado de guerra en los Balcanes y de corresponsal en Roma y París. Ha colaborado en diferentes medios españoles, como en el diario *El País* y las revistas *Cambio16* y *Jot Down*, así como en extranjeros como el diario francés *Libération*, el *Corriere della sera* de Italia y la *Reforma* de México. En la actualidad es co-

laborador de Antena 3 Televisión y del programa de Onda Cero «Más de uno» y columnista del diario *El Confidencial*. En 2018 recibió el Premio de Periodismo Francisco Cerecedo, concedido por la Asociación de Periodistas Europeos.



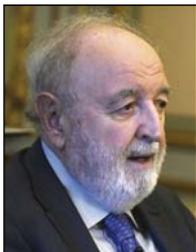
DANIEL ANIDO

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, desde hace más de treinta años ocupa puestos de responsabilidad en áreas de gestión, información, programación y formatos radiofónicos de PRISA Radio. Entre el año 2000 y el 2011, ha sido director de la Cadena SER, director de los Servicios Informativos de la Cadena SER y director regional de las emisoras de la Cadena SER en el País Vasco. Desde entonces hasta 2018 trabajó en el Área Internacional de PRISA Radio, donde desempeñó funciones como director de Contenidos en América Latina, director general de las operaciones de radio en Estados Unidos y director de PRISA Radio. Ha ido galardonado con el Premio José Couso a la Libertad de Expresión concedido por el Colegio de Periodistas de Galicia, el Premio IX Decreto a la Libertad de Expresión concedido por la Asociación de la Prensa de Cádiz y el Premio a la Libertad de Expresión que concede la Unión de Periodistas Valencianos. Además, durante su etapa como director de Informativos de la Cadena SER fue galardonado con dos Premios Ondas. Desde julio de 2018 vuelve a ser director de Informativos de la Cadena SER.



PELAYO BEZANILLA

Periodista de formación, ejerció este oficio durante nueve años, como redactor de Política y Economía en el diario *La Tercera* y la revista *Qué Pasa*, antes de abandonar la redacción por la gerencia de la Asociación de Productores de Cerveza de Chile. Entre 2010 y 2012, asumió la subdirección de la Secretaría de Comunicaciones del Gobierno chileno de Sebastián Piñera. Entre sus logros como responsable de comunicación de dicho Gobierno destacan los dos meses coordinando en el desierto de Atacama a los más de 600 periodistas y reporteros gráficos que se desplazaron hasta ahí para cubrir el rescate de los 33 mineros de la mina de San José. Durante cinco años ejerció de director de Comunicación y Asuntos Públicos en Coca-Cola de Chile, cargo que pasó a ostentar en Coca-Cola Iberia a finales de 2016.



DIEGO CARCEDO

Licenciado en Ciencias de la Información y periodista, es presidente de honor internacional de la Asociación de Periodistas Europeos (APE), así como de su sección española. En 1975 ingresa en TVE como redactor y enviado especial de los Servicios Informativos y forma parte del equipo del programa «Los Reporteros», del que es director durante un año. A partir de 1978 ejerce como corresponsal en Portugal y Nueva York, hasta que, en 1989 es nombrado director de los Servicios Informativos de TVE. En 1991 pasa a ser director de Radio Nacional de España, cargo que ocupa durante cerca

de seis años y que simultánea con el de gerente de Relaciones Internacionales de RTVE. Durante esta etapa se completa la Red de Emisoras de la cadena pública y se crean el canal Radio 5 Todo Noticias y el programa «Los Desayunos de Radio», del que es director y copresentador. Más adelante es nombrado consejero de administración de RTVE por el Senado. Actualmente compatibiliza sus labores periodísticas como editorialista, columnista y tertulio con las de presidente de la APE.



FRANCESC DE CARRERAS

Catedrático emérito de Derecho Constitucional en la Universidad Autónoma de Barcelona, ha dirigido el Departamento de Ciencia Política y Derecho Público de dicha universidad. Entre 1981 y 1998 forma parte del Consejo Consultivo de la Generalitat y, en 2006, participa en el germen del partido Ciudadanos. Es articulista y autor de más de un centenar de monografías y trabajos de investigación vinculados a la teoría política, la historia constitucional, las instituciones políticas y el derecho autonómico. Ha sido miembro de varios consejos de redacción de publicaciones científicas, como la *Revista Europea de Derechos Fundamentales* y la *Revista Catalana de Derecho Público*. Actualmente colabora de forma habitual con *La Vanguardia* y *El País*.



CARLOS E. CUÉ

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Alcalá y máster de Periodismo por *El País*, desde 1999 trabaja en la sección de Política de dicho periódico, donde ha sido durante varios años corresponsal en Buenos Aires antes de regresar a la redacción de Madrid. Como analista político participa en distintas tertulias radiofónicas en la Cadena SER y en el programa de televisión «Al rojo vivo» de La Sexta.



MONTSERRAT DOMÍNGUEZ

Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y máster en Periodismo por la Universidad de Columbia de Nueva York, comienza su carrera en la Agencia EFE. Más adelante trabaja en Canal+, Telecinco y Antena 3, donde presenta y dirige los informativos y las coberturas especiales. Ha sido presentadora en los programas «La mirada crítica» y «Ruedo ibérico» y en 2008 se hizo cargo de «A vivir que son dos días» de la Cadena SER. En 2012 es nombrada directora de *El Huffington Post*, cargo que ostenta hasta junio de 2018, cuando es nombrada subdirectora de *El País*. Vicepresidenta de la Asociación de Periodistas Europeos, como reconocimiento a su trayectoria ha recibido sendas Antenas de Oro por su trabajo en radio y televisión, el Premio Carmen Olmedo Checa de la Junta de Andalucía, por su compromiso con la igualdad a lo largo de su carrera profesional, y el Premio de Periodismo Europeo Salvador de Madariaga.



JUAN IGNACIO ELIZALDE

Ingeniero Industrial por el Instituto Tecnológico de Buenos Aires, cuenta con un MBA por la Universidad de Stanford. Inició su carrera en Coca-Cola en el año 2003 como director de Planificación Estratégica de Latinoamérica Sur con sede en Argentina, país del que es originario. Ha ocupado puestos en Argentina, México y Chile. En 2014 fue nombrado director general de Coca-Cola en la división del Norte de Europa, donde ha contribuido al crecimiento de la compañía en Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos, Noruega, Suecia e Islandia. Desde junio de 2017 es director general de Coca-Cola Iberia.



RAFA LATORRE

Licenciado en Periodismo, comienza a ejercer la profesión hace dieciséis años, primero como becario en el *Diario de Pontevedra* y posteriormente en la Cadena Cope. Ha sido jefe de Sociedad, jefe de Internacional y corresponsal diplomático en los informativos de Punto Radio, así como subdirector de «Protagonistas» con Luis del Olmo y Félix Madeiro. Fundador y subdirector del medio digital *ZoomNews*, Latorre ha trabajado en televisión como director de contenidos del canal de la plataforma Movistar+ Non Stop People y como columnista en *El Español*. Actualmente escribe para *El Mundo* y colabora diariamente en «Más de uno», el programa matinal de Onda Cero presentado por Carlos Alsina.



MARÍA JESÚS MONTERO

Licenciada en Medicina y Cirugía por la Universidad de Sevilla, su carrera profesional ha estado centrada en la gestión sanitaria. Ha trabajado en la dirección de varios hospitales andaluces y ha sido viceconsejera y consejera de Salud, consejera de Salud y Bienestar Social y consejera de Hacienda y Administración Pública de la Junta de Andalucía. Desde 2018 es ministra de Hacienda en el Gobierno presidido por Pedro Sánchez.



BLANCA POU

Graduada en Periodismo por la Universidad Francisco de Vitoria, trabaja en la delegación de la agencia de noticias Europa Press en Baleares, donde cubre principalmente asuntos de política y tribunales. En 2018 es galardonada con el Premio de la Asociación de la Prensa de Madrid a la Periodista Joven del Año por defender el derecho al secreto profesional negándose a desvelar sus fuentes informativas en el caso Cursach.



MANUEL RAMOS

Licenciado en Biología con doble especialidad en Zoología y Genética por la Universidad Complutense de Madrid, tras una primera etapa en el mundo de la investigación científica, ocupa un puesto directivo en el Consejo de la Juventud de España, donde realiza labores de gestión, dirección estratégica, incidencia social y política y relaciones externas.



GEMMA ROBLES

Directora adjunta de *El Periódico* y encargada de la delegación en Madrid de este diario, cuenta con cerca de dos décadas de experiencia dedicadas a la actualidad política, siguiendo la información de distintos partidos y cubriendo la información del Gobierno y la actividad exterior del presidente. También colabora como analista en programas de TVE, RNE, La Sexta y TV3.



JOSÉ FÉLIX TEZANOS

Doctor en Ciencias Políticas y Sociología y catedrático de Sociología por la UNED, desde 1974 ha desempeñado diversos puestos docentes en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Santiago de Compostela y la UNED, donde fue el responsable de poner en marcha la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, de la que fue el primer decano. Director e impulsor de la Fundación Sistema, donde, desde sus inicios en 1981, ha coordinado diversas investigaciones y foros de estudio sobre el futuro y sobre las desigualdades sociales, es además miembro de la Academia Europea de Ciencias, Artes y Letras de París. Ha sido miembro del Comité Regional del PSOE de Madrid, secretario de Formación de la Comisión Ejecutiva Federal, miembro del Comité Federal de dicho partido y Presidente de la Agrupación Socialista Madrileña. Es autor o editor de 82 libros y más de 150 monografías científicas. Desde junio de 2018 es presidente del Centro de Investigaciones Sociológicas.

RELACIÓN DE ASISTENTES



*La ministra de Hacienda, María Jesús Montero,
atiende a la prensa durante la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola*

ACUÑA, CARLA. *El Confidencial*.

AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL. Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos.

AGUILAR MOLINA, JUAN. Alumno de la Universidad Complutense de Madrid.

AJA PRIES, HÉCTOR. Alumno de la Universidad CEU San Pablo.

ALAOUI, IBRAHIM. Consejero Político de la Embajada de Marruecos.

ALDOMAR MELDAÑA, MARTA. Alumna de la Universidad Complutense de Madrid.

ALFONSO, XAVIER. Director del periódico digital *Valencia Plaza*.

ALONSO MORALES, ALEJANDRO. Alumno de la Universidad CEU San Pablo.

ÁLVAREZ, FERNANDO. Jefe de Comunicación del área de Levante de
Coca-Cola European Partners.

AMÓN, RUBÉN. Columnista de *El Confidencial* y colaborador de Onda Cero
y Antena 3.

ANEL, FERNANDO. Jefe de Comunicación del área Noroeste de
Coca-Cola European Partners.

ANIDO, DANIEL. Director de Informativos de la Cadena SER.

ARAMENDI, MARÍA. Estudiante de Ciencias de la Información en la Universidad
Complutense de Madrid y colaboradora de Inforadio.

ARANDA MARTÍNEZ, SARA. Alumna del máster de Periodismo Internacional
de la Universidad Rey Juan Carlos.

ARROYO LAZCANO, MIGUEL. Doctorando en la Universidad Complutense de Madrid.

ASCASO, ELSA. Alumna de la Universidad Carlos III.

BARRAGUER CARCAVILLA, SAMUEL. Jefe de Informativos de Aragón TV.

BARRERA, ELISA. Responsable de Comunicación del Consejo de la Juventud de España.

BARRIO FERNÁNDEZ, CHRISTIAN. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

BARTUMEU, IGONE. Gerente de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad del área Este de Coca-Cola European Partners.

BASTEIRO, DANIEL. Redactor de *El Español*.

BAZÁN, ÁNGELES. Informativos Fin de Semana de RNE.

BELDA GARCÍA, LUIS MIGUEL. Director de Comunicación de la Universidad a Distancia de Madrid.

BELÉN, JUAN. Alumno de la Universidad Complutense de Madrid y redactor de *Infoactualidad*.

BELLO, CARLOS. Exdirector de la Agencia EFE.

BEZANILLA, PELAYO. Director de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de Coca-Cola Iberia.

BLANCO LUCAS, AMALIA. Directora general adjunta de Comunicación y Relaciones Externas de Bankia.

BLANCO, JUAN CARLOS. Director de *elpostblanco.com*.

BLANCO, IGNACIO. Profesor de Periodismo en la Universidad CEU San Pablo.

BLÁZQUEZ, SARA. Directora de Comunicación de Coca-Cola Iberia.

BORREGO ALONSO, DANIEL. Alumno de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.

BUENO QUESADA, AMARAI. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.



Montserrat Domínguez, Francesc de Carreras, Rafa Latorre y Carlos E. Cué debaten sobre «El periodismo y sus causas»

BURGOS, SUSANA. Periodista. Colaboradora de Onda Madrid y EsRadio.

CÁCERES, BELÉN. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

CALDERÓN DE LA BARCA CAMPOS, SAMUEL. Estudiante de la Universidad
Complutense de Madrid.

CALDERÓN, ÁNGELA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

CALLOL, ANA. Vicepresidenta de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad
de Coca-Cola European Partners.

CALVO, NACHO. Jefe de Asuntos Públicos de Coca-Cola European Partners.

CAMPO MORENO, JUAN CARLOS. Diputado del PSOE.

CARCEDO, DIEGO. Presidente de la Asociación Periodistas Europeos.

CARRASCO, ANTONIO. Encargado de Prensa de la Asociación de Periodistas Europeos.

CARRASCO, SONIA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

CARRERA, ALEJANDRO DE LA. Agregado de Cultura y Prensa de la Embajada de Chile.

CARRERAS, FRANCESC DE. Catedrático de Derecho Constitucional en la
Universidad Autónoma de Barcelona.

CASASUS CALVO, PATRICIA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

CHAPPUIS, AUDELIN. Consejera de la Embajada de Francia.

CHEN, RUNQING. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la
Universidad Rey Juan Carlos.

CHINCHAYHUARA PORTALES, JARI PAOLO. Alumno del máster de Periodismo
Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

CHIRINO, QUICO. *Ideal* de Granada.

CONDE, TAMARA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

CONTRERAS, EMILIO. Periodista y analista político de la Cadena SER.

CONTRERAS, MANUEL. Subdirector de ABC Sevilla.

CORRAL, JORGE DEL. Periodista y exsecretario general de la Unión de
Televisiones Comerciales en Abierto.

COUSIDÓ, PILAR. Secretaria académica de la Universidad Complutense de Madrid.

CÓZAR, FRANCISCO. Director del Club de Medios.

CRIADO DE LA CRUZ, RODRIGO JAVIER. Estudiante de la Universidad
Complutense de Madrid.

CUE, CARLOS E. Periodista de *El País* y colaborador de la Cadena SER y La Sexta.

CUESTA, JUAN. Director de Europa en Suma.

DARDER FRONTERA, PAULA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

DÁVILA GARCÍA, IVÁN. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

DING, WEN. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad
Rey Juan Carlos.

DOMANSKA-SZYMCZAK, MONIKA. Consejera de la Embajada de Polonia.

DOMÍNGUEZ, ELENA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

DOMÍNGUEZ, MONTSERRAT. Subdirectora de *El País*.

DRONDA FERNÁNDEZ, GABRIEL. Gerente de Asuntos Públicos, Comunicación
y Sostenibilidad del área Sur de Coca-Cola European Partners.

EDO, JOAQUÍN. Jefe de Comunicación en Cataluña de Coca-Cola European Partners.

EGEA RODRÍGUEZ, ESTHER. Alumna del máster de Periodismo Internacional
de la Universidad Rey Juan Carlos.

ELIZALDE, JUAN IGNACIO DE. Director general de Coca-Cola Iberia.

ESTRADA, AMPARO. Subdirectora de la agencia de noticias Colpisa.

FEDULOVA, ANASTASIA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

FERNÁNDEZ CHILLÓN, RA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, JAVIER. Director académico del Centro Universitario Villanueva.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ DE AGUIRRE, JON. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

FERNÁNDEZ MENCHERO, LUIS ALFONSO. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

FERNÁNDEZ MUÑOZ, CRISTÓBAL. Vicedecano de Estudiantes y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

FERNÁNDEZ, ANDREA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

FERNÁNDEZ, LETICIA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

FERNÁNDEZ, PEDRO. Director de Investigación de Coca-Cola Iberia.

FERREIRA, EDUARDO. Periodista.

FLORENTÍN, MANUEL. Periodista y colaborador del *HuffPost*.

FORÈS, LAIA. *Diario Ara*.

FRANCO NAVARRO, HUGO. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

GAITE ALDEA, MARÍA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.



Estudiantes de Periodismo en la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola

GAO, MINGYAO. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

GARBISU LÓPEZ TAPIA, ISABEL. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

GARCÍA GUDIEL, MARCIAL. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

GARCÍA JAUBERT, MARINA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

GARCÍA PAZ, NORMAN. Embajador de Honduras.

GARCÍA, EUGENIO. Gestor del área Centro de Coca-Cola European Partners.

GARCÍA, JESÚS. Periodista *free-lance*.

GASTACA, JUAN MARI. *El País* Euskadi.

GKOTSI, SOTIRIA. Agregado de Prensa de la Embajada de Grecia.

GOIA, ALESSANDRA. Gerente de Proyectos de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial.

GÓMEZ RAMÍREZ, MARTA. Directora de Comunicamos con Sentido.

GÓMEZ, JUAN CARLOS. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

GONZÁLEZ ALDEA, PATRICIA. Coordinadora del Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III.

GONZÁLEZ GONZÁLEZ, CLARA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

GONZÁLEZ PALACIOS, PABLO. Director de Cadena SER Asturias.

GONZÁLEZ VÁZQUEZ, SOFÍA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

GONZÁLEZ, CLARA. Estudiante de la Universidad a Distancia de Madrid.

GONZÁLEZ, PEDRO. *El Debate de Hoy*.

GONZÁLEZ, PEDRO. Periodista, analista político y fundador de Euronews y Canal 24h.

GONZÁLEZ, ROCÍO. Estudiante de la Universidad a Distancia de Madrid.

GUERRA GONZÁLEZ, LUIS. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

GUERRA, JESÚS. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

GUERRERO CLAVEL, OLGA. Doctoranda de la Universidad Complutense de Madrid.

GUZMÁN DÍAZ-VALERO, JOSÉ LUIS. Dédalo Comunicación.

GUZMÁN, BERNARDO. Director regional del Grupo Prisa en Valencia.

HENAREJOS SANTACREU, TERESA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

HERNÁNDEZ, ENRIC. Director de Información y Actualidad de RTVE.

HERRESÁNCHEZ, AURORA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

HIDALGO GÓMEZ, RUT. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

HIGUERAS, GEORGINA. Excorresponsal de *El País*.

INVARATO, PILAR. Hospitality Coca-Cola Iberia.

JAUREGUI, FERNANDO. Periodista.

JIMÉNEZ TAPIA, GONZALO. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

KANCHA, LORENA MARÍA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

KUŠAR, NINA. Agregada cultural de la Embajada de Eslovenia.

KYSLENKO, LILIYA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

LAMA MARTÍN, MARÍA DE. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.



Rubén Amón, Daniel Anido, Gemma Robles, José Félix Tezanos, Blanca Pou y Manuel Ramos durante la sesión titulada «Desafección y juventud»

LARA, JUAN MANUEL DE. Delegado de la Agencia EFE en Sevilla.

LATORRE, RAFAEL. Columnista de *El Mundo* y colaborador de Onda Cero.

LEÓN, MARÍA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

LI, HAO. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la
Universidad Rey Juan Carlos.

LIEBERMAN, MARGAUX. Consejera de la Embajada de Francia.

LIRÓN, ANA. Gerente de Comunicación de Coca-Cola European Partners.

LITRÁN, JUAN JOSÉ. Director de Asuntos Públicos de Coca-Cola Iberia.

LLAMAS, JAVIER. Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad Rey Juan Carlos.

LLORCA LINARES, VICENTE. Adjunto de Dirección de Canarias 7.

LÓPEZ SÁEZ, JOAQUÍN. Director de COPE Andalucía.

LÓPEZ, SARA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

LORENZO, JORGE DE. Coeditor de *La Celosía*.

LOZANO MORENO, SUSANA. Profesora de la Universidad Rey Juan Carlos.

MACHICADO, ITZIAR. Becaria del Gabinete de Comunicación de la Facultad de
Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

MACÍÁ BARBER, CARLOS. Coordinador del Grado de Periodismo y Comunicación
Audiovisual de la Universidad Carlos III.

MACÍÁ BARBER, CARLOS. Profesor de Periodismo en la Universidad Carlos III.

MAHARRAMOV, ANAR. Embajador de Azerbaiyán.

MÁRQUEZ, GONZALO. Gerente del área Norte de Coca-Cola European Partners.



Aspecto de la sala del Hotel Wellington durante la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola

MÁRQUEZ, JAVIER. Cadena SER Andalucía.

MARQUÍNEZ, MAIDER. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

MARTÍN ARANCIBIA, SALVADOR. Adjunto a la Dirección del diario *Expansión*.

MARTÍN MARCHÁN, CARLOS. Alumno de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.

MARTÍN SÁEZ, JOSÉ LUIS. Profesor en la Universidad Rey Juan Carlos.

MARTÍN VEGA, CRISTINA. Directora de *Diario de Ibiza*.

MARTÍN, FELISA. Directora general de Comunicación y Relaciones Institucionales de Enagas.

MARTÍN, PATRICIA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

MARTÍNEZ GARCÍA, MARÍA SALUD. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

MARTÍNEZ, CARLOS. Responsable de Incidencia Política del Consejo de la Juventud de España.

MENOR SENDRA, JUAN. Profesor en la Universidad Rey Juan Carlos.

MERELAS RICO, CARMEN. Directora de *La Opinión* de A Coruña.

MOLLEJA GARCÍA, LUCÍA. Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.

MONREAL, JULIO. Director de Relaciones Internacionales de *Levante-EMV*.

MONTEMAYOR RODRÍGUEZ, NANCY. Profesora de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos.

MONTERO, MARÍA JESÚS. Ministra de Hacienda.

MONTOTO RAMOS, ROBERTO. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

MORENO CASTILLO, ALBA. Estudiante de Ciencia Política y Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos y redactora de *Infodiarrio*.

MORENO, PILAR. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

MORÓN, FRANCISCO. Director de Europa Press Andalucía.

MORRIS, SARAH. Corresponsal de France 24.

MOSQUERA DE LA VEGA, ESTELA. Directora de Marketing de la Academia Española de la Radio.

MULET, GABRIEL. Jefe de Comunicación en Baleares de Coca-Cola European Partners.

MUÑOZ BLÁZQUEZ, SERGIO. Director comercial de Bluemedia y el *Heraldo de Aragón*.

NARANJO SALCEDO, AITANA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

NAVARRO DE LUIS, TITO. Gerente de Navarra Capital.

NAVARRO LOU, GUILLERMO. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

NAVAS, DAFNE. Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.

NEVADO, JOSÉ. Director de Off-On Comunicación.

NOGUERAS SÁNCHEZ, MIRIAM DEL CARMEN. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

NOGUEROL, JOSÉ MARÍA. Director de Comunicación del Teatro Real.

NÚÑEZ ALAÑÓN, LIDIA. Estudiante de Periodismo y Ciencia Política en la Universidad Rey Juan Carlos.

OJER, SERGIO. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

OÑATE, JUAN. Director de la Asociación de Periodistas Europeos.

ORTEGA SAN MARTÍN, JAIME. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

ORTIZ DE GUINEA, YOLANDA. Profesora en la Universidad Rey Juan Carlos.

ORTIZ, CLAUDIA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

PACHÓN, MARÍA. Agencia EFE.

PALMERO, JAVIER. Asesora.net.

PAREDES RINCÓN, LOURDES DE. Doctoranda en la Universidad Complutense de Madrid.

PARÍS, ALBERTO. Universidad Complutense de Madrid.

PATIÑO, LAURA. Estudiante de la Universidad Carlos III.

PATÓN, IRENE. Estudiante de la Universidad Carlos III.

PAYO, VIENA. Directora de Comunicación del Centro de Investigaciones Sociológicas.

PENA EXPÓSITO, CLAUDIA. Redactora de Inforadio.

PERAL, DANIEL. Periodista y excorresponsal de TVE en Jerusalén y Berlín.

PERALTA, PEPI. Asociación de Periodistas Europeos.

PÉREZ SERRANO, MARÍA JOSÉ. Profesora de Periodismo en la Universidad
Complutense de Madrid.

PERI, ENRIQUE. Periodista y excorresponsal de TVE en Londres.

PETROVA, DESISLAVA. Primera Secretaria de la Embajada de Bulgaria.

PONS REINES, JOSEP. Jefe de Informativos de IB3 TV.

PONTONES, KARLA. Profesora de Periodismo en la Universidad Nacional
Autónoma de México.

PORRAS, RAFAEL. Periodista de RTV Andalucía.

POU, BLANCA. Periodista de Europa Press. Premio APM 2018 a la
Periodista Joven del Año.

PRADO, ELADIO DEL. Periodista de *Crónica Global*.

PRIETO, MANUEL. Director de Onda Cero Andalucía.

PUEBLA LINARES, FÉLIX. Director general de la Asociación para la Promoción de la Asistencia Farmacéutica.

PUXEU, JOSEP. Presidente de la Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANFABRA). Exsecretario de Estado de Medio Rural y Agua.

QIAO, HAODI. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

RABAL, LOLA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

RAMOS, MANUEL. Presidente del Consejo de la Juventud de España.

RAMOS, PAULA. Redactora de *Infoactualidad*.

REYES, ALBA LUCÍA. Primera Secretaria y Responsable de Prensa y Comunicación de la Embajada de Colombia.

RIBERA, MIREIA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

RIQUELME, NURIA. Estudiante de la Universidad Carlos III.

RIVERA, MACARENA. Antena 3 Televisión.

ROBLES, GEMMA. Directora adajunta de *El Periódico*.

ROCCO MACEDO, JULIANA. Alumna del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

ROCHA, NIEVES. Directora de Informativos de Televisión Canaria.

RODRÍGUEZ CABRERA, WILLIAM. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.



*La ministra de Hacienda, María Jesús Montero, y
el director general de Coca-Cola Iberia, Juan Ignacio Elizalde*

RODRÍGUEZ DE ARRIBA, ELENA. Coordinadora del máster en Periodismo Deportivo
MARCA de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial.

RODRÍGUEZ DEL PORTILLO, FERNANDO. Ilustre Colegio de Abogados de Madrid.

RODRÍGUEZ GIMENO, VIVIANA PAOLA. Estudiante de la Universidad Complutense
de Madrid.

RODRÍGUEZ LÓPEZ, NEMESIO. Presidente de la Federación de Asociaciones
de Periodistas de España.

RODRÍGUEZ PALLARES, MIRIAM. Profesora de Periodismo de la Universidad
Complutense de Madrid.

RODRÍGUEZ, MARÍA. Vicepresidenta del Consejo de la Juventud de España.

ROMANI, MICHELA. Directora de Relaciones Externas de Distrito Castellana Norte.

ROMANO MARICALVA, LUCÍA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

ROMERO, ANA. Periodista.

ROSAL, MIGUEL DEL. Estudiante de la Universidad a Distancia de Madrid.

SAAVEDRA GÓMEZ, MARÍA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

SALGADO, CARMEN. Profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la
Universidad Complutense de Madrid.

SAMITIER, ENCARNA. Directora de *20 Minutos*.

SAN ROMÁN, SUSANA. Informativos Antena 3 TV.

SÁNCHEZ MORENO, ROCÍO. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

SÁNCHEZ MORRÓN, CELIA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

SÁNCHEZ TORNÉ, JOAQUÍN. Director del *Diario de León*.

SÁNCHEZ, INMACULADA. Directora de *El Siglo*.

SÁNCHEZ, ROSA MARÍA. *El Periódico*.

SÁNCHEZ, SOFÍA. Coordinadora de *Infoactualidad*.

SÁNCHEZ-BARBA RODRÍGUEZ, MACARENA. Estudiante de la Universidad
Complutense de Madrid.

SANTIAGO HERNÁNDEZ, YARITZA GUACIMARA. Estudiante de la Universidad
Complutense de Madrid.

SAYAGO LANGA, ANDREA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

SCHMIDT, BÁRBARA. Agregada de Prensa de la Embajada de Alemania.

SERRALLER CALVO, MERCEDES. Diario *Expansión*.

SHEKIB MOSTAGHNI, AHMAD. Ministro Consejero de la Embajada de Afganistán.

SOLER GARCÍA, ROLANDO. Jefe de Comunicación en Canarias de Coca-Cola
European Partners.

SORDO COLOMER, LUIS. Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
de la Universidad Rey Juan Carlos.

SORIANO, ILDEFONSO. Delegado de la Universidad Complutense de Madrid.

SORIANO, VICENTE. *Levante EMV*.

SOTIROPOULOS, PANAGIOTIS. Consejero de Prensa de la Embajada de Grecia.

TARANCÓN, LUCAS. Estudiante de la Universidad Carlos III.

TEKAIA, AMINE. Consejera de Comunicación y Prensa de la Embajada
de Marruecos.

TEZANOS, FÉLIX. Presidente del Centro de Investigaciones Sociológicas.

TINAJERO, SILVIA. Inforadio.

TORO CARMONA, ALBERTO. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.



*La ministra de Hacienda, María Jesús Montero,
durante la sesión de clausura de la XVII Jornada de Periodismo Coca-Cola*

TORRECILLAS LACAVE, TERESA. Directora del Departamento de Periodismo de la Universidad CEU San Pablo.

TORREGROSA, JUAN FRANCISCO. Coordinador del grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad Rey Juan Carlos.

TORRES, SEBASTIÁN. Director de Comunicación de la Junta de Andalucía.

TRINIDAD HURTADO, MANUEL. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

TRISTÁN PIMIENTA, ÁNGEL. Exdirector de *La Provincia. Diario de Las Palmas*.

URRIALDE, RAFAEL. Director de Salud de Coca-Cola Iberia.

VACAS MÉNDEZ, MARÍA. Estudiante de la Universidad Complutense de Madrid.

VALDÉS, ASUNCIÓN. Director general de Relaciones Externas de Prensa Ibérica.

VALLE DE FRUTOS, SONIA. Profesor en la Universidad Rey Juan Carlos.

VARGAS, MANUEL. Ayuntamiento de Sevilla.

VÁZQUEZ AYALA, DIEGO. Vicepresidente del Consejo de la Juventud de España.

VILLA FERNÁNDEZ, MARTA. Estudiante de la Universidad CEU San Pablo.

VILLARRUBIA, ARTURO. Gestor del área Centro de Coca-Cola European Partners.

WANG, NIAN. Alumno del máster de Periodismo Internacional de la Universidad Rey Juan Carlos.

YEBRA ISASI, BEGOÑA. Directora del programa «La Galería» de Radio Euskadi.

ZAFRA, JUAN MANUEL. Director de la revista *Telos* de Fundación Telefónica.

ZARO BECAS, MARICRUZ. Gerente de la Corporación de Radio y Televisión de Aragón.

ZELARAYA, GUILIANA. Estudiante de la Universidad Rey Juan Carlos.

ZUBER, HELENE. *Der Spiegel*.

ZUNZARREN, ANA. Agencia EFE.

