

**LA DISTANCIA ENTRE
LO QUE SE SABE Y LO QUE SE PUBLICA**

LA DISTANCIA ENTRE LO QUE SE SABE Y LO QUE SE PUBLICA

XI Jornada de Periodismo *Coca-Cola*

Madrid, 22 de mayo de 2013

Asociación de Periodistas  Europeos

Con el patrocinio de Coca-Cola España

© de la edición: Asociación de Periodistas Europeos, 2013
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
Edición de textos: Julia Fanjul
Ilustración de cubierta: Jaime Muñoz
Fotografías: Miguel Gómez
Impresión: Gracel Asociados
Diseño y producción editorial: Exilio Gráfico

Depósito legal: M-35466-2013

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	9
<i>Estar o no en la pomada</i>	
<i>Periodismo magnético</i>	
PRIMERA SESIÓN	17
<i>Los medios y la percepción de la realidad</i>	
SEGUNDA SESIÓN	77
<i>La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica</i>	
SESIÓN DE CLAUSURA	135
RELACIÓN DE ASISTENTES	185



*Miguel Ángel Aguilar y Carlos Chaguaceda
durante la inauguración de la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola*

ESTAR O NO EN LA POMADA

La cuestión existencial para el príncipe Hamlet y para cualquiera de nosotros era y sigue siendo la de «ser o no ser». El caso sometido a escrutinio en la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola, bajo el título «La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica», dejaba fuera de discusión el «ser» y se circunscribía a las diversas modalidades del «estar». «Estar informado» equivalía a estar «*in*», mientras que traducíamos «estar descolgado» por estar «*out*». La alternativa que examinábamos en las dos mesas redondas del 22 de mayo de 2013 intentaba ponderar la distancia entre «lo sabido» y «lo publicado», medida tanto en términos de peso noticioso como de desfase cronológico. Enseguida conviene atender al sujeto, gozador o paciente, situado dentro o fuera. En definitiva, determinar dos conjuntos: el primero formado por quienes están acreditados para acceder al reservado donde se sirve la dieta suculenta de «lo sabido» y, el segundo, donde se hacinan los condenados a tomar el rancho a base de ingredientes «ya publicados».

El primer conjunto lo forman los escasos que «están en la pomada»; el segundo, los innumerables excluidos, «arrojados a las tinieblas» exteriores. De manera que «estar o no estar» en la pomada es lo que marca la diferencia. Los que «están en la pomada» forman un primer círculo sobre el que inciden de modo directo los hechos, que

quedan recluidos tras esa barrera sin trascender su radio. La garantía de esa impenetrabilidad viene suministrada por los propios *insiders*, juramentados para negar esa información privilegiada a los ajenos. Una actitud ligada al convencimiento de que su prestigio y prosperidad derivan de la administración inteligente que hagan de la opacidad. La escasez de la información añade prestigio, la hace más deseable y la encara frente a los *outsiders*. Porque cuando la información es sobreabundante y barata la atención decae, pero cuando es escasa y costosa queda garantizada.

Por eso se acuñó el adagio de *Roma veduta, fede perduta*. Porque una cosa es acudir fervoroso en peregrinación multitudinaria *videre Petrum* y otra establecerse en el Vaticano para observar los abusos y debilidades de la curia, tan propensa como todos los humanos a los placeres terrenales. De ahí que Bruselas sea el principal y más numeroso campamento de los euroescépticos o la negativa del rey Juan Carlos a recuperar la corte de que se rodearon sus antecesores; renuncia que en vez de hacerle más vulnerable le defendía mejor y que hundía sus raíces en la experiencia contrastada. Porque una corte, como se retrata en la película *Maria Antonieta* de Sofia Coppola, se convierte indefectiblemente en el vivero de la maledicencia, que reservan para su particular disfrute y para sus guerras intestinas los llamados a tal cercanía, imbuidos del privilegio de estar en la pomada y decididos a administrar dicho privilegio a conveniencia.

Esos dos ambientes, el de los *insiders* y el de los *outsiders*, se comunican por un sistema de exclusas que deja fluir en ocasiones la información atesorada en el primero hacia el segundo, causando las conmociones y los escándalos consiguientes. Porque

tenemos sabido que ningún hecho permanece igual a sí mismo después de haber sido difundido como noticia y que del conocimiento público de un hecho se derivan consecuencias que mientras permanece reservado, sin difusión, quedan bloqueadas. Ahora que la homosexualidad está homologada apenas puede imaginarse cómo se ha instrumentalizado el conocimiento de que alguien cristalizaba en esa opción sexual para obtener su docilidad bajo la amenaza de revelarla más allá del entorno estricto en que era conocida y aceptada. Y cada día la instrucción de las causas judiciales abiertas en asuntos varios de corrupción ofrece revelaciones de mensajes de correo electrónico o grabaciones telefónicas que en la intimidad son inocuas pero que aireadas se truecan en pruebas delictivas con un plus de vergüenza para los interlocutores que dialogan, ya sea por escrito o de palabra.

La hipótesis de partida es que la transparencia absoluta es invivible, que una cierta opacidad es necesaria para la supervivencia. Una cierta opacidad o, si se prefiere, un filtrado que depura y contrasta, un proceso como el de las plantas potabilizadoras, que de la riada informativa contaminada extraiga el agua de boca. No todo lo que se sabe merece ser difundido como noticia. Y un cierto *décalage* cronológico es necesario, porque, como nos tiene enseñado Jean Baudrillard en *La ilusión del fin*, «la interferencia desastrosa entre un acontecimiento y su difusión [es un] cortocircuito entre la causa y el efecto, como entre el objeto y el sujeto experimentador en microfísica y en las ciencias sociales. De donde deriva una incertidumbre radical sobre el acontecimiento, como la alta fidelidad excesiva arroja una incertidumbre radical sobre la música».

En breve, si la distancia entre lo que se sabe (mejor sería decir entre lo que se puede demostrar) y lo que se publica desapareciera y se diera paso a la transparencia absoluta la situación se haría invivible. El régimen del panóptico de Jeremy Bentham es la máxima tortura. No obstante, si esa distancia se multiplicara se instauraría el oscurantismo y la opresión. Porque, en todo caso, los asuntos públicos deben sustanciarse a la luz del día, sin que puedan sustraerse del juicio de la ciudadanía mediante invocaciones a la vida privada, que discurre en otro circuito merecedor de reserva. Además, desde 1999 Alberto Ruiz Gallardón proclamó la doctrina según la cual quienes están en la función pública deben ser escrutados con mayor severidad. De Balzac hablaremos el próximo día.

Mientras, celebremos que estas convocatorias de las Jornadas de Periodismo Coca-Cola, impulsadas por la Asociación de Periodistas Europeos, hayan alcanzado velocidad de crucero y se produzcan conforme a pautas regulares, de modo que profesionales relevantes de este oficio puedan debatir con colegas venidos de toda la geografía española y avanzar en la definición de los límites. Atentos.

Miguel Ángel Aguilar

Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos

PERIODISMO MAGNÉTICO

Desde que hace sesenta años se implantara en España, Coca-Cola asumió que no podía permanecer desconectada de la sociedad en la que desarrolla su actividad y a la que se debe. Con ella comparte alegrías y satisfacciones pero también preocupaciones, como las provocadas por la crisis económica, que afectan de manera directa a la hostelería. Según datos facilitados por la FEHR el sector hostelero ha perdido unos trece mil millones de euros en los últimos cinco años y en este periodo se han cerrado cincuenta mil locales y se han perdido mil doscientos cincuenta millones de visitas a bares y restaurantes. Desafortunadamente no hay una varita mágica para solucionar estos problemas, pero desde Coca-Cola tratamos de aportar nuestro granito de arena animando al consumo a través de campañas publicitarias como la de «Benditos bares», en la que no se pide al espectador que beba nuestro refresco sino que acuda a los bares para beber una cerveza o un café, para mantener una charla, para que se relacione y ayude además a activar la economía, y evitemos así vivir en una sociedad de consumo sin consumidores.

Con ese mismo espíritu y esa conciencia de ser parte de la sociedad en la que nos desarrollamos, promovimos hace diez años estas jornadas, que tienen como propósito facilitar un espacio para que periodistas venidos de toda España reflexionen

libremente sobre temas que ellos consideren relevantes. No se trata de hablar de tendencias de consumo ni de mercado ni de bebidas, sino de las preocupaciones de la profesión periodística (en este caso concreto sobre la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica); en definitiva, sobre la necesidad de que exista un periodismo de calidad, libre e independiente. Es evidente el papel que ejerce el periodismo en nuestra sociedad y su importancia para fines fundamentales como el mantenimiento de las libertades, pero desde el ámbito empresarial tampoco olvidamos que para que compañías como la nuestra existan hemos de estar en los medios de comunicación. Si no estamos en los medios «somos», pero no «existimos».

En las páginas que siguen se habla de periodismo, pero también se habla de relaciones sociales, de economía y hasta de magnetismo. En un maravilloso libro titulado *Una breve historia de casi todo* [A Short History of Nearly Everything], Bill Bryson aproxima la ciencia al público menos experto, explicando con ánimo divulgativo y lenguaje comprensible los más complejos principios y teorías científicos. Entre otras historias, cuenta como Albert Einstein pasó su vida intentando agrupar en una ecuación las fuerzas que están en la naturaleza; algo que sólo se consiguió juntar —y no fue él— en el magnetismo. Bryson explica también que los fenómenos de magnetismo y electricidad se unifican en una rama de la física llamada electromagnetismo. Para Coca-Cola España la organización de la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola, convocada con la Asociación de Periodistas Europeos, es también una combinación magnética, de amistad y trabajo, de convivencia y reflexión, que son fuerzas que nos alientan a todos, que nos animan cada mañana y que congregamos anualmente a través de estas

jornadas que cumplen ya once ediciones y que han abordado cuestiones tan relevantes como la relación entre políticos y periodistas durante las campañas electorales; la importancia de la prensa en la transición y la consolidación democrática; el modelo audiovisual español antes y después de la supresión de la publicidad en la televisión pública; el desarrollo del periodismo digital y de la prensa gratuita; el estatuto del periodista; o las repercusiones de la crisis en la financiación y el desarrollo de la profesión periodística.

En esta undécima edición, celebrada en Madrid el pasado mes de mayo, se discutió de manera inteligente sobre la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, pero también sobre la distancia entre lo que no se sabe y se publica, sobre las diferentes percepciones que existen de una misma realidad, sobre el periodismo de acoso, sobre la autocensura y la responsabilidad del individuo, por encima del medio en el que habita, o sobre el valor añadido de la credibilidad y la jerarquía que deben aportar los periodistas si no quieren extinguirse o difuminarse en un mundo de constante inundación informativa. Concluimos que, como afirmó hace unos años Enric González en la ceremonia de entrega del Premio Francisco Cerecedo concedido por la Asociación de Periodistas Europeos, «el periodismo será lo que nosotros queramos que sea».

Carlos Chaguaceda

Director de Comunicación Corporativa de Coca-Cola España

PRIMERA SESIÓN

Los medios y la percepción de la realidad

FERNANDO VALLESPÍN

Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS



NACHO ESCOLAR

Director de eldiario.es



ANTONIO HERNANDO

Físico. Director del Instituto de Magnetismo Aplicado de la Universidad Complutense de Madrid



JUAN PEDRO VALENTÍN

Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco



Moderadora

CARMEN DEL RIEGO

Presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid y corresponsal diplomática de La Vanguardia





Nacho Escolar, Juan Pedro Valentín, Carmen del Riego, Fernando Vallespín y Antonio Hernando durante la primera sesión de la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola

LOS MEDIOS Y LA PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD

Los medios de comunicación tienen un papel relevante en la sociedad, pues son garantes de la democracia y de la vigencia de las libertades. Conservan la privilegiada función de transmitir la información pero, como la energía nuclear, son de doble uso, ya que pueden servir para vigilar a los poderes, para someter a escrutinio las instituciones o para esclarecer los acontecimientos a los lectores, pero pueden servir también para sembrar el odio, el encono, el embrutecimiento. En un momento especialmente crítico para la sociedad, como el actual, en que se suma a la crisis económica la institucional, cabe preguntarse por la función que cumplen los medios, sobre su capacidad de clarificación o de envenenamiento, sobre su responsabilidad en la construcción de la realidad, sobre si subrayan sólo lo negativo o si cumplen su deber de objetividad, si forman parte de ese pesimismo antropológico y se regodean en el desastre o si, por el contrario, son los hechos observables los que invitan al pesimismo y los periodistas sirven como meros transmisores.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Comenzamos esta primera mesa, dedicada a los medios y la percepción de la realidad. ¿Quién no nos ha preguntado «qué tengo que leer para saber lo que pasa de verdad»? «Leo varios periódicos para hacer la media», dicen otros. Cuando esto pasa —y pasa; lo sabemos todos y nos lo dicen a todos—, algo falla. No porque los medios de comunicación no tengan derecho, que lo tienen, a ver la realidad desde su perspectiva y explicarla desde la ideología, el pensamiento o la línea editorial que tengan adoptada; pero cuando la línea editorial o el único objetivo que tiene un medio de comunicación es vender periódicos o programas de radio o de televisión, algo falla. Quizás no en la cuenta de resultados de ese medio de comunicación, pero sí en el papel de servicio público que sigo creyendo que todos los medios, todos, públicos o privados, tienen, y que salta por los aires cuando el medio o el periodista se olvida de una cosa: del derecho fundamental que tiene todo ciudadano a recibir información veraz. Veraz. Algo que, dicho desde la perspectiva del periodista, no tiene por qué ser la verdad absoluta, que muchas veces ni existe, pero sí la verdad tal como se entiende si las cosas se analizan desde el discernimiento de una persona normal.

El escándalo, la ideología basada no tanto en la defensa de los pensamientos propios como en la idea de destrozar al contrario, puede ser más atrayente para muchos de los lectores, oyentes o televidentes, pero ¿es de verdad el periodismo que deseamos? No sé si somos conscientes de que la mayoría de los ciudadanos, por no decir todos, conocen la realidad en la que viven, de la sociedad en la que están, a través de los medios de comunicación. Es la única forma que tienen —por lo menos, la más segura— de obtener conocimiento de lo que los rodea, de lo que pasa; a través de no-

sotros, de los periodistas, de nuestros periódicos, en papel o en Internet, de nuestras radios y nuestras televisiones. O al revés, ya que, según el CIS, la preferencia en la información de los ciudadanos es la contraria al orden que he descrito, si bien es verdad que la credibilidad —que la tenemos; lo dice también el CIS— es la inversa: la radio, los periódicos en papel, los medios en Internet y la televisión. ¿Nos damos cuenta de esa responsabilidad cada vez que miramos el enfoque de una información? Corrijo. No es el enfoque, porque el enfoque parte de unos datos que tú quieres presentar de una determinada forma en función de tu línea editorial, lo que es aceptable o inaceptable, sino que unos datos se intenten interpretar hasta la distorsión para que sirvan a la idea predeterminada que tenemos y de la que no estamos dispuestos a apartarnos. Podremos verlo —no hoy, porque la noticia de ayer se produjo muy tarde, sino seguramente mañana— respecto a la enmienda a la totalidad que le hizo ayer José María Aznar a Mariano Rajoy. Podemos quedarnos en eso, pero yo creo que nos acercaríamos más a la realidad si explicásemos a los ciudadanos, a nuestros lectores, cuántos en el PP, seguirían en estos momentos a Aznar, para ver exactamente cuál es la repercusión de lo que éste ha dicho. Las palabras son muy gruesas —coincidimos todos en ello—, pero ¿qué influencia tienen?

El uso que hacemos de la información, sobre todo en la televisión, es otro de los asuntos que deberíamos abordar de forma muy autocrítica. Porque, en estos momentos, donde esté el espectáculo la información no tiene absolutamente nada que decir. Cuando los periodistas, los medios, nos empeñamos en que la realidad sea de una forma no estamos haciendo del todo bien nuestro trabajo. En un maravilloso discurso, el

periodista que recibió el último premio Cuco Cerecedo de la Asociación de Periodistas Europeos, Michael Ignatieff, decía algo que yo recomiendo a todos los periodistas, que es que debemos cambiar de opinión cuando los hechos cambian. Una opinión no siempre es verdad y si se comprueba que los hechos no son así lo mejor que podemos hacer como periodistas es cambiar también nuestra opinión.

Para hablar de todo esto, Coca-Cola y la Asociación de Periodistas Europeos han elegido a cuatro personas que creo que pueden dibujarnos esa realidad desde diferentes puntos de vista: dos periodistas, un sociólogo y un físico especializado en magnetismo, que nos explicará bien cómo se ve la realidad, qué magnetismo tiene la realidad con los periodistas.

Fernando Vallespín es catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid, presidió el CIS entre 2004 y 2008 y ha realizado una ingente labor periodística analizando la realidad en medios como *El País* y la Cadena SER, donde compartimos micrófono.

Tenemos también a Nacho Escolar, director de *eldiario.es* y analista político en radio y televisión, que, tras dirigir el diario *Público*, ahora está al frente de un novedoso modelo de medio de comunicación que contribuye también, cómo no, a dibujar esa realidad de la sociedad.

Juan Pedro Valentín es responsable de los informativos de Telecinco y de Cuatro, dos cadenas a través de las cuales no pocas personas conocen lo que ocurre en España.

Y finalmente Antonio Hernando, que, como hemos dicho, es catedrático de Física, de Magnetismo, en la Universidad Complutense de Madrid.

Paso a darle la palabra a Fernando Vallespín, que es sociólogo, con una pregunta: los ciudadanos, con lo que les damos en los medios de comunicación, ¿pueden tener una percepción de la realidad que se ajuste lo más posible a esa realidad?

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración

en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: Es una pregunta que me sorprende, porque yo iba a comenzar diciendo que la realidad no existe. Pensar que los periodistas están dando cuenta de la realidad me parece que no es la cuestión que deberíamos plantearnos, sino la de cómo abordar nuestra relación con esa realidad. Por decirlo de otra manera, no hay más realidad que la que aparece en los medios de comunicación. Lo cual significa que todo lo que sabemos sobre la realidad, salvo en áreas muy específicas, y hablo de la realidad en términos generales, de la realidad social, de la realidad política, lo sabemos a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación son los que irritan la realidad para extraer de ella informaciones y extraer informaciones significa extraer novedades y extraer novedades significa contar cosas que no eran conocidas, aunque no existan novedades. De lo que se trata por tanto, y por eso hablo de irritar la realidad, es de que la realidad se ajuste al código que interesa a los medios de comunicación, que es introducir lo informativo, lo novedoso, lo no conocido.

Por tanto, la realidad no es algo pasivo que esté ahí esperando que alguien la refleje, sino que se actúa activamente sobre ella. Yo creo que si no entendemos esto no entendemos nada del funcionamiento de los medios de comunicación. Además hay otra

cosa que también está vinculada a esta idea —lo dice con frecuencia Miguel Ángel Aguilar—, que es la afirmación de que nada permanece igual a sí mismo después de haberse difundido como noticia. Esto lo que significa, en cierto modo, es que los medios de comunicación no se limitan a reflejar algo, sino que hacen algo al reflejar lo que reflejan. Es decir, los medios de comunicación son armas, armas en una contienda por construir un relato de lo real. Por tanto, aquí nos encontramos con que hay una multiplicidad de formas a través de las cuales penetramos en lo que convencionalmente denominamos realidad para que se ajuste lo más posible a lo que interesa a un determinado medio, a lo que interesa a un determinado observador y, por tanto, a lo que nos conviene desde la perspectiva de combatientes en una lucha política, en una lucha por tratar de afirmar nuestra propia posición, que está siempre en competencia con otras.

Carmen, yo creo que sería lo contrario de lo que tú decías antes; es decir, que no se trata de que alguien cambie su opinión cuando cambia la realidad, sino de que se muestre la realidad de forma que se ajuste a la opinión. Pienso que ése es uno de los problemas con los que nos encontramos hoy. Como no soy periodista puedo permitirme el lujo de decir estas cosas, ¿no?

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Eso es lo que he dicho yo. He dicho lo mismo.

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: Sí, pero tú has dicho que algunos opinan, que lo ideal sería que uno cambiara de opinión a medida

que cambian los hechos, la realidad. Pero, claro, es que los hechos se narran, se describen de tal manera que puedan ser ajustados a esa opinión. Yo creo que ahí es donde tenemos el verdadero problema.

Tenemos un problema que yo creo que deriva del hecho de que los medios de comunicación han dejado de ser quienes ejercen el monopolio en la descripción de lo que es la realidad y ahora se enfrentan a un enorme competidor que está trastocando completamente el funcionamiento al que venían estando acostumbrados, que es, obviamente, Internet. Pero no Internet en el sentido en el que hablamos habitualmente, sino, digamos, la web 2.0, es decir, la posibilidad de que los ciudadanos actúen a través de Internet y, por tanto, nos ofrezcan también su propia visión de lo que es real. Y aquí me parece que hemos entrado en una situación en la que los medios de comunicación han sido desprovistos de su gran arma, que es ésta de definir lo real, y se están limitando fundamentalmente al ejercicio de algo así como una actividad defensiva. Han pasado de ejercer una actividad, diríamos, de vanguardia, de acción, de ataque, a defenderse frente a esas otras formas de describir lo real que, crecientemente, están en desacuerdo con el modo en que convencionalmente venía formulándose eso que se llama información.

Entonces, la estrategia de los medios de comunicación oscila, yo creo, entre dos dimensiones. Por un lado tratan de llevar a cabo una labor que, a mi juicio, es tremendamente difícil, que es la labor de filtrar aquello que en la red merece la pena ser recogido como información; por tanto, los medios de comunicación ya no son solamente observadores de la realidad, sino que se convierten en observadores de segun-

do grado, que se dice en teoría sociológica. Es decir, que observan cómo otros observan la realidad y de esas observaciones extraen después otro reflejo de lo que es real. Pero aquí están como subordinados. Y me parece que éste es un punto que hay que tener muy en cuenta porque, entonces, los medios de comunicación realmente lo que hacen es ceder en su capacidad de construcción de realidad para reconstruir una realidad previamente construida.

Entonces, ¿cuál es la función de los medios de comunicación? Pues gestionar la atención, ejercer la economía de la atención. Hay un libro que los profesionales de la comunicación debéis leer, *The Information*, de James Gleick, una historia fantástica de cómo han aumentado las posibilidades de comunicación hasta llegar al momento en el que estamos. Él dice una cosa que me parece fascinante, que «cuando la información es barata, la atención es cara». Es decir, el problema es que no sabemos qué es peor, que haya demasiadas bocas que emiten informaciones o que haya demasiados oídos. Entonces nos encontramos en una situación donde la confusión de las cosas se mezcla con la confusión de las palabras (*confusio rerum, confusio verborum*), que suena fantástico en latín. Yo soy de los que siguen reivindicando el latín.

¿Qué es lo que está ocurriendo, entonces, con los medios de comunicación si su acción es cada vez más defensiva frente a éstos que compiten con ellos en crear realidad? Pues yo creo que lo que les está ocurriendo es algo muy parecido a lo que le está ocurriendo a la política sistémica: que es algo así como si la inmediatez de la comunicación instantánea hubiera anulado las posibilidades de reflexión que permite la distancia. Porque los medios de comunicación, aunque precisamente por la propia

naturaleza de su labor tienen que estar continuamente precipitándose para dar cuenta de lo que ocurre, no tienen el tiempo suficiente para detenerse a pensar y elaborar aquello que está pasando, y lo que ocurre es que están perdiendo *auctoritas*. Yo creo que la gran consecuencia de la web 2.0 es la pérdida de autoridad generalizada, que se ve, por ejemplo, en el sistema de representación política. ¿Cuál es la crisis del sistema de representación política? Pues, sencillamente, ¿qué es la representación? Se puede decir que la representación es actuar o estar o hablar en nombre de alguien que está ausente. Claro, pero ¿qué pasa cuando esa persona en nombre de quien se habla, o ese grupo, puede hacerse presente? Porque de hecho se hace presente. Bueno, pues en los medios nos encontramos con lo mismo, con que esa inmediatez de lo que ocurre envejece sistemáticamente a una institución, que son los medios de comunicación, cuya característica fundamental consistía en envejecer permanentemente la realidad. La información significa que lo de ayer, lo de esta mañana, ya es viejo; lo que importa es lo del instante. Pero cuando los medios de comunicación tradicionales se pronuncian sobre lo nuevo llegan tarde, porque ya hay un flujo inmenso de voces que lo están «redescribiendo». Creo que esto es un poco lo que está ocurriendo hoy e insisto en que es algo que ocurre también con los propios políticos, ¿no? El periodista tradicional se siente inseguro porque se da cuenta de que le han cambiado el tempo a través del cual se pronunciaba sobre lo real, en el que debía adoptar una reacción u otra. Yo me imagino a las redacciones, digamos, sujetas permanentemente a la presión de ver qué es lo que ya ha dejado de ser informativo, cuando tradicionalmente ése no era el caso.

Tengo que decir una cosa como consumidor, como ávido consumidor que soy de información, pues recibo todos los días un periódico en mi casa, que es *El País*, con el que colaboro desde hace tiempo inmemorial. Antes solía desayunar con *El País* en papel y últimamente me veo desayunando con la tableta, leyendo *El País* en la tableta. Creo que os pasa a todos; ya ni el fetiche del olor del periódico, que a mí siempre me ha entusiasmado, como el fetiche del olor de los libros, sirve para llevarme a leerlo en papel. ¿Por qué? Pues sencillamente porque pienso que ya es viejo. E inmediatamente uno pasa de leer el periódico en tableta a leer tweets, porque el periódico puede que también haya envejecido, que se haya hecho viejo.

Me gustaría conectar esto con algo que me parece muy importante, porque ahora creo que un tema muy interesante es cómo se está informando sobre la crisis, sobre lo que está ocurriendo ahora, y me parece que deberíamos atender a esto. Porque el problema es que los medios de comunicación no solamente han entrado a tener que incorporar este tempo acelerado de las redes sociales, sino que también están incorporando sin darse cuenta algo que está muy presente en las mismas, muy en particular en Twitter, que por definición no permite nada más que un pequeño aforismo —ojalá todo fueran aforismos—, pero que facilita enormemente la polarización. Entonces, la mayoría de los tweets son para decir que alguien es maravilloso o que alguien es un horror. Es decir, para insultar o para halagar a alguien. Incluso esto ha dado lugar a la aparición de un neologismo en inglés, que es el de *shit storm* (tormenta de mierda), que es lo que normalmente cae encima de determinadas personas, generalmente algún actor político, cuando hacen un pronunciamiento; inmedia-

tamente, a través de las redes, les cae una tormenta de la cual muy difícilmente después se pueden recuperar.

Pues esta especie de emotividad que está en las redes se traslada o se ha venido trasladando también incluso a la prensa más seria y me parece que eso está alterando mucho la percepción que tenemos de las cosas. Porque hoy —y esto me parece que es muy importante subrayarlo—, en un momento en que la complejidad de lo real exige más que nunca detenerse a pensar, elaborar y reelaborar descripciones que se nos presentan como las únicas posibles para encontrar la solución a los problemas que nos afectan, en estos momentos reaccionamos frente a ello recurriendo a la simplificación. Fijaos en que —y vuelvo otra vez con el símil— está ocurriendo en los medios algo muy parecido a lo que está ocurriendo en la política: damos un salto, casi imperceptible, desde una visión puramente tecnocrática a una visión simplista, populista, simplificadora, emotiva. Entonces, claro, lo que nos falta, por tanto, es tener un espacio donde podamos generar esa distancia para poder dar cuenta de qué es lo que verdaderamente falta.

Una última idea. A mí lo que me preocupa es que la política democrática no puede sobrevivir, si queremos tener una democracia de calidad, si no somos capaces de instaurar eso que podríamos llamar, y que de hecho llamaba Hannah Arendt, un mundo común conocido. Es decir, que el mundo sobre el cual opinamos pueda ser objetivado como común, que tengamos una misma visión de los hechos, como tenían, por ejemplo, en la antigua Grecia los atenienses. Los atenienses podían discutir sobre lo que afectaba a la polis porque todos sabían lo que ocurría en la polis. Hoy, a mi jui-

cio, tenemos el problema de que nos hemos encapsulado dentro de un consumo de medios, de redes, etcétera, digamos de seguimiento de redes, donde nos sentimos bajo el calor de los que nos son afines y, por tanto, nos encapsulamos en una descripción específica de ese mundo y muchas veces lo que nos encontramos es una distancia tremenda entre la descripción de la realidad por parte de quienes nos ofrecen su descripción de la realidad y por parte de los otros. Es decir, no hay política democrática si no tenemos una visión de un mundo común y me temo que eso es lo que se está fragmentando, que eso es lo que estamos perdiendo.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Gracias, Fernando. Has introducido muchos elementos, muchísimas realidades, y eso me da pie a pasar la palabra a Nacho Escolar, porque muchas de las cosas que has dicho sobre esta nueva realidad tienen mucho que ver con los medios en Internet y Nacho representa aquí a uno de ellos. Algún día también, Fernando, deberemos preguntarnos, o contar, cuánto en Twitter es real, es decir, cuánto es espontáneo y cuánto es producto elaborado; cuántas personas tienen los partidos o las empresas para crear una realidad que no es de verdad la realidad, sino una realidad creada.

Por eso mi pregunta para Nacho es si, dado que Internet tiene muchas ventajas y algún inconveniente, y que tu periódico, en abierto o en cerrado, describe una realidad, ¿esa realidad está condicionada por la interactividad de los internautas que, a través de las redes sociales, a veces se convierten en auténticos dictadores de lo que quieren leer o de lo que quieren que el medio escriba?

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Me ha interesado muchísimo la presentación que ha hecho Fernando Vallespín. Yo iba a hablar de otra cosa, pero lo que ha dicho es tan interesante que voy a comentar lo que ha planteado sobre cómo las redes sociales están condicionando el periodismo y tu pregunta de hasta qué punto los internautas, al tener voz, condicionan mucho más el resultado de lo que lo hacían las cartas al director. Es evidente. Cuando yo trabajaba en Telecinco con Juan Pedro teníamos que hacer una muy gorda para que nos colapsaran la centralita. A mí sólo me pasó una vez. Hacía en aquella época Tecnología e Internet, a principios de 2000, y se me ocurrió decir que la consola de Sega estaba a punto de cerrar. Me llamaron y me mandaron cartas un montón de usuarios de aquella consola —que al final cerró—, la Dreamcast, diciendo que por mi culpa, por culpa de medios como nosotros, iba a cerrar la consola y se iban a dejar de fabricar juegos para ellos.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: La pregunta es si hay que hacerles caso.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Sí y no. Iba a terminar la relación diciendo que antes los escuchábamos muy poco y tal vez ahora los escuchamos demasiado, porque están tremendamente cerca. Yo creo que en general es positivo que notemos de verdad qué piensan nuestros lectores de la información que hacemos. Es verdad que tenemos que evitar el error de distinguir entre nuestro lector y el lector que participa. En nuestro caso, por ejemplo, en *eldiario.es*, nuestras estadísticas nos dicen que alrededor del 2% de la gente que lee cada noticia participa y, al final, si

escuchas a ese 2% estás escuchando a una minoría, que suele ser la minoría más activa, la más extrema siempre, de un lado o de otro o de los dos a la vez. Pero, por otra parte, yo creo que es muy interesante lo que planteaba Fernando sobre cómo está modificándose el sistema de medios de construcción de realidad, porque ahora mismo la realidad se está perdiendo; no sólo se está perdiendo la capacidad de los periodistas de construir la realidad, y no únicamente porque haya más fuentes emitiendo información, sino porque se está acabando con la jerarquía de la información. Me explico. Hoy la prensa escrita es mayoritariamente digital. Ningún periódico, por lo menos de distribución nacional, absolutamente ninguno, tiene más lectores en papel que en Internet. Ninguno. Si vais a las métricas que hay comparando el Estudio General de Medios con ComScore, que mide lectores, no usuarios únicos sino personas físicas, pues te sale una proporción de cinco a uno o de cuatro a uno, más o menos. Hay cuatro veces más gente leyendo las noticias en Internet que leyéndolas en papel. Un diario como *El País*, por ejemplo, tiene ocho millones de personas en ComScore —ocho millones de lectores, de personas, de internautas que lo leen en Internet— y en el EGM está en el entorno de dos millones y medio o tres millones. O sea que absolutamente todos los periódicos hoy son más digitales que de papel. Y en digital la jerarquía es muy diferente al papel, porque la gente llega a las noticias de manera muy distinta. Tú para la noticia en papel compras un producto cerrado que tiene una portada que te dice cuál es la noticia más importante del día. Además, no es lo mismo una página par que una impar, no es lo mismo la página impar por arriba que la página par por debajo... Hay una jerarquía de información. No es lo mismo un breve que una doble página ni la

página de opinión que un suelto en la sección de televisión. El lector entiende toda esa jerarquía y sabe que le han ordenado la información, le han ordenado el día, lo que ha pasado en una jornada, en un producto cerrado que no sólo recoge lo que ha ocurrido sino que además lo estructura.

Con Internet pasa algo: todos los medios tenemos una proporción de tráfico de un 30% que llega por la portada, gente que llega igual que llegaba al papel, a una portada jerarquizada; otro 30% lo hace por buscadores, donde acude para encontrar las cosas más inverosímiles y aterriza en nuestra página muchas veces sin saber ni qué está leyendo. Y en numerosas ocasiones llega de las maneras más extrañas; hay casos de todos los colores y cualquiera que haya trabajado en digital os puede contar cuáles son los términos buscados y qué páginas aparecen. Suelen ser cosas de archivo que, de repente, se encuentran entre las más vistas porque, por lo que sea, un término se ha puesto de actualidad y al buscar han aterrizado esos lectores allí. Milagros de Google.

Y hay otra tercera parte, que es de la que quería hablar, que llega a través de redes sociales. Es decir, porque vuestra prima, vuestra novia o vuestro amigo os dice que algo le gusta y os lo manda a vuestro muro. Entonces, la jerarquía de información en una tercera parte la deciden unos lectores que ordenan la información para el resto de la audiencia, diciéndole qué tiene que leer en función de sus intereses. Así, muchas veces noticias que no abren el periódico son las más vistas de ese medio, porque los lectores han decidido que eso es lo importante. Voy a hablar de un caso concreto. Hace poco me llamó mucho la atención que *El País* publicara una de las primeras noticias que dio de lo de Aznar en pequeño; luego fue lo más visto del día porque en digital iba gran-

de. En la portada de papel era el tercer o cuarto tema y luego en la red la jerarquía de los lectores y la de la redacción de Internet lo colocó abriendo y fue la noticia más comentada, la más seguida de ese día, mucho más que la portada, que no recuerdo cuál era. Fue la semana pasada; si lo buscáis en hemeroteca lo podéis encontrar. Es decir, que los periodistas no sólo estamos perdiendo capacidad de construcción de realidad por las informaciones que hacemos y porque hay gente que, de forma amateur, construye realidad y cuenta cosas sin necesidad de esperarnos, sino también porque la gente decide qué es importante y qué no lo es independientemente de cómo tú lo ordenes, independientemente de lo que tú, como periodista o como director de periódico, decidas que es la noticia más importante del día o del momento. Eso acaba modificando el resultado incluso de qué cosas son noticia y qué cosas no lo son. Hay un ejemplo muy concreto —hasta he escuchado a Juan Luis Cebrián hablar de él como ejemplo paradigmático—, que es la famosa foto del rey y del elefante; cuando salió de caza y tuvo el accidente en Botswana. Esa foto empezó a circular por redes sociales a media mañana y absolutamente todo el mundo que en España estaba en Internet la vio. Al día siguiente los periódicos tenían dos opciones: taparse los ojos y hacer como que no la habían visto o darla. Probablemente, en el mundo anterior, donde no la habría visto toda España por las redes sociales, esa respuesta habría sido más sencilla. Además no era la primera vez que el rey iba a cazar elefantes; de hecho la foto era de archivo, ni siquiera era una imagen de actualidad, sino de hace unos cuantos años. Es decir, los medios, en un ecosistema en el cual es imposible ya, con una llamada de teléfono, hablar con cinco directores y parar una noticia, se encuentran con que la construcción

de la realidad les supera y les hace perder la capacidad de decidir qué existe y qué no existe. Eso de «noticia es aquello que se publica en el *ABC*» o «noticia es aquello que se publica en *El País*», que se lleva diciendo en Madrid —en Barcelona «noticia es lo que se publica en *La Vanguardia*»— pues es menos verdad hoy que nunca. Y esto es así porque existen un montón de actores más en la comunicación, porque existimos un montón de diarios digitales y existen más voces y porque al mismo tiempo los propios lectores son capaces de construir, de poner sobre la mesa de debate una noticia que a lo mejor el resto de los medios no querrían en esos momentos que estuviese o que en otras circunstancias no habría aparecido.

También pasa otra cosa relacionada con la confianza que tienen los lectores de los medios. Yo siempre he defendido una teoría que le escuché a mi padre hace muchos años y que le he copiado —pero cito la fuente—, que es la de los tres errores. Él decía siempre que alguien que conoce muy de cerca una información porque ha sido protagonista de la misma, porque ha sido testigo directo o porque, por lo que sea, es experto en ese tema, cuando la lee suele encontrar tres errores de media: un nombre mal escrito, un dato mal puesto, una cifra mal contada... Eso es consecuencia de algo que contaba hace poco Enric González en su último libro; decía que los periodistas somos gente que trabajamos con materiales delicados y altamente inflamables de forma industrial. Estamos manejando muchísima información a mucha velocidad y es casi inevitable que se te caiga una caja de vez en cuando y explote, por la velocidad a la que se tramita la información en una redacción, y más ahora que los medios son más limitados que antes. La diferencia es que antes de esos tres errores se enteraba aquel

lector que, por lo que fuese, era testigo, protagonista o especialista, mientras que ahora ese lector que se ha enterado del error del medio se lo cuenta a sus amigos en Internet y, si el error es verdaderamente relevante, se entera todo el mundo, incluso los que no se habían dado cuenta en la primera lectura. Eso obliga a los medios a un nivel de control sobre su trabajo y a un grado de modestia a la hora de enfrentarse a sus errores mucho mayor que el de antes. Porque antes, si te equivocabas, nadie te llamaba a la centralita de teléfonos para decirte «has metido la pata», pero ahora sí. Ahora, si te equivocas, alguien te lo puede reprochar y lo puede hacer en un foro que, a la larga, acaba incluso teniendo tanta audiencia en un nivel de debate como tu primera noticia, si realmente el error es verdaderamente grave y un problema serio. Cuando se cometió uno de los últimos errores en prensa, que fue la famosa foto falsa de Chaves, el que descubrió que esa foto era errónea fue Twitter. No Twitter, la gente que estaba en Twitter, que a los diez minutos de ver la portada empezó a decir «oye, que es que esta foto sale de este vídeo y que es falsa, que es un bulo, que os han colado un gol». Y fue precisamente porque los responsables de *El País* vieron en las redes sociales que habían cometido ese error que lo pudieron rectificar. Si no, probablemente también se habrían enterado, pero mucho tiempo después, no tan rápidamente, porque fue cuestión de media hora. Es verdad que a veces también caes, y en nuestro medio, en *eldiario.es* —que además de tener lectores que comentan tenemos socios, suscriptores que apoyan el medio y que, cuando comentan, lo hacen con una caja destacada de «yo hago posible este medio, yo soy un suscriptor de este medio, no un lector más»—, la presión sobre la redacción es mayor que la que había

antes en los medios analógicos. Era muy difícil, aunque también pasaba, que al periódico llamase un suscriptor diciendo «me borro porque habéis hecho no sé qué...». Era más normal que el lector le gritase al periódico, a la tele o a la radio, pero que el periodista no se enterase de que alguien se había cabreado por algo que había hecho, con razón o sin ella. En Internet eso está mucho más presente. Francamente, para mí es un problema agradable; yo prefiero mil veces tener la presión de mis lectores que la presión de mis anunciantes. Y si dependo económicamente de mis lectores más que de mis anunciantes, pues tendré que soportar esa presión, ¿no? En nuestro caso lo hacemos a veces rectificando y a veces reafirmandonos en nuestro modo de actuar. Hay ocasiones en que acabamos pidiendo disculpas al lector por un error que consideramos que hemos cometido y otras veces nos reafirmamos e intentamos explicarle a nuestro lector por qué consideramos que esa información es correcta, que se ha hecho bien, y que el que no tiene razón es él; él no como colectivo, sino como todos los que están protestando en ese momento por una información.

Y sobre la construcción de realidad de Twitter y hasta qué punto Twitter representa la realidad, hay un estudio interesantísimo que hicieron unos sociólogos a raíz de datos del CIS, cruzando datos de opinión, de intención de voto y de opinión pública, en el que salía que en Twitter había una sobrerrepresentación de los partidos minoritarios. No se sabe muy bien si es porque en los partidos mayoritarios ahora el votante está como con miedo a decir que alguna vez votó al PSOE o al PP y se retrae de admitirlo por la mala prensa que ahora tienen esas dos posiciones políticas, pero lo cierto es que hay una sobrerrepresentación de los votantes de partidos minoritarios.

Hay, evidentemente, una sobrerrepresentación de gente más joven por el tipo de medio que es, por la barrera tecnológica, que hace que el porcentaje de penetración de Internet entre jóvenes sea casi del 100% y que entre personas de más edad vaya bajando poco a poco. Y hay también una sobrerrepresentación de cualquier extremo, porque en cualquier discusión muy amplia lo más polarizado acaba barriendo el gris de en medio; es algo inevitable y el propio hecho de que el debate se haga en ciento cuarenta caracteres te lleva todavía más a eso. Que los partidos manipulan eso y trabajan de forma activa para crear opinión pública es algo indudable. Yo he detectado ya varias ocasiones en las que les ves la manita; de repente ves cómo va circulando el argumentario, cómo van moviendo el *hashtag*. No sólo los partidos; también las empresas. O sea, hay un trabajo muy presente porque esa «tormenta de mierda» de la que hablaba Fernando existe de verdad. Muy rápidamente, cuando cometes un error, te conviertes en *trending topic*, te cae un foco de atención muy fuerte, un nivel de crítica muy fuerte y generas unos daños a la imagen pública de un partido, de una empresa o de una institución mucho mayor de los que podía generar la prensa, porque es algo incontrolable. Aquí hablamos del cabreo desde las entrañas de un ciudadano, no desde la reflexión más o menos cabreada que pueda tener un periodista. Y eso a veces lleva a una situación muy dura. Evidentemente, frente a eso, pues muchas empresas —partidos políticos— intentan manipular el debate, aunque a veces les sale el tiro por la culata, porque les ocurre justamente lo contrario, que al intentar manipular, crear artificialmente un *hashtag* y un *trending topic*, les sale una burla por aquello que pretendían generar como debate. Sé que hay algunas empresas, pero en el

caso de los partidos políticos suelen ser sobre todo los propios militantes de base, coordinados de forma más o menos organizada desde el liderazgo del partido, los que mandan argumentarios y consignas; de repente ves que están intentando colocar desde distintas cuentas un determinado debate o hacer presión sobre determinados periodistas para intentar parar algunas cosas que han contado o para intentar que esa presión, que a veces llega casi al «escrache», obligue a que el periodista la próxima vez se lo piense antes de meterse en según qué berenjenal.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Creo que nos has acercado bastante a ese mundo que, efectivamente, es una realidad nueva que yo creo que está ejerciendo un papel negativo sobre la libertad de los periodistas para construir su realidad.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Yo ahí no estoy de acuerdo.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Ya, ya lo he visto. Solamente voy a decir dos cosas. Una en defensa de los suscriptores de los periódicos en papel, porque por ejemplo el periódico *La Vanguardia* tiene muchos suscriptores, setenta mil, que llevan a gala ser muy exigentes con las informaciones. Todo el periódico, y yo misma, sabemos lo que es recibir llamadas, cartas, correos electrónicos, o lo que sea, de suscriptores que empiezan diciendo «soy el suscriptor número tal y esto que habéis escrito...». Y dan lugar, obviamente, a la rectificación cuando algo está mal, pero sobre todo a la reflexión sobre la calidad del medio en el que estás.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Quería matizar una cosa. No me cabe duda de esa presión de los suscriptores. Lo que quería decir es que en el momento en que existen canales más directos el número de cartas al director, los comentarios, aumentan. Los periódicos hoy estamos recibiendo cinco mil, diez mil comentarios al día; ninguna redacción recibía cinco mil cartas al director. Es decir, el hecho de que exista un canal más directo, más rápido y más instantáneo hace que aumente.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Sí, pero paso a la segunda parte que quería comentar: la calidad de esos comentarios. Porque es más fácil, ocupa menos tiempo, dinero y reflexión mandar un tweet, que se queda ahí y seguramente sabiendo que no va a obtener ni respuesta, porque es imposible explicar, analizar y contestar a cinco mil tweets, que el ejercicio de alguien que se pone a hacer una reflexión razonada también de una información. Y voy a lo último que quería comentar respecto a lo que hablabas. Has dicho que las redes sociales también dicen lo que es más importante en la información. ¿Más importante o más atrayente? Porque no es lo mismo.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Ambas cosas.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Porque yo recuerdo, y seguramente vosotros os acordaréis también, que hubo no hace mucho un artículo —creo que era en *El Mundo*, pero no estoy segura— que se titulaba algo así como «Sexo, culo y tetas» y que empezaba diciendo: «Este título era solamente para que ustedes siguieran leyendo, no voy

a hablar de todo esto.» Y es que, si muchas veces miras lo más leído en las páginas web de los medios en Internet, todos podemos coincidir en que no es lo más importante. Muchas veces; la mayoría de las veces.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: No siempre. Y os invito a conocer una página, que se llama *iberoamerica.net*, que ha hecho un periodista, Pedro Alzaga, que recopila todos los días cuáles son las noticias más tweeteadas de todos los medios de Hispanoamérica y las clasifica por países. Veréis que es muy raro encontrar ahí culos y tetas. Al revés, porque no es lo mismo lo más visto que lo más recomendado. Tú no recomiendas culos y tetas, tú recomiendas lo que crees que debe leer la gente que son tus amigos. O sea, el tráfico directo es más de culos y tetas pero el tráfico de redes sociales es de recomendación y normalmente son cosas muy relevantes. En *iberoamerica.net* lo podéis mirar en cualquier momento, podéis ver cuáles son los *rankings* de cada día, que no coinciden con lo más visto ni tampoco con ese sesgo.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Vamos a pasar a Antonio Hernando, que seguro que nos va a dar una visión muy distinta desde el magnetismo, «fenómeno físico por el que los objetos ejercen fuerza de atracción, no repulsión, sobre otros».

ANTONIO HERNANDO. Físico. Director del Instituto de Magnetismo Aplicado de la Universidad Complutense de Madrid: Me impresiona mucho hablar ante personas a las que estoy acostumbrado a escuchar o a leer; es una situación un tanto

paradójica. He empezado con una cierta duda existencial, pues he oído decir que lo que no aparece en los medios de comunicación no existe y, si ese argumento es lineal, los científicos algunas veces aparecemos, pero muy poco. Es decir, que debemos existir, pero poquísimos.

Voy a parecer un excéntrico, inevitablemente, dado el ecosistema y las condiciones de contorno. Nosotros partimos de que existe una realidad objetiva, en el sentido de Hannah Arendt, que todos vemos igual, y esa realidad, además, pensamos que es susceptible de ser conocida hasta cierto nivel. Concretamente, lo que la ciencia hoy tiene como aspiración es explicar no el porqué de las cosas, de la realidad, sino cómo funciona la realidad, a partir de qué principios. Esos principios se elaboran utilizando un método que está basado en lo que se llama la experimentación, lo numérico, es decir, la cuantificación del experimento en leyes matemáticas y, finalmente, la búsqueda de un principio del cual se pueda deducir esa ley matemática como una consecuencia. Bueno, pues este método, que es hasta ahora, yo creo, el que se ha mostrado más digno de confianza en lo que respecta a lo que se entiende por conocer, cuando tiene algo bien establecido genera de sí mismo la capacidad de ir más lejos. De tal forma que, usando las palabras de un compañero mío ya fallecido, muy amigo mío y muy inteligente, Paco Ynduráin siempre decía: «El conocimiento avanza de manera que lo que queda fuera del círculo de ese conocimiento es siempre mucho mayor de lo que era antes. Lo que nos queda por saber siempre es más de lo que hay conocido. Y la propia dinámica del método genera esa pregunta continua, ese asomarnos al abismo del desconocimiento.» Esto, que yo creo que es de una gran belleza, muchas veces se

ha utilizado para decir, mire usted, hasta los científicos saben que no saben nada. Por resumir, había un curso hace poco en el Teatro de la Ópera al que titularon «Sobre el cadáver de Newton». A mí me enfadó mucho ese título porque Newton no ha muerto; Newton ha sido mejorado.

La ciencia avanza muy despacio y tiene una característica que es la predicción; la predicción del futuro, por cierto, que es la difícil. La ciencia es capaz, a partir de esos principios, de predecir lo que va a pasar; ahí está donde funciona su mecanismo dinámico de creación infinita, interminable. Porque, al surgir del principio nuevos experimentos es cuando se encuentra alguno que resulta que nos hace modificar lo conocido. Pero fíjense en que es una diferencia esencial con las corrientes literarias, artísticas, etcétera; nunca ninguna modificación científica seria ha negado lo anterior, sino que lo ha generalizado. Einstein, con la teoría de la relatividad, generaliza a Newton, pero, en el límite de bajas velocidades, la teoría de la relatividad es exactamente la teoría de Newton. Esto no pasa en otras cosas. Entonces, fíjense qué síntesis de características más atractivas: por un lado es un conocimiento casi de certeza —hoy sabemos lo que es un campo electromagnético—, pero si seguimos investigando en nuevas áreas relativas al campo electromagnético es probable que, en esas nuevas condiciones, haya ecuaciones que se deban añadir. Entonces, siempre estamos abiertos a la autocrítica.

Lo que les quería mostrar es que la gasolina que ha mantenido en movimiento el desarrollo de la ciencia es la tecnología, en contra de una costumbre que hay, que es asignar como causa de la tecnología al conocimiento científico. En la realidad, si mira-

mos la historia, esa realidad en que creemos los científicos, observamos que ha sido al revés, que han sido las personas ingeniosas, que han inventado instrumentos nuevos que amplían la capacidad de nuestros sentidos, las que han tirado de la ciencia. Esta frase de Sir Humphry Davy es muy importante: «Nada contribuye tanto al conocimiento como un nuevo instrumento.» Fíjense que tenemos muchos ejemplos. Galileo, con el telescopio, poniendo dos lentes adecuadamente, es capaz de terminar con el modelo geocéntrico. O sea, una observación experimental es capaz de cambiarnos la imagen que tenemos del mundo conforme a esa realidad. Él, cuando observó que los satélites de Júpiter giraban en torno a Júpiter, inmediatamente cayó en que la Tierra no era el centro de nada. Pongo el ejemplo de Coulomb también: su contribución, que es la famosa ley de la electricidad, pues fue posible porque el hombre inventó una balanza de torsión y con esa balanza de torsión fue capaz de medir las fuerzas entre las cargas. Después vino todo lo que ustedes quieran de gente que interpretó y que escribió los principios, hasta llegar a Maxwell, pero el comienzo de los experimentos de electromagnetismo es debido a Coulomb y está asociado a la invención de su balanza.

Ruska, Rohrer y Binnig fueron los descubridores, los inventores, del microscopio de efecto túnel, que ha abierto todo un campo nuevo que está muy de moda en la investigación científica, que es la nanociencia. Con este instrumento que inventaron Rohrer y Binnig podemos mover los átomos a voluntad de un sitio a otro en la superficie de un metal. Esto ha permitido conocer cosas que no se sabían antes de que existiera ese aparato. Fíjense en los grandes aceleradores, como éste del CERN (Organización Europea para la Investigación Nuclear), que nos han permitido ver lo que ocu-

rre en la entraña íntima de la materia al nivel de las partículas subatómicas, las partículas elementales. Pero no hay pensador que pueda imaginarse lo que allí pasa; y si hay un pensador que se lo imagine pues será una conjetura respetable. La ciencia para avanzar requiere de ese dato experimental y ese dato experimental solamente se puede obtener si se cuenta con esos aceleradores, que son equipos de lo que se llama la Big Science, que requieren la contribución de especialistas de muchos países del más alto nivel. Qué decir de los telescopios que, a diferencia de los aceleradores, nos permiten observar cómo se comporta la materia al nivel de las escalas enormes del universo. Y con la nanociencia se pueden hacer nanopartículas y se descubren cosas que no se podrían conocer sin tener acceso al control y a la observación de esa escala. Así es como funciona la ciencia.

Quería acabar, porque ya he abusado bastante de excentricidad, diciendo que también en la ciencia hacemos comunicación. Tenemos unas revistas de ciencia que dan coexistencia y textura, contextura, a la comunidad científica. Efectivamente, también pasa que cualquiera que hace una teoría de algo pues, inevitablemente, tiene tendencia a pensar que esa teoría debe salir bien siempre; y hay teóricos de éstos ya un poco recalcitrantes que hacen un experimento que no sale y dicen «se ha equivocado el experimental». Eso tiene cosas en común con esto que hablaba Fernando de manipular, de que la realidad se ajuste a la ideología, en este caso que el experimento se ajuste a la teoría. Quiero decir que los mecanismos de crítica que tiene la propia comunidad científica eliminan esto. Y la ciencia tiene también una característica que habéis dicho de vuestro oficio, y que recuerdo que hace tiempo señalaba Miguel Ángel, que es

que el mero hecho de observar esa realidad y de describirla afecta a la realidad. Éste es un principio que funciona perfectamente claro en la mecánica cuántica: a nivel atómico el mero hecho de medir algo lo perturba. No quiero aburrirles más. Ya les he dicho unas cuantas ideas de lo diferente que es nuestro mundo del suyo. Me gustaría que, al igual que nosotros no podemos vivir sin el vuestro, pues también todos vosotros tuvierais una especial sensibilidad para el nuestro. Muchas gracias.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Muchas gracias, Antonio, por describirnos tan bien esta realidad, que también existe en los medios de comunicación —o principalmente en los medios de comunicación—, para que la conozca la gente. Vamos a hablar ahora de otra realidad, sin duda, que es lo que ofrecen las televisiones, y que es, además, según el CIS, la realidad que más conocen los ciudadanos. A través de las televisiones es como más se informan los ciudadanos. A mí por eso me preocupan determinadas prácticas, como intentar provocar la noticia, el gesto más anodino o repugnante de una persona, tratar de lograr el mayor exabrupto de alguien, aunque le tengan que perseguir por la calle durante kilómetros en un intento no de conocer la verdad sino de obtener una imagen o una palabra que llame la atención, aunque no diga nada. Por eso, para Juan Pedro Valentín, mi pregunta es si la información necesita de espectáculo para explicar la realidad o si la distorsiona.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: A mí también me preocupa, lo mismo que a ti. Me toca intervenir después de

Antonio Hernando y la verdad es que nuestro mundo no puede estar más alejado del de la ciencia; yo creo que ni experimentamos ni llegamos a ninguna conclusión... Y probablemente por eso tampoco avanzamos. Cuando uno trabaja en televisión tiene la sensación de estar en el mundo del espectáculo intentando hacer periodismo. Es como jugar siempre en campo contrario. Yo el otro día pregunté si alguien me podía decir, al final, cuántos murieron en la explosión de Waco de Estados Unidos. Pregunté en la redacción y la gente me decía: «Pues no tengo ni idea, no sé. Al principio dijeron como que setenta pero luego lo bajaron. No, no, dijeron que cinco...» Así que busqué «muertos en Waco» en Internet y ponía como primer titular: «Confirmaron treinta y cinco muertos por la explosión.» El segundo: «Parecía el fin del mundo, hay más de setenta muertos.» El tercero: «Descarta el alcalde dar cifra de muertos.» El cuarto: «De cinco a quince muertos.» El quinto: «Más de sesenta muertos.» El sexto: «Decenas de muertos.» Otro: «Entre cinco y quince.» Otro: «Más de ciento sesenta.» Entonces, claro, si no nos ponemos ni de acuerdo en los muertos de Waco, ¿cómo nos vamos a poner de acuerdo en otras muchas cosas? Es decir, ¿qué tan científico es nuestro ejercicio diario del periodismo? Hay que ponerse en situación en el mundo de la televisión: nos reunimos, miramos los temas... Resulta que a lo mejor hay una noticia, vamos a poner por caso, científica. Pues se decide hacer una pieza sobre este descubrimiento científico o médico. Y en ese momento pues el jefe de área, que tiene que pastorear con siete u ocho temas —y si es una redacción fusionada pues a lo mejor son catorce, porque son siete para Cuatro y siete para Telecinco—, pues más o menos tiene que esperar a que llegue el redactor. Claro, el redactor llega a las once y pico o doce, porque tiene que hacer una pieza para el

informativo de la mañana y para el informativo de la tarde, porque no os tengo ni que contar cómo vamos de apurados con el número de personas, los salarios, los ingresos, etcétera. Entonces, claro, el redactor llega de su casa tranquilamente y se encuentra con que hay un nuevo avance científico que dice que se puede controlar el cáncer de lo que sea. Y tiene que buscar a toda prisa un científico y, además, que le diga una cosa muy concreta para meterlo en diez segundos o en veinte segundos dentro de una pieza de un minuto. Entonces, cuando llama a este científico a toda prisa y le dice «oiga, ¿podría hablarme, por favor, de este nuevo descubrimiento?», este señor a lo mejor responde «hombre, pues no sé, algo he visto esta mañana al levantarme, pero no me ha dado tiempo». «Pues mire, por favor, tiene que ser muy concreto, muy contundente, me tiene que decir si va a curar o no el cáncer de páncreas.» Te deben de mirar con una cara como diciendo, pero bueno, ¿estos tíos de dónde han salido? «Y además dígamelo corriendo, que no llego, que no me llega la pieza para las dos de la tarde.» Encima, a lo mejor luego el presentador en la entradilla te da paso diciendo: «Un nuevo descubrimiento que va a curar el cáncer de páncreas.» Y tú: «No, hombre, no, que este tío me ha dicho que no.» Y entonces te echan la bronca porque no has conseguido a un científico en una hora que te diga que esto va a curar el cáncer de páncreas. Éste es el día a día, bueno, éste es uno de los «días a días».

Imaginaos que cada artículo que escribe, por ejemplo, Fernando tenga todos los días el retorno de la audiencia que ha tenido. Pero que lo tenga él y que lo tengan sus jefes. Entonces Fernando empezará escribiendo los artículos que él quiere escribir pero, poco a poco, conforme va viendo la evolución del interés que va generando,

varía el rumbo. Al principio de una manera muy tenue. Porque dice: «Si es que ayer me leyeron sólo diez y yo empecé con mil personas leyéndome. ¿Esto cómo puede ser?» Y entonces, sus jefes: «Oye, Fernando, que es que estás escribiendo unas cosas que la gente no lee.» Tú poco a poco vas ahí y dices: «Voy a meter un poco más de salsa, aunque hable de lo mismo, pero voy a ir variando.» Y cuando te quieres dar cuenta estás haciendo el «Sálvame». O sea, es una cosa que te va llevando...

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: ¿«Sálvame» es periodismo? ¿Crees que explica una realidad?

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: «Sálvame» es espectáculo. Pero, vamos a ver, es que el periodismo en la televisión... Yo he visto periodismo en televisión. He estado en Televisión Española en la época de Fran Llorente y se ha hecho periodismo. Creo que nosotros hemos hecho periodismo cuando estábamos en Informativos Telecinco y creo que se hace periodismo en gran parte de los programas de La Sexta. Y nosotros aspiramos a seguir haciendo periodismo en algunos informativos. Así que pienso que existe, pero dentro de un entorno. Es como estar en el Sol y que alguien aprecie una de las manchas, una de las motas negras del Sol; no lo puedes ver. Es un entorno que te arrasa. Pero no sólo eso sino que, además, la tendencia, por así decirlo, es un poco hacia este tipo de prácticas del que hablábamos... Yo lo llamo periodismo de acoso. Hay periodismo de trinchera y éste es el periodismo de acoso, cuando tú coges y pasa una persona y le dices:

«Señor Wert, señor Wert, ¿ha oído usted a su hermano que acaba de salir...?» Entonces el señor Wert coge el móvil, que es lo que hace últimamente, y sale con el teléfono y no dice nada. Pero eso mismo ya te vale, porque te vale todo, y sale como que «el señor Wert no quiso contestar».

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Pero ¿por qué te vale? ¿Qué aporta? ¿Qué les aporta a los ciudadanos?

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: Pues mira, porque tú, cuando estás en tu casa, ves una información en la que se cuenta todo lo que ha hecho el hermano y luego lo que ha hecho Wert. Y Wert sale y dices «Wert no quiso hablarle a los medios». Entonces se oye: «Señor Wert, señor Wert, ¿qué le parece lo que ha hecho su hermano?» Y ves que Wert se va. Y tú, o yo, a lo mejor decimos: «Pobre José Ignacio». Pero el que está en su casa a lo mejor dice: «Mira. Y no quiere hablar. Claro, no me extraña: se le cae la cara de vergüenza.»

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Claro, pero dices que se da lo que ha hecho el hermano de Wert y lo que ha hecho Wert y lo circunscribes a eso. Porque estamos hablando de una realidad y de un hecho que ha pasado hace unos días...

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: Sí, sí. Y tanto.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Con Cuatro.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Bueno, con Cuatro y con más. Allí estaban todos.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Pero quien decía lo de «señor Wert, señor Wert, su hermano...» era Cuatro.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Era una chica de un programa de Cuatro.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Pero Wert había hecho también cosas, ¿no? Había entregado los premios a la excelencia del bachillerato.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Sí, sí. Lo vi en la portada de los periódicos al día siguiente.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: ¿Pero lo disteis?

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: No. Vamos a ver. Entre lo importante, lo interesante, lo llamativo o lo espectacular, la tele se queda con lo que va más allá de lo espectacular. No te quepa nin-

guna duda, ninguna. Este periodismo de acoso a mí no me gusta, no me ha gustado nunca. Pero este periodismo de acoso ha obtenido una de las imágenes más celebradas de la temporada, que es la peineta de Bárcenas. Y entonces dices: «¿Qué hago? ¿No la doy porque no me gusta el periodismo de acoso? ¿Me pongo estupendo y me acuerdo de cuando estudiaba periodismo y digo "no, hombre, no, esto, por favor, no puede ser"?» O como es a Bárcenas sí, porque claro, ya hemos decidido que a Bárcenas sí se le puede hacer periodismo de acoso. Entonces, a unos sí se les puede hacer y a otros no. Y dices: «Vale, yo lo más que puedo hacer es no practicar esto.» Pero cuando alguien lo hace y obtiene la peineta o el exabrupto de una persona, ¿qué haces tú? ¿Lo coges, no lo coges? ¿Se hace, no se hace?

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Hombre, lo que sí se podría hacer es dar toda la secuencia para ver cómo se obtiene una peineta y por qué el señor Bárcenas hace una peineta.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: Casi siempre intentamos dar toda la secuencia; al menos me interesa bastante dar el contexto de cómo se produce.

Hace poco ocurrió algo muy gracioso, porque vives cosas muy graciosas en la tele. Resulta que en el programa «Sálvame» hay una persona que se llama Aída Nizar, no sé si os suena. Aída Nizar se hizo famosa ya no me acuerdo por qué. En «Gran Hermano», ¿no? Pero además se hablaba de que había tenido un lío con un dirigente

del PP.. Bueno, ha pasado por muchas cosas y ahora está en «Sálvame» haciendo piezas de actualidad. Así que de repente la mandan con lo del Madrid Arena al rastrillo de la infanta doña Pilar, creo, que se iba a hacer en uno de los sitios de Madrid Espacios y Congresos pero que, como se caían todos esos emplazamientos, fue trasladado. La cosa es que había un enfrentamiento con la alcaldesa y que allí había doscientos cincuenta mil periodistas de los medios más insospechados. Porque ésta es otra: antes íbamos seis pero es que ahora hay quinientos mil, y todos con cámaras. Pues fue Aída Nizar y le hizo un tercer grado a la infanta doña Pilar durante veinte minutos. A aquella mujer desde aquel día la tengo en los altares de la paciencia, porque yo vi el bruto. Fue tremendo, tremendo: pumba, pumba, pumba. Y entonces llegó Ana Botella y se produjo el famoso corrillo de periodistas, con todos metiendo el micro. Porque, claro, si no metes el micro al final no tienes la declaración. Y aunque pienses «oye, vamos, cuando venga vamos a ponernos todos tranquilamente.», pues de eso nada. Es imposible. Llega y todo el mundo se echa encima. Y Aída Nizar se queda detrás y dice: «Ahí están los periodistas, haciéndole a la alcaldesa las preguntas que ella quiere escuchar, pero luego nosotros le vamos a hacer las importantes.» Entonces ya dices: «Es que encima se ríen en tu cara.» Total, que ahí la alcaldesa sube las escaleras, se encuentra con la infanta y se escucha a Aída que dice: «Porque la infanta doña Pilar está muy enfadada con usted.» Y entonces la infanta, ya fuera de sí —no podía más—, dice: «Yo no estoy enfadada.» Bueno, pues ése fue el titular de todos los medios, de las radios y las teles. Todo el mundo sacaba el plano de la otra cogiendo el micro para decir «yo no estoy enfadada». Entonces tú dices: «Efectivamente, vamos a ver todo el contex-

to de cómo se ha producido eso.» Pero lo ves y al final es como el chiste de la vaca y el hombre al que se le cae el pantalón mientras la estaba ordeñando; que sí, que me estoy tirando a la vaca, es verdad. O sea, es que no puedo contar otra cosa. Me entrego. Es así. Porque, para ponerte a explicar todo el contexto, ¿qué haces?

Creo que sido poco científico en mi exposición. Perdonad.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Has sido muy sincero y muy autocrítico, cosa que por lo menos yo te agradezco. Pero llego a una conclusión: que, efectivamente, la realidad no es que exista, es que no se la contamos a nadie si es que existe, porque ni nos preocupamos de encontrarla.

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: A mí me parece que hay un par de cosas que deberíamos intentar aclarar. La primera es la naturaleza tan distinta del objeto llamado mundo de la naturaleza de lo que nosotros llamamos realidad social. Y, sobre todo, la dificultad de que esa realidad social la podamos analizar, incluso por parte de las ciencias sociales. Claro, si yo cojo esta Coca-Cola y digo «vamos a bajar la temperatura a cero grados y se va a solidificar, se va a congelar», la Coca-Cola lo hace, lo sigue haciendo. Pero si nosotros describimos una realidad social, supuestamente desde una perspectiva científica, esa descripción es reflexiva sobre la forma en que la sociedad se entiende a sí misma. Claro, si alguien, como hizo Marx en su día, de repente dice «las relaciones de producción son relaciones de explo-

tación», pues claro, inmediatamente dan ganas de matar a tu patrón. Ésa es la gran diferencia, que el sujeto es permeable a la forma en la que es descrito. ¿Y qué es lo que es el periodismo? Pues simplemente eso llevado, digamos, a su extremo. Con lo cual la forma en que se describe la realidad —por eso decía yo que ahí hay un combate— entra dentro de las disputas de intereses, de las disputas de perspectivas, de las disputas políticas y todo lo demás. Por tanto, ahí hay un elemento que me parece que es fundamental, pues no hay una realidad. Por supuesto que hay hechos que se pueden objetivar, pero no hay una realidad, o no hay una narración de la realidad que sea «la» narración de la realidad.

Puede haber un hecho. Hay una frase de Epicteto, que es un filósofo griego tardío que decía: «No son los hechos los que estremecen a los hombres sino las palabras sobre los hechos.» Los hechos en sí son hechos, tienen impacto desde el momento en que se incorporan a un contexto y son narrados y, dependiendo de cómo los narremos, tendrán un impacto u otro. Y a mí me parece que eso es lo que ocurre hoy en el periodismo, que ése es el problema que tiene hoy. Como dije anteriormente, está por un lado ese vínculo con el entretenimiento: digamos que tiene que competir con una industria institucionalizada del entretenimiento, cuando la mayoría de las cosas sobre las que tenemos que escribir no son entretenidas; por ejemplo la política. ¿Cómo hacemos que la política sea entretenida? Pues tratando de describir los aspectos digamos menos políticos pero más de espectáculo, porque la crispación vende. Lo saben los políticos y, por tanto, se crispán. El escándalo vende. O sea, venden aspectos de lo político que, en condiciones normales, o por lo menos hace un tiempo, no entraban dentro de esa ecuación.

Pero luego hay otro factor que es lo que me llevó a pensar lo de «culo, tetas...» y todo eso que yo leo en esos artículos. Me considero un maduro profesor que trata de informarse pero, si veo un artículo, ¡pum!, voy. Es decir, todos tenemos lo que llaman la parte reptiliana del cerebro, por la que, sin darte cuenta, ¡pum!, lo has «clicado».

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Todos lo hacemos, pero lo que tenemos que decir es que lo más visto no es lo más importante.

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: A mí eso no me parece tampoco tan dramático; uno tiene que hacer después, digamos, la resta. O sea, todos hemos entrado en esto y por eso está ahí arriba, pero bueno, vamos un poco a lo serio. Es decir, ¿cuál es la primera noticia de las que no son mecánicas, automáticas, reptilianas? Y si nos fijamos un poco en esto la cosa tampoco está tan mal.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Yo quería comentar dos cosas muy brevemente. La primera es lo que hablábamos sobre si lo más visto es lo más importante. Quería distinguir entre lo más visto y lo más recomendado, que no tiene nada que ver. Cuando yo hablo del queso ese de audiencias en el cual estamos ahora enfrentándonos todos los que hacemos periodismo digital, que es cuánta gente llega directamente a tu portada, cuánta gente llega por redes sociales y cuánta gente llega por buscadores, te encuentras con que es posible que, en el tráfico directo de gente que

llega a tu portada, al final lo más visto quizá sea Paris Hilton. Pasa muy a menudo, muchas veces. Es ese cerebro reptiliano del que habláis: alguien que llega a *El País*, o a *eldiario.es* o a *El Mundo*, que no va buscando a Paris Hilton, se la encuentra en la portada y acaba pinchando. Eso, en *elpais.com* lo llaman el «picapica», que de repente tienen noticias, dentro de un orden, que les generan mucho «clic» desde portada. Pero la recomendación es algo distinto. La recomendación en Twitter y en redes sociales es el deber ser, es el «yo veo documentales de La 2». Aunque luego después los documentales de La 2 fracasen en audiencia. Hay un dato muy divertido, que es que hay más gente que dice ir a la ópera que entradas de ópera vendidas, porque todo el mundo considera que eso es un ocio respetable, así que cuando le preguntan en una encuesta contesta que él sí, que él por supuesto, que va a la ópera y que nada de Bisbal. Pero en el tema de las redes sociales se juntan las dos cosas. Cuando hablaba de la jerarquía, tú puedes distinguir entre lo que te viene por la parte del picapica de portada y lo que llega por recomendación. Hablaba antes de Iberoamérica. La noticia más tuiteada en Iberoamérica, en España, las últimas veinticuatro horas es que la trama Gürtel pagó la boda de la hija de Aznar; la segunda es la entrevista de Aznar. Es decir, no es una jerarquía muy alejada de la que usamos los periodistas cuando se supone que hacemos bien nuestro trabajo. Pero muchas veces hay modificaciones que te demuestran que hay ocasiones en que nosotros no hacemos bien nuestro trabajo a causa de las presiones... Un ejemplo muy concreto: el día en que indultan a Alfredo Sáenz ésta es la noticia más tuiteada, pero no es la noticia más importante; de hecho está en página par. En cambio, la jerarquía que deciden los lectores dice que lo más impor-

tante es eso. Los lectores y algunos periodistas del extranjero, porque fue portada en el *Financial Times*, mientras que no fue portada en todos los periódicos españoles.

Por otra parte, con respecto a lo que hablaba Juan Pedro del acoso, estoy de acuerdo. En la información hemos recurrido en ocasiones a técnicas propias de la prensa del corazón, persiguiendo a alguien a la puerta de su casa. Pero, al mismo tiempo, no haría falta perseguir en corrillos a Rajoy a la salida del Senado si tuviésemos más ruedas de prensa de las que tenemos. Es decir, que muchas veces, cuando el periodista está intentando perseguir con la cámara y con el micrófono, a ver si consigue media frase, una respuesta, es porque no tiene otra opción para relacionarse con ese político o con ese personaje. En algunas ocasiones ocurre; no en todas, pero en muchas sí. En los últimos meses hemos tenido semanas enteras de silencio administrativo por parte del principal partido de Gobierno. O sea que, al final, en un entorno de medios donde tuviésemos una relación con los políticos más normalizada, de menos fuente confidencial y más de decir las cosas en público, probablemente no se recurriría tanto al corrillo del micrófono.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Sólo una pequeñita cosa. Yo creo que se ha desacralizado lo que antes eran las coberturas de medios de comunicación. O sea, antes tú ibas a tribunales y al que venía nuevo de *La Vanguardia* le decían: «¡Anda!, ¿dónde está Mengano?» «Pues Mengano no viene.» «Ah, ¿tú eres el que le sustituye?» Se conocían los ocho, los siete, los diez. Ahora digamos que en la televisión no sólo todos los programas, sino tam-

bién cualquier portal, acude a cualquier evento o acto periodístico que se produce a diario. Y tienen derecho a acudir. Entonces te encuentras con que van todos los programas: los satíricos, los no satíricos, los del corazón, los otros... Porque se ha decidido que, por ejemplo, del rey habla todo el mundo y del entorno de la casa real habla todo el mundo. Y de Bárcenas habla todo el mundo; de la mayor parte de las cosas ya habla todo el mundo. Con lo cual esto se ha convertido, efectivamente, en una jungla.

Y sobre lo más visto y lo más importante, la pregunta es de qué vivimos. ¿De que nos lean mucho o de lo importante y de lo selecto que sea nuestro producto? Si fuera pago por contenidos, es probable que fuese se tratase de lo más importante, pero para eso tenemos que acostumbrar a que la gente pague por los contenidos. Si es por número de visitas esto es como el resultado en el fútbol. Es decir: «Jugué muy mal, pero el partido lo gané yo».

ANTONIO HERNANDO. Físico. Director del Instituto de Magnetismo Aplicado de la Universidad Complutense de Madrid:

Yo solamente quería hacer un comentario a lo que dice Fernando sobre que es muy distinto el objeto del conocimiento conocido de la ciencia de lo que, por ejemplo, a él le preocupa en sus artículos, que es la actividad política. Entre lo que conoce la ciencia y la actividad política hay un paso fundamental, y eso yo creo que, también, con el tiempo, se acabará sabiendo; serán realidades exactamente iguales, la política que los átomos. Lo que pasa es que el primer paso... Yo creo que todo existe gracias a la física y a la química. Sabemos ahora mismo que el cerebro es un sistema de neuronas que funciona y conocemos bastante sobre

cómo funciona, pero no su fisiología. Todas las técnicas experimentales que se están desarrollando, como la resonancia magnética nuclear, la magnetoencefalografía, etcétera, son equivalentes a éstas que he mencionado antes yo del acelerador para las partículas y permitirán un día conocer cómo funciona el cerebro. Ahora mismo ya saben los neurólogos, los neurocientíficos, que esto de que somos seres racionales, etcétera, pues no es verdad. Es decir, creo que todos están de acuerdo en que no hay más de un 10% de las actividades del hombre que respondan a actitudes libres, opciones tomadas desde el pensamiento. Entonces, cuando conozcamos esos secretos, habremos dado un paso importante en la psicología y luego podremos explicar las relaciones entre las personas. Nos quedan millones de años para llegar a ello, pero ésa es la marcha de la ciencia. Por supuesto que tenemos que vivir ahora, no podemos esperar a eso, hay que abordar el problema político ahora, pero yo creo que esencialmente no hay nada distinto a la física y a la química.

SANTIAGO JUANES. Director de Cadena SER Salamanca: A mí me gustaría preguntarles en qué punto entre lo que se sabe y lo que se publica están las tertulias que han proliferado de manera extraordinaria en los últimos años, coincidiendo, además, con la crisis, de forma muy especial. ¿En qué punto se encuentran, sobre todo en los medios audiovisuales?

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: La tertulia es una charla y tú en una charla puedes llevar, a lo mejor, pre-

parado algo sobre los asuntos que vas a tratar, algún dato, alguna historia, pero la charla, por su propia definición, transcurre por algunos vericuetos que no tienes previstos. Y básicamente es argumentación. Hombre, se pide que los datos que se aporten sean ciertos, pero tienes muy poco margen para comprobarlos. Y como eso se lo lleva el viento —estamos hablando de los medios audiovisuales—, pues tú puedes soltar en una tertulia alguna cosa que tu contrincante de debate lo más que puede contestar es «no es verdad, te lo voy a decir». Ahora con las tabletas y todo esto se pueden comprobar algunos datos, pero es muy habitual, y yo lo veo todos los días, que en una tertulia alguien suelte alguna cosa, una afirmación categórica: «Porque ahora mismo el número de jóvenes que trabajan es menor en España que en Chipre.» Y tú piensas, pues a lo mejor es verdad, pero yo qué sé, yo esto no me lo he mirado, no sé si es verdad o no. Y lo repite otra vez. Normalmente nadie dice: «¿Oye, este dato de dónde lo has sacado? ¿Me puedes decir, por favor, la fuente de donde lo has sacado?» Porque, a lo mejor, si te dicen «Hombre, ¿no te has enterado que venía el otro día en portada en *El País* así de grande, a siete columnas?», tú quedas como un idiota. Entonces, la gente se retrae. ¿Qué ocurre? Que se sueltan datos de una manera espeluznante. Pero no hay ningún tribunal, no hay nadie que al final diga que el dato que dio ese señor es falso. El otro día me llama un amigo para decirme que salí en «El intermedio», anteayer, porque hicieron una pieza de Miguel Ángel Rodríguez. Montaron un resumen de cosas que había dicho Miguel Ángel Rodríguez en algunas tertulias. Yo estaba con él en una tertulia y salían todos aquellos intelectuales que apoyaban a Zapatero, los de la ceja, los que hacían el gesto. Entonces Miguel Ángel Rodríguez dice: «¿Tú sabes que aquí hay

algunos que cobran más de un millón de euros de la SGAE?» Y yo le dije: «¿Cuáles?» Creo que no se esperaba que le preguntara eso. Y me dice: «¿Pero quieres los nombres?» «Sí, sí, quiero nombres. Dime quién, para poder cotejarlo.» Y contesta: «Pues no te los voy a dar.» Pusieron ese cacho. Eso es así todos los días en las tertulias.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Sí, pero yo creo que muchas veces los tertulianos —me incluyo entre ellos; aparte de ser periodista soy tertuliana— no se dan cuenta de que los ciudadanos son bastante más inteligentes de lo que nos creemos y saben perfectamente discernir cuándo una persona pega un grito o cuándo da un argumento. Y no son tan tontos como para no distinguir si ese argumento es bueno o malo. Al final saben perfectamente que el que más grita es el que menos argumentos tiene. También pasan de tertulia en tertulia en función de lo que se ofrece en ellas. Entre la realidad y lo que se dice en una tertulia, como decías, yo creo que una tertulia ayuda a la gente a interpretar los datos que ven en los periódicos para después hacerse su propia composición de lugar en función de su ideología. Buscan argumentos que repetir al día siguiente tomándose un café o una cerveza con los compañeros de trabajo, porque los consideran más cercanos a su pensamiento. A mí me parece que las tertulias ayudan a explicar esa realidad a otros. Fernando también está en tertulias.

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: Sí, la verdad es que quién no está en una tertulia. Porque han proliferado y lo han hecho sencilla-

mente porque, a mi parecer, dan información con entretenimiento. La parte del entretenimiento no se puede dejar de lado. Me he dado cuenta de que muchas veces la información se transmite de tal forma que casi no hace falta una voz parlante para hacerlo; podría ser perfectamente un robot. Si uno ve las noticias de las dos cadenas públicas de televisión alemanas verá que son verdaderamente espeluznantes, porque en ellas realmente las personas hablan sin cambiar el tono de voz; no hay ninguna entonación. Las personas podrían ser suplidos por un robot. Por otro lado, la tertulia en inglés se llama *talk show*, o sea, es un *show* en el que hablan personas. En las tertulias uno trata de acercarse más a la gente no haciendo un tipo de argumentación cursi o pedante, sino que nos valemos —por lo menos yo trato de hacerlo— del lenguaje de la gente de la calle. Pero sí intentamos argumentar; por lo menos en la que yo estoy sí tratamos de hacerlo. Creo que la tertulia es, quizás, el único espacio en los medios de comunicación españoles donde uno se acerca a lo más parecido a una argumentación pública. No digo a una deliberación, porque quizás sería excesivo, pero sí a una necesidad de argumentación pública que tiene un impacto sobre la gente, porque la gente sigue las tertulias muchas veces, como quien sigue una serie. O sea que, en cierto modo, siguen a unos o a otros pero, a través de ese seguimiento, siguen la realidad, o por lo menos el debate público. Desde esa perspectiva, a mí me parece que cumplen una función que es doble: la de entretener, porque las tertulias entretienen, y también la de dar una opinión que después sirve a la gente para enhebrarse en ese coloquio, en ese debate. Y no sólo mentalmente sino, después, también con otros.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Yo creo que el auge actual de las tertulias tiene mucho que ver con el interés que hay en la sociedad por la política. Las televisiones son el medio más reactivo que existe a las necesidades de la audiencia y si pasado mañana hubiese un interés desmedido por la pintura del Romántico tendríamos programas en *prime time* sobre el Romántico; seguro, sin ninguna duda. Y el hecho de que ahora en televisión tengamos, en franjas horarias donde antes había programas del corazón, tertulias políticas en las que se habla de los papeles de Bárcenas o, no sé, de la política económica, tertulias muy generalistas pero desde luego con temas que no son precisamente entretenimiento a priori, pues demuestra que hay un interés muy alto, seguramente por la crisis política e institucional, por ese tipo de información.

Probablemente los países civilizados son éstos donde los periódicos no tienen mucho interés, éstos donde no te cabreas cada vez que los lees y no hay una necesidad apabullante por saber qué ha pasado en el Parlamento ese día, porque las cosas funcionan bien y no hay necesidad de estar vigilándolas. Pero ahora te encuentras con cosas tan «marcianas», entre muchas comillas, como que un documental en *prime time* sobre la educación en Finlandia que hizo «Salvados» sea líder de audiencia, o sea, uno de los programas más vistos del día. Eso te lleva a que hay un interés mucho mayor por determinados temas que el que había en el mundo previo a la crisis.

Respecto al formato en sí, estoy muy de acuerdo con lo que ha dicho Carmen. Es verdad que es un formato donde mucha gente busca reafirmación de su opinión para después poder defender sus posiciones, su ideología, su punto de vista con argu-

mentos que se construyen desde las tertulias. Además, el formato de confrontación de ideas es una buena manera de enfrentar puntos de vista que al final permite a la gente, más allá de su idea preconcebida, crearse muchas veces una opinión propia. Es verdad también que a veces es impune, como decía Juan Pedro, porque ahí se sueltan datos con una frivolidad que en el caliente nadie puede contrastar, pero también creo que al final la gente distingue y que hay mucha diferencia entre los periodistas que hacen información y opinión y los tertulianos que exclusivamente hacen género de opinión, que a veces opinan sobre lo que han leído en los periódicos esa mañana y no sobre lo que han hablado con las fuentes unas horas antes.

JUAN FRANCISCO MARTÍN FRESNEDA. Director del Centro Territorial de León de Radiotelevisión de Castilla y León: Aprovechando un poco la experiencia de los que están en la mesa de ponentes, yo quería preguntar si no creéis que en el mundo del periodismo falta un poco de optimismo. Es decir, a lo largo de la historia los medios de comunicación y el periodismo han significado una esperanza en la época de la Transición, en la época de la modernidad. En estos momentos, ¿no creéis que la realidad está dejando de lado esa esperanza de que el mundo de los medios de comunicación pueda representar un optimismo más allá de la realidad?

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: ¿Que seamos los periodistas optimistas con respecto a la realidad o que seamos optimistas con respecto a nuestro trabajo habitual?

JUAN FRANCISCO MARTÍN FRESNEDA. Director del Centro Territorial de León de Radiotelevisión de Castilla y León: En un medio de comunicación con difusión nacional, o local, siempre hay un carácter que te puede transmitir sensaciones. Cuando veo hoy los informativos o leo alguna noticia noto un carácter pesimista. Quiero decir que si creéis que los medios de comunicación pueden liderar movimientos capaces de transmitir a la sociedad un cierto optimismo.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Hombre, es difícil cuando la realidad es la que es. Bien es verdad que, después de dibujar una realidad como la que vemos todos los días en el periódico, llegó un anuncio de Campofrío y nos llenó de optimismo. Pero la realidad igual está a mitad de camino entre las dos cosas. Yo no creo que los medios de comunicación den una visión pesimista de la realidad porque estén deseando implantar el pesimismo en la sociedad, sino por la propia situación de la sociedad. Y no hay desde el poder ningún dato que nos pueda permitir dar esa señal de optimismo. Creo que a todos nos encantaría, ¿no? Siempre y cuando no nos hablen de brotes verdes, claro.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco: ¿Aznar dio ayer optimismo o pesimismo? Lo digo porque Aznar y su intervención de ayer van a ser hoy el asunto de debate. Seguramente hablaremos durante los próximos días de cómo ven su intervención determinadas personas y unos estarán a favor y otros en contra. Y otros estarán espantados. La cuestión aquí es que los medios

de comunicación vamos a centrifugar las palabras de Aznar con todos los protagonistas sociales y políticos opinando sobre el asunto, y al hacerlo trasladaremos una sensación. Probablemente esa sensación, la que ayer transmitió Aznar, es de desasosiego para todo el que lo vio, bien porque esté de acuerdo o bien porque no esté de acuerdo, pero en cualquier caso es desasosiego. Cuando más transmitimos tranquilidad es cuando la cosa se enfría y se aburre, cuando hablamos de que entra la ola de calor, entra la ola de frío... Esto es aburrido, es más de lo mismo; como no tenemos novedades pasamos a contar una cosa secundaria. Ahí es cuando yo creo que los medios de comunicación empezamos a transmitir optimismo, porque transmitir que la prima de riesgo ahora está en doscientos noventa y que a todos nos viene muy bien, pues a la gente le da un poco igual.

ANNA BOSCH. Redactora de Internacional de Televisión Española: En un rol que nadie me ha otorgado, si tuviese que resumir algo sería con una frase de Fernando Vallespín, que es que cuanto más compleja es la realidad —y la realidad que hoy tenemos en España, en el mundo en general, es muy compleja y se hace más compleja cada día— más se tiende en los medios de comunicación a la frivolidad, al reduccionismo, a la simplificación. Eso me parece que es un virus tremendo que tenemos en nuestras sociedades democráticas. La realidad es muy compleja, cada día más, y en cambio cada vez frivolizamos más.

Eso por una parte. Por otra, hablamos siempre —y con razón el público se queja y nosotros nos autoflagelamos— de la subjetividad de los periodistas y de los medios de comunicación, de cómo —es un poco también la idea de esta jornada— se intervie-

ne en la realidad. Decía también Fernando que no existe la realidad, sino que los medios de alguna manera actúan sobre ella y la deforman. Pero hablamos menos de la subjetividad del público, del espectador, del lector. Aquí cada uno busca sus burbujas, se crea sus burbujas; las crean los medios de comunicación. Esto en España en estos momentos a mí me resulta esperpéntico, y no quiero parecer esnob ni pedante. O sea, uno va al quiosco y dice: «¿En qué país estoy? Porque según esta portada estoy en un país, pero según ésta estoy en otro.» Hago zapping por la tele o por las radios y lo mismo. O sea, no tienen nada que ver las realidades que me cuentan. Y eso es patético, en conjunto, como país, como sociedad democrática y, por supuesto, como periodismo.

Por salir de España, hay un ejemplo de la sociedad en que vivimos que me parece también bastante frustrante, que es el caso de las televisiones en Estados Unidos, con la irrupción de Fox News y de MSNBC. Fox News está escoradísima a la derecha: todavía se cuestiona si Obama es musulmán, si ha nacido o no ha nacido en Estados Unidos, etcétera. MSNBC vio que tenía un nicho, hablando en términos de marketing, perfecto en el extremo opuesto. CNN dijo «bueno, pues yo voy a jugar en medio, a ser neutral», y está perdiendo, porque el público va a la militancia, al forofismo. Los unos con Fox News y los otros con MSNBC. Y la pobre CNN, intentando hacer una cosa un poquito más neutral, más imparcial, más periodística, pues se queda en que no la quiere nadie; pobrecita.

Lo último es algo que no se ha tratado aquí y que creo que es fundamental en toda esa frivolidad y en todo ese panorama un poco patético que tenemos, y es la precariedad laboral y económica de los medios de comunicación. Juan Pedro, sabes per-

fectamente que sí se puede hacer periodismo en televisión. Como público lo hemos visto en otros países; y diría que hace años en España también. Pero para eso hacen falta medios, tiempo —que al final son medios— y sobre todo voluntad. Es decir, que la precariedad laboral influye también en esa modificación de la realidad. O sea, alguien que está cobrando ochocientos euros o que es *freelance* y cobra a tanto la pieza difícilmente se va a poner chulo y duro con cuestiones deontológicas y éticas ante su redactor jefe, o ante quien sea, cuando está pensando en si va a cobrar, si mañana lo van a contratar o no lo van a contratar, si le van a renovar o no. Me parece que es un elemento fundamental, porque es necesario para esta cadena de distorsión de la realidad: la precariedad laboral.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Anna, yo creo que los periodistas —porque esto tiene más de vocación casi que de profesión—, aunque tengan problemas laborales y cobren ochocientos euros a final de mes o no sepan si los van a cobrar, cuando se ponen a trabajar se olvidan de todo. Creo que la precariedad influye más en la información cuando los medios no gastan un duro en que los periodistas puedan obtener información. Es decir, en que estén en los sitios, en que se pueda cubrir toda la información que existe hoy en día. Ahora se puede cubrir la información con simples declaraciones que se ven a través de la televisión las veinticuatro horas de turno. Cuando se limita el periodismo a eso, creo que esa precariedad de medios económicos del medio, más que del periodista —que también, por supuesto— es lo que más está dañando al periodismo.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Estoy completamente de acuerdo, como sabéis. La cuestión está en que, en mi experiencia personal de los últimos años, se trata de una batalla continua, constante, por defender una profesión en la que yo creo que, cuanto más consciente seas de la realidad en la que estás, cuanto más consciente seas de todas las amenazas que tienes a tu alrededor y cuanto más consciente seas de qué es lo que va a determinar que puedas sacar adelante o no un proyecto, pues mejor estarás capacitado para poderla defender. En los últimos años yo he sido testigo de cierres de televisiones, de fusiones televisivas y de cierres de periódicos; y no son los únicos que van a cerrar, todavía quedarán algunos más. Al final estás trabajando por que se den las condiciones necesarias para que florezca el periodismo. Yo ya he renunciado a hacerlo, bastante tengo con intentar lograr que en el pequeño campo en el que tú aras todos los días termine por salir un brote verde, ahora que están tan de moda. E intento defender eso, aun sabiendo que tienes que bajar los umbrales de lo que hasta ahora, tradicionalmente, era el estándar.

Por ejemplo, ahora en informativos de Telecinco y en Cuatro tenemos una red de colaboradores en el exterior que no son corresponsales, pues eso sería impensable. Cuando llegué a Cuatro todavía había corresponsales, como Carlos de Vega o Belén Chiloeches. Sabes que eso lo tienes que replegar, pero todavía conservamos algunos colaboradores de los que estaban en Cuatro, a los cuales les puedo seguir pagando por hacer determinadas piezas, incluso pegándome con los editores para que las metan. Porque, si no, esta gente que está allí no va a poder sobrevivir; y

hablo de sobrevivir, no hablo de tener unos niveles de vida medianamente decentes. Pero lo contrario es quitarte los sacos terreros y dejar que te invadan, directamente. Yo creo que tenemos que seguir defendiendo los pequeños nichos donde se puede seguir haciendo periodismo, pero siendo conscientes de que dependemos de que estos señores pongan su publicidad en nuestros medios, de que los que nos leen estén dispuestos a pagar por lo que consumen y no piensen que esto es gratis; dependemos de que haya una cierta masa crítica y un cierto interés sobre lo que nosotros hacemos. Estaba harto de escuchar, cuando trabajaba en Informativos Telecinco, que los nuestros eran los únicos informativos que se podían ver. Y yo siempre decía: «Pues velos, porque no somos los primeros en audiencia; a ver si es verdad que son los únicos que se pueden ver.» Y cuando estábamos en *Público*: «Qué gran periódico, es magnífico, maravilloso.» Bueno, pues vete al quiosco y cómpralo, que lo vamos a cerrar. O cuando estábamos en CNN+, la cantidad de lágrimas y la cantidad de tweets que tuve que leer. Y pensaba: «Si hubieseis visto CNN+ no la estaríamos cerrando.» La realidad es así. Y mira que hemos peleado, pero es así. Luego en el tweet queda muy bien, todo el mundo te dice que es estupendo. Perfecto, pero la realidad es otra.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Me recuerda a Santiago Carrillo cuando no salió elegido diputado. Estaba en una radio y empezó a llamar todo el mundo «Qué pena, tendría usted que estar en el Congreso, lo que pierde el Congreso», le decían, y él acabó diciendo: «Si todos ustedes me hubieran votado, vaya si estaría en el Congreso.»

FERNANDO VALLESPÍN. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid. Expresidente del CIS: El tema de la precariedad del periodismo es algo que vosotros conocéis mejor, porque yo, gracias a Dios, no vivo del periodismo.

A mí lo que me preocupa al final es el asunto de lo que yo llamaba la falta de un mundo común conocido, algo que ocurre en nuestro país y en otros, aunque España ahora está teniendo un problema especialmente grave. Si uno conoce Cataluña y ve cómo se está informando sobre el conflicto catalán desde Cataluña y desde fuera de Cataluña verá que estamos realmente construyendo mundos completamente desentendidos. Pero eso es, digamos, el fracaso de Europa. Eso es el fracaso de la ausencia de un espacio público común. Y esta crisis de Europa se deriva fundamentalmente de la construcción de estereotipos a partir de una descripción de lo que es el mundo europeo que, conscientemente, creo yo, se ha ido articulando en contra de una visión unitaria, que habría sido lo único que realmente, en una situación como ésta, nos hubiera podido sacar adelante.

Por pura casualidad esta noche tengo un acto donde vamos a confrontar estereotipos sobre la forma en que los españoles ven a los alemanes y los alemanes a los españoles. Estoy absolutamente convencido de que todos estos estereotipos se pueden referir directamente a construcciones de realidad que han partido en algún momento de los medios de comunicación, allí y aquí. Y por tanto me parece que, igual que los medios tienen que hacer mucha pedagogía frente a esa complejidad del mundo, también tienen que intentar incorporar las visiones de los otros para que no haya

siempre ese choque de visiones. O sea, la realidad al final acaba siendo o blanca o negra, cuando realmente todos sabemos que no es de una forma ni de otra.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Sólo quería comentar algo a propósito de que antes hubiera unas pequeñas cartas de los lectores —yo me he inventado muchas cartas al director cuando no llegaban— y ahora haya esa intervención tan activa de la gente a través de la facilidad que da Internet, hasta el punto de que hay lectores «en plantilla», como si dijéramos, que están permanentemente acudiendo ahí con su punto de vista o con sus críticas. La pregunta que quería hacer es en qué medida el conocimiento, ahora tan milimétrico y tan instantáneo, del seguimiento que ha logrado un programa —ya se ha trasladado también a la prensa escrita, cualquiera que sea su soporte, porque ya inmediatamente se sabe cuánta gente ha entrado en ese artículo o lo ha recomendado o lo que sea— puede distorsionar al escritor, al comentarista, al columnista o al periodista. Porque, claro, ahora que estamos en este hotel tan taurino, el Wellington, es muy distinto torear en un tentadero, rodeado del silencio del campo y sin más, que salir a hacer el paseílo en Las Ventas. Y, como decía Pepe Dominguín: «Hay que torear de oído.» Si el público aplaude, se insiste con la misma mano; si el público manifiesta su repulsa, se cambia el terreno y se cambia de mano, etcétera. Y eso puede llevar al amaneramiento, puede llevar a la distorsión, a la pérdida de gente que, al final, busca el aplauso fácil. Por eso en la plaza hay la ventaja del tendido de sombra y del tendido de sol. Brindis al sol se dice cuando se quieren hacer cosas populistas,

facilonas; sin embargo, el criterio más serio, más solvente, más reposado, está en el tendido de sombra. Aunque ahora el tendido del siete, que está en el sol, se haya convertido en el más exigente.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Lo ha dicho Juan Pedro en su intervención: la información modifica el resultado. Y la información sobre las audiencias modifica la televisión que vemos y la información sobre las audiencias en Internet modifica el Internet que vemos, evidentemente. Lo que pasa es que hay que tener en cuenta matices. Primero porque, a diferencia de lo que sucede en los modelos de televisión, en Internet no es tan sencillo como decir: «Si yo te pongo un suceso o algo de sexo voy a subir en audiencia y si lo quito bajo.» Porque la oferta en Internet es mucho más amplia que en televisión. La gente en televisión llega, enciende un canal y se queda o se va. Pero en Internet, sobre todo en el mercado de la información, no es tan directa esa relación ni los medios son tan pocos, con lo cual es mucho más complejo.

Además, no es lo mismo la audiencia que la recomendación, como insistía antes. La gente no recomienda aquello que le atrae y le da vergüenza que le haya atraído. Y el premio de recompensa de la recomendación es mayor que el premio de hacer «clic»; es decir, genera más audiencia tener una buena recomendación en redes sociales con algo que es, casi siempre, periodismo del que defenderíamos en la facultad, cuando éramos todavía más ingenuos, que aquello atractivo y que tira hacia el amarillismo.

También sucede otra cosa: no son iguales las recompensas en los medios que estamos intentando buscar modelos de pago por lectores, como es nuestro caso, que

en aquellos que sólo buscan audiencia y cuyo principal objetivo es subir más arriba en los *rankings*. En nuestro caso, yo tengo que agradar a esos lectores que deciden implicarse y pagar por la información y que no lo hacen para ver tetas ni culos. A lo mejor para eso pagan en otros sitios, pero desde luego no en mi diario. Eso te lleva a que te encuentras con que la presión de los lectores no es tanto por que seas más sensacionalista, sino al revés, porque no lo seas. O sea, justo el mecanismo contrario al que ha provocado que las televisiones muchas veces se vean mucho más viradas al espectáculo y al *infotainment* que antes, cuando no había tanta presión sobre la audiencia.

JUAN PEDRO VALENTÍN. Director de los servicios informativos de Cuatro y

Telecinco: Al salto de la rana.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Al salto de la rana en el caso de la metá-

fora taurina.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Muchas gracias a todos.

SEGUNDA SESIÓN

La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica

VICTORIA PREGO

Adjunta al director de El Mundo



FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA

Columnista de ABC y República.com.

Expresidente de la Asociación de la Prensa de Madrid



JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS

Columnista de La Vanguardia y El Confidencial



ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA

Director de «Así son las mañanas», Cadena COPE



JESÚS MARAÑA

Director de Infolibre



Moderador

JUAN RAMÓN LUCAS

Exdirector de «En días como hoy», RNE





*Victoria Prego, Juan Ramón Lucas, Fernando González Urbaneja, José Antonio Zarzalejos
y Ernesto Sáenz de Buruaga momentos antes del inicio de la mesa redonda
«La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica»*

LA DISTANCIA ENTRE LO QUE SE SABE Y LO QUE SE PUBLICA

Nada permanece igual a sí mismo después de haber sido difundido como noticia. El periodista tiene la capacidad fundamental de alterar los acontecimientos, por mucho que se limite a narrarlos con estricta fidelidad. Además, la difusión no siempre es libre ni objetiva y en ocasiones los profesionales, o los medios para los que trabajan, mantienen en cuarentena determinadas informaciones, no sólo para su verificación y contraste, sino para utilizarlos o no en defensa de intereses políticos o comerciales concretos. Entre lo que se sabe, lo que se puede demostrar y lo que se publica hay una distancia significativa que puede dotar de una cierta opacidad a la información relativa a personajes, instituciones o empresas determinadas. ¿Publican los medios todo lo que tienen bien averiguado? ¿Se emprenden las campañas informativas de manera interesada? ¿Deben ser prudentes los medios y evitar desestabilizar o han de publicar siempre toda la información de la que dispongan?

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Bares, qué lugares, ¿no? Coca-Cola acaba de sacar una campaña para defender los bares. Una modesta aportación: cuando yo estudiaba, hace muchos años, décadas, en la facultad de Ciencias de la Información, el bar, que era un sitio pequeñito, no como ahora, era el «barlamento». Allí se hablaba

de muchas cosas y se hacían muchos planes. Iba a decir gracias a Coca-Cola y a los organizadores por concederme el privilegio de estar aquí, pero la verdad es que «un soneto me manda hacer Violante que en mi vida me he visto en tal aprieto», porque moderar a gente moderada pues va a ser una cosa complicada. O a lo mejor me lo ponen fácil. Estoy pensando en debates radiofónicos donde, cuando tienes que moderar de verdad, lo que te toca es sacar la espada. Y aquí no la voy a sacar, creo. Aquí habrá plumas que se expresen con la solvencia con que son capaces de hacerlo estos compañeros, amigos en algún caso —casi todos, prácticamente— y maestros siempre.

Estoy tentado. Antes de pasar la palabra, me vais a permitir que haga algo que la urgencia me reclama. Hace muchos meses que no tengo la suerte de tener una urgencia informativa y ahora voy a preguntarle a Victoria Prego: buenos días, ¿qué tal viste ayer, así, en la cercanía de una entrevista en directo, al expresidente?

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Hay pocas diferencias entre el Aznar que se sienta delante de la cámara y el Aznar que se levanta cuando se apagan las cámaras y empieza a hablar. Es un personaje con unos perfiles muy definidos, de manera que no descubres América cuando se apagan los focos y se levanta uno de la silla. Es más, le dijimos que había dicho cosas muy duras y él esbozó una media sonrisa. Le dijimos que no había dicho que no iba a volver a la política y él repitió exactamente lo que había manifestado ante la cámara. Fue muy cordial con todos nosotros, personalmente, cosa de la que sí que quiero dejar constancia —porque en sus intervenciones públicas es mucho más duro que en su relación más próxima—, pero

la impresión que tuvimos todos es que sabía perfectamente a lo que venía, lo que quería decir y en qué punto estricto se pensaba callar. Y exactamente así lo hizo; fue como una operación táctica, o militar. Con una excepción. Y es que yo creo que él no tenía previsto inicialmente —la actualidad es así— tener que defenderse en la primera parte del programa. Porque, claro, se habían publicado noticias de las intervenciones ante el juez de algunos dirigentes del PP de cierto nivel, de las cuales lo importante no era que les pagaran sueldos por ejercer su responsabilidad, sino que había ahí un dinero que se había entregado en sobres y que se había destinado a una fundación poniendo que provenía de un donante anónimo, siendo del PP. Ayer estaba presente la incógnita de «¿de dónde sale ese dinero, señor Aznar?». Eso creo que no lo tenía previsto. Y, desde luego, no tenía previsto defenderse de quién había hecho qué regalos a quién en la boda de su hija. Él a lo que venía era a otra cosa y aquello a lo que venía lo cumplió estrictamente, sin aportar después ni un centímetro más. Yo le dije que lo que había dicho iba a sentar muy mal en Génova y en Moncloa, que le iba a sentar muy mal a Rajoy, pero él me miró, volvió a esbozar una media sonrisa y de sus labios no salió una sola palabra más. Eso es lo que yo vi, lo que yo viví. Él sabía muy bien a lo que iba y lo cumplió.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Gracias, Victoria. Este encuentro se enuncia bajo el título «La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica». Bueno, no sabemos mucho más del encuentro con Aznar de lo que vimos ayer en directo y hoy se ha publicado, pero ahí estaba el intento.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Sí sabemos más: sabemos que fue así.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Quiero decir que sabemos lo que tú nos has dicho, pero si él no deja caer nada extra pues es difícil añadir algo más.

VICTORIA PREGO: Adjunta al director de *El Mundo*: Sabemos que fue así, o sea, que yo no me callé nada. Porque él de quien no se fía es de nosotros en la segunda parte. Él se fía cuando las cámaras están encendidas. Una vez que se apagan de quien no se fía es de los que estamos delante, por lo tanto, no nos proporciona ni un centímetro más.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, decía. La cuestión del enunciado es algo que yo, como informador, me he preguntado muchas veces y que tiene que ver con algo tan reivindicado ahora como la transparencia o la veracidad. ¿Publicamos siempre lo que sabemos? ¿En qué punto trazamos una frontera? Porque trazamos una frontera. ¿Cuáles son los argumentos que pesan para que uno no diga todo lo que sabe, cuando nuestra obligación y nuestra responsabilidad es contar todo lo que sabemos? Insisto, ¿dónde y por qué nos detenemos?

Hay otras cuestiones que plantean también los organizadores de este encuentro, como si se emprenden las campañas informativas de manera interesada o si se publi-

ca por parte de los medios todo lo que se averigua. ¿Es el medio, es el informador, es la dirección quien determina hasta dónde llegamos?

Ahora los ponentes van a exponer sus puntos de vista, y espero que haya debate. En esta mesa comparto escenario con José Antonio Zarzalejos, columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*; de Jesús Maraña, director de *Infolibre* y exdirector de *Público*; de Ernesto Sáenz de Buruaga, director de «Así son las mañanas», de la Cadena COPE, cuya presencia hay que valorar especialmente, porque os aseguro que cuando uno hace un programa de mañanas a estas horas está reventado, casi fuera de sí y con ganas, fundamentalmente, de dormir. Gracias, Ernesto. También Victoria Prego, a quien antes hemos escuchado, y Fernando González Urbaneja, columnista en *ABC* y *República.com* y expresidente de la Asociación de la Prensa de Madrid.

Jesús, como eres mi jefe, mi amigo y hemos compartido muchas mañanas de tertulia en Radio Nacional, me vas a permitir que empecemos por ti y que tratemos de resolver algunas de estas preguntas, que creo que son esenciales en la profesión, sobre la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, sobre si publicamos todo lo que sabemos y si tenemos que hacerlo. Cuando quieras.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: Para mí es un privilegio estar en esta mesa con gente de la que he aprendido y sigo aprendiendo mucho, en el ámbito de este foro en el que estamos.

La verdad es que el planteamiento que se hace sobre la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica daría para un tratado de periodismo y para un debate muy de

fondo. Yo sólo voy a apuntar dos o tres pinceladas, porque creo que lo interesante es que luego compartamos, discutamos o contestemos a vuestras preguntas o sugerencias.

Distinguiría dos cosas. Antes de la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica yo creo que, por un lado, está la distancia entre lo que se sabe y lo que se puede demostrar. No es lo mismo, y en esto va también el oficio del periodista. Hay muchas cosas que se saben, y en los foros en los que esa información o esos hechos afectan directamente mucha gente conoce las cosas que pasan; incluso ellos mismos se sorprenden de que no se publiquen. Pero es que entre ese hecho y la posibilidad de publicarlo están el oficio y la intermediación del periodista y una serie de obligaciones de contraste, de veracidad, de respeto a las fuentes, de confidencialidad, etcétera. Eso elimina un porcentaje, yo diría, bastante alto y que explica además por qué no se publican determinadas cosas que, digamos que están o se saben en la psique colectiva. De hecho, cuando se publican determinados escándalos de corrupción, etcétera, muy habitualmente, sobre todo en los territorios en los que afecta directamente ese caso de corrupción, enseguida lo que cala es «bueno, esto ya lo sabía todo el mundo». Todo el mundo conocía el caso Marbella, el caso Matas... En fin, podemos citar muchos. Por hablar en cristiano, los periodistas parecemos idiotas cada vez que ocurre eso. En general, parecemos una panda de ignorantes o de golfos o de gente nada fiable. Yo creo que hay que tener en cuenta que esa distancia no sólo existe, sino que debe existir. Es decir, tiene que haber una comprobación de las cosas y una posibilidad de demostrarlas, porque si no al final se confundiría lo que es verificable con lo que puede ser una intoxicación, un rumor intencionado, una manipulación, por resumirlo.

Luego está, en segundo lugar, la distancia entre lo demostrable y lo que se publica. Y ahí sí que yo creo que hay que hacer un análisis muy autocrítico, muy sincero, muy realista, de lo que viene ocurriendo en nuestra profesión, con los medios en general. Esa distancia ya la marca la independencia del medio, la honestidad del periodista y el compromiso prioritario con la verdad o con el lector o con el ciudadano, y no con otro tipo de intereses. Ahí sí que me parece que hay mucho que discutir y que no pasamos por buenos momentos, diría yo. Es decir, hubo una etapa en este país en la que lo que supuestamente justificaba esa distancia o esa diferencia entre lo demostrable y lo que se publicaba pues podía aducirse, como tantas otras cosas, a una especie de razón de Estado, de responsabilidad, de «bueno, vamos a ver, hay que sostener esto y avanzar en lo prioritario». Salíamos de cuarenta años de dictadura y había que poner por delante una serie de prioridades. Pasada esa etapa, en la que son muy discutibles algunas connivencias y algunas complicidades que se establecieron entre medios y políticos, por ejemplo, o entre determinados periodistas y medios —yo creo que también ha habido por el camino una confusión entre los papeles de algunos grandes periodistas, que han pretendido cada mañana decirle a los políticos lo que tenían que hacer, igual que los políticos siempre han pretendido decirnos a los periodistas lo que tenemos que decir—, después de toda esa confusión, yo creo que ahora estamos en otro momento en el que si hay algo que condicione la distancia entre lo demostrable y lo publicable son los intereses fundamentalmente económicos o las presiones de tipo financiero, es decir, los acreedores de los medios.

Una pincelada más, que pongo sobre la mesa para el posible debate: todo esto que estoy diciendo creo que lo rompe, en ese análisis reducido o resumido, la revolución digital, los nuevos medios y los nuevos instrumentos. Actualmente ya es muy difícil que, por mucho que se empeñen determinados poderes en ocultar ciertas cosas y, aunque algunos medios o periodistas, o la mayoría incluso, estuvieran dispuestos a poner un muro entre lo demostrable y lo publicable, ahora, más pronto que tarde, al final las cosas salen por el carril que sea: por un blog de un implicado en el asunto, por una venganza de no sé quién o, simplemente, por gente que informa, que aporta información directamente en las redes. Por último, la transparencia. Una diferencia que sí que sufrimos quienes intentamos informar por encima de todo, y hacer un análisis honesto desde el punto de vista ideológico que tenga cada uno, es que este país sigue sufriendo un lastre y un déficit de transparencia. Es inimaginable que en Estados Unidos un periodista se encuentre las dificultades para investigar y para informar que aquí seguimos sufriendo, tanto por parte de los poderes públicos, de los partidos, de las organizaciones, digamos, de carácter público, como de las empresas privadas. Es decir, hay que avanzar muchísimo más de lo que creo que se está planteado en la ley de transparencia que está en marcha. Y esto influye decisivamente, a mi juicio, en la distancia entre lo demostrable y lo publicable.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista de ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Yo había hecho unas notas pero esta mañana, ahí sentado, escuchando la mesa anterior, he tenido como una ilu-

minación. Escuchando a Juan Pedro Valentín, que siempre está en la realidad, me he dado cuenta de que yo estoy en la luna. Porque en esta mesa quien tiene que estar realmente es Aída Nizar. La realidad va con Aída Nizar y lo nuestro, lo de los que estamos como yo, pertenece un poco a otro mundo. Me ha dejado muy impactado lo que decía, porque al final la entrevista buena a la infanta doña Pilar era la de Aída Nizar. Y a lo mejor tiene razón Aída Nizar y tenemos que hacérselo ver e ir por otro lado.

Para reunirnos en esta mesa, como decía Maraña, nos planteaban algunas preguntas. ¿Publican los medios lo que tienen averiguado? Pues yo sospecho que sí. Cuentan que el viejo editor propietario de *Der Spiegel* tenía en la trasera de su despacho unas estanterías llenas de carpetas y que decía que ahí estaban los dosieres que podían dinamitar la República Federal de Alemania. No sé si eran como las carpetas aquéllas de Alfonso Guerra, que decía «aquí están las auditorías» cuando dentro no había más que folios en blanco. Yo no sé si en *Der Spiegel* tenían guardado cómo dinamitar la República Federal de Alemania, pero sospecho que nuestros medios aquí lo que tienen lo publican, incluso aunque no esté muy bien averiguado todo. Sospecho que incluso, a veces, las fuentes de información acaban siendo víctimas de esos propios dosieres más o menos armados.

Preguntaban al convocarnos si se emprenden campañas informativas interesadas. Pues claro que sí. Lo vemos todos los días. Incluso descontroladas; que se sabe cómo empiezan pero nunca cómo acaban.

Nos preguntaban también si debe ser prudente el periodista o el medio y evitar desestabilizar o si ha de publicar todo lo que esté disponible. Yo creo que la función

de los periodistas es contar las cosas, no salvar la república ni la monarquía ni el sistema constitucional, que para eso hay otros mecanismos y otras instituciones. Lo nuestro es publicar lo que sabemos y verificarlo. No asumir nuestra responsabilidad es una forma de autocensura y las formas de autocensura son muy malas.

Rafael Mainar, en un libro que escribió a principios del siglo XX, en 1900, que titulaba *El arte del periodista*, decía que hay tres tipos de periódicos: unos que nacen, se desarrollan y trabajan para que la historia pase como conviene a su editor; otros en los cuales el editor trata de pasar a la historia o de influir en ella; y, finalmente, los que él llamaba periódicos industriales, independientes, pagados por el lector o por los anunciantes en una sociedad de masas. Yo, cuando lo leí, pensé en qué nos salía si aplicábamos ese patrón a la prensa actual y el resultado fue que salía bastante de lo segundo y menos de lo tercero.

Quería hablar de dos cosas que a mí me preocupan, aunque después de lo de Nizar ya digo que estoy un poco en confusión. Una es el desarrollo de las sectas informativas, es decir, la agenda informativa. Mainar razonaba mucho que la rotativa había permitido la aparición de la sociedad de masas —lo decía veinte años antes de que Ortega escribiera *La rebelión de las masas*— y que había permitido la aparición de lectores, de lectores independientes capaces de financiar la independencia de los diarios. Y esa reflexión de 1900 es bastante válida en 2013. Es decir, ¿cuál es el centro de interés de algunos medios y de los agentes informativos; léase directores, editores, redactores jefes, etcétera? Pues yo me temo que a veces estamos confundiendo la secta en la que nos movemos con el espacio informativo en el que hay que moverse. Hay oca-

siones en que uno lee los diarios importantes —hablo de los importantes, no de los otros— y ve que están realmente hechos para un diálogo interno entre la fuente y quien lo escribe, un diálogo entre ellos, que les interesa a ellos, que tiene claves que sólo ellos entienden. El otro día, en una tertulia, me gané una buena bronca porque estaban hablando de un tema de vida interna de partido y se me ocurrió decir que a mí eso no me interesaba nada. Y, claro, me riñeron muchísimo, porque «la vida interna del partido es importantísima para la sociedad». Y yo pensé: «A mi madre le debe de importar una higa.»

Acabo esta referencia de la inquietud por la secta con ese momento triste de todos los fines de semana que son los minutos cedidos a los partidos políticos en exclusiva en todos los diarios, igual que en el franquismo. O sea, podrían hacer una cosa, que es conectar con la sede de Ferraz o con la de Génova para que nos digan su mensaje, con una música de entrada, y que salga el de turno y cuente su mensaje. Mucho mejor así, porque sería todo más limpio.

La segunda preocupación en esta línea de la pregunta clave sobre lo que se sabe y lo que se publica es que tengo la sensación del deslizamiento de una serie de tópicos que se asumen como verdades dogmáticas o verificadas y que forman parte del discurso. Me voy a referir solamente a uno, pero podría hacer una lista mucho más larga. Uno de los tópicos más en boga, que además ha comprado todo el mundo, es la perversidad alemana hacia España: la madrastra Merkel. Ha entrado en el discurso de todos los medios importantes de este país y es expuesto y razonado con toda naturalidad. Merkel es la causante de nuestros males y nosotros lo que tenemos que hacer

es, sencillamente, ir allí a ponerle a esta señora las peras al cuarto. Hasta el propio presidente del Gobierno ha asumido el tema: «Tenemos que decirles a estos europeos...» ¿Y usted qué es? ¿Usted es ajeno a eso? Usted, cuando está en las cumbres, ¿qué dice? Porque usted firma los documentos, ¿no? Y luego viene aquí y nos dice que no le gustan esos documentos. ¿Cómo es posible que la asunción de estos tópicos infundados, que no conducen a nada, que sólo distraen, que sólo confunden, se produzca en los medios serios, que en teoría tienen gente que piensa, que razona, con capacidad para vincular una y otra cosa y para separar la paja del heno? Así que entre lo que se sabe y lo que se publica hay bastante distancia, y esa distancia no cursa a favor del viejo periodismo. Pero de todas maneras, probablemente no tengo razón y realmente quien sí la tenga sea Aída Nizar, que es el futuro.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Gracias por la invitación para estar hoy aquí con tantos compañeros tan queridos. Mi punto de vista, por hacerlo muy simple y muy sencillo, es que entre lo que se sabe y lo que se publica no hay ninguna distancia: se publica absolutamente todo lo que se sabe. La cuestión capital que tenemos que plantearnos es si ese proceso lo conducimos los periodistas o si nos arrastran los acontecimientos; es decir, si hemos perdido el carácter de intermediadores entre el hecho noticioso y el público, la sociedad o el ciudadano. Eso que se ha llamado la democratización de la información y el acceso prácticamente universal a las nuevas tecnologías nos ha apartado como a una anti-gualla, nos ha situado dentro de los convencionalismos más o menos superados. Todo

aquello que el ciudadano cree saber lo publica de una manera o de otra. Lo puede hacer a través de un blog, como decía Jesús, o lo puede poner en un tweet o lo puede introducir como un comentario en un foro en Internet, donde, por cierto, los controles siguen siendo extraordinariamente deficientes en algunos aspectos. Por lo tanto, la pregunta que nos plantea esta mesa, en el fondo, es la prescindibilidad o no de los periodistas para gestionar justamente, de aquello que se sabe, qué debe publicarse.

Tenemos un sistema de medios de comunicación débil por dos factores. Uno fundamental, que es el financiero. Se ha caído el mercado publicitario, se ha desplomado, se han venido abajo las ventas reales y, además, una generación de editores ha sido sustituida por una generación de meros gestores. Pues esa combinación de prescindibilidad de la intermediación, por una parte, y de medios convencionales débiles por otra hace que esa distancia entre lo que se sabe y lo que se publica prácticamente no exista.

Ahora bien, aquí la cuestión es la credibilidad, que es donde los periodistas seguimos, creo yo, teniendo un rol, un espacio en el que desarrollar una función. O, si se quiere, una nueva función. La noticia, la información, el conocimiento de los hechos es una *commodity* o, jurídicamente, eso que se llama un bien mostrenco, que está ahí y lo coge cualquiera. Hoy por hoy saber que la bolsa ha subido un 1% o que ha bajado un 2% o que el señor Rajoy está en Bruselas y habla con el señor Van Rompuy pues no tiene absolutamente el más mínimo valor. Nuestra función ya no está en eso, que no es estrictamente periodismo, sino una comunicación rutinaria y automática. El gran desafío de la profesión periodística consiste en dar valor añadido, en introducir credi-

bilidad en las informaciones que publicamos, contextualizarlas, analizarlas y tener valor prospectivo. Es decir, si no oficiamos como unos profesionales muy cualificados ante una sociedad que no necesita intermediarios, pues el periodismo se terminará yendo por el sumidero de la historia presente.

El gravísimo problema que creo que tiene el periodismo español en general, y nosotros, los periodistas, en particular, es que somos extraordinariamente convencionales, que estamos muy vinculados a pautas, a protocolos; en definitiva, a convenciones. Y eso nos está separando de unas audiencias que quieren un relato periodístico diferente, con un ritmo distinto, con una perspicacia también diferente. Hoy es fácil coger los periódicos y ver cuántas cosas repetidas hay en unos y otros, cuánta falta de historias auténticas.

Y después hay otro tema fundamental, y es que, sobre todo los periodistas que somos *print*, es decir, que venimos del papel o de medios convencionales —y aquí hay muchos—, debemos plantearnos que nuestra tierra prometida, nuestra meta, es introducirnos claramente en Internet.

Jesús Maraña acaba de pegar un extraordinario salto y es un ejemplo de esto. Yo he estado también toda mi vida escribiendo en papel y ahora aún escribo algo, pero escribo más en Internet. Ese salto es complicado, es difícil. Fernando también lo hace, es verdad. El *feedback* que recibes es difícil y la crítica es muy dura, es inmediata.

El hecho de que los ciudadanos accedan a ser sus propios contadores de historias y de noticias, que cojan el tsunami en directo en Asia y por el móvil transmitan las imágenes, no quiere decir que nosotros tengamos que abdicar de la que es nues-

tra función. La Constitución nos da, además, y eso es muy relevante, dos cláusulas importantes: el secreto profesional y la cláusula de conciencia. Eso quiere decir que cuando el constituyente quiso diseñar el Estado y el orden social pensó que los periodistas y los medios tenían una función importante. Y de esa función no debemos abdicar. Yo creo que, aparte de introducir valor añadido a las noticias, a las informaciones, es decir, de hacer relatos informativos, tenemos que preocuparnos extraordinariamente por la veracidad; que no por la objetividad, que es una cosa completamente distinta. Es decir, desplegar toda la *lex artis* de nuestro oficio para tratar de comprobar que aquello que publicamos es cierto.

Después hay otro tema que a mí me parece muy importante y que creo que es una plaga. Me refiero a cómo la información está rebasando los derechos fundamentales al honor, a la intimidad y a la imagen. Bueno, que lo hagan otros que no sean periodistas, que no sean profesionales. Allá ellos. Nosotros mantengamos que los derechos fundamentales de las personas hay que respetarlos, y hay que respetarlos con unos criterios que nos están proporcionando, además, tanto el Tribunal Constitucional como el Tribunal Supremo.

Y, finalmente, hay que hablar de las líneas editoriales. Las líneas editoriales pueden servir, y sirven, de hecho, para modular y jerarquizar las noticias, para contextualizarlas, comentarlas, criticar, pero en ningún caso pueden ser coartadas para desconocer realidades. Y en el periodismo convencional están sirviendo para reducir lo importante a un breve y lo banal a cuatro columnas, por poner un ejemplo también de periódico.

En definitiva, creo que nosotros tenemos que establecer —en los términos que ha dicho Jesús Maraña y en los que ha insistido también Fernando González Urbaneja— una distancia entre aquello que sabemos y aquello que publicamos. Esa distancia la tenemos que recorrer trabajosamente a veces, a golpe de veracidad y de ejercicio de la profesión periodística. No nos debe importar demasiado que en las redes y en los circuitos de información alternativos eso se conozca o no. Cuando llegemos al fin de ese camino de trabajosa veracidad debemos darle valor añadido y credibilidad a la información. Y en base a esa solvencia volverá a recuperar un papel que, hoy por hoy, y desgraciadamente, tenemos perdido. No hay que olvidar tampoco que estamos en una gran crisis económica, pero que es una crisis también política, institucional y de valores. Hay un movimiento, sobre todo si se consulta en las redes, si se habla con las generaciones más jóvenes, que está empezando a situar a los medios de comunicación, incluso a los periodistas, en el lado oscuro de la actual realidad conflictiva. Es decir, formamos parte del *establishment* que nos ha llevado al actual desastre. Porque no hemos sabido ser prospectivos con la crisis que venía, porque luego no hemos sabido ser suficientemente críticos con las soluciones que se implementaban y, finalmente, porque estamos ofreciendo paliativos hacia los responsables políticos o financieros de esa crisis. Eso en las generaciones jóvenes, que han abandonado el papel y que hacen su menú informativo en base a un peregrinaje diario por distintos medios, fundamentalmente en Internet. Estamos en cierto modo estigmatizados. Y digo estamos porque me incluyo dentro de ese gran grupo. En España se están empezando a justificar cuestiones de presente y, sobre todo, de futuro, con soluciones de hace veinte y treinta años.

Decía Fernando que se ha introducido el discurso de la germanofobia en los medios. Tiene razón. Y muchas veces de una manera yo creo que no suficientemente argumentada como para llegar a conclusión tan exorbitante. Pero hay otra historia, otro discurso que también se ha introducido en los medios de comunicación, que es apelar a la Transición y a los valores de la Transición para justificar una serie de tropelías, de desajustes enormes del sistema, sin darse cuenta de que aquellos que ape- lan constantemente a la Transición están hablando a una audiencia que, en un 50%, no tiene memoria personal de aquellos años; para ellos es el Pleistoceno. Yo tengo cin- cuenta y nueve años. Tenía veintitantos años y me enteré muy bien, pero tengo un hijo de treinta y dos, otra de veintinueve y otro de veinticinco. Al de treinta y dos, cuando Tejero entró en el Congreso yo lo tenía en brazos, pues tenía veintitantos días de vida. No les podemos empezar a explicar el presente y el futuro a estas genera- ciones con las historias del abuelo, que son las de la Transición. Este país, aunque sea una cursilada el término, se ha quedado sin relato, sin *storytelling*. No tiene el *story- telling* que decía Christian Salmon en su famoso libro. Se ha quedado sin eso. Los polí- ticos no lo tienen y me temo que los medios de comunicación tampoco. Sería desea- ble que los periodistas sí lo tuviésemos y que cumpliésemos el papel que en este momento tenemos muchas dificultades para cumplir. Y, sobre todo, que neutralicemos una cierta hostilidad que es perceptible en buena parte de la sociedad española.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: He tomado algunas notas y una cosa que no me sorprende, pero que me parece subrayable, es que hasta ahora los tres ponentes han

hecho una autocrítica a la profesión, esta profesión nuestra que debe estar permanentemente en crisis y que está siempre necesitada de revisarse. Y ahora creo que más que nunca. El planteamiento de este encuentro va un poco también por ahí; me estoy encontrando eso en las notas y quería compartirlo.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Como estamos entre compañeros, me va a ser mucho más fácil ir a un relato casi de titulares, poniendo algún ejemplo. La distancia entre lo que se sabe y lo que se publica la conocemos todos. Lo primero que quiero plantear es qué tal si contamos simplemente lo que pasa. El otro día en una televisión escuché, hace un mes, que Mourinho había pegado a un aficionado que se había acercado a él. Una reportera como se lleva ahora, joven y agresiva, tenía todos los datos; lo tenía todo y lo iba a contar todo. Bueno, pues no había sido así, sino al contrario: el aficionado había agredido a Mourinho y los guardias de seguridad los habían tenido que separar. Contemos lo que pasa. Empecemos por ahí.

¿Qué tal si lo dimensionamos de acuerdo a la realidad, respetando la libertad de empresa y la libertad de expresión? Recuerdo a tres cadenas de televisión de diferente ideología contando que las hordas venían por las calles de Madrid a asaltar el Congreso de los Diputados el 15-M.

¿Se debe publicar todo? Depende. Cuando estaba de director de informativos en Televisión Española, yo llamé a Luis Fernández, director de Informativos de Telecinco, y a Pepe Oneto, de Antena 3, y llegamos a un acuerdo por el que, de los temas de ETA,

en las operaciones abiertas, no contaríamos nada. Es decir, nos pusimos de acuerdo para que los tres telediarios de las cadenas más importantes de España contaran lo mismo. No consiste en decir «la operación continúa abierta»; si estaba abierta no lo contábamos. Por lo tanto, depende. Por ejemplo, en la tragedia de Biescas, que recordaréis todos, había muchísimas imágenes, entre ellas una dramática de una mujer desnuda a quien se subía en una grúa y a la que se le veía la cara. Yo decidí que esa imagen no se daba y tuve una pregunta parlamentaria diciendo que había censurado una imagen. Lo expliqué sencillamente: «Si hubiera sido mi madre no habría enseñado esa imagen.» Por lo tanto, qué imágenes se pueden publicar es algo que también depende.

¿Se publica lo que se sabe? No conozco a ningún periodista que no cuente lo que sabe o, al menos, que no lo contextualice por si acaso se lo sopla otro. Se cuenta lo que se sabe. Y cuando hay cosas que se saben y que te dan directamente para que las publiques, pues también lo haces. Por ejemplo, sobre los papeles de Bárcenas se ha publicado más de lo que se sabía que contenía, o que puede contener realmente, ese documento. Lo hacen muchos medios de comunicación y, probablemente, si a mí me llegaran también lo haría. Esto enlaza con la línea editorial, evidentemente, con intereses desde siempre políticos, pero fundamentalmente, que es lo que se olvida, económicos. Unos intereses económicos que, además, creo personalmente que están condicionando como nunca, al menos desde que yo me dedico a esta profesión, el relato de las cosas que pasan. Hay mucha agresividad y muy poco reposo y en el camino, como decía José Antonio, nos hemos dejado cosas como la presunción de inocencia o el derecho a la intimidad.

Otra cuestión más: entre lo que se sabe y lo que se cuenta se ha colado la frialdad, la ignorancia, la anécdota, los frikis que no aportan nada pero que, evidentemente, como ha mencionado Urbaneja, están ahí; y además, a una hora de la tarde con mucha gente que no tiene especial preparación y que está con la guardia baja, porque lo que ven no es un telediario, donde supuestamente —no ha salido la palabra, pero la saco yo— no se manipula. Evidentemente son influenciables. Y cuando tú dices, por ejemplo, que un señor conocido está acusado de pederastia —aunque después se aclare que nunca ha sido pederasta, seis meses después—, en el recuerdo colectivo sólo queda la primera información, que es un pederasta, y con eso cargará toda su vida.

Por último, creo que sobre los titulares podemos discutir mucho. Cuando se habla de las campañas informativas interesadas o de manipulación, a mí me gustaría decir en este foro de periodistas que estoy harto de que los medios próximos a la derecha manipulen, estén con el Gobierno y hagan todas las maldades posibles, y de que los medios próximos a la oposición, en este caso a la izquierda, sean maravillosos, sean objetivos y los únicos que cuentan la realidad. Porque eso es algo que no se cree absolutamente nadie. Yo creo que con estos titulares puede valer para iniciar luego el debate.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Muchas gracias. Y gracias por estar aquí con nosotros esta mañana. En términos generales estoy de acuerdo con mis colegas en la respuesta a la primera pregunta: los periodistas procuran publicar todo lo que saben y, como dicen Jesús Maraña y José Antonio, todo lo que pueden demos-

trar. Porque, naturalmente, hay informaciones que te están quemando en la punta de los dedos, pero si tú no puedes resolver el día siguiente, que es la clave de toda información, no te puedes lanzar a la piscina. Ése es un lenguaje muy nuestro: «¿Hay agua en esta piscina?» Es decir, tú puedes tener una información estupenda, buena información, o que crees que es buena, pero que no puedes demostrar. Y si al día siguiente de haber publicado esa información alguien te dice que es falsa y tú no dispones de la documentación, de las fuentes, de las comillas, de la declaración de quien pueda ratificar eso, sencillamente has fracasado. Y además te has desacreditado y puede que te hayas cargado la propia información.

De modo que no es cierta esa versión un poco romántica, que yo creo que ya se ha desmoronado, según la cual los periodistas somos poseedores de los arcanos de la historia de nuestro país. No, en absoluto. Todo lo que poseemos, que suelen ser cuestiones que van llegando poco a poco y día a día, lo ponemos al servicio de los lectores o de los oyentes o de los espectadores, al servicio de la opinión pública. Sí sabemos cosas que no podemos contar, aparte de las que ha explicado Ernesto, que tienen todo el fundamento. Son cosas, digamos, de detalle. Lo que se llamaría —pero no nos confundamos con el periodismo basura— cotilleos o rumores o versiones, que dan enorme cantidad de color a una historia pero que sólo tienen cabida en las tertulias entre colegas o en lugares de muchísima confianza. Nunca esa información, que como digo suele ser muy sabrosa, ocupará las páginas de un periódico serio ni de una televisión de prestigio, por la sencilla razón de que no se puede demostrar o incluso puede ser irrelevante. Pero tiene su gracia.

Luego está el planteamiento de las servidumbres económicas, que pueden mermar —capar en algunos casos— la función informadora de los medios. Eso es un hecho, y no sólo porque la publicidad haya caído de manera estrepitosa y los periodistas trabajamos en condiciones dramáticas, sino porque cada vez hay menos periodistas en las empresas. Es decir, ahora ya no se puede cubrir la información con plenitud y con hondura, porque no se dispone del suficiente número de periodistas como para mimar, trabajar, acercar y asegurar el funcionamiento de las fuentes, que, naturalmente, son claves para que el periodismo cumpla una de sus obligaciones.

Pregunta José Antonio si seguimos siendo intermediarios entre el poder y la sociedad. Sí, lo seguimos siendo cuando investigamos cuestiones que no están en boca de todo el mundo, que no están en los tweets de la opinión pública y que suelen venir de una fuente que tiene sus intereses, probablemente intereses oscuros de venganza, de denuncia —que ése no es oscuro— o de otro tipo de cosas. Pero toda investigación periodística se nutre de fuentes y las fuentes actúan por un interés determinado. A los periodistas nos tiene que interesar relativamente poco el interés de la fuente, aunque hay que saberlo. Lo que nos tiene que importar de una manera absoluta es si lo que nos están contando es verdad. Y, entonces, hágase justicia y que se caiga el mundo; cosa que a veces sucede. Y cuando los periódicos publican noticias que dañan empresas o intereses comerciales o institucionales, a veces ellos mismos lo pagan muy caro —yo hablo de periódicos porque estoy trabajando en un periódico—. Pero ésa es una decisión del director, que tiene, en mi opinión, que seguir cumpliendo ese papel, aunque ya no haya dinero, aunque ya no tengamos publicidad, aunque ya seamos

muy pocos periodistas y aunque seguir trabajando aquí sea, evidentemente y de una manera clarísima, una cuestión de vocación.

Es verdad que las nuevas tecnologías permiten a la opinión pública, a los ciudadanos, acceder a los hechos; a los hechos relevantes, no a los hechos desconocidos, que son los que se sacan a la luz después de una investigación periodística. Y lo permiten con una enorme facilidad. Pero la cuestión está en que, en mi opinión, el periodismo sigue siendo imprescindible en la sociedad contemporánea. Primero porque es necesario establecer, digamos, las jerarquías informativas. La obligación de cualquier medio de comunicación es explicarle a su clientela, a sus ciudadanos, qué es lo que le parece importante, determinante, grave, irrelevante o nulo. Y esa jerarquización de la información tiene que seguir estando, en mi opinión, en manos de los periodistas, porque, además, el anonimato en las redes permite que se crucen informaciones de fuentes no contrastadas mientras que, en cambio, en el ejercicio del periodismo, cuando se informa de un hecho hay una firma y cuando se analiza el hecho hay otra. Y es la autoridad moral que el ciudadano reconoce o no reconoce en esa firma la que le permite interpretar los hechos de una manera o de otra, con su propia conformidad. De modo que no creo que la modernidad vaya a sepultar al periodismo. No, no lo creo. Me refiero a la modernidad técnica, que no va a sepultar la función social del periodismo, aunque creo que la crisis económica y sus resultados la pueden dejar tambaleando.

Tengo que decir que, en esas circunstancias y en una crisis como la que padecemos, que no es sólo económica sino que también es política e institucional, yo sigo pensando que los periodistas, analistas, opinadores, reporteros y cronistas tienen la

obligación irrenunciable de seguir defendiendo una sociedad auténticamente democrática y de procurar que los ciudadanos distinguan muy bien entre lo que es democracia y política y economía y lo que es democracia basura, política basura y economía basura. En este momento esa frontera parece que es muy porosa y se confunde. Yo abogo por que debemos seguir defendiendo de una manera militante los valores que nos guiaron en la Transición. No hace falta recordar esa etapa, pero sí conservar sus valores y defenderlos de una manera militante para que esta España siga siendo auténticamente democrática. Es decir, hay que denunciar los abusos, defender los derechos y actuar con honrada subjetividad.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: He tomado unas cuantas notas que abundan en lo que decía antes: la autocrítica o el impulso que queremos dar los que estamos aquí a nuestro oficio. Decía Fernando González Urbaneja que la función de los periodistas es contar las cosas y que no asumir esa responsabilidad es autocensura. Yo creo que estamos todos completamente de acuerdo. Apuntaba Jesús Maraña que la clave no está en la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, sino entre lo que se puede comprobar y lo que se publica. Zarzalejos, que nos ha llevado al debate, ha empezado a enfocarlo por un territorio que me parece muy interesante diciendo que no hay distancia entre lo que se publica y lo que se sabe. También ha hablado de las nuevas tecnologías y de la responsabilidad —algo que es importantísimo, como apuntaba también Jesús— de los medios de comunicación, de los periodistas, en esta nueva realidad, en un mundo en el que es verdad que se nos está viendo como parte del *esta-*

blishment. Los que estamos aquí, los que ejercemos el periodismo a diario, lo sabemos; y los que nos movemos en las redes mucho más. Las críticas que recibimos tienen que ver con eso y si ése es el caso es porque algo estamos haciendo mal.

¿Qué es lo que tenemos que hacer? Algo en lo que creo que coincidimos todos: jugar ese papel del valor añadido, de la jerarquía y de la autoridad moral en un universo que no controlamos y en el que se puede decir cualquier cosa, anónimamente o dando la cara, pero sin demostrarlo. Y ésas son cosas que luego quedan. Es muy importante que planteemos esa cuestión y que la revisemos.

Apuntaba Ernesto Sáenz de Buruaga que, efectivamente, hay cosas que no se pueden contar. Pero yo creo que saber qué cuentas y cómo y hasta dónde es parte del oficio. Es oficio, es lo que, desde que yo estaba en la facultad hace muchísimos años, se llama criterio; que ahora no sé por qué no se utiliza ese término. Todos los periodistas que estamos aquí sabemos lo que es, pero yo hace mucho tiempo que no he oído hablar de criterio y me veo en ocasiones frente a informaciones que tienen poco criterio.

Recuerdo aquellos tiempos en que todos os poníais de acuerdo para no contar algo que no había que contar. Y no había que contar que había en marcha una operación sobre ETA, aunque todos lo hemos contado. Recuerdo aquel caso, lo que desató aquel encuentro entre todos vosotros, porque fue algo que divulgamos en la emisora en la que yo estaba y que propició que no se detuviera a una persona que se iba a detener. A partir de ese momento esas cosas se modificaron y yo creo que debe ser así. Igual que el periodista tiene que ser enormemente cuidadoso en su compromiso con cuestiones como los derechos de la mujer, o en temas que afectan a injusticias o justicias

que todos conocemos. Pero, así y todo, sabiendo los territorios en los que todos podemos estar de acuerdo en qué se debe y qué no se debe contar, creo que aquí tenemos algo para empezar el debate, porque José Antonio Zarzalejos y Ernesto Sáenz de Buruaga, si no he entendido mal, han dicho que se cuenta todo lo que se sabe. Yo no estoy seguro de que se cuente todo lo que se sabe y creo que Jesús Maraña tampoco.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: He dicho que había que diferenciar entre lo que se sabe y se puede demostrar y lo que se sabe y se publica. Pero es verdad: he escuchado a algún compañero decir que se publica lo que se sabe si se puede demostrar y no estoy de acuerdo con eso. Creo que eso no es lo que está ocurriendo, para desgracia no tanto de los periodistas y los medios, que también, sino sobre todo para desgracia de los ciudadanos y de la calidad democrática. Podríamos poner ejemplos. Yo creo que los más preocupantes se deben al desgaste y el descrédito de la política, por un lado, y de los medios por otro. Y creo que los ciudadanos lo han percibido y que por eso hay un proceso paralelo. Porque la percepción es común en una cosa: la gente percibe que las decisiones principales no las toman los políticos, o que las toman totalmente condicionados por poderes económicos, financieros o transnacionales. Y perciben también que en los medios las decisiones principales no están en manos del periodismo independiente —en el sentido de lo que hablábamos, que trasciende esa distancia entre lo que se sabe, lo que se demuestra y lo que se publica, es decir, el oficio honesto del periodismo—, sino que hay otros intereses. Ya he dicho que creo que, fundamentalmente los grandes medios, están en manos de los acreedores.

Otra cuestión son los puntos de vista ideológicos a los que aludía Ernesto. En mi opinión, la ciudadanía, que es mayor de edad en general, ya percibe las diferencias, si hay muchos medios de derechas, muchos de izquierdas y si la verdad está en un lado o en otro. Pero es que yo creo que en eso la democracia es mucho más madura de lo que a veces trasladamos desde los medios. Y quiero poner un par de ejemplos. Yo no puedo pensar que se publica todo lo que se sabe cuando hace ocho años que en algunos medios publicamos historias sobre el patrimonio que en ese momento acumulaban ya el señor Urdangarín y la infanta Cristina. ¿Y hasta dónde hemos llegado? Hasta que ha trascendido y se han publicado datos y la justicia ha actuado. Por poner otro ejemplo, muy recientemente, a un compañero al que yo admiro, un colega nuestro, se le ha censurado un artículo en el diario *El País* —me refiero a Miguel Ángel Aguilar— porque daba una serie de datos sobre el presidente del Gobierno.

No se publica todo lo que se sabe. Y eso, en términos democráticos, es peligroso. En ese sentido yo creo que influye mucho una cosa: para que se publique lo que se sabe tiene que haber un interés en poner los recursos para investigar lo que uno cree que debe saberse. Y ahí sí que sigue estando la capacidad de los dueños de los medios, de los que influyen en los medios o de los equipos directivos de éstos. Es decir, tú eliges si pones tus recursos a investigar una cosa y no otra. Ésa es la responsabilidad editorial de un medio. Uno puede opinar que no le interesa investigar en un momento dado el patrimonio del señor Urdangarín, pero si nadie lo hace, si nadie sigue esa estela, se tardará mucho más en conocer si aquí está pasando algo denunciabile o no. Es decir, creo que hay muchos matices en eso y que hay motivos para que ese des-

crédito que sufrimos los medios y los periodistas esté en los niveles en los que está. Y es injusto, porque igual que yo no me atrevo a decir que los políticos son todos no sé qué, ni los ingenieros de caminos, ni los gerentes de lo que sea, me molesta mucho que se diga que los periodistas son no sé qué. No, pues oiga, con todos los respetos, cada uno tiene su trayectoria, su forma de hacer, su compromiso, sus saltos de una empresa a otra cuando cree en unas cosas y no se cumplen, etcétera. Eso es lo que hay que sostener.

Me parece que estamos en un momento en el que, por muchas razones, pero fundamentalmente por condicionalidad económica y financiera y por necesidad democrática, hay que volver a reivindicar las esencias del periodismo, que son el compromiso con el lector y la intermediación que decíais. Y, aunque el compromiso es subjetivo, tiene que ser honesto con el lector. Eso, con los nuevos medios, con las nuevas herramientas, es obligado intentarlo, aunque sea con muchísimos menos recursos de los que tienen los grandes medios. Habrá intentos de todo tipo, pues estamos en un laboratorio permanente, pero es necesario trasladar a la ciudadanía que esto no es una cosa gremial ni corporativa, sino que es una necesidad democrática: que funcione el periodismo es una necesidad democrática. Y hablo más allá de las distintas posiciones ideológicas. Me parece que los ciudadanos son mayorcitos para saber dónde está la verdad después de leer en la pluralidad de los medios, que sí que la hay ideológicamente, pero que desde luego está descompensada. Los ciudadanos son capaces de pensar «esto se está demostrando, no me están vendiendo ningún humo» o «estos señores están respondiendo a otros intereses».

De modo que, en resumen, primero hay que demostrar y luego publicar. Ése es el compromiso que tenemos. Pero para ello tienen que existir la intención, la voluntad y la decisión de querer demostrar y, por lo tanto, la prioridad debe ser el lector, el ciudadano, y no otro tipo de intereses.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Yo estoy de acuerdo, pero no sé si he sido malinterpretado. Estoy de acuerdo en el fondo pero difiero en algún planteamiento con Jesús. El paradigma de la comunicación es distinto al periodismo. Una cosa es comunicación, que es la gestión del conocimiento, rigurosa o no rigurosa, y otra es el periodismo. Cuando hablamos de comunicación decimos que es saber, tener noticias, entrevistas... Y no, la comunicación es una cosa muchísimo más amplia, más heterogénea. Y ahí es donde yo digo que la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica no existe. Porque ahí no rigen las normas deontológicas del periodismo, que es de las que hemos venido hablando los colegas en esta mesa. Un señor lanza un rumor en Internet desde el anonimato y, aunque no se dé como verdad, digamos que se absorbe. Es verdad lo que has dicho: hace unos años ya se estaba hablando del tema de Urdangarín, etcétera. Eso me da la razón...

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: ¿Te puedo interrumpir?

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Sí. ¿Cómo no? Tú siempre.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: El caso Urdangarín se publicó en nuestro periódico hace años, en Mallorca, y no tuvo ningún eco. Ahora lo tiene porque, además, está judicializado, pero se publicó hace años.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Eso va precisamente en la línea de lo que yo digo, la tesis que mantengo. Es decir, que la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica prácticamente no existe. Lo hacen los medios de comunicación y muchas veces no tiene repercusión, que es lo que dice Victoria y lo que decía Jesús, pero es porque el propio ciudadano se hace prescriptor de informaciones y las cuenta; otra cosa es que después se les dé credibilidad o no. El paradigma de la comunicación ha cambiado completamente. Lo mismo que las televisiones ya no se ven en el plasma; salvo al presidente, que es plasmático. Las televisiones las están viendo los chicos, la gente joven, en sus ordenadores, en sus tabletas. Es decir, ya no hay esas reuniones en el cuarto de estar de casa para ver la televisión; eso se ha acabado.

Os voy a hacer una confesión que me da un poco de vergüenza, pero creo que es un poco catártica: yo no compro periódicos. He sido director de dos periódicos, *El Correo* y *ABC*, y no compro periódicos. Me descargo las aplicaciones Kiosko y Más y Orbyt y otras, ocho o nueve, que son utilísimas, y tengo mis carpetas digitales donde voy acumulando, imprimo, etcétera. Eso supuso para mí en su momento un auténtico trauma y ahora ya es una normalidad. Tengo dos ventajas: portabilidad prácticamente infinita y disponibilidad de algunos periódicos a partir de las doce y un minuto.

Y, además, un manejo tecnológico que me permite la viralidad, es decir, distribuir, mandar mails, etcétera. Ese paradigma ha cambiado absolutamente y por completo.

Dicho esto, estoy también de acuerdo con lo que ha comentado Jesús: es muy importante que los profesionales no caigamos en una especie de juicio general porque formamos parte del *establishment* y somos responsables de no se sabe qué cosas. No. Hay unos que son responsables de algunas cosas, pero la inmensa mayoría cumple con su obligación, lo trata de hacer bien. El talento ha sido barrido de muchos medios por la crisis y por conveniencias y concepciones, pero hay que aspirar a que se distinga entre unos periodistas y otros. Porque claro, aquí los periodistas vamos de buenos y muchas veces con el principio, no acusatorio sino inquisitorial, respecto de algunas cosas. Muchos periodistas ponen, o ponemos, guillotinas en cada esquina de la calle para que ruede la cabeza del señor Blesa, del otro, del otro o del de la moto. Yo muchas veces me pregunto si resistiríamos una radiografía personal todos aquellos que estamos reclamando honradez, transparencia, probidad. ¿La resistiríamos? Es decir, ¿hemos asumido un compromiso ético personal y colectivo y tenemos mecanismos, además, dentro de la profesión para excluir al que no lo tenga, al que no lo asuma? Pues yo albergo mis dudas.

En los papeles de Bárcenas, un periodista, Raúl del Pozo, que no es un don nadie en la profesión sino un señor con muchos trienios, ha dicho que ha visto unos papeles y que en esos papeles había periodistas. Si es cierta la información, el día que nos enteremos de los periodistas que han cobrado, del Partido Popular o de Bárcenas o del *sursum corda*, vamos a ver qué es lo que pasa en este país. Ojo, que nos viene un tsu-

nami; esto no es más que el comienzo de una depuración a muy largo plazo. Algunos se lo van a tener que hacer mirar cuando aparezca toda esa verdad; y hay indicios de que ahí también hay medios y hay periodistas.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Quería añadir otra variable: la distancia entre lo que no se sabe y se publica. Porque hay muchas cosas que se publican y que no se saben. Por poner un ejemplo, con motivo de estos recordatorios que hacemos de la Transición y las nostalgias que nos dan con los pactos de La Moncloa, un compañero nuestro muy ilustre decía que aquello fue posible porque el Partido Socialista estaba galvanizado en torno a Felipe González. Y yo digo: «¿Este pobre —era más joven que yo— no sabe que los pactos de La Moncloa los firmaron tres partidos socialistas, el socialista español de Felipe González, el socialista catalán y el socialista de Tierno Galván? ¿Y no sabe que un año después Felipe González dimitía en el famoso congreso?» Hay cosas que convendría saber para no decir bobadas.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de El Mundo: ¿Y no sabe que el Partido Socialista no los quería firmar?

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Más aun, que los firmó a regañadientes y a última hora, que llegó quince minutos tarde.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: ¿Y que la UGT no los firmó?

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en *ABC* y *República.com*. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: No tenía por qué firmarlos, porque eran políticos, pero bueno.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Fue Comisiones.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en *ABC* y *República.com*. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Segundo tema. Por poner otro ejemplo: este lío en el que se ha metido ahora la gente con que si tenían retención fiscal o no la tenían los gastos de representación. Esos son gastos que nunca circulan por la declaración de la renta. Los gastos de representación tendrán un problema de deducibilidad en el pagador, es decir, en la empresa, pero desde luego el sujeto, los que reciben esos presuntos gastos de representación, ¿por qué los iban a declarar en la renta? Es una cosa que parece elemental. Ayer Aznar hizo ostentación en la entrevista de que él asignaba el 10% de su renta como residencia en La Moncloa. Eso es lo que dice el reglamento de la declaración de la renta. O sea, que Aznar no hacía nada que no esté en la norma de la declaración de la renta, que además él conoce bien, en teoría, porque es inspector de Hacienda. Entonces, a mí me preocupa mucho eso de lo que no se sabe y se publica, que claro, da lugar a mucha oscuridad y a mucha confusión.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Va con lo que decías antes en tu intervención. A modo de resumen, me ha parecido entender que la cuestión es la responsabilidad de los propios periodistas a la hora de ejercer su oficio.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Lo que no se sabe y se publica y luego es desmentido hunde a quien lo ha publicado. A ver, ¿por qué?

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Discrepo. Yo he tenido algún desmentido absolutamente miserable y hay que poner las fuentes encima de la mesa. Antes de que te tiren por la borda treinta o cuarenta años de carrera de profesión periodística pones las fuentes encima de la mesa y les callas. Porque hay desmentidos tácticos que los periodistas no tenemos por qué soportar.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Pero eso no es lo que no se sabe y se publica. Eso es lo que se sabe, se publica y la fuente te traiciona, que es diferente. Ésos son casos rarísimos y tienen nombre y apellidos, que son los tuyos. Pero, en fin, yo no hablaba de eso, de una fuente que te traiciona, sino de que cuando no se sabe algo y se publica y luego no se puede demostrar, pues tu crédito se hunde. Y un periodista no tiene otra cosa más que su crédito.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: No voy a entrar en lo puntual, porque creo que se publica el 95% de las cosas.

Hablamos del 5%, en el que estamos enredados, como cuando vas a las portadas de los periódicos o a los telediarios de las distintas cadenas o a las radios y parece que se han levantado en países diferentes. Es decir, debemos ver muy raras las cosas, o muy distintas, porque parece algunos días que en un periódico estamos en guerra civil y en el otro estamos en un balneario. Ese 5% es, probablemente, la disfunción que tenemos entre todos. Pero, además, entre lo que se publica o se deja de publicar está también la línea editorial, muy respetable, que a veces se nos olvida. Es decir, yo sé dónde estoy ahora y sabía dónde estaba en Onda Cero. No voy a ir a Onda Cero a hablar mal de la ONCE. Igual que ahora, con dos polémicas que están en la calle, como la ley de educación y la ley del aborto, sé dónde estoy. Creo que todo el mundo sabe dónde está y que tendrá que tener la obligación moral de decir «o me voy o cumplo con el que me paga». Porque el medio no es tuyo, tiene una propiedad y en este momento, insisto, la propiedad se deja notar. Y mucho.

Algo de lo que tampoco habla nadie: vamos a ponernos en un país imaginario en el que existen unos grandes almacenes que son los que más publicidad dan a los medios de comunicación. ¿Cuántas noticias se publican al año de esos grandes almacenes? ¿Guardamos la información, nos la callamos, somos dignos, somos indignos? Es decir, todos somos compañeros y nos movemos en la realidad de cada día. Y vuelvo a la economía. Si en una bebida encontramos una mosca y esa marca de bebidas, suponeos, es el primer anunciante de este país, ¿cuántos llevan a portada que salen moscas en su bebida? Pues nadie, probablemente. ¿Por qué? Pues porque la supervivencia del medio nos condiciona. El que lo niegue probablemente sea muy digno, pero

yo, que he hecho las cuentas y me he pelado con unos y otros y que ahora cuento las noticias, sé que esto existe y que la realidad es la que es. Simplemente quiero dejar constancia de ello. Nada más.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: Respecto a lo que apunta Ernesto, eso es lo que explica que algunos, humildemente, intentemos otros modelos, otras cosas. No sabemos si van a funcionar o no desde el punto de vista económico, pero se intenta. Y no sólo en un sentido comercial amplio, que yo respeto absolutamente, ¿cómo no?, la función de la publicidad, de la publicidad convencional y transparente. Todos sabemos que en muchos medios de este país, y muy especialmente en el mundo digital, su resistencia y su supervivencia tienen mucho que ver con acuerdos comerciales opacos. No con contratos de publicidad, que son, supongo, a los que te refieres, sino con otros que trascienden lo que es el contrato anunciante-medio. Y por eso algunos hemos establecido para las aventuras que intentamos, y que creemos que merecen la pena, un principio editorial: no se firman acuerdos opacos que no conozca el lector, porque pueden condicionar la información y la línea editorial. Luego ya es responsabilidad del periodista —que creo que es lo que importa— acertar o equivocarse y decir: «Oiga, yo voy a defender esta empresa porque creo que merece ser defendida.» Muy respetable. Lo que no merece el lector es que se defiendan que no aparezca la marca de una empresa en una historia que le puede perjudicar porque existe un acuerdo que el lector desconoce. Eso es lo que yo creo que sí es importante establecer.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Estoy de acuerdo.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: El lector debería conocer las fuentes de financiación de todos los medios de comunicación. Eso le permitiría juzgar el trabajo del medio, es decir, las informaciones. Eso le daría al lector una perspectiva muy ajustada y muy objetiva de dónde procede la información y le permitiría interpretarla con más libertad. Son unos datos que los medios de comunicación se resisten a proporcionar, pero que yo creo que son claves. ¿Quién le financia a usted? ¿Con qué nos financiamos? Esto es importantísimo para el lector, para el espectador, para el consumidor de información; que yo hablo siempre del lector pero quiero decir el ciudadano.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

El gran maquillaje de los medios, sobre todo de los escritos, son sus cifras de audiencia y de difusión. Coged el día que sale la OJD, la Oficina de Justificación de la Difusión, o el Estudio General de Medios y veréis como todos ganan, como todos han mejorado posiciones.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Como en las elecciones.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Como en las elecciones, sí. O sea, que el elemento más opaco es el de la marcha del

propio medio. No hablo ya de cómo dan sus resultados financieros, económicos; me limito sencillamente al EGM y a la OJD. El lector ve que se le dispara una flecha, infografías, que se relaciona o se compara con no sé qué. El resultado final es que todos han ganado; y entono el mea culpa, pues yo he sido director de dos medios y cuando me llegaba el EGM o me llegaba la OJD, pues oye, había que hacer jeribeques para buscarle el ángulo al tema. Eso lo sabemos todos. La realidad es que el periódico que cuenta es el que se compra por suscripción individual y el del quiosco; después están las suscripciones colectivas, las ventas en bloque, los gratuitos, etcétera.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Por alusiones. Vamos a ver. Yo escribí una columna que no se publicó en la edición impresa, pero que estaba disponible en la página web, de donde fue retirada sobre las doce y media o por ahí. Esto, naturalmente, para mí es un conflicto. Pero yo pretendo administrar por mí mismo mis propios conflictos, de manera que siempre he considerado que la independencia de un periodista se mide por su capacidad de mantener un criterio propio frente al criterio de la empresa donde está. No es la primera vez que he discrepado del periódico *El País*. Discreparé, o espero poder seguir discrepando, del periódico *El País* en las propias columnas de *El País*, porque me parece que es un acto de lealtad que le debo a ese periódico en tanto siga en él. En este caso, como no se ocupó del caso el defensor del lector, pues tampoco hemos podido saber cuál era la opinión interna del periódico. Yo no he sido consultado por este defensor del lector y eso ha quedado ahí, en la indefinición, y en su momento se verá.

Eliminado ese asunto, yo siempre he mantenido que los periodistas no son noticia, los periodistas dan noticias y no deben opacar con su presencia, con su figura, el servicio que deben a los lectores.

Ahora, sobre el tema de la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, lo que ha dicho últimamente José Antonio Zarzalejos es evidente: todos los periódicos, cada uno de ellos, por hablar de la prensa escrita en la que hemos nacido, están siempre pidiendo transparencia y ofreciendo opacidad sobre su propia realidad. Si se quiere saber lo que pasa en *La Vanguardia* hay que leer *El Periódico de Catalunya*; si se quiere saber qué pasa en *El País* hay que leer *El Mundo*; si se quiere saber qué pasa en *El Mundo* hay que leer *El País*. Y así sucesivamente. Cada uno de los medios es el último en publicar lo que se refiere a sí mismo, a los cambios, a que si llega Fulanito, a si hay modificaciones en el accionariado... Sobre cualquier asunto de éstos, el periódico donde eso se está produciendo tiene el antiguo reflejo de pensar que, mientras él no lo publique, los demás no lo sabrán. Es una cosa grotesca, pero supone un caso clarísimo de distancia entre lo que se sabe, y muy bien sabido, y lo que se publica.

Otra cuestión muy relevante, de la que Jesús Maraña y alguien más han hablado, es que hay cosas que se publican sin llegar a prender, sin llegar a producir el mínimo de seguimiento. Yo recuerdo aquel asunto de los cafelitos de Juan Guerra: se había publicado con todo detalle en la revista *Época* —creo que era *Época*— dos años antes y había pasado completamente inadvertido. En cambio, dos años después produjo un incendio colosal. De esto hay muchísimos ejemplos. Jesús Maraña ha puesto el de Urdangarín; todo eso se había publicado en un periódico, creo que en Mallor-

ca, con efecto cero, con contagio cero. Podría poner otro pequeño ejemplo. Una vez, en el año 2006 o 2007, acude Rajoy al programa aquel de televisión, «Tengo una pregunta para usted», y una señora mayor, un poco temblorosa, pregunta: «¿Y usted cuánto gana?». Esto produce un cierto trastabilleo del señor Rajoy: «Bueno, en fin, más que usted, señora. Pero no sé qué...» A partir de ahí, en abril de 2007, yo publiqué una columna en *El País*, que titulé «El salario de Mariano Rajoy», haciendo alusión a todo este tema del Registro de la Propiedad del que después me he convertido, a mi pesar, en un pequeño experto. ¿Y qué pasó? ¿Qué seguimiento, qué onda expansiva tuvo eso? Ninguna. Han pasado seis años y ahora, por primera vez, este asunto ha tenido estado parlamentario con una pregunta que ha hecho el señor Llamazares y con otra que ha hecho otra diputada. Y ahora ya, en alguna parte, se empieza poquito a poco a hablar de esto. Dentro de poco será torrencial; auguro que será torrencial el asunto de Mariano Rajoy y el Registro de la Propiedad. Pero hay cosas que se saben, que incluso se publican y que no tienen onda expansiva alguna. ¿Por qué eso es así en un momento y deja de ser así en otro? Ésa es otra cuestión científica que todavía no se ha resuelto.

Una cosita más que quería decir. Tú coges a un obispo, imaginemos, pederasta, o a un cardenal de la Santa Iglesia, que ha habido de todo, y dicen «bueno, sí, pero la mayoría...». ¿Y a mí qué me importa la mayoría? Es decir, tú coges a un Guardia Civil haciendo contrabando y la Guardia Civil dice «hombre, es que la mayoría...». Aunque la Guardia Civil hace una cosa inteligente: expulsa a ese señor del cuerpo. Pero respecto a esta cosa con los obispos, con los cardenales del Sacro Imperio, con los

periodistas, ¿qué va a pasar cuando salgan los nombres de los que han cobrado de la Gürtel? ¿Sabes lo que va a pasar, Victoria? Nada. Nada. Y no quiero seguir por ahí, porque me caliento.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Gracias, Miguel Ángel.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Una matización, Miguel Ángel. Cuando hablas de la independencia del periodista, que eso es para escribir también una novela, yo distingo dos partes. Es exactamente lo que tú has dicho: una cosa es la línea editorial y otra cosa es el comentario, el artículo o, en mi caso, la tertulia. A mí la tertulia es lo que más problemas me da. Te puedo asegurar que tengo llamadas todas las semanas de gente protestando por algo que se ha dicho en la tertulia. Es normal, porque en una tertulia yo invito a que cada cual diga lo que quiera y ahí, desde luego, no tengo nada que hacer; yo lo invito y que diga lo que le dé la gana. Otra cosa es, como entenderás perfectamente, que yo no abra con la pederastia de los obispos.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Por eso mi admiración a Federico Jiménez Losantos.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Ésa es otra historia.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Hablaba un día sí y otro día en la COPE de que el nuncio era masón. Eso lo recogí un día en la Cadena SER, en «Hora 25», donde dije que a ver quién de nosotros tendría el valor de decir algo semejante de Jesús Polanco, que entonces vivía.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Hombre, sinceramente, os hubieran despedido esa misma noche.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Claro.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Que es lo normal, además.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Pero a Federico no lo despedían.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Yo no estaba en la COPE y no soy ejecutivo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Federico seguía erre que erre. A mí me producía una admiración sin límites.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Por continuar: el problema es que no te llame nadie a quejarse. ¡Ay de aquel al que no llaman!

ANTONIO REGALADO. Revista Sector Ejecutivo y colaborador de ABC Toledo: Por favor, me gustaría que hicierais una reflexión sobre dos temas fundamentales: una, el paro, y la otra, el independentismo catalán y del País Vasco.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en La Vanguardia y El Confidencial: Si quieres, hablo de lo segundo, del tema del independentismo catalán, porque escribo en *La Vanguardia* y he hecho una inmersión en el problema. A mi juicio, desde el punto de vista de la viabilidad de esa pretensión, me parece absolutamente problemático. Creo que no hay elementos cuantitativos para un órdago de esta naturaleza. Que una sociedad que está al 50% se enfrente en torno a su propia identidad es una bomba de relojería, pues no hay elementos cuantitativos. Y, lo más importante, creo que no hay elementos cualitativos de orden económico, social y cultural para que se produzca ese desenlace. Dicho esto, también pienso que, quizás, fuera de Cataluña se piensa incorrectamente que todas las aguas volverán a su cauce; es decir, que en Cataluña se regresará al pujolismo, eso que llaman ellos «a la puta y a la Ramoneta», o sea, a nadar y guardar la ropa. No. Yo creo que la Diada del 11 de septiembre del año 2012 fue un punto de inflexión y que lo que va a ocurrir seguramente no es la independencia ni el Estado propio, pero sí una renovación del sistema de relación de Cata-

luña como comunidad autónoma con el Estado en varias vertientes fundamentales: las competenciales, las financieras y las culturales y lingüísticas. ¿Cuándo se va a producir esto? Pues no lo sé. Pero si no hay presupuesto en septiembre en Cataluña, porque el sistema no permita un déficit asimétrico o porque, admitiéndolo, Esquerra Republicana no vote los presupuestos, nos enfrentamos a un escenario probable de elecciones autonómicas en otoño, con un afán seguramente plebiscitario por parte de CiU y de ERC. Y yo creo que, a partir de ahí, tendremos un escenario nuevo en el que será posible renovar el tiempo muerto en el que se está moviendo en este momento Cataluña.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Yo, si quieres, hablo del paro y vinculo el paro nacional con el desempleo en la profesión. El paro es la anomalía de España. O sea, España es un país homologable, parecido a todos los demás, excepto cuando miras el panorama del empleo. En nuestro óptimo tenemos dos millones de parados. Es decir, incluso cuando hay una tasa de ocupación que requiere entradas de ochocientas mil personas de fuera de España para atender las necesidades del potencial de crecimiento tenemos dos millones de parados, que sería un suelo muy alto. Y en el pésimo que estamos ahora estamos en seis millones doscientos mil y las cifras no son discutibles. Toda la campaña de descrédito sobre las cifras es puro escapismo. Probablemente, si miramos bien, incluso hay más paro, porque hay mucha población inactiva que es potencialmente activa. Por tanto, este país tiene un enorme potencial de capacidad de empleabilidad que no utiliza. Esto nos lleva a dos conclusiones. Una

muy pesimista y otra algo optimista. La pesimista es la incapacidad de dar respuesta a las necesidades de la sociedad. Éste es un problema, además, que, siendo la anomalía del mundo —no de Europa ni de la OCDE, sino del mundo—, nos lleva a aquello de «España es diferente». Y, en efecto, internamente nos hemos acostumbrado a ello y convivimos con ello con una naturalidad propia de tullidos. Sin embargo, hay otro aspecto positivo, yo creo que insuficientemente investigado, que es la estabilidad social. Éste es un país con una trama interna de estabilidad que permite tener esa situación, una situación con tres millones de personas que llevan largo tiempo desempleados, que es algo realmente grave.

Y esto lo trasladamos a nuestra profesión, donde lo que ha pasado en los últimos años es terrible: han laminado la profesión. Lo han hecho por causas que ha apuntado muy bien José Antonio Zarzalejos y que yo creo que básicamente son dos. Una, la incompetencia de los editores, y meto en eso también a muchos directores. Una incompetencia clamorosa, que algún día analizaremos y explicaremos, con el fin de una saga de gente y con unas gestiones nefastas. Y creo que también una cierta resignación, indiferencia, complicidad de todos los demás. Cuando digo todos los demás hablo de los extraordinarios convenios de las empresas que iban bien —porque ahora bien no va ninguna—, en las que se han mantenido unos convenios insostenibles, con una irresponsabilidad y una insolidaridad y una indecencia realmente notables por parte de todos. Ésa es una anomalía que pagaremos cara, porque el riesgo, tanto para nuestra profesión como para este país, es el de una precarización y un empobrecimiento colectivos, de los cuales podemos tardar en salir veinte años.

En el mapa de riesgos tendríamos que tener en cuenta que este país, que en los últimos treinta años ha crecido casi un punto, concretamente ocho décimas, más que la media de Alemania o de Francia, en los últimos cinco años ha perdido siete puntos. Podemos pasar los próximos diez o veinte años en un estancamiento y en un retroceso que arruine cualquier posibilidad de que nuestra generación haya tenido algún éxito. Hay un serio riesgo de estancamiento, la enfermedad española, la gripe española, en 2014, de un país sin expectativas, un país como el que tenemos ahora, con un alto potencial malgastado, y un fenómeno muy parecido en la profesión.

Estuve no hace mucho —Jesús, creo que estabas tú también— en Tarragona en aquella sesión donde por la mañana vinieron los del establecimiento periodístico a contar cómo veían el futuro —era deprimente— y por la tarde estuvisteis los nuevos medios. Estaba Ignacio, estaba *El Confidencial*, estaba la gente que maneja iniciativas haciendo cosas y creando oportunidades, pero, claro, los nuevos representan un escenario tan pequeño frente a los viejos que daba una enorme tristeza. Entonces, en nuestra profesión yo creo que estamos en un riesgo también de estancamiento, por cómo hemos precarizado el empleo, el salario, las condiciones de trabajo. Realmente a mí me gustaría ver de qué manera se puede fomentar la sensibilización, la movilización, porque nos estamos jugando el futuro de una generación entera.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena COPE: Por buscar una sonrisa, Antonio, como vengo a hablar de mi libro, es decir, de periodismo, independencia y paro, se lo dedico a Miguel Ángel, que le va a hacer gra-

cia. De independentismo nosotros, yo y mi empresa, la COPE, bien, gracias, porque hace unos años nos intentaban quemar la emisora con los chicos dentro y ahora ya podemos entrar tranquilamente y nos saludan por la calle.

ELSA GONZÁLEZ. Presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas

de España (FAPE): He oído que no había mecanismos éticos en la profesión. Bueno, realmente, haberlos los hay. Otra cosa es que los usemos y que estén suficientemente reconocidos. Hay una comisión de arbitraje, quejas y deontología de la FAPE, ahora amparada por una fundación y muy impulsada por Urbaneja, que está en la mesa. Desde el año pasado llegan anualmente muchos casos. Se adhieren empresas de comunicación y otros medios que aceptan sus resoluciones y que no toman decisiones ni están en el patronato ni tienen ninguna capacidad decisoria. De manera que intentamos que sea lo más limpio posible, lo más ético.

Digamos que mecanismos ahora mismo existen; otra cosa es que nos lo tengamos que creer entre todos nosotros. Y creo que también tenemos que hacer un poco de autocrítica, pues pensamos que somos todos muy independientes, que al final nos enfrentamos a la noticia nosotros solos, porque ésta es una profesión muy individualista; como decía Victoria, tenemos sólo nuestro crédito. Efectivamente, es nuestro único patrimonio, estamos habituados a trabajar de esa manera y yo creo que nosotros mismos, a veces, no acabamos de creer en estas comisiones. Me parece algo fundamental en estos momentos, y no solamente para el futuro del periodismo, que lo es, porque éste está basado en la credibilidad y la confianza, y más cuando nos en-

frentamos a las redes sociales, que no tienen nada que ver con un medio de comunicación ni con el periodismo, aunque nos resulten muy útiles y, evidentemente, tengamos que contar con ellas. Todavía tenemos que sensibilizarnos mucho más en el aspecto ético y utilizar todos estos mecanismos y apostar por ellos. Se han adherido más de cuarenta medios de comunicación a esta comisión —la verdad es que está siendo bastante bien acogida—, pero me parece aún insuficiente y yo creo que todos, en ese aspecto, tendríamos que hacer un poco de campaña, empezando por nosotros.

Quisiera plantear sólo una cosa. Habéis hablado de la responsabilidad en estos momentos, de la apuesta por la democracia. ¿Qué pensáis sobre lo que estamos haciendo y lo que deberíamos hacer los periodistas y, en general, los medios de comunicación en estos momentos de debilidad, de descrédito de las instituciones, y de casi todo?

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Deberíamos hacer lo que algunos hacen, lo que yo creo que deberemos seguir haciendo. Con nuestros parámetros de conocimiento, nosotros tenemos la obligación de denunciar la contaminación en distintas direcciones; las contaminaciones recíprocas de las instituciones y de los poderes del Estado, que es algo muy grave para una democracia y no sucede en otros países de Europa. Los periodistas que se dedican, o que nos dedicamos, a la información política tendríamos que denunciar eso y tendríamos que hacer bastante hincapié en lo gravísimo que resulta para un Estado de Derecho. Y esto está pasando en España, donde las leyes no se cumplen, ni las sentencias de los tribunales, y el incumplidor no es sancionado. Esto, que vemos con cierta naturalidad, con cierto har-

tazgo o hastío, es insólito fuera de nuestras fronteras; no pasa en ninguna democracia. En sí mismo podría ser un fenómeno llamativo, pero es tóxico para una democracia como las que conocemos en el mundo. Y como es tóxico y tenemos ese virus metido dentro, yo creo que quienes se dedican a hacer información política tienen la obligación de denunciarlo y de poner el foco en eso constantemente. No sólo quienes se dediquen al periodismo, también otras personas. Desde luego, yo creo que forma parte de nuestras obligaciones porque, y aquí se ha dicho, hay una crisis económica, pero también la hay política e institucional. Y esas crisis son muy serias y duran décadas. A lo mejor salimos antes de la crisis económica que de la otra.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: Sólo quiero añadir que creo que lo que deberíamos procurar es cumplir con lo que firmamos: los manifiestos, los compromisos éticos, etcétera. Y quiero poner un ejemplo que conoce muy bien Fernando Urbaneja y todos los que estamos aquí; menciono a Fernando Urbaneja porque tuvo su papel hace unos años, como Juanra Lucas y yo y vosotros, desde la Federación de Asociaciones de Prensa. No puede ser que sigamos todavía asistiendo a las ruedas de prensa sin preguntas, por ejemplo. Es decir, distingamos de una vez, y si es un discurso o una intervención grabada o en directo, pues que se envíe. Pero ¿por qué los directores de periódicos y de medios no se niegan de una vez y dejan de enviar a los redactores a hacer el panoli, con perdón? Acostumbremos a los políticos a que cumplan las reglas democráticas. Para eso hay que dar un paso; lo hemos intentado una serie de personas muchas veces, pero todo depende de que cada uno vaya cumplien-

do lo que dice. No sirve de nada que nos reunamos de vez en cuando y hagamos grandes manifiestos de compromiso, porque luego en el día a día se demuestra que no es tan fácil; o que algunos no quieren verlo tan fácil. Para conseguir higiene democrática lo que hay que hacer, cada uno desde su humilde ámbito, es cumplir lo que se dice que se cree.

ALBERTO RUBIO: Redactor Jefe de Nacional de *La Razón*: En este debate yo creo que falta una parte bastante importante, en mi opinión, y es que habéis hablado mucho de la información de élite —de los periódicos, de las radios, de las televisiones nacionales—, pero hay un factor que no habéis tratado y que yo considero muy relevante. Hoy un ciudadano de cualquier ciudad de este país se levanta y tiene acceso a más de cincuenta medios de comunicación diferentes: televisiones locales, regionales, nacionales, periódicos... Mantener todo ese volumen tiene que ser complicado y hoy vemos cómo en ciudades muy pequeñas, con apenas quince mil o veinte mil habitantes, su alcalde, cuando hace una rueda de prensa, se enfrenta a ocho, diez, doce micrófonos. Mantener todo eso periodísticamente, tanto en el ámbito empresarial como de contenidos, ¿no creéis que es difícil?

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*: Efectivamente, es difícil. Y por eso ese sector, desde el punto de vista empresarial y financiero, es debilísimo. Sobre todo hay minifundismo. Después, parte de lo que puedes plantear tiene que ver con medios que están financiados con presupuestos públi-

cos, de ayuntamientos, de diputaciones, de comunidades autónomas. Pero lo que hay es una debilidad estructural financiera en el sector que hace que estemos justo en el tramo que yo creo que es el último —y por último me refiero a dos, tres años—, en el que se va a producir un auténtico vuelco. Van a desaparecer medios y se van a concentrar otros. Y van a ser más emergentes, probablemente, los que en este momento no tienen distribución física. Además, el fenómeno del periódico será muy urbano; es probable que sea un fenómeno de fin de semana, no de lunes a domingo, y que empiecen a rentabilizarse o a optimizarse las webs cerrando los contenidos con pago. Los gestores de los medios tienen auténtico miedo a todos estos movimientos a los que, tarde o temprano, la necesidad los va a obligar. Aquí va a haber concentraciones y va a haber cambios de modelo de negocio muy importantes. Y, desde luego, respecto a los medios públicos, se tiende claramente a su disminución y supresión.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Completando un poco lo que dice José Antonio, ¿cuándo se estropeó esto? O sea, la pregunta de Vargas Llosa. Yo tengo la fecha: creo que fue en 1988, con las licencias de la televisión. O sea, la manzana que pudrió esto fue la obsesión del multimedia, que nos ha traído la ruina. Porque casi nadie que se ha metido en el multimedia ha hecho nada bien; todo lo que han conseguido es perder en otros negocios lo que tenían bien asentado en el suyo. Cuando analizas con detalle dónde están los cánceres de los grandes y pequeño grupos de comunicación, todos están en la diversificación. Sin aquella diversificación los medios

hubieran sido más conscientes, más diligentes, más rentables y habrían funcionado mejor. Los errores no han estado en el negocio central sino en el periférico. ¿Y por qué incurrimos en ese error, que además fue doble? Por un lado por la ambición de unos editores miopes; por otro, por los que nos dieron a comer la manzana, que fueron los políticos. Los políticos, que enseguida se dieron cuenta de que tenían que controlar los medios por las licencias. Y desde que controlaron los medios por las licencias no hemos salido del bucle disparatado en el que estamos metidos.

En el fondo, lo que hay es un conflicto de intereses. Jesús hablaba de las preguntas sin respuesta, pero para mí el fondo del problema estaba en las campañas electorales. La última reforma de la ley electoral, en vez de limpiar lo que había de grave en la ley, lo que hizo fue machacarnos más a los medios, especialmente con el tema de las proporcionalidades y los discos obligatorios dedicados con plena conciencia. Yo creo que ése fue el dominio de la política sobre la prensa, del cual no nos hemos sacudido. Y lo más perverso: recuerdo que presionamos a varios directores para que no mandaran a sus periodistas a las campañas electorales, porque eran una pura pantomima. En la última campaña electoral ni Rubalcaba ni el presidente actual, el plasmático, dieron una rueda de prensa. Pero ¿cuál fue la tragedia mayor de este asunto? Que nuestros propios compañeros de base querían ir a las campañas electorales. Había dos motivos para ello: uno, que cobraban dietas —y es un motivo muy legítimo—, y otro, que se sentaban las bases para que te dieran un puesto de jefe de prensa; el que ganara o el que perdiera. Esto es un poco brutal, dicho como os lo digo, pero habría que ir pensando en algunos códigos de incompatibilidad. El que

hace información política debe estar bien pagado, pero no puede irse en veinticuatro horas de jefe de prensa del ministerio sobre el que informa. Hay que construir escenarios de conflictos de intereses bien planteados.

ERNESTO SÁENZ DE BURUAGA. Director de «Así son las mañanas», Cadena

COPE: Sobre todo, lo que no debe hacer es volver. Cada uno es libre de irse; el problema es volver.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-

presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: No lo sé. Pero si queremos construir credibilidad y respeto, que nos respetemos y que nos respeten, tenemos que empezar a ser serios de arriba abajo. Oye, y lo siento, que me pasa como a Miguel Ángel, que a lo mejor me caliento y digo lo que no debo a estas horas.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Forma parte de vuestro encanto y de vuestro tirón profesional. La última pregunta, por favor.

ÁNGELES BAZÁN. Informativos de Fin de Semana de RNE: Me preocupa tremendamente que, como periodistas, asumamos que no tenemos que informar de lo que afecta a los medios en los que trabajamos o a los anunciantes a los que en teoría nos debemos. Creo que es todo lo contrario. Entiendo perfectamente las dificultades que tiene un medio para conseguir anunciantes, para financiarse, y, por supuesto, en este

momento de crisis en el periodismo, las dificultades para mantener el trabajo. Pero creo que ése es precisamente el gran valor del periodismo: contar las cosas. ¿Qué más credibilidad para un medio de la Iglesia que hablar de la excepcionalidad de un cura pederasta y contarlo con todo el rigor y con las fuentes próximas? Considero mucho mejor aclarar las cosas y pedir perdón que ocultarlas. Y siempre tiene que estar la responsabilidad del periodista para contar la verdad y no ocultarla, porque eso es lo que nos quitaría crédito ante la audiencia. A lo mejor soy muy ingenua, pero lo veo así.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: Por hacer un apunte a lo que decía Ángeles, no hemos tocado un tema que a mí me parece también interesante, que es que necesitamos, como en la política y en otros ámbitos, muchas dosis de humildad, que debemos rectificar cuando hay que rectificar, pedir disculpas cuando nos equivocamos, etcétera. Eso no debe eliminar, obviamente, las obligaciones que tenemos de verificación, de comprobación. Pero yo creo que muchas veces —y eso ha influido en la pérdida de credibilidad y, por lo tanto, también influye en la pérdida en términos de negocio— ha habido mucho empeño y daba igual que la realidad contradijera lo que se contaba. Hace falta, pues, enfrentarse al espejo y decir «por aquí nos hemos equivocado».

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Cómo estará la cosa —esto es una pequeña broma, pero es real— que los medios de comunicación y los periodistas, desacreditados como estamos, somos de los que estamos en la zona de arriba del crédito en el CIS.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Los cuartos.

VICTORIA PREGO. Adjunta al director de *El Mundo*: Los cuartos. Porque por debajo de nosotros, o sea, desacreditados, está todo el mundo, todos los sectores menos la Guardia Civil y el ejército. De manera que cómo estará la cosa, cómo estará el país, cómo estarán el desencanto y la desolación de la población, para que seamos de los más considerados.

JUAN RAMÓN LUCAS. Moderador: Gracias, Ángeles. Gracias a Jesús, a José Antonio, a Victoria Prego, a Ernesto, a Fernando. Cerramos aquí este encuentro en el que es evidente que volvemos a enfrentarnos a nuestros propios demonios, a dudas de casi siempre y a revoluciones pendientes. Y vuelvo a reivindicar que «Sin preguntas no hay cobertura», ya que me ha dejado Jesús Maraña el toro ahí puesto. Hasta siempre.

SESIÓN DE CLAUSURA

LUIS DE GUINDOS

Ministro de Economía y Competitividad



Moderador

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR

Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos





Marcos de Quinto, presidente de Coca-Cola España, y el ministro de Economía y Competitividad, Luis de Guindos, durante la clausura de la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Querido ministro, querido Marcos de Quinto, presidente de Coca-Cola España, permitidme una breve intervención para resumir lo dicho durante la primera sesión de la jornada que ahora clausuramos y que se encargará de complementar después Juan Ramón de Lucas, moderador de la segunda parte de esta jornada.

Iniciamos la jornada hablando sobre los medios de comunicación y la percepción de la realidad. El catedrático y expresidente del CIS Fernando Vallespín afirmó que los medios irritan la información para extraer realidades aunque éstas no existan y consideró su actitud como defensiva ante las nuevas formas de entender la realidad que están surgiendo; en ocasiones pasan a ser observadores de segundo grado que observan lo observado por otros, gestionando la atención. Añadió dos máximas que tenemos aprendidas: que nada permanece igual a sí mismo después de haber sido difundido como noticia y que cuando la información es barata la atención es cara.

Nacho Escolar explicó las particularidades de un medio como el suyo, *eldiario.es*, y en qué medida los nuevos medios digitales alteran el sistema establecido y modifican también la percepción de la realidad, porque ése era el tema que debatíamos: los medios y la percepción de la realidad. Entonces hemos introducido a un

excéntrico, el profesor Antonio Hernando, catedrático de Magnetismo y académico de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, y buen amigo de otras galopadas, que ha hecho una exposición muy concisa, pero extraordinariamente valiosa, sobre cómo el afinamiento de los medios de observación es lo que ha impulsado la historia de la física hacia delante; porque al permitir la observación de nuevos fenómenos, indetectables con procedimientos e instrumentos más rudimentarios, ha hecho posible que fueran descritos fenómenos de los que no daban cuenta las teorías hasta entonces vigentes, haciendo necesario enunciar otras nuevas. Se ha remontado a Galileo, ha dado una serie de explicaciones y nos ha llevado al acelerador de partículas y a los observatorios astronómicos.

Después de esa excursión hemos escuchado también a Juan Pedro Valentín, que ha puesto pie sobre el terreno para hablarnos desde la experiencia que él ha acumulado en distintos medios, pero especialmente en la televisión. Ha hablado de lo que ha llamado el periodismo de acoso y ha estado realmente sembrado, querido ministro.

Todo esto ha estado moderado por Carmen del Riego, que estaba muy solicitada hoy, porque Carmen se ocupa de los problemas, o de las venturas, del Partido Popular, que hoy están coloreadas por la entrevista que ayer, martes 21 de mayo, concedió Aznar en Antena 3 Televisión.

Así que eso es todo. Ahora le doy la palabra a nuestro moderador de la segunda mesa, Juan Ramón Lucas, para que él haga también un resumen y así el ministro, cuando hable, tenga conocimiento de qué es lo que nos ha apasionado desde las diez de la mañana.

JUAN RAMÓN LUCAS. Exdirector de «En días como hoy», RNE: En nuestra mesa hemos hablado fundamentalmente —y lo decía un poco para cerrar— de algunos fantasmas de la profesión y de algunas necesidades. Voy a empezar por el final, aprovechando que tengo aquí a un miembro del Gobierno, refiriéndome a una alusión que ha hecho mi compañero y amigo Jesús Maraña a una campaña reciente, «Sin preguntas no hay cobertura», que alude directamente a la relación de los periodistas con los políticos —ya que tengo aquí, insisto, a un destacado miembro del Gobierno— y a la necesidad de que encontremos un camino en virtud del cual los encuentros con la prensa no se conviertan en monólogos, sino que todos entendamos cuál es el papel de cada uno.

El encuentro ha comenzado con Victoria Prego comentando la entrevista de ayer con el expresidente del Gobierno. Ha dado esa primera impresión sobre lo que ella ha vivido allí y ha dicho que el expresidente quería decir lo que dijo; quizás no esperaba que se le planteara la cuestión relativa a su situación personal y las informaciones recientes, pero quería decir lo que dijo. Imagino que más tarde algún compañero le preguntará al ministro de Economía si él también es partidario de bajar los impuestos en este momento.

Después de esa primera aproximación, Jesús Maraña ha hecho referencia a la distancia entre lo que se sabe y lo que se publica, y ha dicho que lo que entra dentro de la responsabilidad del propio informador es la distancia entre lo que se puede demostrar y se publica, porque a veces se publica, como apuntaba también Fernando González Urbaneja, lo que no se sabe; y en ese caso no se dice la verdad. Enton-

ces, se planteaba la cuestión de la distancia entre lo que está demostrado y lo que se publica. Existe esa distancia y, a veces, decía Jesús, no se publican las cosas y eso es algo que deben corregir los propios medios de comunicación. De todas formas también planteaba que estamos en un contexto en el que la transparencia de la que hablábamos al principio del encuentro no es un valor en alza. Y eso es algo que hay que reivindicar.

Con respecto a esta cuestión, Fernando González Urbaneja hablaba de que la función de los periodistas es contar las cosas y decía que no asumir esa responsabilidad es autocensura. Y sobre la distancia entre lo que se publica y se sabe, o se puede comprobar y se publica, él apelaba fundamentalmente a la responsabilidad de los periodistas en esta materia, a que tenemos que ejercer nuestra función. Zarzalejos defendía que lo que se sabe es lo que se publica. Luego ha habido una matización en torno a la comunicación y al periodismo que ha introducido un elemento que luego ha recorrido el encuentro también, que es el papel de los periodistas en un universo en el que la información es plural; no ya porque haya muchos medios de comunicación sino, fundamentalmente, porque hay muchas posibilidades de que los ciudadanos aporten informaciones a las redes sociales y se conozcan esas informaciones y se trabaje con ellas. En este sentido, Victoria Prego también ha apuntado, como Zarzalejos —como prácticamente todos los que han hablado de ello—, la necesidad de revisar nuestro papel en un mundo en el que cualquiera puede colgar información a través de Internet. Entonces, ¿nosotros qué aportamos? Pues el valor añadido de la credibilidad y la jerarquía.

Otro elemento que se ha tratado en todo el encuentro ha sido el condicionamiento económico, más importante y dañino que nunca en este momento; es sin duda, en todos los sentidos, un elemento a tener en cuenta. Nos hemos preguntado si nuestra actuación debe realizarse en función de la línea editorial del medio o si el periodista lo que debe hacer es defender su responsabilidad por encima de la línea editorial. Ésa es otra de las cuestiones que sigue siendo motivo de debate en nuestro propio oficio.

Luego ha habido algunas referencias en torno al paro, en general, y al de los periodistas en particular. Y, para cerrar, Fernando González Urbaneja ha realizado una reflexión que me ha parecido muy interesante sobre cómo la diversificación y el multimedia ha supuesto el cáncer de esta profesión desde el punto de vista empresarial; es algo que tiene mucho que ver con cómo nos encontramos en este momento.

Básicamente éste ha sido el recorrido, en mi opinión sabio, dado lo que se ha comentado, y muy interesante, porque se plantearon cuestiones que siguen pendientes de resolver en el ámbito de la comunicación.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Queridos amigos, es el momento de vuestras preguntas. Están pasando para recoger vuestras preguntas por escrito, que luego ordenaré por cuestiones supervisado por Zarzalejos. De esta manera evitaremos eso que pasa en las ruedas de prensa a las que acude con frecuencia el ministro Guindos en Moncloa, donde cada uno que se levanta hace una conferencia de prensa alternativa y, al final de esa conferencia, enuncia, por ejemplo, cinco preguntas: «Para la vicepresidenta: ¿Le gusta a usted la ley de transparencia? ¿Está usted conforme con

lo que ha dicho el presidente Aznar en las frases cariñosas que ha dedicado a su sucesor? Para el ministro Guindos: ¿Bajará la prima de riesgo? ¿Subirá?»

Tiene la palabra el ministro, que nos dará, en una intervención previa, sus impresiones después de haber escuchado estos resúmenes, además de cualquier otra cosa que quiera decirnos.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Muchas gracias, Miguel Ángel. Buenas tardes a todos. Voy a intentar de verdad que mi intervención no sea un monólogo. Es decir, que voy a ser muy breve y después me pongo a disposición de todos ustedes.

En primer lugar lo que quisiera decir es que me encuentro cómodo. Es decir, no sé cuántos periodistas hay aquí, pero me encuentro cómodo; siempre que estoy rodeado de periodistas me encuentro relativamente cómodo. Tengo la sensación de que a veces no hay nada como leer la prensa por la mañana para saber lo que pasa en el Ministerio de Economía. A mí me pasa eso de alguna forma y la verdad es que tengo un enorme respeto por la profesión. Y creo que ese respeto parte de algo; a medida que vamos siendo más mayores, Marcos, uno tiende a volver más a su infancia. Estudié trece años en un colegio que no estaba muy lejos de aquí y donde ponía una frase: «La verdad os hará libres.» Y yo soy de los convencidos, es decir, independientemente de creencia o no creencia, etcétera, etcétera, es un principio que yo he intentado aplicar y que todos los buenos periodistas tratan de aplicar. La verdad siempre nos hace a todos libres.

Y una vez dicho esto, decir que vivimos momentos complicados en el ámbito económico, que España vive una encrucijada, pero también que la situación actual es mucho mejor que la que teníamos hace solamente unos meses y que estoy dispuesto a defender esa tesis. Estoy dispuesto a defender la tesis, ante vuestras preguntas —lo hago en el Parlamento en muchas ocasiones—, de que creo que España ha cambiado su trayectoria, más allá de lo que son las dificultades a corto plazo, que son importantes, profundas, pues tenemos seis millones doscientos mil parados; algo que es el principal problema que tiene este país. Aun así, el futuro ya no es lo que era, sino que es mejor que el que teníamos hace un año.

Y, a partir de ahí, me pongo a vuestra disposición inmediatamente.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Voy a empezar por las preguntas que tienen un punto de tangencia más directo con lo que hemos estado hablando aquí nosotros. Muchas de las preguntas que tengo no vienen firmadas, pero es igual. Esta primera pregunta dice así: «En las reuniones del Consejo de Ministros, ¿cuánto tiempo dedican a la prensa?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Las deliberaciones del Consejo de Ministros son secretas, juramos o prometemos...

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:
Pero se pueden cronometrar.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Poco tiempo. Muy poco tiempo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Bueno, ésta sigue con el Gobierno: «¿Es consciente el Gobierno de la realidad social, de que hay personas que pasan hambre? ¿Tiene prevista alguna medida de emergencia para un millón novecientas mil familias en las que no entra ningún ingreso?» Ésta pregunta es de **Ángeles Bazán**, de Radio Nacional de España.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Por supuesto que el Gobierno es consciente de la situación extremadamente difícil que pasa una parte de la sociedad española. Es decir, si el Gobierno no fuera consciente de eso no merecería ser Gobierno, ¿no? En España existen seis millones doscientos mil parados. Hoy veíamos que los parados de larga duración siguen creciendo, incluso los que llevan más de tres años sin trabajo. Es una situación realmente dramática y ése es el objeto fundamental de toda la acción del Gobierno: intentar que esas circunstancias, que son de enorme sufrimiento, de enorme dureza, se modifiquen. A veces nos gustaría a todos tener una especie de varita mágica, pero las varitas mágicas en el mundo moderno no existen; solamente existen en los cuentos de hadas. Lo que tiene que hacer el Gobierno es aplicar la política económica que considera que es correcta, para darle la vuelta a esa situación. Eso es lo que, por supuesto, hace el Gobierno día a día. Lo hacen todos los ministros y también, lógicamente, el ministro de Economía.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Ministro, «cuentos de hadas» has dicho, y yo me acuerdo de Rubén Darío: «Cuentos quieres, niña bella, / muchos tengo que contar / de un ruiseñor y una estrella.» Lo que quería decirte es que la presidenta de Nuevas Generaciones y senadora por Córdoba precisamente ha dado en ese mismo clavo al denominar a la ministra de Empleo, Fátima Báñez, como «el hada madrina de la juventud española». Pero bueno, seguimos con las preguntas. Ésta dice así: «¿El Gobierno tiene intención de acelerar la venta de NovaCaixaGalicia y Catalunya Banc?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: El Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria, como es público, ha pedido que McKinsey y Nomura realicen un informe sobre las alternativas estratégicas que hay disponibles. Y el FROB hará público este informe y la decisión que tome. Hay ahí varias posibilidades. En estos momentos tenemos tres entidades, por decirlo de algún modo: una mucho más grande, que es Bankia, muy saneada, con mucha liquidez, con mucho capital, que va a estar largo tiempo, en principio, con una participación mayoritaria del FROB —es decir, va a ser un banco nacionalizado—; y después tenemos otras dos más pequeñas, que son Catalunya Banc y NovaCaixaGalicia, a las que también se les ha inyectado mucho capital —en conjunto unos veintidós mil millones de euros— y que también han limpiado la mayoría del crédito promotor y de la exposición inmobiliaria y que son entidades solventes.

Hay que buscar el equilibrio entre lo que es la necesaria recuperación de todo el dinero que han invertido los españoles, porque es dinero público —se han invertido,

como saben ustedes perfectamente, cuarenta mil millones de euros en el capital de estas tres entidades—, con lo que es maximizar el retorno que se puede obtener. Y eso es en lo que estamos. Estamos analizando todas las alternativas. Los tres bancos que nacionalizados no son idénticos en sus características y, en las próximas semanas, sin duda antes del verano, el FROB tendrá una estrategia definida al respecto en la cual se dirá claramente cuál va a ser la hoja de ruta que se va a seguir. Pero será una hoja de ruta que va a buscar, fundamentalmente, el retorno de los cuarenta mil millones de euros. El FROB, a través del préstamo que nos hizo el Eurogrupo, tiene que garantizar que se recupere lo máximo posible.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: La siguiente pregunta dice: «¿Está nuestro sistema financiero ya preparado para ayudar con la concesión de créditos a las empresas españolas?»»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: El sistema bancario, el sistema financiero español, es el más transparente de Europa y yo diría que el más capitalizado y el más saneado de Europa; y estoy dispuesto a mantener y a hacer cualquier tipo de comparación al respecto. Lo dijo el propio Fondo Monetario Internacional. Más importante que la inyección de capital que se ha producido, que las provisiones que se exigieron el año pasado —que todos ustedes conocen—, es que no ha habido ningún otro sistema bancario en Europa que se haya sometido al informe del Fondo Monetario, a dos test de estrés, a otro análisis en detalle por parte de Oliver

Wyman, etcétera. Eso no ha ocurrido en Europa y creo que ése es el elemento fundamental: lo más importante es la transparencia.

Aparte de eso, a la banca española el año pasado se le inyectaron cincuenta mil millones de euros de capital y se dotó con ochenta y seis mil millones de euros de provisiones. Además se creó SAREB. Y la creación de SAREB lo que supuso es que, en términos brutos, se traspasaron cien mil millones de euros de exposición al riesgo inmobiliario. También creo que es fundamental que sepamos que, por ejemplo, respecto de una de las cuestiones que están ahora de actualidad, que es el tema de las refinanciaciones de la banca, el Banco de España acaba de sacar una carta —que a mí me parece muy razonable— homogeneizando los criterios con respecto a las provisiones, pues en cuanto a refinanciaciones, los únicos datos que se publican en Europa son los de la banca española; nadie más los publica. Yo estoy convencido de que tenemos el mejor sistema bancario en estos momentos desde el punto de vista del capital, de la liquidez. Existen retos de futuro, por supuesto, como éste que comentaba de las refinanciaciones. Y también existe otro reto, que es el de recuperar márgenes y recuperar rentabilidad. Los bancos como ganan dinero es haciendo préstamos; eso es algo evidente. Por lo tanto yo creo que, en esa búsqueda de la rentabilidad, iremos viendo que la banca está saneada y está capitalizada y que se empieza a poner a disposición de quien merece financiación.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Hay otra pregunta sobre fusiones: «¿Habría fusión Unicaja Ceiss?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Yo creo que sí.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta dice: «¿Cuánto apostaría de su dinero personal a que la situación mejorará el año próximo?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Esto no es un tema ni de poner la mano en el fuego ni de apostar el dinero personal, sino de que estoy convencido de que va a ser así. ¿Por qué? Porque la secuencia de recuperación de la economía española siempre es la misma, incluso cuando teníamos la peseta: incremento de exportaciones, mejora de la balanza de pagos, mejora de la confianza en la economía española, incremento de inversiones y mejora del consumo. Ése es el recorrido por el que transcurre siempre la economía española en su recuperación. Estamos en una primera fase, que es la de la recuperación de la exportación. Es sorprendente la evolución de la exportación española; cuando yo doy los datos en Europa o a analistas, se sorprenden de la capacidad de exportación de España y de la competitividad de la economía española. Por ejemplo, el año pasado y este año, en términos reales, la exportación ha estado creciendo en torno al 5%. Es una exportación mucho más diversificada geográficamente, con un rango de productos de mucha mejor calidad y, además —y esto también es fundamental—, tenemos también superávit en servicios; dejando aparte el turismo, que tradicionalmente siempre tenía superávit. Es decir, España está exportando productos y servicios de la máxima calidad y no solamente como consecuencia de la competitividad derivada de una evolución adecuada de los costes labora-

les unitarios, sino también de la incorporación de productos de valor añadido. Yo creo que eso se empieza a percibir y que tiene mucho que ver con la mejora que se ha producido en la restricción de financiación a España. Porque, cuando un país alcanza un superávit externo, está también empezando a devolver el endeudamiento externo, que era una de las losas que nosotros teníamos. Por lo tanto, ésta es la primera fase.

Pienso que también hay una recuperación de la confianza y que vamos a entrar en la segunda fase, que es la de recuperación de la inversión y, posteriormente, llegará la de la recuperación del consumo. Por lo tanto, estoy convencido de que el año que viene se volverá a crecer de forma clara.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Más preguntas sobre fusiones. No debe extrañarle al ministro, porque aquí está representada la totalidad de la geografía española y desde distintos ángulos de esa geografía hay interés por saber qué va a pasar con esas operaciones. Por ejemplo, aquí hay una pregunta de **Félix Ángel Carreras:** «¿Cuándo se concretará la absorción de Caja España-Duero a cargo de Unicaja?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Lo he contestado antes, ¿no?

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: «¿Qué opinión tiene el ministro del decreto de la Junta de Andalucía sobre expropiación a los bancos de pisos en casos de personas en exclusión social?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Lo he comentado dos veces en preguntas parlamentarias, tanto en el Congreso como en el Senado. Es un decreto que, más allá de lo que puede ser la voluntad última, que yo no cuestiono en absoluto, puede tener un efecto lateral, no querido, que es que va a limitar la financiación en Andalucía, que va a dificultar el acceso a la vivienda en esa comunidad y que va a afectar negativamente a la construcción. Por lo tanto, creo que no es positivo para la economía andaluza.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta. Ésta es muy directa: «¿Cuánto dinero necesita la banca?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Ahora nada. En estos momentos estamos por debajo del escenario estresado de Oliver Wyman, que definía unas necesidades de capital que ya se han cubierto. Por lo tanto, la banca, ahora mismo, no necesita capital adicional. Tiene un ratio de capital del 9%, que es el que nos exige Basilea III; tiene un nivel, sobre todo, como comentaba anteriormente, de transparencia muy elevado; y ha realizado ochenta y seis mil millones de euros de provisiones el año pasado para cubrir el crédito promotor. Además de que se han identificado aquellas entidades bancarias con más problemas, que ahora están nacionalizadas. Por lo tanto, haciendo referencia a la pregunta anterior diría que creo que es la banca española es la más transparente, mejor capitalizada y más líquida en estos momentos en Europa.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Esta pregunta no me ha llegado, pero la formulo yo mismo en relación con estas últimas respuestas: ¿Por qué esa puñalada traquera de la señora Merkel —porque yo he indagado y fue ella— cuando el otro día reunió a cuatrocientos, o no sé cuántos, periodistas, sobre todo europeos con presencia en Bruselas, y dijo eso de que la banca española no le inspiraba credibilidad? ¿Eso se puede dejar correr así, sin salirle al paso, sin llamarle —aunque sea con el cariño que le debemos— la atención a *Frau* Merkel?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No sé quién realizó ese comentario, pero trato bastante con el Gobierno alemán y no tengo esa impresión, en absoluto. Es decir, hablo con el ministro de finanzas alemán, con el cual hemos abordado bastante la situación de nuestros bancos y que ha formado parte de todo el proceso de inyección de capital y de evaluación de la banca española, y ésta no es su opinión. Yo puedo dar la opinión mía personal y también puedo decir que Wolfgang Schäuble nunca me ha planteado la más mínima cuestión al respecto.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: «¿Existe —pregunta **Rosa María Sánchez** de *El Periódico de Catalunya*— una posibilidad de que la Comisión Europea abra un expediente a España por desequilibrios excesivos?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: La Comisión publicó el otro día un informe en el cual decía que Eslovenia y España tenían desequilibrios

excesivos, porque es la metodología que utiliza Bruselas, que coge las medias de una serie de parámetros macroeconómicos. Pero también comentaba otra cuestión: que en el año 2012 España había llevado a cabo una corrección muy importante de dichos desequilibrios. Lo que pasa es que se coge la media de los cuatro o cinco años últimos años, por lo que, lógicamente, no queda reflejado de una forma tan clara. Pero en el desequilibrio fundamental que tiene una economía, que es el desequilibrio exterior, España llegó a acumular en un semestre, por ejemplo —me parece que fue en el primer semestre del año 2008—, un déficit de la cuenta corriente de balanza de pagos del 12%. Y en el año 2007 me parece que fue del 10%. Eso se ha corregido. Es decir, en estos momentos España está en una situación de superávit de la cuenta corriente de balanza de pagos; tuvo ya en el segundo semestre del año pasado una situación de superávit y eso ha sido reconocido por el propio comisario Olli Rehn. El día 29 dará su opinión sobre nuestro plan nacional de reformas y nuestro programa de estabilidad, que aprobó el 26 de abril el Gobierno español. Y yo creo que va a haber un apoyo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Pregunta **Joan Faus**, del diario *Ara*: «¿Cuándo cree que volverá a fluir el crédito de forma amplia? ¿Confía en que el Banco Central Europeo tome medidas a corto plazo para acabar con la fragmentación de los mercados de crédito en el seno de la Unión Europea y ayudar a las PYMES?».

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Sí, eso es una realidad: hay una fragmentación del mercado de crédito que lleva a una situación que es

injusta, que es que las PYMES españolas, igual de solventes que las del norte de Europa o las italianas, tienen que pagar un tipo de interés bastante más elevado, tres o cuatro puntos más elevado, y, además, con mayor restricción desde el punto de vista de la disponibilidad. El Banco Central Europeo ha hecho muchas cosas: ha bajado los tipos de interés, ha dicho que hay barra libre para la banca, incluso está analizando la posibilidad de contar con instrumentos específicos para facilitar créditos a las PYMES. Pero yo creo que el problema fundamental de esta fragmentación no son tanto las actuaciones del BCE como que la transmisión de los impulsos del BCE está rota, lo que se deriva de que no existe una unión bancaria en Europa. Es decir, en la zona euro tenemos una política monetaria única, que son los tipos de interés únicos, y éstos son los mismos para todos los países de la eurozona, pero después los impulsos de esta política monetaria no se transmiten de forma idéntica por áreas geográficas: se transmiten mucho mejor, por ejemplo, a los países del norte de Europa (Alemania, Holanda, Bélgica) que en el caso de los del sur.

¿Por qué pasa eso? Pues por una cuestión muy simple: porque los bancos, que son los intermediarios que tienen que hacer llegar esos impulsos monetarios que lanza el BCE hacia las PYMES y hacia las familias, no se perciben de la misma forma en el norte y en el sur de Europa. No se perciben igual no en función de la solvencia de sus balances, sino de dónde están domiciliados. Y el único modo de romper eso es la unión bancaria.

La unión bancaria, en última instancia, lo que supone es un supervisor único, un órgano de resolución única, y también un seguro de depósitos único. Con esas tres

cuestiones tendríamos una unión bancaria —yo creo que la vamos a tener antes de final de año—, y ésa es la verdadera razón para acabar con la fragmentación del mercado de crédito, porque entonces los bancos se valorarían no en función de dónde estén domiciliados sino en función de su balance, de su solvencia. Eso llevaría a que en España —creo que tenemos bancos solventes, como decía anteriormente, de los más solventes, o los más solventes, de Europa— el impulso monetario del BCE acabaría llegando a las PYMES y a las familias.

Una vez dicho eso, hay otra cuestión que también me gustaría destacar. La economía española está muy endeudada, sobre todo su sector privado, especialmente las empresas no financieras, es decir, las empresas no bancarias. Supone aproximadamente el 128 o el 129% del PIB. Ha bajado mucho en los últimos tres o cuatro años ese nivel de endeudamiento, pero esa reducción es la señal fundamental del saneamiento de la economía española y, por tanto, el crédito en España se tiene que reducir. Pero se tiene que reducir de la forma correcta, de una manera discriminada. ¿En qué sentido? El problema del sobreendeudamiento de las empresas españolas afecta fundamentalmente a las constructoras y las inmobiliarias, y ahí es donde se tiene que dar el desapalancamiento, donde no tiene que haber crédito disponible; al contrario, se tiene que reducir. Mientras que para muchas otras empresas, cuando ya salimos fuera del sector de la construcción y del sector inmobiliario, el endeudamiento en España es similar a la media europea. Y los bancos, de vez en cuando, reaccionan de forma indiscriminada, cuando de lo que se trata es de que empiecen a discriminar. Es decir, es estrictamente necesario que haya una reducción global del crédito, que se tie-

ne que centrar en constructoras e inmobiliarias, mientras que, simultáneamente, tiene que haber crédito disponible para todas aquellas empresas que están en situación de solvencia y que son perfectamente viables a futuro. Y que, además, tienen capacidad de exportación.

Siempre pongo un ejemplo, que es el del sector del automóvil. Se trata de un sector que no está limitado por la financiación en España, porque es multinacional. Pues este sector está invirtiendo en España. ¿Por qué? Porque considera que España es competitiva; por eso está transfiriendo producción de otros países hacia el nuestro. Esto es algo que, de alguna forma, se debería extender a otros sectores que no tienen acceso a financiación internacional, como tienen las multinacionales del automóvil. Ahí es donde, efectivamente, la banca española tiene que poner a disposición de estos sectores, de estas PYMES, que están exportando muchísimo, financiación para el día a día.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: «¿Tiene noticia de cómo va la supervisión de nuestro país por parte de los hombres de negro, de la troika?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No tengo ni idea, pero estoy convencido de que el informe va a ser positivo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta: «El Banco de España ha dado esta mañana el dato de que los inversores extranjeros invirtieron el año pasado cincuenta y siete mil setecientos millones menos en deuda. ¿Cuándo se va a dar

la vuelta a esta tendencia? Usted ha dicho en el Congreso que el ajuste será de tres mil millones. ¿Qué impuestos se van a tocar?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Es cierto que el año pasado se redujeron las tenencias de inversores extranjeros en deuda pública española, entre principio y final. De todas formas, cuando este Gobierno llegó al poder a finales del año 2011, el BCE estaba comprando deuda pública española. Es decir, entre agosto y finales del año 2011, el BCE, y esto es público, compró cuarenta y cinco mil millones de euros de deuda pública española; lo que antes nos decían que era el rescate. Si a nosotros, en este momento, el BCE o cualquier otro nos comprara cuarenta y cinco mil millones de euros de deuda pública española la situación de la prima de riesgo sería mucho mejor que la que tenemos actualmente, y estaría donde yo espero que esté dentro de unos meses. Ésa es la primera consideración. Hubo después dos momentos muy delicados a lo largo del año: uno fue el mes de mayo, con todas las dudas sobre el sistema bancario español; y después hubo otro en el mes de julio, en el cual el diferencial de los países periféricos, como consecuencia de las dudas sobre el futuro del euro, se amplió notablemente y nos fuimos a seiscientos cincuenta puntos. A partir de ahí el tema empezó a mejorar y comenzamos a ver cómo entraban ya inversores extranjeros. Los datos que tenemos de lo que va de este ejercicio 2013 es que han vuelto a entrar de forma importante y que gran parte de las salidas que hubo el año pasado ya se han recuperado por parte de los tenedores de deuda nacional.

Después, la segunda cuestión, era en relación con los tres mil millones del programa de estabilidad. El programa de estabilidad establece tres mil millones, de los cuales se dice que un tercio son vía impuestos —no son impuestos importantes; son impuestos medioambientales que se concretarán en los próximos días; no afecta a ninguno de los impuestos fundamentales, la espina dorsal de nuestro sistema tributario, como son el IVA, el IRPF, etcétera—. Y, por otro lado, hay dos mil millones de euros de reducción de gasto. Existe una regla de oro que siempre aplican los analistas y la propia Comisión y el Fondo Monetario cuando se analiza un ajuste fiscal: lo que dicen, y es lo que ha intentado aplicar el Gobierno español —si lo miran ustedes con un poquito en detalle en el ajuste fiscal que se produjo el año pasado y también en el que se va a producir en los próximos años—, es que dos tercios de la consolidación fiscal tienen que venir vía reducción de gasto y un tercio a través de subida de impuestos. Eso es lo que se recoge en el programa de estabilidad de España. Y ahí se hace una referencia a una serie de actuaciones de no disponibilidad de crédito para que, efectivamente, a pesar de que el déficit público este año nos lo hayan elevado del 4,5 al 6,3, hay que hacer un ajuste adicional de tres mil millones, que no tiene nada que ver con lo que ocurrió el año pasado, para garantizar absolutamente que se cumple el 6,3.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Una pregunta de carácter un poco retrospectivo de **Juan Cuesta**. Dice así: «Si los plazos que Europa nos permite al final para el cumplimiento del déficit nos los hubiera puesto al principio, como es razonable,

¿cuántos recortes y sacrificios nos habríamos evitado? ¿Por qué no lo han hecho de esa manera? ¿No nos creen con responsabilidad suficiente?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Nosotros acabamos el año pasado con el déficit público en el 7%. La cifra que inicialmente teníamos estaba en el entorno, me parece, del 4%; después pasamos al 5,3, después al 6,3 y acabamos en el 7%. Es decir, que ha habido una flexibilización del objetivo de déficit público en el año 2012. ¿Cuál era el problema de España? Pues que partía de un déficit público muy elevado, que era del 9%, y que además se combinaba con una recesión. La combinación de la recesión con un déficit público inicialmente muy elevado que había que contraer necesariamente fue lo que llevó al ajuste que realizó España, que, como dice el Fondo Monetario Internacional, ha sido el más importante de cualquier país del G-20. Pero ha habido flexibilización del objetivo de déficit nominal.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Bernat García del diario *Expansión*: «Se ha criticado desde los analistas y, a menudo, desde Bruselas, que el plan de reformas ha sido insuficiente. ¿Quizás no se ha explicado bien? ¿Cree que hay margen para ser más agresivos en las reformas estructurales?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Esto enlaza con lo que comentaba yo al principio de mi exposición. Vamos a ver. Yo creo que las cosas se pueden explicar bien, mejor, pero que al final hay una realidad, una sustancia, una

verdad, y que la verdad siempre se acaba imponiendo. Es decir, no creo que nunca los problemas sean de comunicación. Puedes comunicar mejor, puedes tener una política de mayor o menor transparencia, de mayor o menor apertura, pero después está la realidad de las medidas que adoptas, y eso siempre se acaba imponiendo. Ésa es la primera cuestión.

Segunda cuestión: yo no tengo la impresión de que Bruselas cuestione nuestro plan de reformas. A los técnicos comerciales y economistas del Estado nos enseñan una serie de hitos en los temas de la oposición y uno de esos hitos es el del Plan de Estabilización del año 59. El que lo pensó era un economista de Esquerra Republicana que se había exilado, volvió, lo cogieron en el Banco de España de jefe del Servicio de Estudios y diseñó este plan para España, que fue lo que llevó lógicamente a que después, en los sesenta, España creciera mucho.

Intento ser lo más objetivo posible —todo lo objetivo que puede ser un ministro de Economía del Gobierno actual—, pero, cuando analizo las medidas que se han ido tomando desde ese plan de estabilización, la impresión que tengo es que no ha habido ningún Gobierno que haya tomado tantas medidas de reforma estructural, en absoluto. Es decir, hemos hecho una reforma laboral, por ejemplo, que en todo el ámbito de la negociación colectiva yo creo que supone un avance importantísimo en la flexibilización de lo que son la determinación de las condiciones laborales. En el ámbito financiero hemos incrementado las provisiones en ochenta y seis mil millones de euros, como decía anteriormente. Hemos creado un nuevo marco de resolución bancaria, que es el más avanzado que existe en Europa. Y hemos acelerado todo el pro-

ceso de consolidación en el sector bancario. Por otro lado, en el ámbito presupuestario, hemos conseguido reducir el déficit público en dos puntos con una recesión próxima al 1,5%; hemos aprobado una ley de estabilidad presupuestaria que pone orden en lo que son las cuentas de las comunidades autónomas; ha habido un ajuste muy importante del gasto en las administraciones públicas, que se ve, por ejemplo, en los datos de evolución de empleo público que pone de manifiesto la Encuesta de Población Activa; hemos creado un fondo de liquidez para pagar a las comunidades autónomas que habían perdido el acceso al mercado; hemos creado un fondo de proveedores de treinta mil millones de euros, porque aquí no solamente había un problema de crédito, sino que las administraciones públicas nunca pagaban; hemos liberalizado los alquileres de vivienda; hemos liberalizado, por ejemplo, toda la apertura de locales comerciales y de negocio; hemos planteado las bases para la liberalización del sector ferroviario, para la privatización de AENA...

Bueno, yo creo que no es poco. La situación inicial era extremadamente complicada y me pueden decir que hace falta más, pero yo creo que es difícil que haya gente que diga que eso es poco. Por otro lado, hasta final de año, nuestro plan nacional de reformas determina una hoja de ruta en la cual se va a crear una autoridad fiscal independiente; vamos a aprobar la ley de unidad del mercado; vamos a aprobar la ley de servicios y colegios profesionales; se va a aprobar un factor de sostenibilidad... Yo, sinceramente, puedo aceptar que alguien nos diga que los problemas iniciales eran tremendos y que podría haber hecho falta más pero, desde luego, no creo que nadie niegue que en los últimos cuarenta, cincuenta, sesenta años, no sola-

mente durante la democracia, sino desde el Plan de Estabilización, no ha habido otro Gobierno que haya tomado más medidas que éste Gobierno.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Otra pregunta: «¿No es obsceno y vergonzoso —esto ya se calienta, eh— que la presidencia de SAREB, del banco malo, gane un sueldo de treinta y tres mil euros al mes? ¿Sigue la fiesta en la banca pública?» Esto lo pregunta **Luis Balcarce**, de *Periodista Digital*.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: El sueldo de SAREB se ajusta estrictamente a lo que son los parámetros de la banca intervenida. Sin ser una banca intervenida, porque no lo es, el criterio que se utilizó es la reducción que se impuso a los bancos intervenidos. Lo que yo les podría decir en relación con este tema, y con otros —porque yo no voy a entrar en casos concretos—, es que la presidenta de SAREB trabajó mucho más de un mes el año pasado; no sé si han tenido ustedes la ocasión de comparar lo que eran las remuneraciones de las antiguas Cajas de Ahorros antes y después de sacar la limitación que este Gobierno fijó en febrero del año 2012. Si ustedes ven lo que se pagaba antes y lo que se pagó después, creo que de alguna forma valorarán el esfuerzo que se ha realizado de moderación y de austeridad.

Por otro lado, también, como saben perfectamente —tampoco voy a entrar en casos concretos—, el FROB está llevando a cabo una actuación sobre lo que son pensiones de ejecutivos de entidades, y también desde el punto de vista de identificar actuaciones que se consideran que no son correctas, con una transparencia y con una

rapidez que, por desgracia, a mi entender, no había ocurrido en los últimos años. Además, la ley de Cajas de Ahorros y de fundaciones bancarias que hemos aprobado establece una profesionalización que, si la hubiéramos tenido antes, también nos habríamos evitado muchísimos quebraderos de cabeza. Así que, más allá de lo que es un caso concreto —vuelvo a repetir: la SAREB está sujeta a las mismas normas de limitación de remuneración que un banco intervenido, siendo una entidad que tiene mayoría de capital privado—, no ha habido ningún Gobierno que haya establecido tantas limitaciones, tanta transparencia, que haya hecho tanto esfuerzo. Porque hay un aspecto que es importante —y enlaza también con una cuestión que me hacían al principio—: el Gobierno es consciente del sufrimiento que se está produciendo en una parte de la sociedad española y es absolutamente consciente de que es imprescindible pasar un mensaje de austeridad y de moderación en todos los niveles. Porque eso, de alguna forma, es lo que después permite tener cierta autoridad moral para pedir que el resto de la sociedad asuma decisiones que no son sencillas.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Autoridad moral. «¿Se muestra partidario de ir más allá en la reforma laboral aprobada en febrero de 2012?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Los efectos de la reforma laboral son, desde mi punto de vista, muy positivos en varios entornos, como por supuesto la competitividad exterior, la evolución de salarios o la negociación colectiva. Pero después hay una cuestión que sí es también importante: esta reforma labo-

ral ha moderado la destrucción de empleo que se habría producido en España el año que viene, con una caída del PIB como la que tuvimos, del 1,4%, si no hubiera estado en vigor. Eso es una realidad que mide cualquier modelo econométrico. Lo que no podemos pedirle a la reforma laboral es que, en una situación recesiva como la que tenemos actualmente, se cree empleo. Pero esto también lo reconoce la propia Comisión Europea; la reforma laboral ha conseguido que se empiece a crear empleo con umbrales de crecimiento mucho más moderados que anteriormente; antes se decía que tenía que estar por encima del 2%, ahora está en torno al 1%.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Siguiendo con la creación de empleo, le preguntan: «¿Qué opina de la práctica —o del ensayo, como dicen los responsables— de la Comunidad de Madrid de ofrecer empleo a los que cobran el paro y excluir a los que ya agotaron el subsidio?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No voy a entrar en un caso concreto, pero antes lo comentaba con Marcos de Quinto: en España, en una situación de tensión presupuestaria como la que tenemos, hay que pelear con todas nuestras fuerzas contra el fraude en los impuestos. Y ahí el Gobierno está haciendo un esfuerzo muy importante. España tiene un problema, y es que a pesar de que tenemos nominalmente unos impuestos muy altos, la recaudación tributaria como porcentaje del PIB es reducida. Ahí hay algo que se debe mejorar porque, efectivamente, no es lógico que con los tipos que nosotros tenemos solamente se recaude el 35% del

PIB, cuando en otros países están en el entorno del 42, 43, 44%. Y, por otro lado, también está el fraude en lo que son las prestaciones sociales. No me refiero a que este caso concreto sea un tema de fraude, pero, evidentemente, ni España ni los españoles nos podemos permitir que exista fraude, ni en el ámbito de los impuestos ni en el ámbito de las prestaciones sociales.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Preguntan: «¿No cree que es momento ya de bajar impuestos, recortar gasto de las administraciones y recuperar la inversión pública productiva?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: En España el gasto público se ha reducido bastante. Si uno hace un análisis de las grandes partidas de gasto público, en España está la más importante, que como saben ustedes son las pensiones, con algo más de cien mil millones de euros. Después tenemos el pago de intereses de la deuda, que está en los treinta y tantos mil millones, aunque yo creo que este año, tal como van las emisiones del Tesoro, ahí habrá un cierto margen. Después van la prestación de desempleo, que también está en torno a los cuarenta mil millones de euros; la sanidad, que está por encima de los cuarenta mil millones; la educación, con treinta mil millones, etcétera. Éstas son las grandes partidas. A veces esto se confunde un poco, porque en España el peso del sector público está muy claramente por debajo de la media europea y nuestro problema, como indicaba anteriormente, es un problema de ingresos. Me parece que el peso del gasto público total en

España supone en torno al 42% del PIB y nuestro problema es que los ingresos públicos suponen aproximadamente el 35%. Eso es lo que nos produce el déficit público.

Creo que la reforma de la administración hay que hacerla, y el Gobierno, a finales de junio, va a presentar un plan integral de reforma de las administraciones públicas. Pero esta reforma creo que tiene que ver más con un dato de la EPA sobre la evolución de los empleados públicos en los últimos doce meses, donde se ve que, efectivamente, se está produciendo un efecto como consecuencia de la consolidación fiscal.

Sin embargo, yo creo, si me permiten ustedes, que el problema de España no se debe tanto al tamaño de la Administración —estamos por debajo de la media— como a que el proceso de toma de decisiones de las administraciones públicas es muy difícil de implementar. ¿Por qué? Porque tenemos las comunidades autónomas, tenemos los ayuntamientos... Es decir, no es tanto una cuestión de gasto público, de racionalización de gasto —que sí puede haber y que se tiene que producir—, como que las decisiones de las administraciones públicas, que muchas veces se concretan en regulación, sean mucho más coordinadas y mucho más razonables. Ahí es donde creo que, efectivamente, está el problema, mucho más que en el tamaño en sí mismo. En los ratios habituales por los que se mide el sector público en los países de la OCDE, España está por debajo de la media.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: La pregunta dice: «Déficit asimétrico: ¿una solución o un nuevo problema?» Es de **Esmeralda Velasco**, directora de Informativos de Radiotelevisión de Valencia.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Lo que ha ocurrido hasta ahora es que nosotros establecíamos una media de objetivo de déficit para el conjunto de las comunidades autónomas y que después estaba la realidad. Y la realidad es que los déficits eran asimétricos: había algunos que estaban por encima del tres y otros que estaban en torno al cero. Es decir, que lo que hay que hacer es establecer objetivos que sean realistas, que sean cumplibles, y determinar un sistema, que ya tenemos establecido, en el cual los cumplidores y los no cumplidores encuentren incentivos para irse por debajo de la media establecida.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Aquí tenemos una pregunta de **Joaquín López-Sáez**, de la Cadena COPE, que rompe con esta línea: «Uno de los pocos sectores que parecerían haber evitado la crisis es el fútbol, con fichajes, sueldos y cláusulas de rescisión astronómicas. Ahora da la sensación de que la mayoría de los clubes de fútbol están muy cerca de la quiebra y de que la televisión no va a poder seguir pagando las mismas cantidades a los equipos, que, por cierto, deben ya mucho dinero a Hacienda y a la Seguridad Social. ¿Le preocupa que estalle la burbuja futbolística?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Voy a aprovechar que estoy aquí rodeado de muchos amigos periodistas que son del Madrid para agradecerles la felicitación que me hicieron por silencio administrativo con la victoria del Atleti el otro día en la Copa. Pero bueno, una vez dicho eso, de vez en cuando, después de catorce años, un minuto de gloria no está mal.

En España ha habido muchas burbujas. Hemos tenido la burbuja inmobiliaria, que es la peor, y burbujas crediticias. Creo que los españoles hemos vivido muchos años del crédito y tenemos que empezar a vivir de nuestro esfuerzo personal y de la productividad. Ése es un cambio que no es sencillo y que también ha afectado a muchos ámbitos económicos, no solamente al sector inmobiliario sino a los medios de comunicación, también al tema del fútbol y, por ejemplo, al sector de la energía. Ahora tiene que producirse una reconducción, que es necesaria, que está ahí. Es más fácil pasar de estar en un hostel de dos estrellas a un hotel de tres que volver a bajar a una realidad que es más dura, y eso es lo que tenemos que hacer. Y tiene que afectar a muchos sectores de la actividad económica en España, incluido el fútbol, por supuesto.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Hay una pregunta que formulo, pero no quiero que se piense que yo coincido con lo que aquí se afirma, porque me parece que no es del todo exacto. Dice: «¿Ha dado un bandazo el Gobierno sobre las diputaciones? ¿Por qué después de proponer su desaparición...» Yo no recuerdo que el Gobierno propusiera su desaparición. ¿Lo propuso?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: No lo propuso. Es que nadie empieza, nadie es Adán, todos tenemos una historia y el presidente del Gobierno fue presidente de la diputación de Pontevedra; y eso no se cura. O sea que no propuso la desaparición. En

fin, aquí dice: «¿Por qué ahora quiere darles más protagonismo y que sean las que provean de servicios y recursos a los ayuntamientos con problemas? ¿Es porque ahora tiene más en su poder?» Más diputaciones en poder del PP, se entiende.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No, no creo que sea por eso.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Seguimos. Y ahora vamos a entrar en otro terreno que puede, en fin, tener su interés: «¿Cuál es la posición del Gobierno respecto al secesionismo catalán?» Me voy a atrever a responder yo antes de que lo haga el ministro: es contrario.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No hay mucho más que elaborar, lógicamente. Es decir, desde todo punto de vista, yo siempre lo digo, en estos momentos y en el pasado y en el futuro también, es mucho más importante unir que separar.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Seguimos con este mismo tema: «¿Desde el punto de vista económico es viable una Cataluña independiente? ¿Es cierto que en algún momento en esta legislatura —esto no tiene nada que ver con Cataluña, pero bueno, está aquí adosado— ha tenido usted la tentación de abandonar su puesto al frente del ministerio?».

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No, lo segundo no es cierto. Y, respecto a lo otro, vamos a ver: la realidad económica catalana está tan imbricada, como no puede ser de otra forma, con la realidad económica del resto de España que yo es que ni me lo imagino.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Ahora damos otro viraje y entramos en temas que tienen que ver con el periodismo: «¿Está a favor del regreso de la publicidad a Televisión Española?». Esta pregunta la hace **Alfonso Rodríguez**.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: La verdad es que yo aquí tengo poco criterio formado, porque Televisión Española depende del ministro de Hacienda. El otro día, el ministro de Hacienda —y a mí me lo ha comentado en alguna ocasión— dijo que consideró que fue un error quitar la publicidad de Televisión Española. La verdad es que no puedo aportar nada más, porque no lo he visto en detalle y prefiero callarme en las cuestiones sobre las que no tengo criterio formado.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Bien. «En la rueda de prensa, tras el Consejo de Ministros del 26 de abril, usted y Montoro reconocieron que no habría crecimiento ni recuperación del empleo hasta 2015, o finales de 2014 como mínimo. ¿Qué ocurrió para que unos días después —yo creo que dice aquí Rajoy— Montoro y usted mismo adelantaran el pronóstico y empezaran a hablar de recuperación más temprana? ¿No afecta eso a la credibilidad?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: La verdad es que lo debimos de explicar bastante mal. Voy a ver si puedo explicarlo un poquito mejor; lo he intentado en varias ocasiones. El programa de estabilidad es el compromiso de España con una senda de reducción del déficit público; solamente vale para eso. Cuando negocias con Bruselas tú dices: «Oye, pues éste es mi déficit nominal, éstas son las medidas que más o menos tengo que tomar, ésta es la senda que tengo de aquí al año 2016 y éste es mi cumplimiento con el programa de estabilidad, pues estoy sometido a una cosa que se llama el procedimiento de déficit excesivo.» Lo importante de ese programa de estabilidad son las cifras que se establecen, es decir, el 6,3, el 5,5, el 4,5 —estoy hablando de memoria— y el 3% que se alcanzaba en el año 2016. Eso es lo fundamental. A partir de ahí, ¿qué es lo que ocurre? Que hay que poner una serie de cifras de evolución macroeconómica, de envolventes macroeconómicas, como decimos los economistas, que no tienen capacidad predictiva. Eso no supone que el Gobierno esté haciendo una proyección, sino que tienen que ser muy creíbles, tienen que ser muy prudentes, para otorgarle un elevado nivel de certidumbre al compromiso de reducción del déficit público. Sería muy fácil, por ejemplo, que nosotros pusiéramos que en el año 2015 vamos a crecer al 4% del PIB. Pero después hay una cuestión: eso nos lo van a valorar los mercados y lo va a valorar la Comisión Europea y el resto de socios europeos. Y entonces pueden decir que no es realista que nosotros pongamos el 4%, porque si nosotros crecemos al 4% la cifra de déficit público que ahí hemos pintado se obtiene de una forma muy fácil, muy sencilla, pero con base a unas hipótesis que no son realistas.

Nosotros hicimos lo contrario. Es decir, si ustedes miran las hipótesis envolventes o de esa evolución macroeconómica verán, por ejemplo, que este año estamos pintando unos tipos de interés a largo plazo muy por encima de los que tenemos en este momento, o un tipo de cambio del dólar que es mucho menos favorable para Europa que el que tenemos ahora, o un precio del petróleo mucho más negativo que el que existe hoy. Vuelvo a repetir que esto es únicamente porque se pretende, con esas envolventes macroeconómicas, dar mucha credibilidad a los objetivos de déficit público.

Regreso al tema de la comunicación del principio. Cuando el Gobierno dio esa rueda de prensa había una noticia de verdad, que era que en vez del 4,5% nos daban el 6,3% y dos años más para alcanzar el 3%. Bueno, nos debimos de expresar muy mal para que, efectivamente, lo que se transmitiera posteriormente fue que no habría recuperación hasta el año no sé cuántos. Ésas son las cuestiones, pero el fondo es lo que, efectivamente, después comentó el presidente del Gobierno cuando intervino en el Parlamento. Es decir, que nos habían dado de margen presupuestario, de más déficit público en términos nominales, dieciocho mil novecientos millones de euros y dos años más. Eso es lo fundamental. Si ustedes me preguntan ahora si creo que se van a cumplir las envolventes macroeconómicas incluidas en el programa de estabilidad, yo les digo que estoy convencido de que los datos van a ser mejores que éstos. Sin duda.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Bien. En esa misma línea: «¿Cree usted que los medios de comunicación intensifican o —como ha dicho Fernando Vallespín— «irritan» la crisis con su enfoque de la realidad?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No, creo que no. En primer lugar, creo que los lectores, igual que los votantes, son mucho más inteligentes de lo que parece. Y, después, en España tenemos una prensa libre y diversificada. Normalmente yo no me irrito nunca por lo que aparece en los medios de papel, en los digitales o en las radios y las televisiones.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Era en la línea de si los medios agravan, pero bueno.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No, tampoco.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Sí. Con la pregunta siguiente ya estamos entrando en zona caliente, o sea nocturna: ayer por la noche, comparecencia del presidente Aznar. Dice aquí: «¿Es partidario de que vuelva Aznar?» O sea, entramos de frente y por derecho, como esta tarde en la corrida de la Prensa. «¿Cómo cree que se va a resolver la operación Unicaja?» Eso ya está contestado. La pregunta es de **Antonio Yélamo**, de la Cadena SER de Andalucía.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Vamos a ver. El Gobierno tiene en estos momentos un presidente que yo estoy convencido de que posee las características absolutamente adecuadas para sacar a España de la crisis y hacer frente a todos los problemas que tenemos planteados, que son muy profundos.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Ahora es **Emilio de la Peña**, de la Cadena Ser, que dice: «¿Es leal con el Gobierno de su propio partido lo que ha dicho José María Aznar en Antena 3 Televisión?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No voy a entrar en valoraciones. Yo lo único que puedo decir es que este presidente del Gobierno y este Gobierno tienen toda mi lealtad.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: «¿Qué piensa un ministro sin carnet del partido sobre las sorprendentes y malintencionadas insinuaciones del expresidente Aznar sobre su hipotética vuelta al ruedo político nacional?» Esta es de **Miguel Ángel Noceda**, de *El País*.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Bueno, yo creo que la he contestado con las dos anteriores.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Se da por contestada. Y ahora: «¿Qué piensa de que Aznar haya dicho que hace falta bajar los impuestos?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: En el programa de estabilidad de España aparece, creo recordar —porque no voy a decir que lo escribí yo, pero sí que lo comenté con los servicios—, que antes de 2015 se revertirá totalmente la subida del IRPF que se produjo a finales de 2011.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: En esta misma dirección: «¿Es demasiada la presión que se está haciendo a las clases medias? ¿No es preocupante?» Esto es de **Juan Novo**, de Antena 3 Noticias.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Hombre, ha habido una serie de subidas de impuestos que no son populares: del IRPF, del IVA, del IBI. La realidad es que nosotros estábamos en la situación que estábamos. Pero después también ha habido reducciones de gastos. Pero yo creo que la mayor presión sobre la clase media española es el desempleo, que es el problema al que hay que intentar darle la vuelta.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: «Dos pesos pesados como Aguirre y Aznar reclaman una bajada de impuestos. ¿Lo descarta rotundamente? ¿No debería plantearse un debate al respecto?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Los debates se plantean libremente en una sociedad como la española. Y vuelvo a repetir: lo que el Gobierno ha dicho, y aparece reflejado y escrito en su programa de estabilidad, es que antes de 2015 revertirá totalmente la subida de impuestos del año 2011.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Dice esta pregunta, que es de **Miguel Hu-
manes**: «Su relación con Cristóbal Montoro es tan mala como se dice o peor?»

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: En política de vez en cuando hay leyendas urbanas. Y una es que yo me llevo mal con Cristóbal. Hoy he estado con él bastante rato en el Congreso y hemos estado viendo una serie de cuestiones conjuntamente, pues nos reunimos bastante. En primer lugar, Cristóbal Montoro fue mi jefe en el año 96, cuando yo era director general y él era secretario de Estado de Economía, y tengo con él una relación personal y profesional francamente buena. Y después hay otra cosa que yo siempre aplico en estos planteamientos —y además se lo digo a mis colaboradores—, que es que estamos todos en el mismo barco. Es decir, si le va muy bien a la política fiscal de España, que es responsabilidad del señor Montoro, pues le irá muy bien a la economía española y le irá bien al ministro de Economía. Por tanto, en este tipo de planteamientos creo que, independientemente de lo que pueden ser siempre matices diferentes, mi relación personal con Cristóbal Montoro es buena. Tengo por él mucho respeto personal y profesional y él lo sabe. Trabajé con él durante casi cuatro años codo a codo y creo que él también tiene aprecio personal y profesional por mí. Y después sabemos perfectamente que yo lo necesito a él y que él me necesita a mí.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Yo, que estoy a la izquierda del ministro, puedo confirmar que, después del rato que ha pasado con Montoro, no tiene ninguna magulladura; se encuentra completamente ileso. Pues hemos concluido el turno de preguntas. Ahora yo les diría a los que están aquí, en la mesa del centro, que planteen alguna cuestión. Por ejemplo, tú que has moderado una mesa.

JUAN RAMÓN LUCAS. Exdirector de «En días como hoy», RNE: En el tema de los impuestos el ministro se ha remitido a la ley, pero me gustaría saber su opinión, si cree que habría margen para bajar impuestos en este momento, independientemente de lo que haya comprometido hasta 2015.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No, en este momento no hay margen para bajar impuestos. Cuando se asiente la recuperación, que puede no tardar mucho, entonces será el momento adecuado. Además, la bajada de impuestos se tiene que hacer con unos presupuestos generales del Estado. Como muy pronto, cualquier retoque de impuestos tendría que ocurrir a principios del 2014.

JESÚS MARAÑA. Director de *Infolibre*: Creo que no hemos tocado el tema de la reforma de las pensiones. Me gustaría saber cuál es su opinión. Sé que queda que la comisión de expertos presente el informe y que pase por el Parlamento, pero ¿usted cree que se van a aprobar los dos factores, de forma que la reforma afecte a las pensiones futuras, pero también a las pensiones actuales?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Vamos a ver. El sistema de Seguridad Social en España ha vivido dos reformas importantes en los últimos dos años o dos años y pico. Una fue la que hizo el Gobierno socialista, el Gobierno de Zapatero, que retrasó de la edad de jubilación; algo que yo, cuando no era ministro, valoré positivamente. Creo que ésa es una realidad que ha sido bien valo-

rada en Europa, que es de las cosas buenas que hizo el anterior Gobierno. Ojalá hubiera habido muchas en ese sentido.

Después, este Gobierno ha abordado otra cuestión que también es muy importante, que es penalizar las jubilaciones anticipadas y endurecer el régimen de prejubilaciones, porque el problema no era solamente la edad legal de jubilación sino la edad actual de jubilación.

Nos queda una tercera pata, que es el factor de sostenibilidad. Las reformas en pensiones, siempre lo he dicho, tienen que ser extremadamente graduales; no pueden ser bruscas nunca. ¿Y qué significa la gradualidad? Pues supone, por ejemplo, lo que se hizo con el tema de la edad de jubilación, que se va elevando año a año en un mes. Porque los cortes, las soluciones de continuidad, tienen implicaciones negativas en un colectivo que es muy importante para nosotros, que son los pensionistas. Por lo tanto, creo que el factor de sostenibilidad fundamentalmente tiene que afectar a lo que es la sostenibilidad de pensiones futuras, no a las pensiones que están actualmente fijadas.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista en *La Vanguardia* y *El Confidencial*:

Ministro, vuelvo al tema de las declaraciones del expresidente Aznar. Más allá de que segundas partes nunca fueron buenas, la añoranza sobra, etcétera, como han manifestado algunos dirigentes del partido y algún miembro del Gobierno, ¿no encuentra en alguna reflexión del expresidente un buen motivo para pensar? Es decir, ¿no hay en las declaraciones del expresidente Aznar nada que invite al Gobierno a reflexionar

sobre si lo están haciendo todo bien o si quizás algunas de las sugerencias o planteamientos del expresidente sean razonables?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No solamente con las declaraciones del expresidente Aznar. El otro día a mí, por ejemplo, me preguntaban por un informe del Instituto de Estudios Fiscales sobre el tema de las pensiones, que planteaba una cuestión que la verdad es que yo no veía en absoluto —y además lo dije así públicamente—, que era una reducción de las pensiones entre el 20 y el 40%. Vamos a ver. En esta vida el presidente Aznar tiene todo mi respeto. Yo fui secretario de Estado con él y creo que ha sido una persona que ha hecho mucho por España, pero vuelvo a repetir que en estas cosas siempre me pongo en el sentido positivo. España tiene ahora un presidente del Gobierno que, desde mi punto de vista, aparte de contar con toda mi lealtad y garantías de que voy a intentar hacerlo lo mejor posible, tiene también las características adecuadas para sacar al país de la crisis y para hacer frente a los retos que tenemos que enfrentar, que son graves y profundos.

MARCOS DE QUINTO. Presidente de Coca-Cola España: Señor ministro, antes hablaba de que es momento de que todos arrimemos el hombro, incluidas empresas privadas, por supuesto. Y ayer, concretamente, en Coca-Cola iniciábamos una actividad que era una campaña para promocionar los bares en España. Se llama «Benditos bares». Es un sector de nuestra economía muy importante, probablemente mucho más importante que en otros países, que lo está pasando realmente mal, con unos descen-

sos acumulados de ventas del 7%. Mi pregunta va en el sentido de la que ha hecho antes Juan Ramón Lucas sobre si hay margen para bajar impuestos, pero, por decirlo así, es el negativo de esa pregunta: ¿hay planes para subirlos, incluidas las reclasificaciones del IVA? Porque debo confesar que en estos momentos el sector de la hostelería está realmente preocupado por ello, pues está sufriendo una situación verdaderamente mala y lo peor que les podría pasar ahora mismo sería una reclasificación en este sentido. Con todo lo que implica, por supuesto, en lo que es el turismo y lo que representa a nivel industrial. Gracias.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: No hay ningún planteamiento de reclasificación de productos del IVA más allá de lo que pueda dictaminar alguna sentencia del Tribunal de Luxemburgo, que es algo que ha ocurrido en algún caso concreto. Pero, como planteamiento autónomo del Gobierno, en absoluto.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Recordamos, Fernando González Urbaneja y yo, a un querido compañero que ilustró tantas crónicas de Joaquín Vidal en las páginas de toros de *El País*, Onésimo Anciones, que, a propósito de esto de los bares que ha sacado muy oportunamente Marcos de Quinto, siempre tenía una consigna en la redacción que decía: «Las noticias no vienen a la redacción. Las noticias están en los bares.» Además tengo que decir que tenía toda la razón. Siguiendo esa consigna, nos precipitamos a Casa Poli, en la calle Núñez de Balboa, y allí apareció un médico que me saludó atento porque me conocía y acabó contándome que venía de reconocer a Franco

cuando la primera flebitis. Y en la revista *Posible*, donde yo estaba, fuimos los primeros en ir. Inmediatamente nos precipitamos a El Pardo. Pedimos venado, pero dijeron que estaba en veda; pedimos cachalote, y entonces casi nos echan. Querido Fernando, querías hacer una pregunta en estos últimos momentos.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA. Columnista en ABC y República.com. Ex-presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid: Dieciocho meses han pasado desde las elecciones. ¿Qué es lo que no ha salido conforme a lo previsto?, que parece que es bastante. Y, si no ha salido como estaba previsto y esto está peor, ¿por qué no hay una rectificación?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Yo, desde luego, personalmente, no tenía expectativas excesivamente elevadas. Quien me conoce de antes de ser ministro sabe que yo hablaba de las dificultades de los desequilibrios de la economía española y que esto no se resolvía de un día para otro; en absoluto. Lo decía en el Congreso: sobre estos dieciocho meses —se pueden haber hecho cosas mejores y sin duda se pueden haber cometido errores; eso habrá mucha gente que nos lo diga y yo también, como ministro, hago autocrítica—, creo que lo fundamental es que hace dieciocho meses, o quince meses, España estaba en una trayectoria que nos llevaba indefectiblemente no sé si a la perdición, que he dicho yo esta mañana en el Congreso —como el nombre de la película, *Camino de perdición*—, pero sí a una situación muy, muy, muy difícil. Hoy la trayectoria de la economía española es distinta. Sabien-

do perfectamente que tenemos seis millones doscientos mil parados, una situación muy difícil, y que sigue habiendo desequilibrios, creo que la percepción de la economía española ha cambiado en estos dieciocho meses. Esto no supone en absoluto que mañana se vayan a solucionar todos los problemas económicos que tenemos, pero la trayectoria, el camino que nos queda por delante, va, creo yo, en la dirección correcta.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Ministro, durante su intervención he estado colgando algunas afirmaciones tuyas en Twitter. Y he podido comprobar algo. Y es que, en general, los ciudadanos no se creen el mensaje, no se creen que en 2014 vayamos a estar mejor. Entonces no sé si hay que decirlo arriesgándose a pillarse los dedos, si hay que dar moral a quien haya que dársela o si es que hay algo de cierto y, entonces, en 2014, de verdad los ciudadanos vamos a percibir que estamos mejor.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: En el análisis de las expectativas estoy totalmente de acuerdo en que los ciudadanos españoles son muy pesimistas. Eso te lo dicen todos los indicadores cualitativos y es una realidad.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Ministro, acuérdate del prestigio del fracaso.

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Los ministros somos gente rara desde el punto de vista de lo que son nuestras relaciones personales, porque te acotas, pero seguimos teniendo familia, colaboradores, amigos que te dicen

cómo lo ven... Y a mí me lo dicen continuamente. Uno, lógicamente, no vive en una torre de marfil absolutamente aislada. Lo que pasa es que se trabaja por algo, por modificar eso, por que la realidad sea mucho mejor que la expectativa. Los políticos tenemos poco prestigio y muchas veces no hemos dicho las cosas correctamente y hemos tomado medidas que no hemos explicado tampoco adecuadamente. Lo único que puedo decir, y estoy convencido de ello, es que creo que esto se está enderezando y que se va a enderezar más.

NACHO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: ¿En un año lo notamos?

LUIS DE GUINDOS. Ministro de Economía y Competitividad: Hay cosas que son difíciles de notar, porque hay una opinión pública con más información y sabe perfectamente lo que ha pasado España en el último año. Yo lo he dicho muchas veces: ha habido dos momentos extremadamente difíciles y críticos. Y en muchas ocasiones les he dicho a mis colaboradores que nos movemos en el mundo del mal menor. Todas las alternativas que teníamos eran muy difíciles y había que intentar elegir la menos mala, que a veces puede ser más desagradable a corto plazo para que permita, a medio plazo, que esto se relance y vuelva otra vez una cierta prosperidad económica. Pero, una vez dicho eso, estoy convencido de que el futuro será mejor y de que se va a notar.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: Ministro, el futuro inmediato tuyo es la Comisión de Asuntos Económicos del Congreso de los Diputados.

Aunque tú no has ido por esa senda, en el Gobierno hay muchos que han caminado por ahí: en vista de la dificultad de iluminar el futuro algunos de tus colegas —me cuesta decirlo, porque sabes el aprecio que tengo a todo el Gobierno, y especialmente al presidente y a la vicepresidenta— han enfilado la senda de «como es muy difícil iluminar el futuro, ennegrezcamos el pasado». Y esa senda me parece a mí que está un poco agotada.

Pero bueno, muchísimo ánimo. Te deseamos lo mejor y te agradecemos vivísimamente que hayas aceptado estar aquí con nosotros. Muchísimas gracias, ministro.

RELACIÓN DE ASISTENTES



Público asistente a la XI Jornada de Periodismo Coca-Cola

AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL. Secretario General de la APE.

ALFARO, JESÚS. Director de Comunicación de Navantia en la bahía de Cádiz.

ALFÉREZ, ANTONIO. Periodista *freelance*.

ANEL JUAN, FERNANDO. Responsable de Marketing Local de Cobega Barcelona.

ANGULO, CARLOTA. Periodista *freelance*.

BALCARCE, LUIS. Redactor Jefe de *Periodista Digital*.

BALLESTEROS CHILLÓN, JULIÁN. Director de *La Gaceta de Salamanca*.

BAZÁN, ÁNGELES. Informativos de Fin de Semana de RNE.

BELLO, CARLOS. Director de Economía de la Agencia EFE.

BOFILL ROVIRA, MARTA. Gerente de RR EE de Cobega Barcelona.

BONET GONZÁLEZ, XAVIER. Director de Cadena COPE Baleares.

BOUOCHICHE, BOUCHRA. Consejera Política de la Embajada de Marruecos.

BOSCH, ANNA. Redactora de Internacional de TVE.

BOTELLA, JORGE. Informativos de Antena 3.

CAPELLA MATAS, JOSEP. TV3 Madrid.

CAPELO, MANUEL. Subdirector de *ABC* Sevilla.

CARRERAS ÁLVAREZ, FÉLIX ÁNGEL. Director de *Tribuna de Valladolid*.

CASTAÑO, FEDERICO. Redactor Jefe de *Vozpopuli*.

CERDÁ, ALEJANDRO. Cobega Valencia.

CHAGUACEDA, CARLOS. Director de Comunicación Corporativa de Coca-Cola España.

COMAS, PEDRO. Director de *Ultima Hora* de Mallorca.

CONTRERAS, EMILIO. Analista Político de la Cadena SER.

CORRAL, JORGE DEL. Periodista. Exsecretario General de UTECA.

COVA ALONSO, ABRAHAM. Jefe de Relaciones Públicas de Cobega Tenerife.

CUERVO, JAVIER. Redactor Jefe de *La Nueva España*.

CUESTA, JUAN. Director de *Europa en Suma*.

DASWANI DÍAZ, MIGUEL ÁNGEL. Director de Informativos de Televisión Canaria.

DÁVILA MORENO, MANUEL. Director General de Cadena SER Ávila.

DIGHERO VITERI, RICHARD. Director Comercial de *Tribuna de Salamanca*.

DOMÍNGUEZ, MANUEL. Agencia EFE TV.

D'ONOFRIO, TATTIANA. Periodista *freelance*.

DRONDA, GABRIEL. Rendelsur, Sevilla.

EDO PRAT, JOAQUÍN. Jefe de Marketing Local de Cobega Barcelona.

ESCOLAR, NACHO. Director de *eldiario.es*.

ESTEBAN GÓMEZ, CARMEN. Directora Comercial de Cadena SER Ávila.

FAUS, JOAN. Redactor Jefe del diario *Ara*.

FEIXAS, MERITXEL. Redactora de Economía de Catalunya Radio.

FERNÁNDEZ PACHÓN, JERÓNIMO. Director de RTVE Andalucía.

FERREIRA, LUCAS. Director de Comunicación de MAXAM.

FERRER, JAVIER. Director de Cadena COPE Aragón.

FLORENTÍN, MANUEL. Periodista. Editor del grupo Anaya.

FONSECA, MERCEDES. Delegada en Madrid de Canal SUR radio.

GALLEGO, JOSÉ ANTONIO. Agencia EFE TV.

GIMÉNEZ-ALEMÁN, FRANCISCO. Analista Político de Canal SUR y de la Cadena SER.

GÓMEZ, JOSÉ MIGUEL. Director de Emege Diseño y Comunicación.

GONZÁLEZ ADAME, DAVID. Dédalo Comunicación.

GONZÁLEZ GARCÍA, JOSÉ ALBERTO. Director General de *Tribuna de Salamanca*.

GONZÁLEZ-PALACIOS, PABLO. Director de Cadena SER Oviedo.

GONZÁLEZ SÁNCHEZ, MIGUEL IGNACIO. Director de Protocolo de la Universidad de Salamanca.

GONZÁLEZ URBANEJA, FERNANDO. Columnista de *ABC* y *República.com*.
Expresidente de la Asociación de la Prensa de Madrid.

GONZÁLEZ, ELSA. Presidenta de la FAPE.

GUINDOS, LUIS DE. Ministro de Economía y Competitividad.

HERNÁNDEZ MEJÍA, PILAR. Redactora de *ABC* Castilla-La Mancha.

HERNANDO, ANTONIO. Físico. Director del Instituto de Magnetismo Aplicado de la Universidad Complutense de Madrid.

HERRAIZ AYUSO, ANTONIO. Cadena COPE.

HUMANES, MIGUEL. Exdirector de *Negocio*.

INVARATO, PILAR. Administration & Projects, Coca-Cola Iberia.

JUAN, JOSÉ-VICENTE DE. Patrono Delegado de la Fundación Diario Madrid.

JUANES DÍAZ, SANTIAGO. Director de Cadena SER Salamanca.

LAVIÑA, MARÍA. Casbega Madrid.

LÓPEZ DE OCARIZ, ÁNGEL. Casbega Madrid.

LÓPEZ-SÁEZ RODRIGUEZ, JOAQUÍN. Director Regional de COPE Andalucía.

LLORCA LLINARES, VICENTE. Director Adjunto de *Canarias 7*.

LUCAS, JUAN RAMÓN. Exdirector de «En días como hoy», RNE.

MACHADO CÁMARA, MAYRA. Delegada de zona de *El Correo Gallego*.

MANCISIDOR, FLORENCIO. Director de Onda Cero País Vasco.

MANRIQUE GONZÁLEZ, GERARDO. Director de Publicidad de Unidad Editorial.

MARAÑA, JESÚS. Director de *Infolibre*.

MARBÁN, ROBERTO. Redactor de *Periodista Digital*.

MÁRQUEZ VIÑES, GONZALO. Jefe de Relaciones Públicas de Norbega Bilbao.

MARTÍN ARANCIBIA, SALVADOR. Diario *Expansión*.

MARTÍN DEL POZO, MARÍA CONCEPCIÓN. Directora de Comunicación del
Ministerio de Economía y Competitividad.

MARTÍN FRESNEDA, JUAN FRANCISCO. Director del Centro Territorial de León
de Radiotelevisión de Castilla-León.

MATEOS, MAR. Intereconomía.

MONREAL MARTÍNEZ, JULIO. Subdirector del diario *Levante-EMV*.

MORAL SAN EUSTAQUIO, RUTH DEL. Redactora de Economía de la Agencia EFE.

MOYA, RUBEN DE LA. Delegado de RR EE de Casbega, Madrid.

MULET PANIZA, GABRIEL. Jefe de Marketing de Cobega Baleares.

NAVARRO, CARLES. Informativos de Fin de Semana de la Cadena COPE.

NAVAS RENEDO, RAFAEL. Director del *Diario de Cádiz*.

NEGRIN DORTA, SANTIAGO. Director de Informativos de Cadena SER Canarias.

NOCEDA, MIGUEL ÁNGEL. Redactor Jefe de Economía de *El País*.

NOGUEROL, JOSÉ MARÍA. Director de Velvet Comunicación.

NOVO, JUAN. Redactor de Informativos de Antena 3.

NÚÑEZ, MAYTE. Departamento de Comunicación de Telefónica.

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

PALACIOS, ARTURO. Asturbega, Oviedo.

PARIS FORTUNY, ALBERT. Director de Comunicación de *El Punt Avui*.

PARRERO, ANTONIO. Redactor de Informativos de TVE.

PAZOS, JOSÉ MANUEL. Socio fundador de Omega IGF.

PELAYO VALDEOLIVAS, JULIÁN. Director de Acciones Especiales de
El Diario Montañés.

PEÑA, EMILIO DE LA. Jefe de Economía de la Cadena SER.

PENELA PÉREZ, ANTONIO. Director del Centro Territorial de Radio TV Castilla-León.

PERAL, DANIEL. Excorresponsal de TVE en Berlín y Jerusalén.

PERALTA DE ANA, EDUARDO. Director del diario *Ideal* de Granada.

PERALTA, PEPI. Gestora de Programas de la Asociación de Periodistas Europeos.

PÉREZ GARCÍA, SANDRA. *Libertad Digital*.

PÉREZ MORÁN, ALBERTO. Casbega Salamanca.

PORTELA OVIEDO, FRANCISCO. Director del Grupo COPE Ávila y Segovia.

PRAT PIÑÁN, MARTA. Subdirectora de Informativos de Catalunya Radio.

PREGO, VICTORIA. Adjunta al director de *El Mundo*.

PRIETO MARTÍN, VICTORIA. Consejera Delegada de Radio Salamanca.

QUÍLEZ EZQUERRA, JOSÉ. Director de la Televisión Autonómica de Aragón.

QUINTO, MARCOS DE. Presidente de Coca-Cola Iberia.

RAMOS PEDRAGOSA, ANA. Redactora de la Agencia EFE.

RATO CANCER, JOSÉ MARÍA DE. Director de Onda Cero Oviedo.

REGALADO, ANTONIO. Revista *Sector Ejecutivo* y colaborador de *ABC* Toledo.

REIGOSA, CARLOS. Exdirector de la Agencia EFE.

RIEGO, CARMEN DEL. Presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid
y corresponsal diplomática de *La Vanguardia*.

RISI, MARCELO. Director de Comunicación de la Organización Mundial de Turismo.

RODRÍGUEZ, ALFONSO. TVE.

RODRÍGUEZ-ARIAS, JOSÉ. Banco Sabadell.

RUBIO, ALBERTO. Redactor Jefe de Nacional de *La Razón*.

RUIZ RIVERO, JOSÉ MANUEL. Director General de Radio y Televisión Islas Baleares.

RUPEREZ, IGNACIO. Diplomático y columnista del semanario *El Siglo*.

SÁENZ DE BURUAGA, ERNESTO. Director de «Así son las mañanas», Cadena COPE.

SÁNCHEZ, INMACULADA. Directora del semanario *El Siglo*.

SÁNCHEZ, ROSA MARÍA. Redactora Jefe de *El Periódico de Catalunya*.

SÁNCHEZ-HERRERA, GONZALO. Redactor de la Agencia EFE.

SAYOL LÓPEZ, CRISTINA. Political Intelligence Consultors.

SIERRA SÁNCHEZ, ROSA. Subdirectora de Radio Galega.

SILVEIRA NUNES, JORGE. Political Intelligence Consultors.

SIRÉS BENGOA, RAMÓN. Director Comercial Adjunto de *El Correo*, Bilbao.

TABOADA, MARÍA. Redactora de la Agencia EFE.

TRONCOSO, MARÍA. Begano Vigo.

VALENTÍN, JUAN PEDRO. Director de los servicios informativos de Cuatro y Telecinco.

VALLESPÍN, FERNANDO. Sociólogo y exdirector del CIS.

VEGA RODRIGUEZ, MERCEDES. Redactora de *ABC* Castilla-La Mancha.

VEGA, DIEGO DE LA. Asociación de Periodistas Europeos.

VELASCO IRIGOYEN, ESMERALDA. Directora de Informativos de Radiotelevisión de Valencia.

VILLARRUBIA, ARTURO. Casbega Toledo.

VIRGILI, ANTONIO. Director de Televisión del Principado de Asturias.

VIZMANOS, JOAQUÍN. Jefe de Economía de la COPE.

YÉLAMO CRESPILO, ANTONIO. Director de Cadena SER Andalucía.

ZARAGUETA BARRACHINA, IÑAKI. Delegado del diario *La Razón* en Valencia.

ZARO BECAS, MARÍ CRUZ. Gerente Comercial de la Corporación Aragonesa de Radio y TV.

ZARZALEJOS, JOSÉ ANTONIO. Columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*.

