

AUTODEFENSA CONTRA LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA

AUTODEFENSA CONTRA LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA

XII Jornada de Periodismo *Coca-Cola*

Madrid, 13 de noviembre de 2014

Asociación de Periodistas  Europeos

Con el patrocinio de Coca-Cola

© de la edición: Asociación de Periodistas Europeos, 2015
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

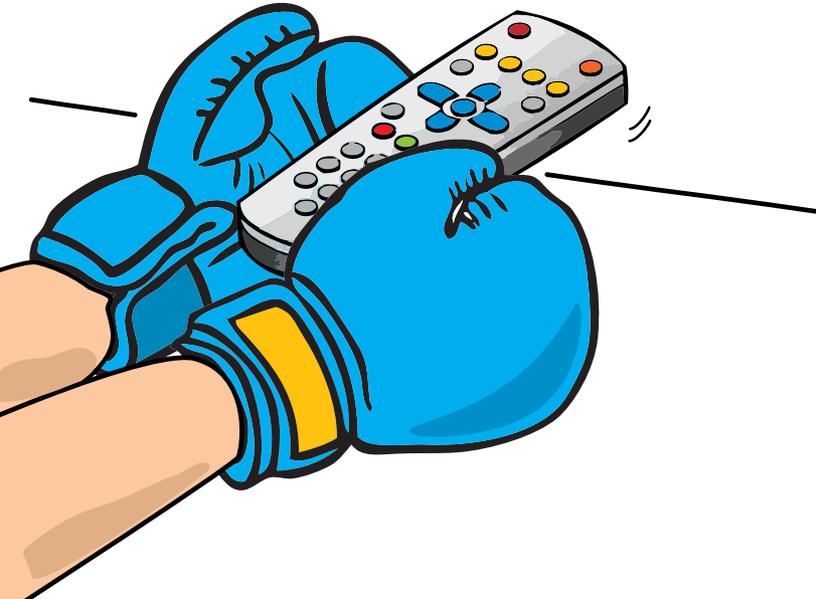
Depósito legal: M-2010-2015

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| PRESENTACIÓN | 9 |
| <i>Manual de autoprotección contra la manipulación informativa</i> | |
| <i>El rating de la realidad</i> | |
| PRIMERA SESIÓN | 19 |
| <i>Servicio al lector y cultivo de sus bajos instintos</i> | |
| SEGUNDA SESIÓN | 71 |
| <i>El anonimato y el atrevimiento para la agresión</i> | |
| SESIÓN DE CLAUSURA | 127 |
| RELACIÓN DE ASISTENTES | 161 |



Miguel Mira, Miguel Ángel Aguilar y Diego Carcedo



MANUAL DE AUTOPROTECCIÓN CONTRA LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA

Hay medidas que se facilitan a la población civil para hacer frente a determinadas amenazas. Pueden ser vacunas, que inmunizan ante el avance de epidemias; aislamientos temporales que sellan un perímetro sanitario impermeable al contagio de infecciones; antídotos que neutralizan contaminaciones tóxicas del agua de boca o de la atmósfera; ropa antirradiactiva en prevención de ataques nucleares; máscaras que evitan la inhalación de gases venenosos procedentes de bombardeos enemigos... Estas ayudas, cualquiera que sea la forma que revistan, vienen acompañadas siempre de las correspondientes instrucciones de uso. A veces sencillas, como el prospecto de un específico farmacéutico que señala las incompatibilidades, las contraindicaciones, los efectos secundarios y la dosificación apropiada, según la edad y el grado de afectación. Otras, más amplias, en forma de manual para el usuario.

Pero las medidas más arriba enumeradas y el adiestramiento para utilizarlas, mediante la práctica de los ejercicios preceptivos, deberían complementarse con otras ayudas en aras de restablecer el equilibrio psíquico, alterado por la dieta informativa de alta toxicidad que constituye el nutriente básico de la población de nuestro país. Por ahí llegamos a la necesidad urgente de distribuir el manual de autoprotección contra la manipulación informativa, que empieza a reclamarse como un recurso de primera necesidad. La XII Jornada de Periodismo Coca-Cola, celebrada en Madrid el 13

de noviembre de 2014, lo puso de manifiesto con intervenciones esclarecedoras de periodistas de todo el arco mediático. En particular, la primera sesión buscaba aproximarse de una parte a las permanentes proclamaciones retóricas que los medios hacen de los afanes de servicio a sus audiencias y, de otra, a la *praxis* simultánea del cultivo de sus más bajos instintos, generadora de prósperos recursos. Se diría que los medios intentan identificar los prejuicios de sus audiencias para ponerse a su servicio. De ahí la creciente polarización de la prensa que, tiznada por los intereses personales o económicos de sus propietarios o editores, se entrega al seguidismo de un determinado sector de potenciales lectores, oyentes o espectadores para intentar ofrecerles lo que anticipan que quieren leer, oír o ver, de modo que su versión informativa sea coincidente. Porque consideran que el modo de captar o fidelizar a ese sector es emitir en su misma longitud de onda, sin mostrar disenso alguno ni añadir elementos de contextualización que induzcan cualquier cuestionamiento. Semejante pauta daña también a los periodistas al obligarles a la renuncia a ese grado de independencia respecto al medio de comunicación en el que ejercen que tanto contribuye al equilibrio psicológico.

El manual de autoprotección que aquí se propugna debería ilustrar sobre los engaños intencionados de los medios de comunicación, así como detectarlos y desactivarlos. Debería también incentivar el sentido crítico, la sospecha inteligente, de los lectores, oyentes y espectadores para evitar que engullan el contenido de los medios sin el debido respeto a la distancia reglamentaria, que tiene como resultado el amontonamiento y la falta de perspectiva. La distribución masiva de estos manuales debería hacerse a partir de las escuelas de segunda enseñanza, donde, con ayuda de copias

de los diarios y escuchas y proyección de programas informativos de radio y televisión, convendría trabajar con el alumnado sobre casos prácticos que adiestren a los escolares en la detección y neutralización de las manipulaciones.

El poder político de manera preeminente, pero también todos los demás poderes —económicos, bancarios, patronales, sindicales, corporativos, religiosos, deportivos, etc.— intentan desde su misma instauración acceder a la manipulación de los medios, servirse de ellos para presentar su perfil más favorable y escamotear las realidades susceptibles de generarles desprestigio. Además, las nuevas tecnologías de la información han dado auge a otra manipulación: la procedente del público lector, oyente o espectador. Ahora, la interacción en tiempo real de los medios con sus audiencias, la conexión instantánea entre lo que están emitiendo y la respuesta suscitada en la audiencia, puede medirse en términos cuantitativos con la derivada correspondiente para su explotación publicitaria.

Los periódicos impresos parecían los más refractarios a esta última manipulación, pero los mapas de calor elaborados a partir de ellos les han hecho entrar en esa parrilla. Pero donde mejor reina la métrica de la audiencia es en televisión, porque el mercado publicitario es por completo reactivo a esos datos, como señala Ignacio Escolar. Mayor, más detallado y más instantáneo es el seguimiento que las publicaciones digitales pueden hacer de sus visitantes. Queda a su alcance saber en directo qué está pinchando cada uno, cuánto tiempo lee, de qué noticia viene, si ha llegado a esa página desde las redes sociales, por la portada o por un correo electrónico, si es su primera visita... Por ahí podría venir una corriente degeneradora que llevara a satisfacer las demandas del público, con tendencia natural a la depravación.

Además, las nuevas posibilidades abiertas a la participación de los usuarios propenden de modo acelerado hacia el insulto y la descalificación, tanto más si pueden comparecer en un anonimato que estimula la agresión irresponsable sin coste alguno. Al periodista precario pueden impresionarle estas reacciones de los lectores que replican a los sistemas de interacción de los medios o que recurren a las redes sociales, pero los editores perspicaces saben que el anunciante, incluso el que intenta pervertir el juego para explotarlo en su favor, valora en extremo la profesionalidad y el rigor del medio. Es también degenerativo que los medios se dediquen a halagar a sus audiencias para que se vean mejores a las demás en el espejo de Blancanieves que les ofrece el medio afín. Otra manera de manipular es el aplauso, por ejemplo en los programas de televisión con público en directo, donde un regidor que hace de jefe de claqué determina cuándo, con qué intensidad y con qué duración deben producirse. Además, ocurre que el aplauso suele estar vinculado a las mayores vilezas. Basta asomarse a cualquier mitin, a cualquier comparecencia pública de un político, para comprobar que los aplausos prenden al filo del insulto sin sentido. Asombra, por ejemplo, que la noche del 9-N el presidente de la Generalitat, Artur Mas, compareciera en el Pabellón de Italia para recoger aplausos, siendo así que la campaña precedente a las urnas de cartón fue por completo tendenciosa y desequilibrada, sin espacio para el pluralismo, con reserva de linchamiento para los discrepantes. De modo que en vez de dar la vuelta al ruedo envanecido hubiera debido salir al tercio a ofrecer rendidas excusas.

Los periodistas han de evaluar la información en sus propios méritos, conforme al peso noticioso, a la noticiabilidad que arrojen bajo la ley de la Gravitación Infor-

mativa, sin atender para su descarte a la averiguación de a quién perjudica o beneficia. También deben evitar otra manipulación muy sutil, como es aquella a la que puede intentar someterles la fuente. Además, conviene que exijan el desenmascaramiento del anunciante, cuyo poder se ha multiplicado de forma directamente proporcional a su escasez, que ahora, con el *brand content*, se avergüenza de exhibir su marca y prefiere esconderse detrás de la inducción de contenidos que tengan algún punto de tangencia con los intereses que le benefician. Ni siquiera encaramados a la cumbre del famoseo, los periodistas deberían ceder al espectáculo ni convertirse en protagonistas de la noticia. Refería un buen amigo que, mientras atendía una invitación de tres meses para dictar una serie de lecciones en torno a la transición en febrero de 1984, invitado por la Universidad de Carolina del Norte en su sede de Chapel Hill, se produjo un relevo en la dirección del *New York Times*. Al saliente Rosenstiel le preguntaron cuántas veces había sido noticia en el periódico que había encabezado durante una década y dijo que sólo dos: el día de su nombramiento y el de su relevo. Un proceder en las antípodas de los actuales usos ibéricos, en particular por parte de los profesionales que han generado periódicos de autor, donde se hace noticia permanente de sus directores y se dedican páginas incontables a ocasiones sociales de muy dudoso interés público. Abochornan los pies de foto de la marquesa del pollo frito con el presidente de la Cypyme y el conde de los sin tierra con el consejero delegado de barbitúricos elementales, y por ahí adelante hasta completar doce o dieciséis páginas, como si fuera el trabajo fotográfico de un congreso de odontólogos ofrecido en un panel a los participantes para formular encargos en épocas remotas anteriores a los teléfonos móviles que ahora sirven las ansias de imagen de cada uno.

Con la exageración y el verismo propios de la caricatura cabe decir que noticia es aquello que alguien está intentando que no se publique. Frente a la tendencia a sucumbir buscando ser *trending topic*, el columnista del diario *El Mundo* Rubén Amón erigió la afirmación de fundador de la BBC, John Reith: «Sabemos lo que quieren los espectadores y como lo sabemos no se lo vamos a dar». Los periodistas deben levantar un dique inequívoco entre el deber y la conveniencia y romper el vasallaje ofrecido no sólo al poder, sino a su clientela. Denunciaba también el conflicto de intereses de algunos profesionales que no tienen pudor en anunciar un banco o una compañía eléctrica. En aproximación autocrítica valerosa, sin alterar el tono del debate, se atrevió a decir que la profesión periodística es bastante corrupta. Para desdramatizar se recuperó una anécdota de Camará, el apoderado taurino de Manolete, ante quien ponderaba lo mucho que valía el crítico Clarito que entonces se iniciaba. El comentario del maestro fue lacónico: «¿Cuánto vale?». Esa es la duda que tenemos todos delante: ¿cuánto valemós, por cuánto se nos puede comprar y hasta cuándo estamos dispuestos a decir que somos incorruptibles?

Diego Carcedo y Miguel Ángel Aguilar

Presidente y secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos

EL RATING DE LA REALIDAD

Desde que Coca-Cola se implantó en España, allá por 1953, ha mantenido intacta su vocación social de gestionar un negocio sostenible y competitivo con un fuerte arraigo y compromiso en la sociedad. Así lo refleja la campaña «Mucho más que un refresco», que pretende abrir una nueva ventana a algunos de los temas que más preocupan a los ciudadanos, como la educación, la cultura, el medio ambiente o el empoderamiento juvenil, sobre los que Coca-Cola lleva poniendo el foco desde hace varias décadas.

Las grandes compañías tienen la obligación moral de colaborar con la sociedad en la que habitan, de construir. ¿Y cómo se construye? Apoyando a la juventud, fomentando el deporte, alertando sobre el riesgo de la obesidad o defendiendo la importancia de los medios de comunicación en la defensa de la democracia. Con ese espíritu surgieron hace más de diez años estas jornadas nacionales de periodismo, cuando no había aún sistema de megafonía —no existía Facebook ni Twitter, no había iPhones ni *tablets*—, cuando Rajoy, que era vicepresidente del Gobierno en aquella primera jornada, titulada «Periodismo en campaña», afirmó que «las elecciones no las gana la oposición, sino que las pierde el Gobierno». Once ediciones después, son muchos los cambios experimentados en la profesión periodística: se arraigó el periodismo en soporte digital para después quitarle terreno al papel tradicional, nació y agonizó la prensa gratuita, llegó la crisis y con ella la reducción de plantillas, se popularizó lo que se ha ve-

nido llamando periodismo ciudadano, etc. Lo que no cambió en ningún momento es la necesidad de la sociedad de apoyarse en el buen periodismo, que siempre fue y seguirá siendo soporte de la sociedad. Como nos advertía Carlos Chaguaceda, uno de los principales promotores de estas jornadas, los medios de comunicación son una referencia necesaria para la ciudadanía, especialmente en un momento como el actual, en el que se confunden las voces y los ecos. Ejercen como agencias de *rating* de la realidad. Lo que no está en ellos no existe, de la misma manera que ningún hecho permanece igual después de haber sido difundido como noticia. Los profesionales de la información escrutan a diario la realidad, hacen un *ranking* de los acontecimientos y de sus protagonistas y regalan triples A o rebajan a C- las actuaciones de las compañías, los políticos o las instituciones.

Y, para ejercer esa tarea, para el desarrollo del buen ejercicio del periodismo, son indispensables algunas condiciones ambientales externas, como la libertad, ya que, como advertía Albert Camus, una prensa libre puede ser buena o mala, pero sin libertad, la prensa nunca será otra cosa que mala. Pero también son necesarias otras condiciones internas, como la independencia, el rigor y la ética.

Al igual que el repostero manipula los ingredientes, el periodista debe manipular la información, porque su misión consiste en transformar los hechos en noticias, ya que éstas no existen; existen los hechos y es el periodista quien los transforma en noticias mediante un proceso en el que es inevitable la manipulación. Del mismo modo que para poder manipular alimentos es imprescindible cumplir una serie de normas básicas de higiene y limpieza, para ejercer el periodismo y manipular los hechos deben primar los valores de honestidad, transparencia, rigor y claridad con los ciudadanos,

tanto en lo referente al hecho contado como a los intereses de quien los cuenta, ya que sólo conociendo esos detalles se pueden descartar intereses espurios.

El poder de los medios y su manera de ejercerlo es una cuestión fundamental, ya que tienen el poder de aupar o denigrar, de influir en la opinión del ciudadano, y por tanto también la responsabilidad de ejercer dicho poder de manera ética. Decía García Márquez que «la ética debe acompañar siempre al periodismo, como el zumbido al moscardón», de manera responsable tanto en lo referente a los fines, a través de transparencia, como en lo relativo a los modos, a través del respeto. Respeto al lector, al objeto de la noticia y a los hechos. Porque la verdad también se construye.

Sobre estas y otras cuestiones vinculadas a los medios de comunicación se debatió en la apasionante jornada que compila este volumen, que sirvió además para despedir a uno de sus principales impulsores, Marcos de Quinto, nombrado Chief Marketing Officer de Coca-Cola, uno de los puestos de mayor responsabilidad dentro de la organización por la enorme carga emocional que conlleva el difícil reto de gestionar una marca. Se destacó de él el compromiso con el país y con su sociedad y su capacidad para pilotar el barco de la compañía en momentos tormentosos por la dura crisis económica y por las críticas surgidas a raíz de su apuesta por crear un proyecto empresarial adaptado a las nuevas circunstancias que no siempre fue entendido.

Miguel Mira

Director de Relaciones Institucionales & Comunicación de Coca-Cola Iberia

PRIMERA SESIÓN

Servicio al lector y cultivo de sus bajos instintos

IGNACIO ESCOLAR
Director de *eldiario.es*



JAVIER AYUSO
Adjunto al director de *El País*



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



RUBÉN AMÓN
Columnista de *El Mundo*



Moderadora

MAMEN MENDIZÁBAL
Directora del programa de La Sexta «Más Vale Tarde»





Arriba: Ignacio Escolar, José Antonio Zarzalejos, Mamen Mendizábal, Javier Ayuso y Rubén Amón durante la mesa redonda. Abajo: Los participantes posando junto al cartel de las jornadas

SERVICIO AL LECTOR Y CULTIVO DE SUS BAJOS INSTINTOS

Al periodismo le incumbe la función de defensor a ultranza de las libertades si ha de sobrevivir en un momento especialmente convulso en la profesión periodística. Se observa una creciente polarización de la prensa, dividida en dos ámbitos claramente diferenciados y frecuentemente enfrentados que, tiznados por los intereses personales o económicos de sus propietarios o editores, cultivan con afán un determinado espacio de potenciales lectores o espectadores. Ofrecen al lector lo que quiere leer, o al espectador lo que quiere ver u oír, y se esfuerzan en proporcionar una información coincidente con esos prejuicios. Para captarle o fidelizarle, se le ofrece la versión de los hechos próxima a sus pensamientos, sin facilitar contextualización alguna. De este proceder también resultan damnificados los periodistas, que han de renunciar a la independencia debida respecto a su medio.

Además, en la lucha por la audiencia y por el reparto del escaso pastel publicitario, algunos medios se entregan a un combate feroz, unas veces poniéndose de acuerdo y otras compitiendo en la tergiversación para tratar de ir más lejos. Eso puede llevar al amarillismo o simplemente a la falta de rigor informativo.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Es muy interesante la mesa redonda que tengo el placer de moderar. No hace falta presentarles, pero lo voy a hacer. Esta mañana están aquí con nosotros Ignacio Escolar, director de *eldiario.es*; José Antonio Zarzalejos, columnista de *La Vanguardia* y de *El Confidencial* y periodista de referencia; Javier Ayuso, adjunto al director de *El País*, y Rubén Amón, columnista de *El Mundo* y periodista también de referencia.

Hablaba Carlos Chaguaceda hace un momento de algo muy curioso que comentábamos algunos de los que luego hemos subido a la mesa: la confusión que hay entre el periodismo y la televisión. Probablemente por eso estoy moderando yo una mesa en la que solamente hay representantes del periodismo escrito. Hace falta poner orden. Carlos hacía referencia al Partido Popular y a «El Intermedio», que es un programa maravilloso, el mejor de sátira política, pero que está lejos de hacer periodismo; lo que hace es otra cosa. Se permite licencias que ningún medio de comunicación, en ningún soporte ni formato, podría hacer, porque nos habrían cerrado hace muchísimo tiempo. Ojalá el periodismo fuera tan libre y tan bruto como «El Intermedio», pero en este momento no es así.

Hay un par de cosas que quiero señalar antes de dar la palabra a los ponentes, pues tienen que ver con el enunciado de esta primera sesión. Básicamente, éste habla de como los intereses personales y empresariales están enredados en el periodismo. La crisis ha hecho que todo esto sea cada vez más grave y cada vez es más importante no ya la fiabilidad del medio, sino la del periodista: su trayectoria, su honestidad, su trabajo y su dignidad profesional hacen que al final también ese medio se be-

neficie. Pero, al margen de los medios, quisiera saber qué opinan los periodistas —los honestos, de los que hay una buena representación en esta mesa— sobre cómo se lucha contra los intereses y los bajos instintos. Vamos a hacer una pequeña exposición de cinco minutos, luego abriremos un debate y os daremos la palabra a los miembros del público, que seguro que queréis preguntar.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Buenos días. Quiero hablar un poco de audiencias y de cómo éstas influyen en el producto. Es verdad que en esta mesa sólo estás tú, Mamen, de televisión, pero yo creo que la televisión es muy importante para entender la influencia de las audiencias en el producto. Cuando yo dirigía un periódico en papel, cada día nos contaban las ventas del día anterior —que solían depender más de la película que incluíamos que del producto que llevábamos, que es una de las grandes maldiciones de los periódicos—, pero no sabíamos nada, absolutamente nada, de qué noticia había gustado, cuál había pasado de largo o cuál había sido leída o ignorada. Había algunos estudios interesantísimos: en Estados Unidos hicieron varios con un mecanismo que se llamaba *eye track*, que era una cámara que se fijaba en el ojo del lector e intentaba analizar cómo la gente leía los periódicos. Se cogía a unos lectores al azar y se les analizaba para saber cómo pasaban por las páginas, en qué se fijaban y hacia dónde desviaban su mirada. Así se hicieron en los años ochenta los primeros mapas de calor de los periódicos impresos. Toda esa tecnología es una bromita infantil comparada con lo que tenemos ahora. De los periódicos se pasó a la televisión, donde yo he trabajado mucho tiempo; estuve casi siete años en Telecinco. En televisión, to-

das las mañanas todos los periodistas nos desayunamos con un informe de las audiencias del día anterior; hemos estado viendo antes Mamen y yo el suyo de ayer. Ahí aparece en verde qué noticias o qué piezas subieron y en rojo cuáles bajaron, la media del programa, los picos de audiencia, las curvas respecto a la competencia... Absolutamente todo. En televisión, esa métrica de audiencia, ese análisis, explica mucho el resultado, primero porque hay un mercado publicitario completamente reactivo a los puntos de *share*. No hay variable que se mida más que el punto de *share*. Influye mucho: un punto arriba o abajo supone muchísimo dinero, porque la competencia es muy dura. Eso, para bien o para mal, modifica muchísimo el tipo de periodismo o de información que se hace en las televisiones. Todo sumado, además, con que la televisión compete ahora con otras pantallas, con Internet y con horarios diferentes de la gente a la hora de enfrentarse a la tele; y eso se nota mucho.

Al lado de los primeros intentos de medir audiencia en los periódicos, lo de la televisión es ciencia ficción, pero respecto a lo que tenemos en Internet es un jugueti- to. Nosotros, en *eldiario.es* —y absolutamente todos los medios digitales—, no tenemos que esperar al día siguiente para ver la audiencia; la vemos en directo. Vemos en cada momento lo que está pinchando la gente, qué está visitando, cuánto tiempo lee, si hace un segundo clic o no, de qué noticia viene, si ha llegado desde las redes sociales o por la portada o por un correo electrónico, si es la primera vez que nos visita o si lleva tiempo haciéndolo... Lo sabemos absolutamente todo. Tenemos un mar de datos tremendo que nos permite conocer a ciencia cierta —por primera vez en periodismo— y no con una estimación. Porque lo de la televisión está muy bien y es un dato de ver-

dad válido a efectos de mercado, pero es una encuesta con personas misteriosas a las que les dan un audímetro —a lo mejor alguien conoce a alguno por ahí—; con eso miden la audiencia de todo un país, a veces con muestras muy pequeñas en algunas provincias. Nosotros no tenemos eso. Nosotros tenemos el dato real, IP por IP, matrícula de Internet por matrícula de Internet, qué está leyendo cada uno de nuestros lectores y cuánto tiempo pasa con nosotros. ¿Cómo no va a afectar al resultado? ¿Si ha afectado en la televisión, cómo no va a hacerlo en Internet?

Os hago un pequeño resumen de cómo son las audiencias en la red. Nosotros, y todos los medios de Internet, discriminamos tres tipos de audiencia: la del tráfico directo, la del tráfico de buscadores y la de las redes sociales. Por hacer un paralelismo, en el papel todo es tráfico directo, gente que llega al quiosco y pide *El País* o que va a un bar y lo coge y lo lee. Hay un hecho activo de buscar esa cabecera y luego coges el periódico y te enfrentas a él en el orden y en la jerarquía que ha decidido el director. Ése es nuestro tráfico directo: la gente que teclea en el navegador www.eldiario.es y que se pone a leer. Pero, además de ese tráfico, que es el minoritario, tenemos el de los buscadores, que es gente que va a Google preguntando las cosas más peregrinas y acaba en nuestras noticias, a veces buscando nuestras informaciones y otras buscando los datos más estrambóticos. Y hay un tercer tráfico, desde los últimos cinco años, que es el de las redes sociales: gente que llega a nuestras páginas recomendada por terceros, porque su prima les ha dicho que tienen que leer una noticia de *eldiario.es* y le han dado al «Me gusta» en Facebook. Antes, cuando solamente existía el tráfico directo y el de buscadores, había quien comparaba esto con una cate-

dral donde está, por un lado, la parroquia que va a escuchar el sermón del cura y, por otro, están los turistas, que han llegado allí un poco despistados y no saben muy bien dónde están. Ahora tenemos la parroquia y a los turistas, pero, dentro de estos últimos, tenemos dos tipos: los que se han perdido y han llegado allí no se sabe muy bien cómo y los que han venido recomendados por alguien, por una guía turística que les ha dicho que esa iglesia es muy buena; esa guía turística son las redes sociales.

Esto afecta muchísimo, nos guste o no, a la manera en la que funcionan las audiencias. Pero no debería afectar tanto a la manera en que funciona el periodismo. Creo que los periódicos escritos en Internet tenemos una ventaja respecto a la televisión a la hora de evitar que la influencia de la presión de la audiencia modifique tanto el resultado que llegue a poner contra las cuerdas el periodismo; algo que, desafortunadamente, a veces sucede en televisión. Para empezar, tenemos una ventaja, que es que no existe una relación tan directa entre la audiencia y los ingresos. Desde luego, no tanta como en la televisión. No se vende igual el «cpm» —que es el coste por mil impresiones— de un influyente periódico económico, por ir a un extremo, que una página erótica; el precio no tiene nada que ver. Evidentemente, al anunciante no le gusta de la misma manera estar en un sitio que en otro. Ese tipo de factor, que tiene que ver con la profesionalidad, la credibilidad y el rigor de un medio, vale dinero; está pagado por el mercado. Con lo cual existe un incentivo —a diferencia de lo que ocurre en televisión, donde también se dan estos matices, pero con menos fuerza— para que los periodistas no nos dejemos arrastrar por los contenidos más populares y no olvidemos que hay noticias que se deben dar y que son muy importantes, aunque

no sean muy leídas. Luego existe otro incentivo, que es que muchos periódicos —el mío es uno de ellos, pero no el único— estamos buscando modelos de financiación donde el lector sea suscriptor, donde pague por la información. Os aseguro que el lector no paga por ver noticias de Paris Hilton ni por desnudos; o por lo menos no paga a los periódicos por eso. El lector paga por otro tipo de información, por datos codificados, porque hay cosas de las que quiere que se hable, aunque seamos pocos los que lo hagamos. En nuestro caso, eso nos ha permitido tener un factor corrector en el propio modelo informativo. Si quisiéramos lograr exclusivamente audiencias no tendríamos dentro del periódico una sección dedicada a los derechos humanos, que funciona muy bien —no tanto en audiencias, que también— sobre todo porque nuestros lectores la valoran muchísimo; y nuestros socios, que son los que pagan, también. Valoran que demos mucho espacio a ese tipo de informaciones, a la valla de Melilla o a lo que está pasando con la inmigración, porque son noticias importantes, aunque sean aburridas algunas veces.

También el lector nos penaliza, nos critica, nos cuestiona y nos saca los colores cuando detecta o cree que estamos tirándonos al barro de la audiencia —aunque intentamos no hacerlo— o a un tema concreto porque es populista o porque tiene mucho tráfico. El lector lo cuestiona. Una de las ventajas que ofrece Internet frente al diálogo normal o la falta de diálogo que había entre los periódicos y sus lectores es que existe una conversación con la gente que te lee. Los periodistas tenemos que enfrentarnos a la presión de las redes sociales —afortunada presión—, donde hay gente que te cuestiona si haces las cosas mal o si estás equivocado. Si metes la pata y publicas

una noticia que se demuestra falsa —cosa que lamentablemente sucede muy a menudo—, tu lector se da cuenta. Y si no se entera directamente se acaba enterando igual, porque otros se lo cuentan, con lo cual hay una fuerte penalización de imagen para aquellos medios que construyen la realidad sobre mentiras. Los lectores lo notan y a la larga los anunciantes también lo perciben. Y, al final, la audiencia acaba penalizada, a pesar de que a corto plazo pueda ser rentable. El hecho de que los lectores paguen nos permite tener un modelo de ingresos que nos vacuna contra este tipo de cosas y que nos dejan ser rentables. Vamos a cerrar el año con beneficios, aunque sólo llevamos dos en funcionamiento. Tenemos diez mil suscriptores que pagan a *eldiario.es*, que pagan por un producto que podrían leer gratis. Lo hacen para que exista ese periódico, no porque sea la única manera de aprender. Esto nos permitirá subir los sueldos el año que viene una media del 20% en la redacción y nos ha permitido pasar de doce periodistas a 32, que seremos en enero, y que sigamos contratando a gente, que continuemos creciendo y que nos hayamos colocado con una audiencia muy potente. Todo esto tiene un riesgo: lo que nosotros en la redacción llamamos el espejo de Blancanieves. Y el riesgo es que nuestros lectores nos perciban como un medio que tiene que estar todo el rato elogiando sus puntos de vista ideológicos o su posición política, porque, como pagan, no podemos dar noticias que les incomoden y debemos ser un periódico que le diga a los lectores que son los más guapos. Nosotros luchamos muy activamente contra ese peligro del espejo de Blancanieves. Para empezar, intentamos explicar a nuestros lectores que no todo lo que van a leer les va a gustar y que tiene que ser así porque, si no, no seríamos un medio plu-

ral; que la información tiene que estar separada de la opinión y que, si es cierta, lo es independientemente de a quién perjudique o beneficie. Creo que de esa manera —tanto en nuestro caso como en otros— se dan modelos periodísticos viables y rentables en Internet que permiten que podamos hacer el mejor periodismo, el mejor, y que al mismo tiempo seamos conscientes de que tenemos que mirar las audiencias.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Luego tendremos tiempo para debatir. Ahora vamos a escuchar a Javier Ayuso, adjunto al director del diario *El País*, que por supuesto también está en Internet, pero que es un periódico clásico. Un dato antes de su intervención: lo más visto ayer en «Más Vale Tarde», el programa que yo dirijo, fue el silencio de Rajoy, la Pantoja a punto de entrar en la cárcel y Sonia Castedo en el pleno de su ayuntamiento. Éstos son los datos, ésa es la rapidez con la que vemos los contenidos.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Muchas gracias. La verdad es que llevo sólo diez días de vuelta a la profesión —después de unos cuantos años al otro lado del mostrador— y estoy empezando a acordarme de qué es esto de ser periodista, con lo cual no podré todavía dar opinión de todo. Lo primero, aquí se ha dicho que en esta mesa no hay nadie de televisión, pero yo veo todos los días en la tele a Nacho, a Mamen y a Rubén; o sea que sí hay gente de televisión. El título de esta jornada es «Autodefensa contra a la manipulación informativa», un título realmente duro que plantea un dilema al que siempre nos hemos enfrentado los periodistas, pero que se

ha acrecentado en los nuevos tiempos; sobre todo en estos tiempos de crisis general, política, económica e institucional, una crisis que ha afectado especialmente a la prensa, pues está claro que la crisis económica limita la independencia de la prensa. Eso nadie lo puede negar. Pero yo creo que los directores de medios y las empresas periodísticas tienen que saber gestionar estos nuevos tiempos. Y considero que se está haciendo de una forma razonable.

¿Quién intenta manipular a un periodista? Yo creo que, desde siempre, el poder —en todas sus expresiones— intenta manipular: el poder político, económico y social. Y también la fuente. Cuando tú hablas con una fuente de información siempre intenta manipularte; quizá no siempre, pero un poco sí. La presión del medio y la competencia facilitan la manipulación en todos los medios: en la tele, en los periódicos, en la red, en el papel... La ideología del medio facilita la manipulación, y también su estilo. Cuando estás forzando un titular a conveniencia de tu medio estás manipulando, claramente y en el peor sentido de la palabra. Las redes sociales pueden ser una fuente de manipulación. Hay que darles un valor muy importante, pero hay que saber lo que son: se trata de una especie de riada de información que llega todos los días. El problema es que cuando hay una riada suele faltar el agua potable, por lo que hay que tener mucho cuidado. Eso puede ser, y de hecho muchas veces lo ha sido, fuente de manipulación.

El espectáculo también es una vía de manipulación. Cuando hacemos periodismo espectáculo, manipulamos para conseguir lectores, audiencia, o como lo queramos llamar. Y el propio periodista muchas veces manipula también en beneficio suyo, a su

conveniencia. ¿Cómo se defiende uno de la manipulación como periodista? Pues siendo periodista. ¿Qué debe hacer un periodista? Primero —y esto nos lo enseñaron en primero de facultad— buscar la verdad, la noticia, y contrastarla, valorarla y contarla de forma atractiva. No os voy a dar lecciones a ninguno, porque una gran parte de la sala somos periodistas. Huir de ser utilizado o manipulado es importante. No ser protagonista de la noticia es importantísimo. Muchas veces nos queremos convertir en los protagonistas y al hacerlo estamos manipulando la noticia. Hay que ser periodista, hay que tratar de ser justo y ponderado —lo cual es difícil— y no dejarse llevar por la corriente, que muchas veces te anima a seguirla. Hay una frase que se adjudica a Oscar Wilde, y a otros muchos, que dice que el «periodismo es publicar lo que quiere ocultar el poder», y que lo demás es propaganda. No puedo estar más en desacuerdo con esa afirmación. Yo creo que el periodismo es publicar noticias relevantes, sean positivas o negativas, y cuando el poder —el que sea— cuenta algo lo que hay que hacer es saber si es verdad y si es relevante; pero no tiene por qué ser propaganda.

Por supuesto que el periodista debe ser contrapoder, pero no debe convertirse en un poder en sí mismo, porque entonces puede llegar a ser un manipulador. Y en los tiempos que corren, como he empezado diciendo, en plena crisis política, económica e institucional, creo que los periodistas tenemos una función social importantísima: la de buscar la verdad y contarla, y además hacerlo de forma crítica. Quiero acabar con una frase que dijo mi anterior jefe la semana pasada en la cena de entrega del Premio de Periodismo Cerecedo que concede la Asociación de Periodistas Europeos: el rey Felipe dijo que «el periodista no debe acampar extramuros». Creo que es importante:

el periodista forma parte del país, del sistema, y tiene un papel importantísimo, pero dentro de esa responsabilidad de hacer país. Muchas gracias.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: A continuación intervendrá José Antonio Zarzalejos, que es columnista de *La Vanguardia* y de *El Confidencial*, aunque también interviene de vez en cuando en la tele y en la radio. En el fondo, todos menos yo —que sólo trabajo en la tele— participáis transversalmente en los medios de comunicación.

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

Muchas gracias por la invitación y por vuestra asistencia. Complementando lo que los compañeros de mesa han expuesto, quería ceñirme al epígrafe de esta mesa, que es «Servicio al lector y cultivo de sus bajos instintos», porque los conceptos «bajos instintos», «lector» y «servicio» tienen una fortaleza semántica extraordinaria. Creo que sí hay bajos instintos en los medios de comunicación. Los hay, pero no los protagonizamos los periodistas ni los medios como tales; aunque, eso sí, los consentimos. Es más, nos beneficiamos de ellos. Se trata de un fenómeno que no es propio de las versiones digitales de los periódicos de papel ni de los nativos digitales, pero que sí es complementario, pues está en ellos, y del que se libra el papel. Empieza por ser la respuesta, o lo que se llama el *feedback*, el retorno inmediato a una información, a una noticia o a un reportaje, sobre todo a un análisis de opinión o a una crónica valorativa. Ahí se produce algo que ha estudiado una compañera nuestra con mucho mérito, Delia Rodríguez, a la que conoceréis mucho y bien; todos los que se dedican al mundo de

la información digital la conocen. Ella ha escrito un libro que se llama *Memecracia*, pero, además, en *Cuadernos de Periodistas* escribió un interesante trabajo sobre este fenómeno, que es el de los troles. Son unos tipos —probablemente con algún problema de carácter psiquiátrico— que se dedican a reventar las buenas maneras, la normalidad con la que se debe conducir el proceso informativo. Contaba Delia en su trabajo que uno de los columnistas más agresivos de la prensa española, capaz de los mayores exabruptos, le confesó una vez que algunos comentarios le amargaban el día. Entre cien buenos sólo recordaba el malo; esa cuestión es innata y existe un nombre para la tendencia del cerebro a dar más peso a lo desagradable: sesgo de negatividad.

El periodismo es la segunda profesión peor valorada —creo que después de la de juez y, por supuesto, de los políticos, que ni puntúan; no se les mueve el tontómetro—. Como decía, es la segunda profesión peor valorada, pues las condiciones de las empresas de medios son precarias y la calidad de la noticia media deja mucho que desear. Así que la réplica negativa es la norma. Estos troles que están en los foros de las versiones digitales, de los medios de papel y de los periódicos digitales nativos son abundantísimos y provocan, tal y como Delia dice —cito mucho a Delia porque no es cosa mía; yo la he leído y he aprendido mucho con ella, así que justo es citarla—, que aquí funcione la teoría de las ventanas rotas. Para contaros en qué consiste os leeré el párrafo final de su artículo: «Una de las ideas más citadas sobre la deriva de las comunidades en Internet es la teoría de las ventanas rotas, aparecida en un artículo en *The Atlantic* en 1982. Explicaba cómo en un vecindario la degradación podía empezar con algo tan sencillo como una ventana rota que mandara el mensaje de que aquí se pue-

de hacer cualquier cosa, haciendo creer así a la percepción social que el vandalismo es aceptado, cuando podría ser atajado en sus primeros estadios. La teoría se hizo muy popular hace unos años, cuando los blogs debatieron de forma abierta la sospecha que ahora afrontan tantos medios: una vez ensuciados los comentarios con opiniones racistas, violentas, desagradables o incorrectas es muy difícil volver a reconducir la discusión. Cuando una mente negativa está en el aire, puede contagiarlo todo». Sabéis que en Estados Unidos esto se está produciendo, tal y como recogía un editorial de *El País* del 21 de octubre, que se está estableciendo una especie de tipo penal específico para los troles: me refiero a estas personas que se introducen en los comentarios de los foros y en las redes sociales y que son aceptadas, demasiado pasivamente, por los propios medios.

No estamos muy seguros de que el anonimato sea la causa de estos desahogos, que tienen que ver con fomentar los bajos instintos. Hay algunas experiencias que han establecido que, al vigilar los foros haciendo que las personas entren identificadas, la calidad de los comentarios y de las aportaciones de los lectores mejora poco y por muy poco tiempo. En general, incluso con identificaciones, se vuelve de nuevo a producir el fenómeno de los troles; por lo tanto el anonimato no sería la causa única, ni quizás la principal, de este fenómeno que excita los bajos instintos.

Es muy importante para el nuevo periodismo, para el periodismo del siglo XXI, que haya una participación activa entre los lectores y usuarios de los medios, respecto a lo que hacen y dicen los periodistas. En el papel es muy difícil; había una forma de interactuar, que eran las cartas al director, pero ahora son un género más literario que otra

cosa. Siempre digo que unas buenas cartas al director tienen un contenido informativo y literario realmente extraordinario —y si son críticas pues todavía mejor— pero no dejan de ser una sección *printed*, es decir, escrita, y ahí no hay troles, porque el control del periódico es absoluto y total; se hace cada veinticuatro horas, por lo que hay tiempo de sobra para establecer las cautelas permanentes y necesarias. Aquí la gran cuestión, y el gran reto, es que los bajos instintos que muchas veces procuran los medios *on-line* proceden de una especie de permisividad por parte de las direcciones de esos medios. Antes, cuando se componía un artículo, se escribía una cita a ciegas. Iba al periódico, que luego se dejaba en el quiosco y después ni te enterabas de lo que pensaban los lectores de tu artículo. Ahora, si el artículo aparece a las seis de la mañana, a las seis y cuatro minutos hay un señor que te llama «hijo de la gran puta». Y normalmente el insulto está ahí diez o doce horas, porque el editor que tendría que encargarse de vanear ese comentario no lo hace, lo deja, en parte porque está desavisado y porque el significado de las palabras a fuerza de repetirse pierde contenido material, significación. Creo que ha dicho ya el Tribunal Constitucional que, según el contexto en el que se haga, llamar a un señor «hijo de puta» no afecta a su honor. Esto es rigurosamente cierto; no me invento nada en absoluto. Según los contextos, los insultos son insultos o simplemente comentarios. Insisto con lo del «hijo de puta» porque es muy importante, porque suele ser el primer comentario que aparece al artículo, a las seis y dos minutos. Y sobre si el periodista que ha escrito el artículo —que, por cierto, no ha insultado a nadie— es o no un «hijo de puta» hay otros veinte o treinta comentarios, derivados de ese primer insulto. En general comentarios para probar que, efectiva-

mente, el que decía que era un «hijo de puta» tenía razón, no para rebatirle y decirle, oiga, usted no tiene ninguna razón en lo que está diciendo, mantenga un cierto respeto al periodista o al articulista que está haciendo este informe, esta crónica o este análisis. Y, como digo, todo esto permanece y se deja.

A mí no me pasa lo que al periodista del ejemplo anterior. No me amarga esto, porque si no estaría completamente amargado todo el día y paso olímpicamente; pero a mí me llaman también «hijo de puta», como a todos los que estamos aquí. Quiero decir que, cuando nos reunimos, no encontramos una solución técnica. No la encontramos porque tenemos miedo a que el gran hallazgo de la interacción entre el medio y el usuario, es decir, el navegante en Internet, se quiebre. Queremos tener una manga lo más ancha posible porque esto, como ha dicho antes Ignacio Escolar, es una gran conversación y hemos llegado a la conclusión de que en esa conversación a los periodistas se nos puede faltar absolutamente al respeto. Esta afirmación, que parece muy dura, hay que matizarla, porque también hay muchos periodistas que en sus artículos y opiniones faltan al respeto a los lectores, además de a la verdad más evidente. Por tanto, se está estableciendo un paralelismo bronquista entre los energúmenos que escriben cosas clarísimamente excesivas respecto de la política, la cultura o la economía, que afectan sobre todo a las personas, y los comentarios que se hacen eco en foros y en redes sociales y alimentan expresiones y formulaciones excesivas.

¿En qué debemos estar? En primer lugar, en que hay que encontrar una regulación para que esos bajos instintos no se desaten a través del trolismo. Y, en segundo lugar, yo sigo reivindicando que es innecesario un periodismo de palabras gruesas pa-

ra llegar al corazón, a la mente, al sentimiento y a la razón de los lectores, sea en Internet o en papel. Creo que se puede decir absolutamente todo sin necesidad de la descalificación y de la ofensa, y que, en la medida en que los periodistas demos un «ejemplo», entre comillas, de ponderación y ecuanimidad, en la línea de lo que también ha dicho Javier Ayuso, encontraremos una respuesta pedagógica en los lectores. Pero que, si no hacemos un pacto entre nosotros, los periodistas, y nuestros lectores para que esos bajos instintos no se desaten en forma de desahogos verdaderamente irreprimibles, iremos por el mal camino y entonces la teoría de las ventanas rotas se instalará en casi todos los medios, especialmente en el medio más emergente, que es Internet.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Acabamos con Rubén Amón, que es columnista del diario *El Mundo* y colaborador de La Sexta. Pluriempleado.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Soy pluritertuliano. Me dan ganas de iniciar esta ponencia llamándoles a ustedes «hijos de puta», por lo intrascendente que se ha demostrado el insulto. Admitámoslo, la nuestra es una profesión bastante corrupta y cuando hablamos de autodefensa podríamos empezar por nosotros mismos. No quiero verme aquí como el policía de asuntos internos que trata de registrar quién es corrupto y quién no, pero sí voy a recordar a un torero que se llamaba Manolete; no confundir con el comentarista de la SER. Pues por aquel entonces surgió un crítico taurino, que se llamaba César Jalón —ya sé que hablar de toros en estos tiempos es casi un ejercicio subversivo—, que llamó la atención del apoderado de Manolete,

Camará, quien le dijo al maestro: «Manuel, hay un periodista llamado Clarito que vale mucho». Y Manolete le respondió: «¿Cuánto vale?». Ésa es la duda que tenemos todos delante: cuánto valemos, por cuánto se nos puede comprar y hasta cuánto estamos dispuestos a decir que somos incorruptibles.

Creo que el gran problema que tenemos, más allá del hábitat que ha sido descrito aquí sobre cómo la crisis económica condiciona la supervivencia o la independencia, son los puentes abiertos con la corrupción. Aunque entiendo que denunciándola estamos a salvo de ella, formamos parte de la corrupción, porque no es que haya políticos corruptos, es que una sociedad es o no corrupta. Y los periodistas, por mucho que ejerzamos de fiscales, no vamos a dejar de participar de la corrupción, porque somos una profesión también corrupta. A esto se ha añadido un hábitat hostil que es, más allá de la economía, lo que Zarzalejos ha descrito como el trol y que yo denominaría como activismo. Entre los mecanismos de presión que hoy tenemos los profesionales está lo que se denomina ya genéricamente como el *trending topic*, que es obedecer a las consignas que cuajan en las redes sociales. Incurrimos en dos errores: el primero es pensar que la realidad es la red social y el segundo es dar absoluta credibilidad al trol, o al militante, porque en realidad el que escribe llamándote «hijo de puta» te influye. Y empieza a influir en todos aquellos criterios informativos no haciendo verosímil la gran afirmación del fundador de la BBC —pongámonos de pie—, John Reith, que decía que sabemos lo que quieren los espectadores, y como lo sabemos no se lo vamos a dar. Me refiero a que los periodistas tenemos que levantar un dique inequívoco entre nuestro deber y nuestra conveniencia. Entiendo que es una disyuntiva muy complicada,

porque en realidad el periodismo es una forma de vida y son muchas las tentaciones que se nos plantean, precisamente por esa facilidad con que nos manejamos los informadores en el ámbito del poder, de la política y de la economía. Y porque existe esa figura también taurina —hablo de los toros pero podría hablar de cualquier otra profesión— del «sobrecogedor», que acudía a los hoteles, como éste, por ejemplo, a recibir el dinero del matador. El «sobrecogedor» existe, está bastante extendido. Creo que esto forma parte de nuestra responsabilidad, ya que somos bastante sensibles a esta clase de dádivas, de mayor o menor tamaño pero que existen, porque la publicidad condiciona el desarrollo de nuestros medios y porque la buena relación con un Gobierno facilita desde la publicidad institucional hasta la participación de un hábitat que, como digo, es fundamental para la estabilidad financiera de los medios económicos.

En éstas nos encontramos, estando además muy comprometidos por la presión —y esto es una novedad— de las nuevas tecnologías, de las redes sociales; hablamos de las redes sociales por no decir directamente Twitter. Creo que se está produciendo en el periodismo ese fenómeno de la física de Heisenberg según el cual el observado influye sobre el que observa, es decir, que nosotros ya no sólo contamos una historia y tratamos de influir, sino que quien la lee nos influye y condiciona. A eso me refería con la aplicación del principio de Heisenberg. A eso y a la vulnerabilidad de una profesión que se encuentra en una coyuntura particularmente complicada por la competencia y por el grado de vasallaje que hemos adquirido los periodistas, no sólo ante el poder sino ante nuestra clientela. Digo vasallaje en respuesta a esta idea de los bajos instintos que somos muy hábiles en cultivar, sabiendo que nos proporcionan audien-

cia y aceptando la invasión de la comunicación en la información. Éste es el debate que se planteó el año pasado y que permanece completamente vigente: ¿cuánto influye la comunicación sobre la información y hasta qué punto los periodistas debemos hacernos necesarios precisamente para fijar los criterios, igual que otros profesionales lo hacen en otros ámbitos?

Discrepo completamente de la idea tan extendida del periodismo ciudadano. Entiendo que este aparato es una unidad móvil con la que uno puede ejercer el diletantismo, pero lo preocupante es que la presión del periodismo aficionado, en esta apología general del periodismo asambleario, también marque nuestra pauta. Si queremos seguir existiendo tendremos que dar motivos para seguir existiendo y, más allá de que nuestro hábitat sea hostil, estaría muy bien que nosotros mismos empezáramos a reventar algunos puentes que nos unen con la corrupción.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Quería añadir algo a lo que ha comentado Rubén. Aunque es verdad que la prensa escrita está un poco más a salvo de los troles, pues no te llaman «hijo de puta» a las seis y cuatro de la mañana y ahí se queda, los programas en directo, tanto en la radio como en la televisión, tienen una capacidad brutal de dejarse influir por el espectador y por las redes sociales. Yo llevo mucho tiempo haciendo programas en directo y nunca hemos tenido una respuesta ciudadana tan inmediata como ahora. Nunca decíamos algo y al segundo veíamos una avalancha de comentarios que lo valoraban positiva o negativamente. Ahora, en tiempo real, mientras estás haciendo un programa, hay una ristra enorme de comentarios de gente, que

no tienen ni la verdad ni la razón ni deben distanciarte de tu ejercicio periodístico, pero cuya respuesta masiva a veces asusta e influye, especialmente en los programas que están emitiendo a tiempo real, y por lo tanto con mayor capacidad de condicionamiento. Esto es algo que empieza a ocurrir en la prensa escrita, porque también en cada noticia ahora se añade el comentario del lector, como si eso aportara un plus de calidad. Yo aquí os planteo si verdaderamente queremos eso del lector, del espectador, del oyente de radio, o si lo que queremos es ofrecer una nueva información.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Quería comentar algo sobre la teoría del trol y lo que ha mencionado también Rubén, con la frase famosa del fundador de la BBC de no darle al lector lo que quiere, sino justo lo contrario. Creo que hay que identificar dos extremos, ambos perjudiciales. Uno es considerar que aquí los periodistas somos los únicos que tenemos derecho a hablar, los únicos que tenemos la razón, y despreciar así a nuestros lectores pensando que no tienen ningún tipo de interés, que no van a misa, que leen poco y encima son unos horteras, así que no queremos saber nada de ellos, ni que nos respondan ni nada. Ése es un extremo. El otro es pensar que resultan tolerables los insultos en los comentarios, que cualquier participación está igual de preparada y de cualificada, que hay que hacer los periódicos o los programas de televisión con lo más visto y olvidarnos de todo lo demás, que el cliente siempre tiene la razón y que vamos a satisfacer cualquier cosa que nos pida, sea lo que sea. Creo que entre estos dos extremos caricaturescos hay mucho gris. Por ejemplo en el tema de los comentarios. Entre los comentarios hay insultos a patadas, pero

también, muchísimas veces, hay cosas muy valiosas. Al hacer opinión en periodismo acabas polarizando mucho más las opiniones, pero cuando se hace información muchos de los periodistas pueden descubrir que cometen errores. Recuerdo cuando trabajaba en Telecinco y empezamos a hacer la web de la cadena y muchos descubrieron que se equivocaban y no lo sabían, porque hasta entonces nadie se lo decía. Desde entonces, cuando meten la pata alguien les dice: «Oiga usted, es que este nombre que ha dicho está mal puesto y esta fecha es incorrecta». Los que trabajaban conmigo en aquel equipo de Telecinco reconocían que desde entonces tenían mucho más cuidado a la hora de ponerse a escribir lo que fuese, porque en la tele antes podías decir cualquier barbaridad sin que se colapsara la centralita para decir que te habías equivocado y que eras un burro. Yo trabajé en Telecinco durante siete años y sólo me pasó una vez. Pero, desde luego, ocurre mucho menos en la televisión y es más difícil que te llamen de la centralita a que te pongan un comentario en Twitter o en una red social.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Yo creo que el matiz está en que uno asuma ser fiscalizado. Hasta ahora asumíamos el ministerio público y desde nuestra posición ejercíamos esa presión sobre las noticias, pero el matiz está en que uno pueda aceptar ser fiscalizado y someterse al escrutinio o al escrúpulo del lector, o que acepte al lector activista, que es el que predomina. Yo leo un artículo que me gusta y de ahí a ponerme a escribir una respuesta pasa un tiempo, pero, como bien sabéis, el activismo se desarrolla para atacar, rara vez para elogiar. Uno reacciona mucho más contra aquello que le molesta que contra lo que le gusta. La cuestión es si debe derivar-

se una influencia del activista, más allá de admitir el escrúpulo al que estamos todos expuestos —y nunca como ahora—, pero no puede ser el activista el que condicione una línea ni puede ser el *trending topic* el instinto informativo al que nos dirijamos.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: ¿Qué es más preocupante, el comentario del activista o la llamada telefónica de un poder económico que te condicione?

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: He descrito ese escenario abundando en una idea que no he mencionado antes, pero que quiero desarrollar brevemente: es la del periodista y su conflicto de intereses, que además no siempre pasa por la economía de resistencia, por la supervivencia particular ni por el tertuliano que recibe consignas de partido, sino por algunos profesionales que no tienen ningún pudor —y hablo de profesionales— en anunciar un banco o una compañía energética. Me refiero al conflicto de intereses, que es nuestro problema.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*: Quería decir dos cosas. Primero, que los poderes en general —políticos, económicos y de otra naturaleza— están encantados con la situación que se da ahora en los medios de comunicación. Están encantados con el llamado periodismo ciudadano y con la democratización de la información. Absolutamente encantados, porque han conseguido una cosa que no se había logrado en mucho tiempo, que es quebrar la función esencial del periodista: la intermediación. Nosotros somos un país que tiene constitucionalizados

profesionalmente dos aspectos que nos conciernen de manera definitiva: el secreto profesional y la cláusula de conciencia. No hay muchas legislaciones en el mundo que constitucionalicen esos aspectos que tanto afectan a la profesión periodística. Insisto, nosotros, que teníamos esa Constitución para hacer la democracia con periódicos y con los perros guardianes de la democracia, que eran los periodistas, nos hemos caído, nos hemos desplomado, y lo hemos hecho entre otras razones porque reverenciamos el llamado periodismo ciudadano, el periodismo deliberativo, el periodismo colaborativo...; llámese como se quiera. Ahí es donde estamos entrando en una deriva en la que yo le doy íntegramente la razón al planteamiento de Rubén Amón, en el sentido de que muchas veces estamos rindiendo vasallaje a la imposición cuantitativa, y no cualitativa, de los usuarios. Es verdad que son muy válidos los comentarios, las aportaciones de los lectores, a través de la red, pero hay que buscarlos con mucho cuidado, porque en general son puras banalidades y ese activismo es trolismo. Eso es algo que está desregulando fuertemente nuestra profesión y quebrando el principio de la intermediación.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Dos comentarios respecto al activismo en las redes sociales y en Internet. Es verdad que hay mucho activismo natural que surge de movimientos, pero tampoco hay que olvidar que existe un comercio de activismo en las redes sociales. Hay algunas empresas que ofrecen activismo social. Eso no está regulado, pero existe: tú firmas un contrato y te aseguran la defensa en las redes sociales. Así que tampoco vamos a encumbrar aquí el activismo como algo puro.

Respecto a lo que ha dicho Rubén del periodismo y la corrupción, me ha venido a la cabeza una frase que solía pronunciar Victoriano Fernández Asís, un periodista de otros tiempos, que decía que hay dos tipos de periodistas: los corruptos, que son fáciles de comprar, y los buenos periodistas, que éstos ya son más caros. Lo decía como gracia pero va un poco en la línea de lo que comentaba Rubén, sobre que hay muchas formas de comprar a un periodista. Se los compra con dinero, con los «sobrecogedores»; que no es que les tengamos miedo, sino que cogen sobres. Están los que se compran con información, para tenerlos algo así como agarrados, porque, por ejemplo, un presidente de un club de fútbol que dé exclusivas a un medio sabe que ese medio siempre va a bendecir a ese club de fútbol. Y hay otros tipos de corruptelas que funcionan todavía, así que también tenemos que barrer nuestra propia casa.

ANNA BOSCH. Televisión Española: Acogiéndome al título de las jornadas, de entrada el sujeto que estáis usando todos en la mesa suele ser «los periodistas», pero aunque la cantidad no sea lo más importante, el grueso de la información la hacen los medios, no los periodistas, por mucho que las redes ahora permitan la personalización, la creación de una marca personal y todo eso. La información la hacen los medios. Y en los medios, como decimos siempre, la precariedad laboral marca muchísimo. Entonces, respecto a los periodistas, ¿pueden realmente defenderse de esa manipulación de los medios a tenor de su situación laboral, cuando tienen un contrato irregular o viven con miedo a que les echen pasado mañana con un ERE, como está pasando desde hace unos cuantos años? También hay que querer, porque hay mucho

periodista-militante que está encantado con la línea editorial de su empresa —ya sea pública o privada— y que forma parte de esa militancia. Con lo cual, se plantea en primer lugar si el periodista puede y luego si quiere.

Después está el público, que quiere una información no manipulada. Habéis aludido también a eso y habéis hablado del espejo de Blancanieves. En Estados Unidos, que siempre van por delante, hay un fenómeno que empezó hace tiempo y que yo viví directamente, que es esa paradoja de que cuanto mayor acceso tenemos a la información y más plural debería ser la información que recibimos, también mayor facilidad hay para crearnos nuestro propio menú, nuestra propia burbuja, para retroalimentarnos en nuestras ideas y convicciones y no ver las demás burbujas. Entonces, sobre la cuestión de si el público realmente quiere una información no manipulada y si los periodistas podemos o queremos dársela, simplemente os hago la pregunta que se están haciendo en el Reino Unido. Allí, donde tienen una prensa escrita salvaje, con los tabloides y demás, también cuentan con unas televisiones impecables, públicas y privadas. Una de las cosas que les diferencia es que en la televisión tienen la Ofcom, un órgano regulador, de manera que si una televisión no cumple mínimamente unos criterios de pluralidad, de ecuanimidad —lo que ellos dicen *fairness*—, es decir, no tanto que sea imparcial sino que sea justa, le quitan la licencia. Ésa es la razón por la que el señor Murdoch no puede hacer con Sky News lo que hace con Fox News en Estados Unidos. A raíz del escándalo de las escuchas, en el Reino Unido se planteó si debería haber también un Ofcom para la prensa escrita, para el resto de medios y para Internet. El debate es si eso coartaría la libertad de prensa o no. Así que os planteo si, ante el panorama

salvaje —en eso creo que podemos estar de acuerdo—, con tendencia al forofismo y a la militancia en los medios públicos y privados, ¿creéis que haría falta en España, y que sería posible, un órgano regulador que no copiara y replicara el partidismo, que no siguiera las cuotas partidistas que han hundido la credibilidad de las instituciones de este país?

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: ¿Y quién controlaría al que controla? ¿Sería un órgano tipo Tribunal de Cuentas? ¿Dependería del Gobierno? Abro tu pregunta todavía más. ¿Quién lo hace en el Reino Unido, Anna?

ANNA BOSCH. Televisión Española: Un órgano de gobierno para controlar a la prensa es una clara contradicción en términos.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Pero ¿quién lo controla en el Reino Unido? ¿El Estado o una comisión independiente?

ANNA BOSCH. Televisión Española: Ofcom es una comisión independiente.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: ¿Formada por quién?

ANNA BOSCH. Televisión Española: Por gentes no adscritas a partidos políticos y no elegidas por cuotas de partidos políticos, que vienen de distintos campos —unos de

la ciencia, otros de la universidad, etc.— y que se supone que han alcanzado un grado de respetabilidad social y tienen un sentido común que la sociedad acepta y respeta. Desde luego, no va por cuotas de partidos políticos.

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

Aquí hay una cosa que se conoce poco, que es el Comité de Ética Profesional de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE). Cualquiera puede acudir allí, cualquier persona o instancia, privada o pública, y una serie de profesionales que tienen muchos conocimientos y experiencia, con una especie de expediente, sin capacidad alguna de sanción pero sí de reproche social, harán un dictamen y dirán si efectivamente se ha producido o no una mala *praxis* profesional. Pero no le hace caso nadie. No se publica en ningún medio ni tiene ninguna fuerza.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Excepto cuando se quiere hacer un uso interesado de esas cosas; entonces sí se publica.

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

Sí, por supuesto, pero estoy hablando de la normalidad, del día a día. Yo conozco el caso de un periódico que dedicó media página a hablar del dictamen de la FAPE sobre un asunto que afectaba a una institución, pero es que al cabo del año en la FAPE igual hacen veinte, treinta o cincuenta dictámenes de esa naturaleza que se desprecian. Algo ya hay, lo que ocurre es que el tema de la regulación externa, en un país donde tene-

mos en plena adolescencia-juventud algunos derechos como la libertad de expresión, plantea problemas de piel, de química.

Después está lo que has mencionado sobre los periodistas y los medios. Estamos hablando de periodistas, pero la percepción de la corrupción, según el barómetro del CIS, es muy superior en los medios que en los periodistas. A nosotros nos ponen en un suspenso. Cuando se les pregunta, en dos oleadas, ¿usted cree que en los medios de comunicación hay corrupción?, los que dicen que mucha o bastante están entre el 52 o el 53%. Pero no respecto a los periodistas.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Sobre la idea de las regulaciones yo creo que hay un marco legislativo muy indulgente con la difamación y que son muchos los medios de comunicación, no digamos las televisiones, que se plantean la ventaja en términos de audiencia de difamar dado lo poco que cuesta la rectificación. Ese cálculo, que es muy cínico, está muy presente. Y, en este contexto de debate en el que nos encontramos, creo que una de las pocas justificaciones que nos quedan a los periodistas para seguir viviendo de lo que siempre fue lo nuestro es el trabajo ingente de desintoxicación. Bajo ese paraguas de la nueva tecnología se concede credibilidad automática, casi por ley natural, a todo lo que se cuenta en Twitter o en Internet. Hablamos de Internet como fuente absoluta de la verdad y por eso el cometido de los periodistas consiste en desintoxicar, en desarmar muchas noticias siendo conscientes de la ilusión en la que vivimos, y es que pensamos que todavía somos influyentes como lo fuimos. Creo que acudir a un quiosco y pedir un periódico es un gesto de fetichismo; comprar

dos te convierte en un sujeto extraordinariamente sospechoso. Inauguramos debates sobre la libertad de expresión, sobre lo que debemos o no publicar, y aludo por ejemplo a si se deberían o no divulgar las imágenes de los ejecutados del Estado Islámico. Pues mientras nosotros estábamos metidos en este debate, en YouTube las imágenes ya circulaban con una velocidad impresionante y la discusión se quedaba para nuestro regocijo, dada esta forma de pensar que el mundo es nuestro. Y, cuando el debate ya había emitido el veredicto de que no se debían divulgar las imágenes de un sujeto degollado, pues ya las habían visto en YouTube tres millones y medio de personas. Debemos ser conscientes de la distancia que hay entre la información y la comunicación y de ese papel desintoxicador que igual justifica nuestra supervivencia.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Respecto al tema de la regulación, yo he sido usuario del Comité de Ética de la Asociación de la Prensa y hubo una sentencia favorable que, como ha dicho José Antonio, no tuvo ninguna trascendencia. No la tuvo por nuestro corporativismo —el de los periodistas—, que podemos poner a parir a un político, a un banquero o a un futbolista, pero poner a parir a un periodista no lo vamos a hacer nunca, porque perro no come carne de perro. Eso creo que debería ser algo que se trabajara mucho más en el Comité de Ética de los periodistas. Pero hay un problema: que la gran mayoría de los medios no han firmado. Existe otra forma de regulación, que es la que hemos visto en Cataluña con esa Inquisición que han hecho para los medios y con la que yo, desde luego, no estoy de acuerdo; como creo que ninguno lo estaréis aquí.

Sobre lo que se publica en las webs y sigue fluyendo —alguna vez quitan algo, pero pocas—, lo que me parece grave es que nadie sea responsable de la publicación de esos comentarios. Ha habido una sentencia hace unos meses, en no recuerdo qué país nórdico, donde alguien demandó a un medio en Internet porque le habían difamado en los comentarios. El director dijo que eran comentarios del lector, pero le han condenado, porque el responsable de lo que se publica en un medio es el director. ¿Qué diferencia hay entre lo que publica un periodista y el comentario que se cuelga a continuación en el mismo medio? Si es difamatorio, lo tendrás que quitar, porque entiendo que tú eres responsable de todo lo que se publica en tu medio.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Quiero hacer un mínimo comentario sobre otra cosa que ha planteado Anna, que nos ha dejado varias preguntas muy interesantes. Hablabas de la identificación del periodista con el medio y de los peligros que eso conlleva. Forofismo y militancia son las palabras que has utilizado. Yo he estado ya en algunas redacciones donde sólo había militancia y forofismo, y muy poco de lo demás. No sé vosotros, pero yo, a lo largo de mi vida, sólo he aprendido periodismo de mis compañeros periodistas, de lo que me han enseñado en las redacciones, en la cadena SER y a lo largo de mi trayectoria. Si éstos desaparecen y las redacciones se construyen con gente muy joven, con contratos muy frágiles y sin referentes, probablemente no sepan siquiera qué tipo de periodismo tienen que hacer. En los últimos años sí he apreciado ese forofismo, porque nadie te dice nada, nadie te enseña; tu jefe está encantado con que tú seas una forofa de su línea editorial, de su ideología. Es

mucho más fácil tener a gente que te siga la corriente que gente que te lleve la contraria. No sé si este forofismo es bueno, por ejemplo, para trabajar en *eldiario.es*. No es una crítica directa a Ignacio, pero sois treinta y pico personas, así que si te crees el proyecto estás en él y si no, no. Ésa es una historia diferente, pero hay medios de comunicación que son o de izquierdas o de derechas y ya está. O trabajas desde la derecha más brutal o desde la izquierda, pero no te inventes nada más; y además creyendo en ello y sin tener ninguna referencia clara.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Una diferencia: en nuestro medio no hay dos entes separados, no está el medio por un lado y los periodistas por otro, sino que los periodistas somos los dueños del medio.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Ya. Eso cambia mucho las cosas.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Sí, cambia bastante las cosas. Cuando nos sentamos en la reunión de la mañana para decidir con qué vamos ese día estamos representados los periodistas, pero también los dueños. Entre los que estamos allí sentados tenemos más del 51%; entre toda la empresa, contando con la parte de administración, más del 80%. En realidad el periódico es nuestro. ¿Eso significa que haga falta una militancia? No, tampoco. Nosotros, por un lado, separamos mucho la información y la opinión, o pretendemos separarlas mucho y nos esforzamos en ello. A los periodistas que hacen información no les pregunto su opinión sobre las cosas; ni

tampoco la tienen que decir. No sé lo que votan, ni me interesa. También creo que es legítima la posición ideológica de los periódicos, pero hay que evitar confundir la posición ideológica con la partidista, que es lo ilegítimo. Creo que los periódicos pueden tener línea editorial y que deberían explicársela a sus lectores. En nuestro caso no está reflejada en artículos sin firma, sino que la construimos entre un montón de columnistas que tenemos nuestra opinión. Yo también participo como articulista, pero no hay una línea editorial que vaya más allá de dejar hueco a todas esas firmas para que se expresen, se expliquen y argumenten sus posiciones. Es una postura claramente progresista, de izquierdas o como la quieras definir, lo cual creo que es lo ilegítimo, pero en ningún caso es partidista.

Sobre la posición que planteaba Anna, yo estoy de acuerdo, pero quiero ver la letra pequeña. No es exactamente igual el Tribunal de Cuentas, donde ponemos unas cuotas de partidos y en función de la mayoría parlamentaria sale una sentencia del Tribunal Constitucional —que se basa en otro sistema de cuotas con ejemplos nefastos, como ya hemos visto—, que unos modelos donde existe participación de las organizaciones profesionales, con una pluralidad mucho mayor.

Sobre los comentarios, yo creo que hay dos responsabilidades. Primero está la del que firma, que es identificable y al que se puede perseguir. La responsabilidad del medio, en cambio, aparece si es avisado de que hay una injuria, una calumnia o un hecho delictivo y no retira ese comentario, sino que lo respalda. En nuestro caso lo hacemos así. Tenemos dos métodos. Por un lado, cuando detectamos algo *motu proprio* lo retiramos inmediatamente; aunque no podemos estar fiscalizándolo todo,

porque tendría que haber más moderadores que periodistas en la redacción. Además, tenemos un sistema de metamoderación, que consiste en que la gente vota cuando ve insultos, de manera que los podemos eliminar más fácilmente. Y cuando hay una queja formal de alguien que dice que hay algo publicado que es infumable, lo quitamos. ¿De quién es la responsabilidad de un insulto en Twitter, de la plataforma o del que insulta? En el momento en que tú abres un sistema de participación a la gente, como lo es el teléfono, yo creo que poner al *carrier* como responsable de lo que pasa por ahí es injusto. Eso sí, es responsable cuando él no lo elimina tras haber sido avisado. Si queremos obligar a Twitter a fiscalizar todos los tuits que se mandan tendremos que cerrar Twitter; no hay otra manera.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Es distinto Twitter que un periódico digital. Un periódico digital selecciona los temas que da, mientras que Twitter lo suelta todo. No tiene nada que ver una cosa con otra.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Pero no selecciona los comentarios.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Entiendo que también debería ser responsable de los comentarios.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*: Yo creo que de hecho lo es; no hay la más mínima duda de que lo es. Aquí, en Espa-

ña, ya ha habido demandas y se ha considerado que hay una responsabilidad, primero del autor, que para el medio es identificable, y, segundo, una responsabilidad subsidiaria del medio. Por lo tanto, está claro.

Quería simplemente ofrecer dos apuntes más. Cuando hablamos de la relación del periodista y su medio y de si el periodista es o no forofo, nosotros contamos, por ejemplo, con la cláusula de conciencia. La ley incluye esa opción, pero sólo se ha aplicado una vez, una sola vez.

Por otro lado, Javier Ayuso dice que perro no come carne de perro, pero yo creo que en España se han producido en estos últimos años indigestiones de carne de perro por parte de otros perros. Auténticas indigestiones... Cólicos. Hay personas de nuestra profesión que solamente viven y escriben para meterse con compañeros y colegas. De hecho, las indigestiones de carne de perro están provocando auténticas intoxicaciones. Ya no podemos decir eso de que somos corporativistas y nos defendemos unos a otros. No. Vamos con el cuchillo cachicuerno a por el otro.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Hasta en el mismo medio a veces.

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

No quiero decir nada con esto, pero ¿habéis visto cómo se está comiendo carne de perro en *El Mundo* ahora? No vamos a ser hipócritas, porque todos estamos pensando en eso. Ahí claro que se está comiendo carne de perro; a mí me han comido hasta las canillas. En este momento hay gente que se levanta y dice: «¿Hoy contra qué compañero escri-

bo? ¿A quién pongo a parir?» Yo te puedo sacar cuatro o cinco columnas en los periódicos de Madrid con linchamientos diarios; alguno menos en Barcelona, porque son más sutiles y utilizan más la daga florentina. Cuatro o cinco al día no hay quien los quite.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Varias cosas, un poco deshilachadas. Se advierte una tendencia creciente a la vergüenza del anunciante a poner su marca y a la inducción de contenidos. Eso es algo que me parece gravísimo; es un asunto de manipulación contra el que deberíamos defendernos. Después está el insulto, del que ya se ha hecho aquí mención cuantiosa. Pero hay otra manera de manipular, que es el aplauso. Me refiero a programas de televisión con público en directo y con un regidor que dice cuándo hay que aplaudir. Es el subrayado. El regidor empieza a aplaudir y, naturalmente, todos los que han ido ahí por el bocadillo aplauden a rabiar. El aplauso suele estar siempre vinculado a las cosas más viles. Si se analiza, por ejemplo, esta convención que ha habido en Cáceres, ¿qué aplaudieron? Las mayores vilezas. ¿Quiénes se llevan siempre los mayores aplausos? Los más corruptos. Aplausos realmente a rabiar. O sea que cuidado con el aplauso, que puede ser un sistema de corrupción mucho más grave que el insulto.

Respecto al Comité de Ética, creo que hay algunos asuntos sobre los que debería pronunciarse, sobre todo uno al que se ha aludido aquí sobre los colegas que están en activo en los medios de comunicación y que hacen anuncios en la misma pantalla en la que están trabajando profesionalmente. Esto es inaceptable. ¿Hace falta que haya

una denuncia explícita de esto o podría ese famoso Comité de Ética actuar de oficio? A lo mejor así somos menos periodistas —me refiero a los apuntados en las organizaciones profesionales—, pero tal vez seamos más periodistas en el sentido de la calidad y de la necesidad, de eso de lo que ha hablado por ejemplo Rubén.

Otro asunto para que el Comité de Ética actuara de oficio ha sido la campaña previa al proceso éste, al «simulacro», como lo ha bautizado el presidente del Gobierno, que ha tenido lugar el 9-N en Cataluña. Ha sido una campaña absolutamente tendenciosa, desequilibrada, gravísima. El discrepante ha sido linchado. Pero esto no aparece por ningún lado, no induce a las organizaciones profesionales a hacer una queja real sobre algo que es muy grave. Pero si es que, en vez de comparecer avergonzado en el pabellón de Italia, el señor Mas estaba esplendoroso. Pero, hombre, ¿no le da a usted vergüenza lo que se ha hecho aquí? ¿No le da vergüenza cómo se ha machacado a la gente?

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Sólo una observación sobre la figura del periodista infiltrado que creo que definía Miguel Ángel. El Gobierno actual, por ejemplo, no duda en cambiar con tres brochazos al director de la cadena y al jefe de Informativos en la recta final de las elecciones. Pero, frente al trabajo obscuro, contundente, que vemos todos, está la pincelada del periodista infiltrado. Sabemos que un Gobierno u otro tienen su nómina de periodistas, a los que colocan en diferentes ámbitos y tertulias. Matizando lo que decía Nacho Escolar, una cuestión es la posición ideológica de uno y otra es la consigna de partido que se desarrolla implícita o explícitamente, porque

habréis escuchado a quien dice: «Me acaba de mandar un mensaje el ministro y dice que esto no es así». Creo que la infiltración es uno de los mejores puentes que hemos trazado los periodistas para que se nos cuestione la independencia.

DANIEL PERAL. Excorresponsal de TVE: El «hijo de puta» de las seis y cuatro que decía José Antonio, mi compañera Anna Bosch y yo ya lo vivimos en televisión, hace quince años, a las tres o las tres y cuarto de la tarde, rodando en directo el Telediario en Televisión Española. Y creo que lo estará hasta que cierre, que será dentro de poco.

El *on-line* ha existido siempre. A las tres y veinte nos turnábamos para ver quién cogía el teléfono y a mí me ha llamado hasta un judío argentino a las nueve y cuarto de la mañana diciéndome que es comandante del puesto de Gaza y que lo que estoy contando de los túneles es falso. El problema es que tú puedes ser de Córdoba o judío, pero no por eso tienes ninguna credibilidad.

Una última reflexión breve: un comentario sobre un movimiento que por lo visto no es partido pero que cuenta con una militancia digital de dos millones de personas, aunque aparentemente no tenga programa. He ido a reuniones en la plaza de Olavide a las siete y media de la tarde de un viernes y lo que había eran doce personas hablando con un megáfono. Y en la antigua plaza de toros de Vista Alegre, con capacidad para veinte mil personas, el otro día había unas seis mil. Esto me recuerda a un maestro del periodismo, el mítico Márquez, que fue mi cámara en Jerusalén, Tiananmén, Sarajevo..., y que cuando íbamos a Ramala a las manifestaciones me decía: «¿Abro el plano o lo cierro?». Lección de primero de periodismo. ¿Hay mucha gente

aquí o no? ¿Vamos a favor de ellos o no? El otro día mandé las fotos con el plano abierto de estas concentraciones de Olavide a unos compañeros y me dijeron que por qué los medios no cuentan esto. Pues creo que es porque hay un acojono absoluto —utilizo esta palabra porque ha abierto la veda José Antonio— en los medios, sean en papel o digitales, a oponerse a esta historia de los castos frente a la casta.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Como bien sabe Mamen, y no porque participe de esta sensación, Pablo Iglesias es un referente para subir la audiencia. Si un programa, un espacio, quiere subir audiencia, entonces Pablo Iglesias la logra, haga lo que haga y diga lo que diga. Y es cierto que hay muy poco espíritu crítico frente a ese fenómeno, que manifiesta el poder en las redes sociales, donde ejerce una especie de intimidación, sin beligerancia, pero que condiciona enormemente la relación de los medios de información con Podemos.

Hemos observado, y esto es empírico, que allí donde va Pablo Iglesias la audiencia sube; los medios de comunicación somos muy sensibles. Ya no sólo desmiento que lo hayamos convertido nosotros en un mito, sino que creo que es como cuando Chaplin recoge del suelo la bandera en *Tiempos modernos* para, después, encontrarse con trescientas mil personas detrás sin pretenderlo. Pero los medios de comunicación sabemos perfectamente a qué jugamos con Pablo Iglesias.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Sobre lo de la centralita, quiero matizar lo que decías antes. Es verdad que las llamadas han existido siempre; yo también

las recuerdo de cuando estaba en Telecinco. Lo que quería decir es que no es cotidiano, no tienes cuarenta llamadas por cada una de las noticias que das en el Telediario. En cambio, aquí sí tienes treinta, cincuenta, doscientos, dos mil comentarios. Cuando el canal de acceso a los medios, en primer lugar, es público y lo que cuentas no sólo lo lee o lo escucha el periodista sino también los lectores, y además está más a mano, evidentemente la relación es mucho más horizontal.

Antes se me ha olvidado algo que quiero precisar con respecto a la reforma necesaria para un consejo. Creo que hay otras tres cosas mucho más urgentes para evitar esto de lo que hablábamos hoy, que es la manipulación. Una es que tengamos una ley de transparencia digna del nombre, digna de un país democrático donde, por ejemplo, los gastos públicos sean públicos y no sea un secreto de Estado saber adónde van o cuánto dinero se gastan al año los parlamentarios, cada uno de ellos, en viajes pagados por todos. Otra cosa que estaría muy bien es que se cumpliera la ley de los contratos oficiales en la publicidad institucional, que es la primera herramienta de manipulación de los poderes políticos respecto a los medios. Consiste en que la publicidad institucional se convierte o en el pesebre o en el tabuco: a los amigos les pongo alfalfa y a los que me disparan mucho pues les doy algo de publicidad, a ver si se callan. Y no debería funcionar así, sobre todo cuando ese dinero lo pagamos nosotros de nuestro bolsillo. Creo que las instituciones tienen que anunciarse, porque hay muchas cosas que deben contar —desde la campaña de la DGT por el cinturón hasta la de violencia de género—, un montón de razones por las que las administraciones, legítimamente, tienen que anunciarse. Pero no pueden hacerlo en función de si les gusta más

o menos la línea editorial del medio en el que se anuncian, sino del interés del ciudadano. Esto, que es de primero de manual de democracia, aquí es un escándalo cotidiano, continuo, que no denuncian los propios medios porque suelen ser los mayores beneficiados de ello. La tercera cosa os afecta a vosotros: ya va siendo hora de que exista una ley de la televisión pública para que no pueda llegar por mayoría absoluta alguien y decir que ahora pone ahí de presidente a su amigo, que le viene muy bien.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Leyes hay.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Hubo una, pero no fue lo bastante completa como para obligar a que se eliminase la trampilla de que si no vale con los tres cuartos lo hacemos con mayoría simple y a correr. La ley tiene esa trampilla; la podían haber blindado un poco más y haber obligado a que fuese por tres cuartos sí o sí.

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

Vino el Partido Popular con un decreto ley en el mes de abril, creo, y se cargó la ley de 2006. Desde ese momento hemos empezado a navegar en una televisión pública que no es digna de ese nombre. Si algo bueno dejaron Rodríguez Zapatero y su gestión fue precisamente el régimen jurídico de la televisión pública.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: El matiz al que me refería es que tenía que haber sido más complicado cambiarla otra vez.

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

Ya, pero con otro leve apunte, que es que en el año 2009 la vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, presionada por la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) y por las televisiones, le retiró la financiación publicitaria, que era muy eficiente desde el punto de vista comercial. La sustituyó por un sistema que al final es casi clientelar y dependiente. Dependo del 3% de los ingresos netos de explotación de las privadas, del 0,3% de las telefónicas y del 50% de la tasa radioeléctrica. El resto es subvención presupuestaria y, como no hay dinero, pues se están cargando la televisión pública.

Éste es el mejor momento de los poderes públicos, en general, en relación a todos los medios de comunicación, porque no tenemos modelos de ingresos que sean autónomos de esos poderes, unos poderes que son los que verdaderamente cortan el bacalao en este país. Únicamente los pequeñitos están salvándose de la situación, porque éstos diversifican mucho su publicidad comercial; y además en Internet se incorpora el pago por contenido. Pero los demás tienen una tendencia irremediable, humana y profesionalmente comprensible, a la docilidad. Y si vemos las estructuras accionariales de algunos medios comprenderemos que el capital está en manos de sus acreedores, que han transformado la deuda en capital, aunque no estén en el Consejo de Administración. Eso es lo que está ocurriendo ahora en España. Una de las fallas, de las grandes tragedias del sistema es que los medios de comunicación no cumplen en una democracia el papel que pensábamos que tenían que cumplir en un momento crítico como éste.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: Añado la burbuja bancaria, que afecta a los medios de comunicación, con los créditos de ventaja que los grandes bancos han concedido a muchas empresas mediáticas. Esa burbuja explotará tarde o temprano.

JUAN FRANCISCO MARTÍN FRESNEDA. Director de RTV de Castilla y León:

Aprovechando el título de la conferencia, estamos hablando mucho sobre la manipulación que recibimos y me gustaría saber un poco vuestra valoración sobre la manipulación que ejercemos. Vengo de León, una ciudad que este año es especialmente entretenida en cuanto a información, y me doy cuenta de que, cuando llego a mi casa después de toda la jornada, allí tienen bastantes más datos, tienen todas las opiniones, porque lo han visto en la tele, porque ya lo han escuchado o leído. Me gustaría saber, en la sociedad en la que vivimos hoy, a la que denominamos sociedad del «des» —del descontento, del descrédito, etcétera—, qué hacemos los medios de comunicación respecto a un periodismo responsable, es decir, qué futuro podemos ofrecer a la sociedad por encima de un periodismo profesional.

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

Para empezar, no despedir a los periodistas que tienen más de cuarenta y cinco años y cobran sesenta mil euros. Porque con eso lo que han hecho es desertizar las redacciones. Han dejado a tres o cuatro, pero a todos los que tenían agenda, un poco de *expertise* y, sobre todo, capacidad para plantarse, los han echado de todos los sitios, o de la mayoría de los sitios. Lo que se ha hecho con la profesión periodística a par-

tir de los cuarenta y cinco o cincuenta años clama al cielo y estallará en algún momento. Hay más periodistas de periódicos, de medios de comunicación, trabajando en comunicación corporativa en empresas, en entidades públicas y privadas, que en los propios periódicos. Se ha hecho una auténtica razia y cuando se hacen razias en los periódicos, en los medios —que ya ha ocurrido antes—, pues ocurre lo que ocurre, es decir, lo que tú denuncias: que los medios manipulan la información sin que desde dentro los profesionales impongan una cierta disciplina de objetividad o de veracidad. Éste es el problema. Echar a los buenos profesionales ha sido uno de los medios para que los gestores se hagan con la dirección y con la conducción de los medios. Ése es uno de los problemas.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Hay un medio de comunicación que ha sufrido una inspección laboral en las últimas semanas y ha tenido que despedir a todos los becarios. Sumaban en una redacción de Informativos más de sesenta. Y ahora ese medio de comunicación está completamente desorientado, porque, claro, el trabajo no sale, porque el trabajo gratuito es muy difícil que salga. Igualmente, cuando te queda por encima poca gente mayor de cuarenta y cinco años, difícilmente haremos buen periodismo. Creo que eso es lo principal: no te puedes plantar ante tu jefe y decirle: «Esto no lo voy a hacer. Esto no lo voy a firmar. Con estas condiciones no voy a dar la cara». Es muy difícil hacer eso si miras a tu alrededor y lo que hay es una legión de becarios. Y esto es lo que se ve en muchos medios de comunicación en estos momentos. Estoy con Zarzalejos al cien por ciento.

JORGE DEL CORRAL. Exsecretario general de UTECA: Por alusión de mi respetado y querido amigo José Antonio Zarzalejos, que ha hablado de UTECA. El Partido Socialista, con Zapatero como presidente del Gobierno, a mi juicio hizo en el sector audiovisual dos cosas espléndidas. La primera, despolitizar la televisión pública nacional; no así las autonómicas, que siguen siendo televisiones de partido. Lo que ocurre es que una ley se modifica con otra ley y, efectivamente, el Partido Popular se cargó la que despolitizaba TVE y la ha vuelto a politizar. En segundo lugar, el sistema de financiación. Se copió el sistema de la BBC y de la ORTF. La BBC no tiene publicidad y los periodistas siempre la ponemos como ejemplo de imparcialidad. Lo que ocurre es que no se atrevieron a dar el segundo paso, que es el canon audiovisual. España es, de los veintisiete países de la Unión Europea, el único que no tiene un canon para la financiación de la televisión pública, porque, naturalmente, a la hora de poner un impuesto los políticos siempre piensan en los votos, no en la justicia del sistema. Por tanto, RTVE tenía y tiene un buen sistema de financiación; otra cosa es que haya menos ingresos porque ha bajado la publicidad y porque ha disminuido radicalmente la aportación del Estado, pero una televisión pública debe financiarse con recursos públicos, con impuestos finalistas, como el canon, o sin ellos. Además, debo decir que la publicidad, y más en los tiempos actuales —vamos a dejar de mirarnos al ombligo los periodistas—, condiciona los contenidos; en las televisiones desde luego lo hace. Luego una manera de despolitizar también la televisión pública era que no estuviese condicionada por los anunciantes. Dicho esto, vamos a ver si los periodistas nos miramos menos al ombligo y somos capaces de hacer autocrítica.

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

Efectivamente, la publicidad condiciona, pero más condiciona el poder. En las televisiones públicas de ámbito nacional y en las autonómicas es evidente que lo que condiciona es el poder, mucho más que los anunciantes. Es muy discutible que una televisión pública sólo tenga que financiarse por un sistema público. Aquí lo que ocurre es que ésa fue una opción intermedia, pactada —y tú lo sabes, Jorge, mejor que nadie—, entre las televisiones comerciales privadas y el Gobierno: confluyeron los intereses de las empresas emisoras de televisión privada con los intereses gubernamentales. No lo digo por ti, sino por ejecutivos de esas televisiones que estaban encantados con María Teresa Fernández de la Vega; absolutamente encantados. Hubo una historia de amor entrañable entre el Gobierno del Partido Socialista y las televisiones privadas. El problema ahora es que ha venido el Partido Popular con un decreto ley —no ley, sino decreto ley— y se ha cargado la televisión pública.

Otra cosa muy interesante: ese acuerdo de financiación de las televisiones —y perdonad que insista en este asunto— ha permitido que Luis Fernández saliese cuando tenía un mandato para seis años y sólo había cumplido dos y pico. Desde entonces ni un solo director o presidente de la corporación de Radio Televisión Española ha durado más de dos años y medio. Y el recambio a ese señor fue un exministro con ochenta años.

JUAN CUESTA. Director de Europa en Suma: Un par de apostillas sobre cosas que se han dicho. Respecto a la responsabilidad en Internet, hay varias sentencias ya en

España que dicen claramente que el responsable es el medio. Los medios, por tanto, están obligados a tener moderadores para que no se incurra en delitos de xenofobia, terrorismo o apología del terrorismo, racismo, etcétera. Poco a poco se va configurando esa doctrina, con independencia de si se puede identificar al autor e ir directamente contra él.

Respecto a las peticiones de regulación, cláusulas de conciencia y demás, creo que no es un problema de mayor regulación. En una situación como la actual, de precariedad absoluta, da igual que tengamos el derecho a argüir la cláusula de conciencia, porque nadie lo va a hacer. Creo que ése es el problema de fondo.

Sobre el activismo, creo que lo hay individual y colectivo, organizado, militante, de partidos...; igual que los comerciales se organizan para copar las llamadas en los programas de radio que abren micrófono o en las redes sociales. Hay cuentas de Twitter de personajes populares —todos sabemos cómo funciona esto— con cientos de miles de seguidores que están gestionadas por agencias que cobran. Y el día que la agencia escribe «Hoy he estado comiendo en el restaurante A y qué magnífica paella» hace una publicidad que está cobrando. Por lo tanto, no nos acerquemos a las redes de manera cándida y absoluta, como si ése fuera realmente el sentir popular. Muchos de los presentadores de programas caemos a menudo en ese error. Arden las redes sociales y somos *trending topic*, pero, ojo, porque hay gente organizada detrás, ya sea por razones comerciales o militantes. Finalmente quiero decir que hay temas que se caen de los periódicos porque los lectores no pinchan en ellos lo suficiente y que hay periodistas que están cobrando de manera proporcional —no aquí, hasta ahora,

que yo sepa— al número de pinchazos que tienen sus informaciones. Peligroso camino el que hemos iniciado.

JAVIER AYUSO. Adjunto al director de *El País*: Me gustaría decir una última cosa. Es verdad que la publicidad condiciona los contenidos, que la propiedad de los medios condiciona los contenidos, que las audiencias los condicionan y que el poder político lo hace, como también los condiciona la precariedad laboral. Todos estamos de acuerdo en que vivimos malos tiempos para la lírica, pero desde mi punto de vista la única solución es hacer periodismo. Y, si hoy estamos aquí un grupo de periodistas planteándonos esto, es porque seguimos pensando que se puede hacer periodismo.

IGNACIO ESCOLAR. Director de *eldiario.es*: Estoy completamente de acuerdo con Javier, pero yo no creo que sea la única solución. Hay otra solución, que es crear medios donde la publicidad condicione menos los contenidos, donde existan otras vías de ingreso y no haya deudas con los bancos que impidan o que condicionen la línea editorial. Con eso no quiero minusvalorar en ningún caso los esfuerzos que hacen un montón de periodistas que se ven atrapados en medio y que pasan momentos muy difíciles, pero pienso que hay otras alternativas.

JOSÉ ANTONIO ZARZALEJOS. Columnista de *La Vanguardia* y *El Confidencial*: Yo también estoy de acuerdo con Javier, porque creo que el hecho de que estemos planteándonos estas cuestiones aquí hoy quiere decir que nos preocupan, que todavía

nos queda la suficiente fibra ética como para decirnos nosotros mismos las verdades. Aquí se han dicho cosas bastante importantes y duras, y esto es un síntoma de la vitalidad y el dinamismo que existe todavía en la profesión. De ahí que cuanto más nos agrupemos en debates como éste, con los objetivos claros de defender la profesión y hacerla más importante y más valiente en la sociedad, más ganaremos.

RUBÉN AMÓN. Columnista de *El Mundo*: La respuesta a este debate sobre la auto-defensa contra la manipulación informativa tiene su origen en nuestra capacidad para romper los puentes que nos unen a la corrupción, que hemos visto que son muchos, y algunos muy sólidos.

MAMEN MENDIZÁBAL. Moderadora: Bueno, seguro que seguiremos hablando del «hijo de puta», porque ahora empieza otra sesión que se titula «El anonimato y el atrevimiento para la agresión». Muchas gracias a todos.

SEGUNDA SESIÓN

El anonimato y el atrevimiento para la agresión

JAVIER GARCÍA
Director de Europa Press



LUCÍA MÉNDEZ
Columnista de *El Mundo*



LOLA GALÁN
Defensora del Lector de *El País*



CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN
Director de Informativos de La Sexta



Moderadora

CARMEN DEL RIEGO
Presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid
y periodista de *La Vanguardia*





*Arriba: César González Antón, Lucía Méndez, Carmen del Riego, Lola Galán y Javier García.
Abajo: Aspecto de la mesa redonda «El anonimato y el atrevimiento para la agresión»*

EL ANONIMATO Y EL ATREVIMIENTO PARA LA AGRESIÓN

Partiendo de las innumerables ventajas que aportan al periodismo las novedades surgidas alrededor de Internet, afloran algunos escollos o vicios que superar. La inundación informativa arrastra con frecuencia un aluvión de basura facilitada por el anonimato. Una especie de tormenta perfecta de mierda. Ya no sólo se trata de que el periodista tenga la capacidad y la obligación de filtrar lo que es noticia, sino que bajo el amparo del anonimato se producen frecuentes agresiones y falsificaciones que dejan inerme al receptor, además de al directamente afectado.

Ante la polarización y la ocasional sumisión al medio descritas en la primera sesión y la generalización de lo que se ha denominado erróneamente «periodismo ciudadano», pareciera que el espectador necesitara de un «Manual de autodefensa comunicativa», como lo describiera Hellmuth Benesch en su libro del mismo nombre.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Vamos a comenzar la segunda mesa de esta XII Jornada de Periodismo Coca-Cola. La primera nos lo ha dejado difícil, porque ha sido muy interesante, no sólo por las intervenciones de los ponentes sino por los debates que se han abierto desde ahí. El título de la esta sesión es «El anonimato y el atrevi-

miento para la agresión». Creo que no hace falta explicarlo. Viene a ser la continuidad de lo que estábamos debatiendo. Internet es un instrumento maravilloso que nos ha ayudado mucho a los periodistas, pero también sirve para hacer cosas que van en contra del periodismo. Pensaba hacer una pequeña introducción y dejar luego que cada uno de los ponentes hablara unos diez minutos, pero hemos decidido que yo no voy a decir nada y que los participantes de la mesa van a hablar sólo cinco minutos cada uno; así podremos continuar el debate que habéis iniciado antes.

Vamos a empezar a hablar precisamente del anonimato, que no es la información anónima —por ejemplo, de agencia, donde una de las cuestiones más duras para un periodista es que nadie le conozca—, sino de quienes se escudan en ese anonimato para hacer cosas que van en contra del periodismo.

Javier García es un veterano periodista y director de la agencia Europa Press, que, desde el anonimato pero con la seriedad que merece una agencia —yo empecé a trabajar allí—, es un referente en la información. Javier, tienes la palabra.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Muchas gracias, Carmen. Gracias a la APE y a Coca-Cola por invitarme a estas jornadas. Es la segunda vez que vengo y debo decir que tengo un problema y es que soy un apasionado de mi oficio. Me encanta todo lo que tiene que ver con el periodismo y me encanta hablar de mi profesión, con lo cual a veces puedo ser un poco excesivo, porque la verdad es que en este mundo en el que vivimos, en este macroclima en el que nos movemos, a veces parece que no hacemos otra cosa que hablar de periodismo y política, o de política y periodismo. Pero

creo que está bien, en momentos de crisis y de tribulaciones, de crisis grandes como la que está sufriendo el país, que hagamos un poco de reflexión sosegada, si es que eso es posible, sobre cómo están afectando las nuevas circunstancias a nuestra profesión y qué podemos hacer para sacar esto adelante.

Decía Carmen, con razón, que no es lo mismo un anonimato que otro. Por ejemplo, en Europa Press —o en la Agencia EFE, pero ahora estamos hablando de Europa Press— no hay anonimato; no hay firma del periodista pero tampoco hay anonimato. La firma es Europa Press y, por tanto, la responsabilidad está perfectamente definida. La responsabilidad de todo lo que sale por el servicio es mía como director. No hay ningún anonimato y todo lo que contamos tiene un responsable, que soy yo, obviamente. O sea que éste no es el anonimato del que vamos a hablar. Vamos a hablar del anonimato infame, del que se esconde bajo esta especie de cacofonía que son las redes sociales para insultar, para agredir, para menospreciar, para humillar, para contaminar; todo esto que estamos viendo y que es en lo que hay que tratar de poner orden.

Voy a ser muy breve, porque creo que lo más importante es que vosotros planteéis cuestiones. Pero sí quería hacer un par de reflexiones. La primera es que cuando hablamos de anonimato hay que situarlo, porque no es lo mismo el anonimato en sociedades liberales democráticas, como son la española o las del hemisferio en el que afortunadamente vivimos —por mucha crisis que tengamos ahora—, que el anonimato como herramienta política en dictaduras, pongo por caso. En un país que no respeta los derechos humanos, como por ejemplo China, a lo mejor el anonimato es un buen elemento de acción política, en el sentido de movilización o de denuncia. Por tan-

to, creo que lo primero que hay que hacer es calibrar y definir exactamente qué es, porque en los matices siempre está la verdad. Dicho lo cual, cuando esto lo trasladamos a un mundo como el nuestro, en el que funcionan los contrapesos de las sociedades democráticas —a pesar de los problemas que estamos viviendo—, para mí el anonimato no tiene ningún valor. Yo no concedo valor a ninguna comunicación anónima; para mí no lo tiene. Creo que estamos en una democracia consolidada en la que existen vías de participación y vías de denuncia y, por lo tanto, a mí el anonimato no me interesa.

Dicho esto, sí tengo que hacer un par de reflexiones. Entre todos los problemas que tiene hoy en día planteados la prensa —fijaos en lo que voy a decir, porque a lo mejor no estáis de acuerdo—, no considero que el de la lucha contra la agresión que se produce en las redes sociales sea el más importante. No le quito valor; es muy importante y hemos visto casos durísimos en los que las redes sociales pueden acabar con la fama y con la honra de una persona, además sin saberse por qué, por simple capricho. Cuando se pone en movimiento la jaurización de la razón, si se me permite la expresión, es decir, cuando la razón se convierte en jauría, se lleva por delante lo que haga falta. Por tanto, no le quito ninguna importancia, pero sí creo que ahora mismo en los medios de comunicación estamos metidos en un proceso en el que nos estamos jugando nuestra propia supervivencia. No quiero ser demasiado intenso, pero ésa es la verdad.

El tsunami que está viviendo la sociedad española —me refiero ahora sólo a la parte económica; no hablo de la parte política o territorial— no acaba de terminar y ha sido especialmente duro e intenso para los medios y para las empresas periodísti-

cas. Creo que ahora mismo estamos metidos en un proceso en el que nos jugamos nuestra supervivencia como empresas; porque sin empresa no hay periodismo, no lo olvidemos. Sin empresas solventes que puedan, precisamente mediante esa solvencia, permitirse una independencia, o al menos una cierta neutralidad, no hay periodismo. Además, eso conlleva otros retos, como es la adecuación a las nuevas formas de comunicación, la adecuación a Internet, dar respuesta a las nuevas demandas de información, de contenidos, o a las nuevas formas de hacer periodismo que solicita una sociedad ya por definición mucho más participativa, puesto que tiene la posibilidad de eso que se llama el ambiente inteligente, es decir, de estar informado en cualquier momento, en cualquier lugar a tiempo real y a través casi de cualquier dispositivo. Es evidente que eso ha sido un cambio revolucionario y que es una gran oportunidad para los medios, pero una oportunidad a la que todavía no hemos sabido adaptarnos o a la que estamos en pleno proceso de adaptación.

Tampoco hemos sabido —y permitidme que utilice esta expresión tan fea— monetizar, es decir, encontrar la generación de recursos que nos permita compensar la pérdida de recursos por vías tradicionales, que se han desplomado por acción de la crisis. Estamos metidos en un proceso casi de regeneración, o reinención, para asegurarnos la supervivencia y para poder seguir ofreciendo a la ciudadanía lo que yo pienso que somos, o que debemos ser, que es un contrapeso al poder. Creo que estamos viendo, en estos años de crisis durísima, como, a pesar de todos los problemas y de todas las críticas que nos podéis hacer —luego estaré, por supuesto, absolutamente abierto a recibirlas—, estamos cumpliendo esa función de contrapoder, de denunciar, de ser pesados

e insistentes, de poner de manifiesto las contradicciones que se están produciendo en nuestra sociedad. Por lo tanto, me parece que esto de la defensa contra la agresión no es el mayor de los problemas, porque creo que ante la agresión que se produce en Internet hay una respuesta bastante clara; no es fácil pero está clara: el periodismo.

Los que estamos aquí casi todos ya peinamos bastantes canas y somos veteranos. Sabemos qué es periodismo: conseguir una información y defenderla contra viento y marea. Sabemos lo difícil que es ganarse a las fuentes, lo complicado que es confiar en ellas y que ellas confíen en ti. Conocemos las presiones que a veces existen —claro que sí— desde el poder político, empresarial o ciudadano para manipular, y ya no digo manipular en el mal sentido, sino en el de intentar llevar la información al terreno y a los intereses de cada cual. Los que sabemos qué es eso conocemos la importancia del periodismo. Y aplicar las mismas reglas que utilizamos en nuestro trabajo diario nos permite defendernos de eso, que muy apropiadamente se ha calificado en el título de esta mesa como «El anonimato y el atrevimiento para la agresión». Obviamente el anonimato, y además una cierta frustración social que se ha producido en los últimos tiempos, hace que el bulle-bulle, la cacofonía que se produce a través de las redes sociales, llegue a ser absolutamente insoportable. Pero con un poco de serenidad, sentido común y con las reglas del periodismo que todos aplicamos en nuestras casas, cada uno con sus propios matices, ideologías y objetivos, tenemos capacidad y recursos para defendernos de esa agresión, que es verdad que se produce y que es constante.

No le quito ningún valor a este asunto, en absoluto, porque las redes sociales son la realidad. Cuando alguien me acusa de no creer en las redes sociales me parece que

decir eso es como afirmar que no se cree en el invierno. Puedes no creer en el invierno, pero, en fin, entonces tienes un problema. Obviamente, las redes sociales son un gran instrumento de comunicación. Pueden ser un instrumento de información pero no son —y lo siento mucho— periodismo bajo ningún concepto. Insisto: creo que, si aplicamos las reglas que usamos en nuestros modelos periodísticos todos los días y desde hace muchísimos años, seremos capaces de defendernos y de ganar esta batalla.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Gracias, Javier. Coincido contigo en que no es periodismo, pero también tenemos que ser conscientes de que, según los estudios, la principal fuente de información de los menores de veinticinco años son las redes sociales, ya sea a través de cuentas de medios de comunicación o de periodistas.

Paso a presentar a Lucía Méndez, columnista de *El Mundo* a la que todos conoceréis y que es una de las personas más críticas que conozco con la utilización que hacen los periodistas de las redes sociales. Coincido con ella en que ahora hay muchos periodistas que priman más el aplauso en la red cuando hacen una pregunta que la respuesta que deberían obtener para conocer la información que los ciudadanos tienen derecho a saber. Por eso, Lucía, nos interesa mucho tu opinión.

LUCÍA MÉNDEZ. Columnista de *El Mundo*: Carmen y yo hemos hablado mucho de estas cosas, ¿verdad? Simplemente voy a exponeros una serie de perplejidades que tengo como periodista. Aquí se ha dicho, esta mañana, que la respuesta a todos estos problemas que nos están atenazando, e incluso asfixiando, es hacer más periodismo,

o hacer periodismo. Ya me gustaría a mí saber qué quiere decir eso. ¿Cuál es el periodismo de ahora? Desde luego, no es el periodismo que yo aprendí; eso está claro. Tampoco es el que aprendimos por generación casi todos los que estamos aquí. A mi juicio, una de las causas fundamentales de la transformación que está sufriendo el periodismo son las redes sociales. No es que les quite importancia. Al contrario, les doy una extraordinaria importancia, porque creo que las redes sociales están transformando nuestra forma de ejercer el periodismo de una manera obvia, tanto en lo personal de cada periodista como en lo que se refiere a los medios.

Nuestro ilustre antecesor, Mariano José de Larra, se preguntaba quién es el público y dónde se encuentra. Hasta hace equis años no sabíamos quién era nuestro público; como mucho podías recibir una carta de un lector, pero era una cosa extraordinaria. Ahora sabemos cuál es nuestro público, o creemos saberlo, y en este momento el que nosotros creemos nuestro público obviamente son las redes sociales. Es el que suponemos que es nuestro público, porque es el que nos devuelve el *feedback*, el que interactúa con nuestros textos en las web y el que opina sobre nosotros. No sólo nos insulta —aunque también—, sino que hay veces que incluso nos alaba. La primera pregunta que yo me quiero hacer es si debemos leer los comentarios que aparecen debajo de los blogs que hacemos, o de las noticias que damos, que se publican en papel y luego se ponen en las páginas web de los diarios. ¿Sí o no? Teóricamente, para las personas que defienden los avances y el periodismo ciudadano y la interacción con los lectores y todo eso, la respuesta está muy clara: evidentemente sí. Pero yo estoy con Carmen: creo que no. Y lo creo, primero, por experiencia propia. Porque ese tipo de

comentarios a mí me influyen. Me gustaría leerlos y que no me influyeran, pero no soy capaz. El otro día, por ejemplo, escribí un comentario a propósito de este mundo político que se acaba y del mundo que viene, y alguien me dijo: «Te paga Pablito». Si la conclusión que un lector va a sacar de lo que he escrito es ésa —era un texto grande con varias citas; no os creáis que era un comentario frívolo—, evidentemente he fracasado en lo que intento transmitir. Y me influye, porque la próxima vez que yo me ponga a escribir voy a estar pensando que a ver si van a creer que resulta que... Quiero decir pues que ahora mismo ese tipo de respuestas y de comentarios, los comentarios de los lectores, condicionan el trabajo de los periodistas y de los medios de una manera muy grande. No sólo me condicionan a mí, sino también a mi medio y a otros a la hora de jerarquizar las noticias. El trabajo de los periodistas como intermediarios entre la información y los lectores, que es uno de sus trabajos, es jerarquizar las noticias, situarlas: una arriba, otra abajo, una breve, cuatro columnas, etcétera. Ese trabajo ahora mismo se ve muy influenciado por las noticias más vistas y las más leídas. Evidentemente, los responsables de la web siempre pondrán arriba una noticia más llamativa que tenga muchos pinchazos, pero a lo mejor no es la más interesante. Es más, casi nunca es la más interesante. ¿Cuál es la consecuencia de eso? Pues que yo, cuando escriba una cosa, tenderé a poner un título lo más escandaloso posible para que la ubiquen en un sitio mejor y se vea más y tenga más pinchazos. Esto me parece un círculo vicioso que está afectando a nuestro trabajo como periodistas cada día.

Tampoco podemos hacer caso, a mi juicio, a los que nos alaban, porque si, encima de que las palabras ego y periodista pueden ser redundantes, muchas veces nos

dejamos llevar por las alabanzas, igual perdemos la perspectiva y nos podemos creer que somos el centro del universo. El otro día cayó en mis manos un libro de un catedrático de Barcelona que se titula, fijaos, *La ética del periodismo*. Imaginad. Pues decía que los periodistas nos creemos algo fuera de lo común y que no aceptamos las críticas, que sólo queremos criticar nosotros. Creo que también ésta debe ser una reflexión que hagamos. Es decir, ¿hasta qué punto los periodistas, que solemos siempre opinar, valorar y escribir, estamos dispuestos a aceptar que otras personas juzguen nuestro trabajo?

No tengo muchas respuestas ni soluciones para los problemas que planteo, pues yo misma me pregunto qué va a salir de todo esto. La verdad es que me encantaría tener la respuesta, pero realmente no la tengo. Ayer, cuando estaba preparando esto escuché a un profesor al que entrevistaban en la radio —no sé si de la Universidad de Castellón— que decía algo parecido a lo que ha comentado una persona del público que ha hablado antes. Decía que hay muchas maneras de situar una noticia en los medios a través de la manipulación y el manejo de las redes sociales, es decir, que hay muchas formas de condicionar los contenidos de los diarios, por razones políticas, empresariales, publicitarias o de promoción de quien sea, a través de los algoritmos de Google y demás; algo que a mí por lo menos se me escapa, y creo que a todos. Es otra manera de manipular el contenido de los medios y de dificultarnos el cumplimiento de la obligación que yo creo que tenemos todos, que es informar según nuestros criterios profesionales. Éstos pueden estar equivocados, pero para eso somos periodistas: nuestra labor es aplicar los criterios que tenemos y nuestro deber es intentar

hacerlo de tal manera que lleguemos al mayor número de personas posible y que la gente se entere de lo que está pasando. Muchas veces las explicaciones son demasiado complejas, pero en este caso resulta bastante simple.

Creo, además, que el periodismo no es ajeno a lo que supone Internet en su globalidad. Yo me he convertido en una ávida lectora de libros hipercríticos hacia el mundo digital. Tengo muchos en mi casa y me reconfortan el espíritu —qué queréis que os diga—, aunque sea una cosa un poco romántica. Hay muchos gurús que empezaron en Silicon Valley, es decir, gente que comenzó a desarrollar el mundo digital, que están arrepentidos de las consecuencias que ha tenido para la vida de las personas, arrepentidos de la manipulación que supone en el ánimo de la gente todo lo que ocurre en este agujero negro que es la red. También son muy críticos, por ejemplo, con los agregadores, pero sobre todo critican la falta de humanidad. Uno de ellos ha escrito un libro que se titula *Contra el rebaño digital*; os recomiendo su lectura, porque es interesante. El autor se llama Jaron Lanier y fue uno de los primeros en desarrollar el mundo digital. Empieza su libro dirigiéndose a las personas, pero diciendo que no quiere «hablar para un lector humano. Mis palabras serán leídas por autómatas o muchedumbres aturcidas que no actúan como individuos. Las palabras [nuestras palabras, las de los periodistas, también] serán picadas, atomizadas y metidas dentro de motores de búsqueda dentro de conglomerados industriales de computación en nube ubicados alrededor del mundo. Las reacciones a esas palabras degenerarán una y otra vez en cadenas absurdas de insultos anónimos y polémicas inconexas». En esto tenemos toda amplia experiencia. Continúa diciendo que desde que se empezó a des-

arrollar este mundo hasta ahora, y tampoco ha transcurrido tanto tiempo, lo que ha ocurrido es como «si te arrodillas a plantar la semilla de un árbol y éste crece tan deprisa que se traga todo tu pueblo antes siquiera de que tengas tiempo de levantarte después de plantar la semilla». Yo tengo una sensación muy parecida con esto que vivimos en este momento.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Como os decía, Lucía es una de las personas más críticas que conozco con la utilización que hacen los periodistas de lo digital. Pero no estoy de acuerdo en una cosa y es que no sabemos quién es nuestro público. No te puedes fiar y pensar que todos los que hacen comentarios en las redes sociales son tu público, porque la mayoría hace un comentario porque ha leído un tuit que habla de otro tuit que habla de otro tuit; y a lo mejor hay sólo uno que se ha leído lo que hemos escrito. Ahora, debemos ser autocríticos, y algo habremos hecho mal nosotros, los periodistas, para haber perdido la credibilidad que teníamos antes y para que ahora la gente se fíe más de Internet que de los medios de comunicación. Y algo seguro que nos podrá decir al respecto la que es desde hace poco tiempo Defensora del Lector en el diario *El País*, Lola Galán. Menudo trabajo.

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de *El País*: Efectivamente, es un trabajo difícil y bastante comprometido. Al principio, yo no tenía idea de que mi trabajo como Defensora del Lector tuviera mucho que ver con las personas que hacen comentarios en los foros, pero la realidad es que llevo un escaso mes y medio y ya me he encon-

trado con algún problema derivado precisamente de estos temas. En *El País* hay comentarios anónimos. Aunque se exige que las personas se registren con datos fiables, parece ser que no siempre es así y ha habido algún problema en ese sentido. Pero, insisto, esto es así de cara al medio, porque obviamente cuando se expresan por escrito no figuran más que alias o avatares. Uno de los primeros problemas que he tenido fue precisamente con este tipo de personas, porque debido a la agresividad a la que se ha llegado en algunos foros, a la brutalidad verbal, el periódico estaba pensando seriamente en exigir el fin del anonimato, pero se ha encontrado con una resistencia feroz por parte de las personas que están en la plataforma Scoop y que quieren expresarse.

Es curioso, porque este puesto de Defensora del Lector existe desde 1985, cuando Internet no era más que un embrión, y entonces no estaba pensado en absoluto para defender los intereses de estos comentaristas, sino para afrontar las quejas que pudieran provocar los contenidos del periódico. Aun así, me he tenido que ocupar un poco de eso, tangencialmente, y estos comentaristas me han escrito indignados, con su nombre y apellidos y dándome sus datos. Ellos consideran que el anonimato no es un síntoma de cobardía sino simplemente una forma de participar en debates que les permite libertad, por razones como la timidez, entre otras. En fin, les resultaba beneficioso y algunos de los que me han escrito se han mostrado muy indignados con esta medida, que como digo aún no se ha tomado, pero se está sopesando.

Por mi experiencia, sí que creo que el anonimato tiene una relación directa con la agresividad de los comentaristas. De eso no hay duda. Las personas que hacen comen-

tarios violentos, cuando después contactan contigo para pedir una explicación, de repente resulta que son mujeres y hombres que usan correctamente el idioma, que se dirigen a ti no diría que con cordialidad, pero sí con corrección. Por lo tanto, sí que hay una relación evidente. Recuerdo en concreto un mensaje de un señor del que no voy a dar datos, quien entendía que era un ataque a su libertad de expresión tener que dar su identidad real al hacer un comentario, puesto que si no se escudaba en el anonimato no podía criticar su lugar de trabajo y de otra manera iba a tener un conflicto con sus compañeros. Sus preferencias sexuales también eran poco comunes... En fin, una cosa muy curiosa. Todas éstas eran las razones que aducía para no dar su identidad.

No sé lo que hará finalmente el diario a este respecto, pero sí que observo que, más allá de los troles —que están perfectamente tipificados como personas que intervienen sólo para crear conflicto, para insultar y para amedrentar—, los comentarios anónimos —y me he molestado en seguir los que se hacen sobre algunas noticias especialmente delicadas o polémicas— son muy agresivos *per se*. Tienen un componente que va más allá de lo que el lector lee. Es más, hay veces que se hacen críticas feroces sobre algo de lo que no se habla en absoluto en la noticia, o incluso cuando queda claro en el titular que ya hay una crítica sobre algo que ellos, a su vez, vuelven a criticar. Mi impresión es que a menudo no se lee la noticia, que se ve lo que se quiere ver y se usa como una mera excusa para perorar brutalmente sobre lo que sea. Claro, en la situación social, política y económica actual de España, con un porcentaje de personas efectivamente indignadas, quizás la posibilidad de manifestar tu opinión es un terreno abonado; aunque el artículo en el que vayas a poner tu comentario no ten-

ga nada que ver con éste. Es una plataforma espléndida para desfogarse. Creo que los periódicos les han dado cabida porque les interesa, pero indudablemente algún tipo de regulación tendrían que aplicar, porque los moderadores muchas veces no tienen muy claros los criterios. En el caso de *El País*, por ejemplo, sólo pueden actuar a posteriori, con lo cual un comentario puede estar muchísimo tiempo en la página web. Es un terreno en el que hay que tratar de tomar alguna medida un poco más seria, que no coarte la libertad de los lectores pero que les haga responsables de lo que dicen.

A veces se nos olvida que la libertad que todos invocamos con frecuencia es un ejercicio difícil, porque en ocasiones implica ir contracorriente y, en todo caso, implica responsabilizarte de lo que dices. En este sentido sí creo que el anonimato en otros países está mejor controlado —quizá porque acumulan una trayectoria más larga en estos temas—, pues se mantiene dentro de unos límites muchísimo más decorosos, con un criterio de no ofender mucho más arraigado. En nuestro país deberíamos tomárnoslo más en serio y ver qué posibilidad hay de encauzarlo dentro de los límites de la educación y de criterios lógicos, que no sean demoledores.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Es curioso que nadie se planteara que fuera un ataque a la libertad de expresión el hecho de que para publicar una carta al director se exija nombre, apellidos, DNI, dirección y teléfono; y no se publica una carta en un medio de comunicación sin todos esos requisitos. Esto debería hacernos pensar. El último ponente antes de pasar al turno de preguntas es César González, director de Informativos de La Sexta, donde también estarán sufriendo los ataques de Internet. Antes

la expresión era «lo he visto en la tele» y ahora todo se ha «leído en Internet». Es verdad que la tele, para no perder comba, imita a Internet, sobre todo en el espectáculo que suponen también algunos comentarios.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Ayer me puse a preparar la charla de lo que íbamos a tratar hoy y empecé a escribir sobre lo que estamos hablando: el periodismo, las presiones, las fuentes anónimas... Pero realmente tenía una sensación de cabreo, por el planteamiento del debate y también por el tono general de todas estas charlas de las que estamos hablando últimamente, en las que hay de alguna forma implícita una visión trágica de los medios, de cómo está el periodismo. Leía en la presentación que habéis preparado cosas como «creciente polarización de la prensa», «periodistas que han de renunciar a la independencia debida respecto a su medio», «algunos medios se entregan a un combate feroz [...] compitiendo en la tergiversación para tratar de ir más lejos», o que el espectador necesita un «Manual de Autodefensa Comunicativa». Os voy a pedir disculpas, pero me voy a salir del tema y voy a entrar en esto, que no pretendo decir que sea mentira, porque es verdad. Sería estúpido por mi parte intentar negar que estas cosas pasan. Pero sí me gustaría cometer una insensatez y un acto de ingenuidad, si me apuran, al intentar hacer un discurso optimista. Me gustaría que intentáramos no asumir la tesis de que los medios y los periodistas son siempre marionetas de sus editores, de los poderes y sus intereses, porque yo creo que eso no responde a la verdad, que es un tópico y que lo que sí supone una manipulación es repetir ese tópico. Y más aun si el que

lo denuncia, o denuncia cosas parecidas, es Juan Luis Cebrián en una reciente columna. Eso es peor todavía.

Creo de verdad que los medios son ricos en contenidos y matices; mucho más de lo que esa visión trata de trasladar. En España hay mal periodismo, es cierto, pero también hay pluralidad, hay buena práctica y poca ocultación. Y, curiosamente, muchas veces éstos que sostienen o aplauden esa tesis son justamente los que se sienten criticados, los que se sienten insuficientemente valorados, los que en vez de mirarse a sí mismos porque les han salido unas encuestas mal, por ejemplo, se excusan diciendo que son víctimas de conspiraciones de sus adversarios, de periodistas y medios que están vendidos, que son mercenarios. Si queréis otro ejemplo, podéis ver la rueda de prensa de Monago del otro día. Creo que este país tiene medios digitales que han sacado historias como las tarjetas «black» o los viajes del propio Monago; grandes periódicos generales que han liderado informaciones sobre Bárcenas, sobre Gurtel y sobre los ERE y que hasta se han atrevido a publicar mensajes comprometedores de móvil de todo un presidente de Gobierno. Incluso han roto un tabú que otras generaciones no habían eliminado cuando hablaban sobre la Casa Real. Fenómenos nuevos que tienen que ver también con las nuevas tecnologías y el periodismo colaborativo. Recientemente hemos visto experimentos tan interesantes como los *leaks*, donde se ataca a todo un sistema financiero. Hay muchos otros ejemplos, en prensa, en radio y en televisión. Permitidme que destaque también la prensa regional, donde hay un montón de gente que está trabajando muy bien a pesar de la dificultad, con muchas presiones y con falta de medios, y que aun así está haciendo

periodismo del bueno. Presiones claro que hay; malo sería que no las hubiera. Yo soy director de un medio y tengo presiones cada día, de distinta intensidad y formato, pero siempre las tengo. Y si de repente pasara una semana sin presiones me preocuparía, pensando que algo estoy haciendo mal; si nadie me está presionando es que debo estar siendo muy amable.

Pero ¿qué tenemos que hacer? ¿Cuál es la receta frente a esa manipulación, frente a ese ruido y a esa red que nos distorsiona? Al final es lo más obvio, y si me apuran casi hasta lo más sencillo, que son las viejas reglas del periodismo, que ni pasan de moda ni se alteran por trabajar en otros géneros, en otros formatos o soportes. Son muy sencillas y todos las conocemos: honestidad, interés general, ejercicio de contrastar las fuentes y cuatro o cinco cosas más. De verdad que creo firmemente que hay una generación de periodistas trabajando ahora que conoce y que sabe aplicar bien esas reglas. Quizá lo que nos haga más falta sean buenos editores, buenos directores, buenos jefes de sección y redactores jefes que sepan alentar y tener redacciones vivas y que se sientan respaldadas para hacer buen periodismo. Yo quiero una redacción que me meta en problemas, que me busque líos; no quiero una que me haga vivir tranquilo.

Para terminar esta visión un tanto optimista, loca, o ingenua si queréis, me gustaría decir que es verdad que hay precariedad y que es un momento malo para los periodistas, pero que en realidad es un momento maravilloso para el periodismo, porque la gente demanda más y mejor información que nunca. Es verdad que hay una crisis del papel y de la publicidad, pero no confundamos eso con la demanda, porque son cosas

distintas. Si hay algo bueno que nos ha dejado la crisis es que la sociedad está más pre-ocupada, está más interesada y es menos pusilánime. Tiene más ganas de saber y, por lo tanto, es más difícil de manipular. La gente no sólo está cabreada e indignada; eso es un reduccionismo. La gente está también interesada en lo que pasa. En la calle se habla más de política y de economía que nunca. Los de la tele tenemos una maldad, que son el Sofres y la audiencia, que nos hace vivir bajo presión minuto a minuto, porque sabemos cómo funciona cada cosa. Pero también hay algo muy bueno en eso y es que permite tener muy claro el pulso de lo que a la gente le interesa. Es imposible negar que la gente se ha sofisticado: antes querían ver en el Telediario a un perro haciendo surf o un tornado en Oklahoma, porque era muy impactante la imagen, o la fiesta del pulpo en Lugo, y ahora les interesa la política y la economía y quieren información buena y profunda, quieren que les expliquen las cosas. Creo que ésta es una oportunidad que no podemos desaprovechar, pues tenemos que ser útiles para la gente.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Este asunto del anonimato y los medios de comunicación se puede tratar desde muy distintos prismas. Desde luego, sin anonimato muchas fuentes se secarían, pero otra cosa es el compromiso del periodista, eso que llamamos el secreto profesional, que yo creo que no es un derecho, sino un deber que el periodista debe cumplir y honrar. La fuente le ha dado la información bajo esa reserva, porque su identificación a la luz del día le acarrearía consecuencias inaceptables. De manera que hace falta ese tipo de compromiso para que algunas fuentes fluyan y proporcionen una in-

formación que es absolutamente básica y que sin ese compromiso no llegaría a facilitarse. Ahora bien, cuando el periodista recibe esa información y cumple ese deber tiene que saber que él es, a partir de ese momento, el último responsable de esa información. O sea que recibir información bajo el deber de reserva no concede impunidad. Usted, querido colega, tiene que tomar la precaución de verificar lo que le ha dicho esa fuente, de cumplir ese deber de diligencia, de comprobación, de verificación, y sólo después, si está usted en condiciones de poder responder —si llegara el caso en el que le piden cuentas los tribunales, o quien fuere—, entonces usted tiene que saber que con esos elementos adicionales que ha buscado está en condiciones de ser el último responsable. Frente a una demanda siempre existe una querrela, eso que se llama la *exceptio veritatis*: esto es verdad, por consiguiente no es querellable. Pero hay quien piensa que si a él se lo han contado de manera reservada y lo hace público, después, cuando le pregunten algo o vengán contra él o le hagan una demanda, puede excusarse con el secreto profesional. El secreto profesional es maravilloso, pero a continuación el que va a la trena es usted. Hay que cumplir con la fuente, pues es lo honorable, pero la demanda termina en usted. El anonimato es muy importante para que el periodismo pueda cumplir su función; es fundamental, pues si todo quedara permanentemente identificado en todo momento sencillamente se produciría la sequía informativa. Sería el desierto, porque la gente se aterroriza muchas veces. Todos hemos tenido la experiencia de que alguien nos incite diciendo que la prensa no está contando nada sobre algo que está ocurriendo. Entonces, el periodista ya avezado dice: «Oye, pues mañana lo voy a contar, pero citándote a ti». Y, claro, te contestan que no, que

eso no, porque entonces les hunde la vida. Lo que quería decir es que una cosa es la función clave del anonimato en el periodismo —porque ese anonimato resguardado no es anonimato, es reserva de vida para la fuente que está identificada por el periodista— y otra cosa es ampararse en el anonimato para agredir, que es el asunto que estaba en el panel.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Me parece que a eso último es a lo que nos hemos referido todos, porque lo otro nadie lo pone en cuestión. Desde el momento en que asumimos una información que nos da una fuente, no anónima para nosotros pero que no va a ser pública para los ciudadanos, nos hacemos responsables con una firma. El problema es de los que no ponen una firma contra quien ir y se escudan en ese anonimato para agredir.

GEORGINA HIGUERAS. Exenviada especial de *El País* en Asia: En contra de lo que tú dices, Lucía, la verdad es que en un primer momento, cuando empezó a abrirse la información a los comentarios, por aquello de la curiosidad yo los leía, hasta que me di cuenta de que son simplemente batallas entre ellos. No leían mis artículos; de la gente que ha hecho comentarios sobre mis artículos a lo mejor un 1% los ha leído, pero, claro, no te vas a entretener en buscar a ese 1%. Por lo tanto creo que es fundamental que todos esos comentarios no sean anónimos. Hay quien quiere entretenerse y abre una batalla y, como decía Zarzalejos, a las seis y cuatro minutos ya le han llamado «hijo de puta». A lo mejor en su caso es porque es columnista y hay una

serie de tipos que están contra él. Lo mío creo que era más por la información, porque hablaba de India y de China, y entonces salían los prochinos y los antichinos, los proindios y los antiindios. Creo que es absurdo que no se ponga una regla para parar este tipo de comentarios. La mayoría de los comentarios no nos enriquecen para nada. Como dice Miguel Ángel, si tú tienes algo, un caso que verdaderamente debe conocerse, no lo cuentas a través de un comentario en la web sino llamando al periodista y diciendo que tienes una información que es reservada, pero dando tu nombre y apellidos, además de pruebas de ese caso. Creo que es fundamental acabar con el anonimato de los comentarios. Y ya te digo que no es porque a mí me influenciaron; los leí cuatro o cinco días y luego me di cuenta de que no leían lo que yo escribía, así que para qué los iba a leer yo a ellos...

LUCÍA MÉNDEZ. Columnista de *El Mundo*: Estoy de acuerdo contigo; quizá me haya explicado mal. Lo que digo es que esa realidad que estamos viendo tiene una influencia en los periodistas y en los medios. Eso me parece innegable. Que tú personalmente no te dejes influenciar no significa que tu medio no se deje influenciar. Y lo que me parece más peligroso es esa cierta tendencia a la transformación de lo que han sido, como ha dicho César, las reglas básicas del periodismo. Resulta que ahora los lectores ya no son tales, sino usuarios... Usuarios, como de una lavadora. Es decir, que ahora la información es considerada una mercancía, un producto, y, por lo tanto, yo también. Así que, como dicen estos nuevos gurús de la prensa a los que he oído algunas veces, tengo que ser una marca, no una periodista, y así tener publicitaria-

mente mucho impacto donde sea y beneficiar a mi medio, porque se supone que a mi medio eso le beneficia, aunque no sé cómo. Supuestamente, el número de impactos que pueda tener mi marca es bueno para el medio. Yo creo que esto es una revolución, una tragedia, una transformación de las reglas del juego y una tendencia cada vez peor. Pero es que también tiene que ver con la cantidad de comentarios, que al final es lo que decide que una noticia vaya arriba o abajo. Si realmente esta realidad sólo influyera en que a mí me enfade que un tío me insulte me daría igual, porque el problema no es ése, sino que esta realidad tiene un impacto sobre nuestro trabajo y el de nuestros editores, sobre nuestros medios y sobre la colocación, la valoración y la titulación de las noticias. Ésta es, creo yo, la cuestión fundamental que como periodistas nos corresponde: si seguimos las reglas tradicionales, que diría César, de lo que es el periodismo.

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de *El País*: No estoy del todo de acuerdo con eso que dices. Nos condiciona, sí, pero yo observo que entre lo más leído del periódico muchas veces hay noticias que no tienen comentarios, porque no están abiertas a ellos o porque reciben pocos. Y, al contrario, hay noticias con centenares de comentarios que no son tan leídas. Lo que pasa es que el que escribe una noticia, el que pone su nombre, el que ha hecho su trabajo, ha hablado con las fuentes y se ha molestado y preocupado a veces sólo percibe hostilidad y se encuentra únicamente con descalificaciones brutales que, a menudo, insisto, no tienen nada que ver ni con lo que se ha escrito. Y eso es muy descorazonador. De hecho, me consta que hay algún articu-

lista que escribe con la condición de que su artículo no se abra a comentarios, porque éstos realmente causan un impacto, no tanto en cuál es la noticia más leída como en las personas, que se sienten directamente afectadas por esos comentarios.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Yo creo que es evidente que los comentarios afectan en sentido negativo cuando vas a escribir, como decía antes Lucía, porque estás pensando en qué te van a decir, pero también afectan desde el otro punto de vista que yo apuntaba: el de aquél que está pensando en el aplauso y que escribe o pregunta lo que sabe que va a producir ese aplauso en las redes.

El otro día me sorprendió mucho que un artículo mío sobre Rajoy y lo que había hecho respecto al tema de Cataluña tuviera tres mil setecientos y pico comentarios, pero es que estaban debatiendo entre ellos sobre Cataluña. Mi artículo seguro que no se lo había leído nadie.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Estoy de acuerdo completamente con lo que ha comentado César y quiero respaldarlo. No me creo esa flagelación permanente en la que estamos metidos los medios, esa idea de que somos lo peor, de que formamos parte de la ruina mundial. En España se está haciendo un periodismo muy digno en unas circunstancias durísimas; estamos manteniendo la dignidad con bastante desahogo. Esto no quita que yo sea muy crítico con algunas cosas y comportamientos, porque creo que siempre hay que hacer autocrítica, pero me parece que en general no se están haciendo mal las cosas.

Quiero recordar una cosa: el Tribunal Europeo de Derechos Humanos ya decretó el año pasado en una sentencia que los medios digitales son responsables de los comentarios anónimos cuando éstos son injuriosos o insultantes. Es decir, que ya hay un cierto cuerpo legal sobre el tema. No podemos perder de vista que existe cierta responsabilidad por permitir este tipo de cosas. Entiendo lo que dicen Lucía y Lola, ya que al final nadie podemos ser ajenos al entorno; es imposible que uno se meta en una burbuja, en una campana, sobre todo los que tenemos responsabilidades sobre otras personas o los que por nuestro trabajo sufrimos mucha exposición pública y salimos por la tele. Sabemos que tenemos que estar absolutamente sometidos a la crítica y que a uno le puede gustar más tu trabajo y a otro menos. Cuando tú expresas tu opinión y dices que alguien es un «hijo de puta», realmente es que hay muy poco terreno común con esa persona, porque, claro, la socialización, desde que bajamos de los árboles y nos socializamos, se basa en las formas. Yo cedo y tú cedes para que nos podamos entender. Ocurre aquí una cosa que está más que estudiada por la psicología colectiva: lo que permite el anonimato es el desahogo, un desahogo que suele ser malicioso de alguien que está resentido con la sociedad y cuyo máximo deseo, a lo mejor, es ser periodista o tertuliano y escribir como Lucía Méndez, pero que no ha podido porque posiblemente ni tenga el talento ni la capacidad ni nada, así que se desahoga y saca sus instintos primarios. Yo a eso no le puedo dar ningún valor. Y no se lo doy. Y si lo retuitean siete millones de personas para mí seguirá sin tener ningún valor. Que alguien, basándose en un instinto primario de puro desahogo o enfado, de pronto diga que Lucía Méndez va colgada del hombro de Rajoy, por ejemplo, no tiene ningún valor.

Hay muy poco terreno común y lo que sí creo es que siendo consciente, como lo soy, de la importancia que tiene y de que es un fenómeno que no se puede ignorar bajo ningún concepto, debemos ser capaces de ordenarlo, entenderlo, valorarlo y manejarlo. Pero precisamente porque debemos negociar con ello haríamos mal en darle más importancia de la que tiene, porque, al final, yo creo que se trata sólo de ese desahogo, del resentimiento, que ahora es incluso mayor, porque la situación es difícil.

JOSÉ MARÍA NOGUEROL. Columnista de *Interviú* y de *Prensa Ibérica*: Quisiera hacer un breve comentario sobre los comentarios. Rubén antes lo abordó más o menos por encima. Todos sabemos que existen empresas especializadas en elaborar comentarios, sobre todo a las informaciones. Esas empresas son contratadas por grandes compañías y evidentemente suponen un sesgo en la información. Seamos conscientes de ello. Respecto a los comentarios sobre los artículos de opinión, que me tocan más personalmente por el trabajo que desarrollo para *Prensa Ibérica* y para *Interviú*, he dejado ya de sorprenderme e incluso de enfadarme, porque los insultos son constantes, y algunos paranoicos. Por ejemplo, cada vez que toco el tema de la Iglesia tengo un ferviente lector que me recuerda que me casé por la Iglesia. Lo siento por él, pero no creo que eso me impida ser crítico con la Iglesia. El otro día, por ejemplo, escribí un artículo sobre el desayuno de Susana Díaz en Europa Press, que me sorprendió. Me pusieron a caldo, me acusaron de estar comprado... En fin, ese tipo de cosas. Está en la responsabilidad de todos ser un poco más escépticos y darle menos importancia a lo que dicen esos comentarios.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Estoy completamente de acuerdo contigo. Voy a contaros una teoría de mi mujer: la teoría de las cien personas. Ella tenía una tienda en la que trabajaba y donde vamos a suponer que entraban cien personas al día, de las que ella calculaba que aproximadamente diez eran idiotas. Pero de esas diez no todas manifestaban que lo eran; digamos que de esa decena habría unos dos idiotas que se manifestarían como tales. Por lo tanto, cuando ella acabara el día habría atendido a dos idiotas que le habrían demostrado que lo eran. Es decir, que puedes llegar a casa y decir que la gente es idiota, pero sería mentira: se trata de dos idiotas entre cien. Es normal que si leen tu artículo cien personas haya dos que se manifiesten y que digan idioteces. Es verdad que es duro; yo tengo la suerte de que estoy detrás de las cámaras y a mí no me conocen, pero he visto el Twitter de Ana Pastor o los mensajes que reciben algunas de nuestras presentadoras y a la gente se le va la olla. Pero son sólo dos idiotas. Hay otros cien que han entrado, han comprado y se han ido. Tenemos una profesión que antes no estaba tan de cara al público como ahora, pero hay que acostumbrarse... Preguntad a los vendedores de El Corte Inglés. Los comentarios tienen su rollo y su dificultad, pero no creo que sean algo trascendental. Tenemos que prepararnos psicológicamente para ello, pero no me parece fundamental.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Hay otro tema que quiero exponer, aunque no sea el motivo del debate. Vaya por delante que no tengo Twitter, así que asisto entre sorprendido y abrumado a la utilización no del anonimato, obviamente, sino de

Twitter, que sirve para que muchos periodistas se machaquen entre sí. Lo de la utilización de las redes sociales también es un fenómeno realmente curioso, aunque en este caso no es anónima sino que está perfectamente vista. Pero sí que hay una especie de vicio con eso de utilizar los 140 caracteres. Como todos sabemos, en 140 caracteres caben muchos matices, una matización mental y expositiva tremenda, para machacarnos unos a otros de la forma más cruel.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: También es difícil que el tío al que le ha gustado un artículo tuyo se ponga a decirte que le ha encantado o lo bueno que eres; lo normal es que entren para criticar y para montar lío. Es mucho más normal que te encuentres quejas o críticas a que alguien te diga que eres guapísimo. Es lógico.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: También los hay, César. Decir eso te garantiza que vas a tener muchísimos más comentarios, porque van a venir todos los que no se han leído la información a decir que estás vendido y que te paga Pablo Iglesias.

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de El País: Al final los comentarios son un poco como tertulias de tasca, de bar. No estoy muy segura de que aporten gran cosa.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Si, pero de tasca a las tres de la mañana y bien cargaditos.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: ¿Entonces para qué los tienen todos los medios de comunicación?

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de *El País*: Supongo que el tráfico de entrada y salida de esos comentarios es interesante.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de *La Sexta*: Es que es un sitio maravilloso para contar cosas y para enterarte de cosas. Es una herramienta superútil. Yo la utilizo. Para mí es una herramienta importante, incluso te diría que sirve para tener un pulso de lo que pasa; aunque hay que saber interpretar los comentarios que lees.

Vuelvo otra vez al tema de los de la tele. La audiencia te enseña a leer curvas, lo que implica que corres el peligro de hacer eso tan horrible de decir que, como ha bajado Gaza, nunca más vamos a hablar de Gaza. Eso no hay que hacerlo, pero sí está bien mirar los comportamientos. Twitter es un sitio interesante para estar, para escuchar y ver, y también es muy interesante como herramienta para dirigir tráfico y que la gente te lea y conozca tu medio. Somos periodistas y queremos que nos lea cuanto más gente mejor.

GEORGINA HIGUERAS. Exenviada especial de *El País* en Asia: Lo que pasa es que estamos hablando de dos cosas distintas. Tú hablas de Twitter, una red social de la que yo no tengo nada que decir, aunque evidentemente ahí se fomentan muchísi-

mos de esos comentarios contra las personas. Yo hablo de los comentarios de las noticias, que es lo que me parece absolutamente absurdo. Si los periodistas nos identificamos, el tipo que comenta una noticia en la web también debería identificarse. Si un profesional ha hecho una información sobre un tema, o si ha escrito una columna, para la que ha tenido que trabajar, que buscar su fuente y contrastarla, el señor que la critica o alaba debería identificarse. Las redes sociales funcionan de otra forma. No digo que en Twitter tengan que identificarse, pero en los comentarios que van junto a las noticias creo que sí deberían hacerlo.

JUAN CUESTA. Director de Europa en Suma: Primero, quiero insistir en una idea que planteaba antes, que es la candidez con la que parece que nos acercamos a las redes y a lo que sucede en las redes. No debería ser así. Hablábamos de activismo militante, de intereses comerciales. En Estados Unidos, por ejemplo, se está planteando que haya una declaración de intereses por parte de los blogueros. Tal vez sería justo pedir que los blogueros que escriben sobre automovilismo —pongo por caso; no vamos a hablar de política— explicaran si han recibido un coche de Seat con un 50% de descuento o si les han dejado o les dejan cada mes un coche para probarlo. Exactamente igual, la audiencia debe saber cuál es la propiedad de los medios para conocer quién le está contando qué. Parece que también debería ser un derecho de la audiencia saber si esos blogueros que opinan de diversos asuntos tienen un interés real en ellos. Lo sugiero simplemente porque es un tema que ya se está planteando, insisto que por intereses puramente comerciales, en Estados Unidos.

En segundo lugar, me gustaría trasladar una pregunta que se sale un poco del tema. Si nos circunscribimos al último año —no voy a ir más atrás—, en el que los medios estrictamente digitales se han consolidado, las exclusivas y el periodismo de investigación se han dado básicamente en los medios digitales, no en los convencionales. *Público*, *infoLibre*, *eldiario.es*, *El Confidencial*... Ahí han saltado las exclusivas en el último año. Me gustaría saber si en la mesa hay alguna opinión de por qué esto es así. ¿Ya sólo se está haciendo investigación en los medios digitales, mientras los convencionales se han situado en una posición más o menos cómoda? Recuerdo lo que decía Nacho Escolar esta mañana: la gente no paga por leer noticias. Pues a lo mejor es que los medios convencionales dan noticias con la pátina ideológica correspondiente y la gente en realidad está pagando por el periodismo como servicio público, es decir, por que se aporten iniciativas, se desvelen historias, corruptelas, etcétera.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Dos cosas. La primera sobre el periódico al que te has referido. Es razonable lo de pedir una declaración de intereses a los blogueros, pero si llevamos un paso más allá ese argumento que sostienes también podría valer para la prensa tradicional, para el papel. Hay gente en todos los medios que escribe sobre coches; en mi casa hay un chico que escribe sobre coches y en *El Mundo* hay una sección entera. ¿Hay que pedirles también una declaración de los coches que prueban o usan? Al final la sobreactuación puede llevar a injusticias. Hay un fenómeno que conozco poco, porque no estoy muy interesado en el tema, que es el de las SITS Girls, chicas que se han convertido en referentes de moda en la red, y yo doy por he-

cho que las marcas les dan ropa y les pagan. Supongo que lo harán. Es decir, que lo mismo que sirve para un bloguero podría también aplicarse a la prensa tradicional.

Respecto a lo otro, sin menospreciar nada, porque para mí todos son clientes y amigos, eso que has dicho tú me parece un poco injusto. Si sacáramos de verdad la relación de todas las exclusivas, con los matices que eso puede conllevar, estoy absolutamente convencido de que hay tantas en periódicos digitales como en papel. Creo que la prensa está haciendo su trabajo como buenamente puede, sacando y desvelando todo lo que puede en el momento que puede. Pero voy más allá: lo que hacen los periódicos digitales es lo mismo que lo que hacen los periódicos en papel, las televisiones o las agencias... Es periodismo. En teoría no tiene que haber ninguna diferencia entre lo que escribe o cómo lo escribe un periódico digital o *El Mundo*, por citar a Lucía. Tiene que ser lo mismo: información buscada y contrastada que tenemos que defender, como hemos hecho toda la vida. No sé por qué tendría que haber diferencias, porque, además, recordemos que los periódicos digitales también se financian con publicidad, exactamente igual que el resto de los medios.

LUCÍA MÉNDEZ. Columnista de *El Mundo*: Comparto bastante la opinión de Javier. Realmente si hacemos un listado de los temas que están en la mesa, que son corrupción y demás escándalos, no se puede decir con datos en la mano que sólo los han sacado los medios digitales. Pero sí que me gustaría —porque creo que es merecido, a pesar de que nosotros somos periodistas con un cerebro literario, de papel— decir que los nuevos medios digitales tienen muchísimo mérito, porque han buscado y se

han esforzado en encontrar una alternativa al periodismo tradicional y a las empresas tradicionales. Me parece que abrir el camino de que la gente pague por la información es muy importante. Ellos se han atrevido a eso y creo que todos los periodistas deberíamos estarles agradecidos, independientemente de que podamos criticar las redes sociales o lo que sea. Creo que para los periodistas es importante que haya más medios, que existan empresas nuevas y otras que apuestan por el desarrollo digital; incluso que haya nuevas televisiones, como La Sexta, que se abren camino en la sociedad, con su audiencia y su relevancia. Aunque sea únicamente por la supervivencia de nuestra profesión, es muy importante lo que están haciendo y, al margen de que no sólo ellos denuncien la corrupción, creo que debemos agradecerlo.

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de *El País*: Estoy de acuerdo. Lo que pasa es que habría que hurgar un poquito más en esas paternidades, porque hay veces que se solapan y es muy complicado. Efectivamente, hay algunos medios digitales que han hecho una gran aportación, pero en otras ocasiones han sido los medios tradicionales, en papel, los que la han hecho. Unos viven a veces de los otros, etcétera. Es un mundo bastante complicado, pero estoy de acuerdo con Lucía en que, en cualquier caso, toda esta pluralidad es fantástica, muy positiva, y en mi opinión desde luego que debe fortalecerse.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Yo no hago diferencia entre los periódicos en papel y los digitales. Otra cosa es que haya otros productos digitales que yo conside-

re que no son periódicos, como por supuesto las redes sociales, que no son medios de comunicación sino medios para comunicarse. Tendríamos que hablar también mucho del periodismo de investigación. A lo mejor es que ahora la gente que tiene una información que quiere que se publique, en vez de meterla en el buzón de *El País* o de *El Mundo*, la cuelga en digital, pues sabe que así va a tener un tratamiento más amplio. Tal vez el periodismo de investigación esté cambiando sencillamente el buzón.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Quería recordar una cosa que solía repetir Carlos Luis Álvarez, *Cándido*, que decía que «la actualidad tergiversa la realidad». Estamos viviendo ese momento, creo yo: esa actualidad instantánea, fragmentaria, descontextualizada, invasiva y que nos inunda está tergiversando la realidad. Antes los periodistas éramos recibidos en cualquier sitio, con la idea de que íbamos a dar una noticia. Por ejemplo, ¿qué ha pasado en el Congreso? Pues que ahora todos lo saben todo antes. Los periodistas cumplían con esa función de intermediación que se ha mencionado. Recuerdo cuando en el Congreso teníamos acceso al teletipo de las agencias, salíamos de la sala de prensa y podíamos dar noticias a los diputados y, sobre todo, enfrentarles con la noticia: «Ha habido un atentado en Baracaldo. ¿Qué tiene usted que decir?». Eso ya es inútil. Nunca más va a poder ocurrir. El tipo sabe lo de Baracaldo antes que tú, o al mismo tiempo; todo el mundo lo sabe a la vez.

A lo que nos obliga esta reflexión no debe ser a sentirnos como los aduaneros: se establece el espacio Schengen, se levantan las fronteras y entonces algo que en

general es un beneficio para todos pone en pie de guerra a los aduaneros: «¿Y nosotros qué?». Pues mire usted, vamos a buscarles otra dedicación. Otro ejemplo: ahora aparecen los que se han quedado sin trabajo porque estaban de escoltas en el País Vasco. No quiero ver a los periodistas en la situación de decir que ha llegado esto de Internet y que nos tenemos que ir al paro. De nosotros no se ocupa nadie. Lo que tenemos que hacer nosotros es ocuparnos de nuestra función de verificación, de contraste, que sigue siendo absolutamente necesaria, incluso más que antes. Si dejamos de cumplirla sencillamente dejamos de ser necesarios y este asunto desaparece, como desaparecieron otras cosas, pero ¿con qué consecuencias? Pues la de debilitar y degenerar la democracia, la de hacer una democracia de muy baja calidad, porque no hay nadie que esté interpelando y emplazando, nadie que escrute el comportamiento del Gobierno y de los demás poderes.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Creo que estamos todos bastante de acuerdo con lo que ha dicho Miguel Ángel: ahora más que nunca nosotros tenemos una labor, porque hay más información que nunca corriendo por todos lados. Debemos desbrozar la transmisión de la información y decir esto sí o esto no. Debemos recobrar la credibilidad que teníamos para decir: «Oiga, de eso no haga caso. Se lo digo yo que soy una persona honesta».

Antes veíamos un teletipo y se lo comentábamos al diputado, pero ahora todos tienen la información a la vez que nosotros, muchas veces porque los propios periodistas, cuando pasa algo, antes de contarle en su medio lo publican en Twitter. Nadie

me ha sabido explicar en qué consiste el negocio de esto. No sé qué les reporta al medio o a los que trabajan y cobran todos los meses de ese medio. A mí me ha pasado en el Congreso: estaba en un corrillo de éstos que normalmente nadie sabía que existían y que se identifican como «fuentes», el famoso señor «fuentes» que todos conocemos, y vi a alguien tuitear que estaba en ese corrillo. ¿Qué ganan con eso? Una vez se lo pregunté a uno de ellos y contestó que igual algún jefe de algún medio le estaba leyendo y conseguía un trabajo mejor. Eso no es información.

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

Ha sido una charla muy interesante. Yo me dedico a la comunicación corporativa y quería analizar el título de la jornada, «Autodefensa contra la manipulación informativa», que es más genérico de lo que parece y abarca más cuestiones de las que hemos abordado esta mañana. Siguiendo la línea de lo que planteaba Miguel Ángel Aguilar hace un momento, hemos hablado de Twitter y de las redes sociales, pero ¿cómo se defiende el profesional del periodismo frente a la manipulación de una de las fuentes, frente a la manipulación de los políticos, frente a ruedas de prensa mediante televisión de plasma, con contestaciones a una sola pregunta, mareando a una miriada de periodistas o diciendo que convoca la rueda de prensa, como hemos visto hacer al edil éste de Valencia, porque le da la gana? ¿Qué pueden hacer los profesionales de la información y del periodismo para transmitir y seguir cumpliendo sus funciones —que son mucho más amplias de lo que hemos hablado hoy—, para defender la dignidad profesional y dar un mejor servicio a la sociedad? Sé que me he ido un poco de lo que hemos

tratado esta mañana, pero creo que teniendo a periodistas de tan reconocido prestigio es importante que puedan comentar el asunto.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Me vais a permitir que, como presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid en estos momentos, aluda a la rueda de prensa del primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia. Quiero repudiar su actitud pero, sobre todo, poner en valor la de los periodistas, que, sin perder la tranquilidad, con una cortesía inmensa que le faltó al político, siguieron preguntando y poniéndole delante de su espejo. Me parece que quien ha tenido que pedir perdón —hasta donde sé ha sido el señor Grau—, pero quiero aplaudir a los periodistas, que estuvieron en su lugar y cumplieron con su papel. Creo que así es como nos podemos defender de la manipulación, haciendo preguntas y más preguntas, porque el hecho de que no contesten ya en sí te cuenta muchas cosas. Lo hemos podido ver en una rueda de prensa recientísima de otras personas.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Me parece un ejemplo buenísimo el de Grau, que sale calentito y ya entra a la rueda de prensa diciendo que no va a hacer lo que quieren. Va un poco en la línea de lo que yo contaba antes, también escapándome de la conferencia, sobre que hay periodistas valientes que están haciendo bien su trabajo. En esa rueda de prensa hay una periodista de Telecinco que le pregunta, él la corta de mala manera y ella, con mucha educación, mantiene con firmeza su pregunta. Y otro periodista le llega a decir que para

qué ha ido allí a una rueda de prensa a contar sólo eso. Hay una valentía de los reporteros que es muy notable y se ejerce sin perder la educación en ningún momento. Aparte, hay una cosa que es muy positiva y que hemos recogido muchos medios, y es que ha habido un punto de puesta en valor de unos medios sobre el trabajo de otros compañeros. Recuerdo a Antonio García Ferreras en «Al Rojo Vivo» sacando el corte de la pregunta que hacía la periodista de Telecinco. Creo que eso es algo que está bien que se vea.

Respecto a la pregunta anterior, la manipulación ha existido siempre; tampoco nos hagamos líos. Yo soy joven pero en casa he mamado periodismo y eso toda la vida ha sido así, de una u otra forma; antes quizás era menos sofisticado y también lo tenían más fácil porque había menos medios. O sea que en la pelea hay ventajas y desventajas. En algunas cosas hemos ganado y en otras hemos perdido, pero lo que sí creo que necesitamos, como demandaba antes, son editores y jefes valientes. La materia prima está. Hay gente muy buena trabajando en los medios, profesionales veteranos y noveles, jóvenes y mayores. Hace falta respaldo, valentía y editores con coraje, pero creo que se están haciendo muchas cosas bien y tenemos que empezar a creérnoslo también nosotros. Eso es un poco lo que pedía aquí, que proyectemos una imagen de que en este oficio se están haciendo las cosas bien y denunciemos las que están mal, porque hay cosas espantosas que dan vergüenza. Hay un montón de gente que está trabajando muy bien, y no sólo en la denuncia de la corrupción, que es una parte del periodismo. Hay otra parte muy importante que es el análisis, los artículos que se publican, las entrevistas que hacen, los enfoques que se dan de los temas de actualidad,

el trabajo de la gente del Parlamento o de los que hacen información judicial, la divulgación de las radios, las teles o los periódicos. Un buen trabajo.

Además, yo creo que tenemos mejor clientela que nunca. La clientela ahora está con más ansias de información y de explicaciones de las que jamás ha tenido. Seguramente además sea una clientela nueva; no se trata de una élite prescriptora sino que la masa ha crecido. Y es mentira que se lea menos información que antes. Si comparas los ratios de lo que se leía antes un periódico, se veía una tele o se escuchaba una radio con lo que ocurre ahora, se ve que hay una crisis del papel, de la publicidad, pero no del consumo de medios ni de información. Los datos de los vídeos de actualidad que se ven en la red, el consumo de contenidos que hay a través de Internet y la cantidad de tiempo que la televisión o la radio dedican a la actualidad indican que es falso que estemos en una crisis de demanda.

LUCÍA MÉNDEZ. Columnista de *El Mundo*: A mí me preocupa, de la intervención de Jesús Alfaro, sobre todo la sensación que podría desprenderse de que nosotros estamos de acuerdo con la política del plasma. No podemos consentir de ninguna manera que se piense que los periodistas españoles que hacen información política y van a las ruedas de prensa soportan eso, porque no es verdad. No es cierto. Se puede discutir cómo se pregunta o cómo no, y no es tan fácil tener la valentía que tuvo esta compañera con el teniente de alcalde, porque eso supone un riesgo que yo tampoco puedo pedir a nadie que corra; que se quemé a lo bonzo y que sea un héroe. A los periodistas no se nos puede pedir que seamos héroes, sino que cumplamos con nuestra obli-

gación. Por ejemplo, la rueda de prensa de ayer del presidente del Gobierno fue una evidencia de que la gente preguntó lo que, en mi opinión, había que preguntar. Sobre lo que tú has dicho, es verdad que por ahí fuera la gente se queda con imágenes simples. Por eso parece que nosotros estamos tolerando que haya ruedas de prensa o comparencias sin preguntas, pero realmente ésa no es nuestra responsabilidad. Es decir, si el presidente del Gobierno quiere relacionarse con la sociedad de una determinada manera, ¿qué podemos hacer nosotros? Pues preguntar, cuando se nos deja. Los compañeros que hacen este papel podrían ir más allá, pero creo que es pedirles algo que no está entre nuestras funciones como periodistas. Alerto sobre una paradoja: por una parte existe esa sensación de que hemos retrocedido en nuestra capacidad profesional para trabajar frente a los políticos, pero también ocurre —y yo creo que esto afecta a nuestra profesión— que en determinados programas de televisión los periodistas se enfrentan políticamente con los políticos, no preguntan sino que debaten, como si estuvieran en el Parlamento. Son periodistas, comentaristas, o no sé qué, que se ponen a hablar con los políticos en los mismos términos que éstos utilizan. Ésta es una realidad y que además tiene mucha audiencia; no estamos hablando, como sabe César, de un fenómeno menor. Y no lo estoy calificando, sino hablando de una realidad que se está produciendo y que no se daba antes, salvo en los programas que no son periodísticos, que son de cotilleo, donde sí que confrontaban con las *celebrities*, con los famosos. Esto se está viendo en la televisión en España y supone una realidad política y periodística nueva, una paradoja en relación con lo que planteas tú. Es decir, que vivimos una realidad nueva a la que hay que responder, o que hay que ana-

lizar, sin calificarla de buena o mala. Simplemente está ahí y es una realidad, así que debemos asumirla como tal.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Yo estaba en la sala de prensa del plasma y en Twitter enseguida empezaron a aparecer fotos mías con una señal que decía: «¿Y qué hacía la presidenta de la Asociación de la Prensa delante de un plasma?». El plasma se ha convertido en la definición de la política de comunicación de Mariano Rajoy, pero voy a explicar lo que pasó realmente. Aquello no era una rueda de prensa, jamás nos convocaron a una rueda de prensa a través de un plasma. Jamás. Entre otras cosas porque los periodistas no lo hubiéramos permitido. ¿Qué se puede hacer? Es cuestión de los jueces. Nosotros en la Asociación de la Prensa desde hace ya algún tiempo tenemos un lema, que es «sin preguntas no hay cobertura». Vuelvo al plasma. Qué fue el plasma y por qué nos quedamos todos allí y cubrimos la información de lo que Mariano Rajoy decía a través de la pantalla. No era una rueda de prensa, insisto, sino una reunión interna de la directiva del Partido Popular; igual que el Partido Socialista tiene el comité federal o Izquierda Unida tiene el consejo federal o Podemos tiene lo que vaya a tener. Allí hay una intervención del presidente del partido, o del secretario general, hacia los miembros de ese órgano del partido. En el Partido Socialista también dejan entrar a los medios de comunicación a esas reuniones para que escuchen el discurso del secretario general; la sala es muy grande y los periodistas se ponen al fondo. Izquierda Unida hace exactamente lo mismo. Los periodistas pueden entrar al consejo federal y escuchar las intervenciones de los políticos y lo suelen hacer en sitios

que no sean su sede, porque es bastante pequeña. En el Partido Popular lo hacen en la sede, son seiscientos y pico personas; no caben ni ellos en la sala. Y para que podamos ver esa intervención nos la ponen a través de un circuito cerrado de televisión. Por eso estuvimos allí. Lo que se nos exigió después, cuando se supo lo del plasma, es lo mismo que decir que uno que esté en el comité federal del Partido Socialista tiene que levantar la mano y preguntar cuando acaba el discurso. Pues no. A usted hoy no le toca. Hoy les toca a los políticos. Bien es verdad que no nos dejan estar en los debates tras la primera intervención, y yo creo que hacen bien, porque si no no debatirían.

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

A lo mejor ante planteamientos como el del teniente alcalde de Valencia, que, frente a la respuesta y la valentía de los profesionales que estaban allí preguntando y reiterando, contestó «porque me da la gana», habría que decir basta ya y marcharse. Yo no pongo en cuestión un tema institucional con el presidente del Gobierno, porque se trata de otro tipo de cosa. Pero es que el otro día vi una rueda de prensa de una política conocida en la que, antelas preguntas de unos periodistas, ella ya no digo que se fuera por los cerros de Úbeda, se iba por los de San Lúcar de Barrameda y de muchos otros sitios. No sé si habrá llegado el momento de tomar otro tipo de decisiones, que evidentemente no corresponden a los periodistas, sino a los editores y a los directores, para tener un campo de juego regulado institucionalmente. Nosotros como periodistas y ustedes como políticos. Ustedes tienen derecho a decir o no decir, pero nosotros lo tenemos a hacer o no hacer, a preguntar o no, a quedarnos o a marcharnos.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Así es, pero también considero que el hecho de reflejar en las crónicas que no quiso contestar a veinticinco preguntas es importante.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Me ha venido una cosa a la cabeza que a lo mejor es un poco polémica sobre la rueda de prensa de ayer de Mariano Rajoy. Lo digo por seguir el ejemplo y porque creo que todos los que estamos aquí nos entendemos bien. No es que Mariano Rajoy se levante y diga dolosamente: «Voy a echarles unos huesos a los chicos para que se entretengan y me dejen en paz». Mariano Rajoy es el presidente del Gobierno español y tiene la obligación absoluta e ineludible de explicarnos qué está pasando en el país y cuál es la posición del Gobierno en un debate difícilísimo e intensísimo para España, como es ése. Eso es lo primero. Lo segundo, y aquí es donde entro con una cierta polémica, es que también hay que entender que el presidente del Gobierno tiene derecho a contestar lo que quiera y lo que considere en cada momento. No creo que debamos acosarle, aunque por supuesto que hay que preguntar y repreguntar. Y ayer hubo un ejemplo fantástico de esto, porque se le preguntó de todo; todos los medios, de todas las formas posibles y desde todos los ángulos y perspectivas. Y él contestó lo que consideró en función de sus intereses o de su posición. El mismo derecho que tenemos nosotros a preguntarle absolutamente todo lo tiene él a contestar lo que considere oportuno. Tenemos que ser razonables. Yo creo que eso es así. Y si nos miente o no nos cuenta cosas nosotros lo expresaremos en nuestras crónicas, pero él tiene derecho a contestar lo que quiera.

Soy director de un medio y fundamentalmente me debo primero a mis clientes y luego a la sociedad. Y yo me pregunto: ¿es relevante una declaración en plasma del presidente del Gobierno o no? Si lo es, ¿tengo derecho a hurtarle esa información a la sociedad aunque no me guste cómo se produce? Me lo cuestiono. Por supuesto, si hubiera una decisión común de todos los medios para decir que esto no se acepta, yo no sería insolidario, pero insisto, si es una declaración institucional, por ejemplo la del caso Bárcenas, en la que no se admitieron preguntas, nosotros, como periodistas, ¿tenemos derecho a hurtar esa información a la sociedad porque no nos guste el procedimiento? No estoy muy seguro de que tengamos ese derecho.

LOLA GALÁN. Defensora del Lector de *El País*: Solamente quería precisar una cosa. Eso no me parece que sea manipulación; en todo caso es el intento de utilización de la prensa por parte de los políticos. Manipular es una cosa más sutil, más complicada y, desde luego, mucho más peligrosa.

PEDRO GONZÁLEZ. Colaborador de *ZoomNews*. Fundador de *Euronews* y del *Canal 24 Horas*: Al hilo de lo que se ha hablado aquí creo que es muy interesante lo que ha suscitado Lucía a propósito de las tertulias en las que periodistas y políticos debaten en el mismo plano. Me da la sensación de que todos los que las seguimos, y sobre todo los que las siguen y no son periodistas, tenemos la percepción de que los periodistas se están pasando a un terreno que no les corresponde, y eso resta credibilidad al resto de la profesión. En definitiva, eso hace que a ese mismo periodista, el

día que da un tipo de información o habla de otra clase de cosas, se le considere desde un sesgo más partidista. Porque cuando se debate con el político no se hace para preguntar sino para oponerle unos argumentos que debían de expresarse en otro escenario, en el Parlamento. Forma parte del espectáculo, pero creo que la incidencia que eso tiene en la profesión es demoledora. Estoy de acuerdo con lo que decía Javier sobre que el político tiene derecho, sea el presidente del Gobierno, el jefe de la oposición o el presidente de una comunidad autónoma, a responder lo que le dé la gana, pero siempre y cuando el periodista pregunte, repregunte y no se salga de su espacio. El problema es que, cuando lo que le responde el político no le gusta al periodista y éste se pone a debatir con él, está equivocando radicalmente su papel y se convierte en un político, pero un político al que no ha elegido nadie; sólo la emisión o el programa que le ha puesto ahí.

A propósito del sesgo que tienen las conversaciones, como comentaba en el anterior panel José Antonio Zarzalejos hablando de los que contestan en eso que se llaman las redes sociales, que en definitiva son los foreros que intervienen para denigrar a un periodista o su trabajo, quiero hacer una pregunta: ¿consideráis que hay una cierta asimetría en los comentarios? Yo, que tengo la paciencia, muchas veces, de leerme lo que dicen los foreros, me encuentro con una ristra importante y siempre a favor de un determinado sesgo. Creo observar —no sé si me lo confirmáis— que se trata de darle leña a una determinada tendencia. Enlazo con otra historia, que es el tema de Podemos, y que también se apuntó esta mañana. Parece que hubiera un miedo reverencial a decir las verdades a las que se enfrenta un señor que parece que es el que concita

ahora mismo todas las audiencias. No hay más que hablar con la gente de la facultad de Ciencias Políticas que no sea de la cuerda de Podemos para saber cómo trataba este círculo la opinión del discrepante —incluso han reventado actos de otras tendencias— antes de que surgiera este fenómeno. Parece que hay un miedo reverencial a que esto exista. ¿No creéis que hay una especie de *tótum revolútum* en todas estas cosas y que debemos hacer autocrítica y echarnos la parte de culpa que nos corresponde?

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Me pido la uno y la tres y la dos la dejo para vosotros. La de los debates políticos en televisión me toca. Soy culpable. Desde los informativos gestionamos «Más Vale Tarde», «Al Rojo Vivo» y «La Sexta Noche»,. Aunque «Más Vale Tarde» tiene otro formato, con tres periodistas debatiendo, en los otros dos espacios sí que se mezclan políticos y periodistas. Mantengo un principio básico que es importante y es que tengo un profundo respeto por la inteligencia de la gente. Creo que es lista y que sabe y entiende lo que ve. Cuando nosotros ponemos a periodistas y a políticos juntos, todos van voluntariamente. Nadie les apunta con una pistola para que se sienten. Ellos son responsables de sus opiniones y de lo que dicen. Lo que sucede es que surge un debate interesante para la gente que lo ve, que es mucha. La gente sabe sacar conclusiones, pensar sobre lo que están diciendo o entender cuáles son los planteamientos de un partido político sobre un determinado tema.

Antes en esa franja nosotros teníamos fútbol o había una «Noria», con Mohedano y Paquirrín. También ha habido películas maravillosas de la industria americana el

sábado por la noche, pero ahora hay un programa en el que se sientan a hablar políticos y periodistas. ¿Eso provoca una posible mancha de la profesión y una vulgarización de los contenidos que nos van a hacer a toda la profesión tener manchas y perder credibilidad? Yo creo que no. Pero puedo estar equivocado. Pienso que hay políticos buenos que se sientan y lo hacen muy bien y otros que lo hacen muy mal. Y lo mismo ocurre con los periodistas. De verdad creo que la gente es capaz de entender lo que se hace y lo que se discute allí. Luego hay otros géneros: en ese mismo programa hay también entrevistas y otros formatos. Lo que sí creo con seguridad es que es bueno que haya estos debates y que la gente tiene ganas de que se hable de política. Además, se habla de temas serios; evidentemente la televisión no puede tener la profundidad que tiene una página de un periódico o el debate de una radio, pues funciona con otras capacidades y formatos, pero sí se utilizan criterios informativos. Lo que hay que hacer es intentar aplicar unas reglas básicas y cierta deontología a la hora de tratar estos temas, pero igual que cuando se hace en un periódico o en una radio.

Sobre el otro tema he de decir que me sorprende, porque creo que hay muchas cosas que se dicen sobre Podemos. Por ejemplo, acabas de mencionar el tema de reventar los actos. El viernes emitimos un documental en «La Sexta Columna» donde dábamos esa imagen y salía Iglesias de jovencito con Errejón reventándole el acto a Rosa Díez. Decís que hay un miedo reverencial a criticar a Pablo Iglesias... Pues para tenerle miedo le dan unos palos... Se le ha sacado hasta el número del código de barras de la zapatilla de Alcampo. Antes me decían que no se había informado sobre que el aforo de Vista Alegre estaba sólo en un tercio, pero es que eso no es verdad,

y te puedo sacar aquí los datos. Nosotros, en La Sexta, hemos contado la asistencia que había en Vista Alegre y se ha comparado con el llenazo de Zapatero en esa misma plaza, o de Izquierda Unida. Eso se ha contado. A Pablo Iglesias se le ha sacado en una imagen de la fiesta de «La Tuerka» con la bandera de Lenin y cantando «La internacional». Yo en La Sexta lo he emitido el sábado pasado. Pero es que luego él contesta muy bien... Y, el que le pregunta, cuando se pone delante el del Partido Popular, por ejemplo, no le saca lo que le tiene que sacar. Un montón de gente quiere decirle cosas a Pablo Iglesias. Además, como en Podemos no tienen mochila, lo tienen más fácil. Pero ahora se les va a poner más difícil porque deben empezar a tomar decisiones; se supone que van a hacer un programa económico y van a tener un secretario general y a debatir ideas. Por supuesto que los periodistas tenemos que estar ahí con la misma lupa que aplicamos a los otros, pero no con una superior. Porque también hay muchos intereses para manipular hacia muchos lados, así que cuidado, que lo que tenemos que hacer es jugar con esas viejas reglas del periodismo.

Por otro lado, hay una cosa que me molesta; y voy a contarla poniendo nombres, que no me escondo. Alfonso Guerra, por ejemplo, es un político al que yo admiro y en varias intervenciones ya ha hecho referencia a esas «cadenas que alientan el populismo». Pues yo llevo dos meses queriendo que se siente a hablar con nosotros, con una silla abierta durante cuarenta y cinco minutos de *prime time* en «Al Rojo Vivo»; queremos que esté, queremos entrevistarle, pero no viene. Llegan y me dicen que es que entrevistamos a Errejón, pero es que también me hubiera encantado entrevistar a Floriano o a un ministro. El que va a clausurar esta jornada es uno de los que sí se atre-

ven a ponerse; Margallo sí se sentó con nosotros. Hay que ocupar los sitios, hay que responder y ponerse delante de tres periodistas y que te pregunten, hablar y contar cosas. Luego podemos mirar los tiempos reales de presencia en los medios de los partidos políticos, cuánto tiempo tiene el Partido Popular o el Partido Socialista. Es decir, que hay muchas cosas de las que se están diciendo que no son verdad.

JOSEP CAPELLA. Delegado en Madrid de TV3: Hemos abierto un melón que daría para otra jornada entera hablando de las imágenes y los planos. Al menos Podemos deja entrar a las cámaras y luego cada uno pone el plano que quiere; no como el Partido Popular o el Partido Socialista, que te ponen su plano. Como digo, esto daría para otra jornada. Quiero refrendar a Carmen. No vamos a ninguna rueda de prensa en plasma. Yo estaba allí también aquel día. En el Partido Socialista tampoco dejan entrar cuando se reúne su comité federal. No sé si hace tiempo que no vas, pero nos colocan en la sala de arriba, viendo por el plasma a Zapatero, a Rubalcaba o a Pedro Sánchez. Me parece más grave la política informativa del domingo, con un mensaje que no sabíamos de quién era; luego resultó que del ministro de Justicia, que aparece sin convocar, sin periodistas y sólo para el Telediario y de malas maneras. Por supuesto, sin preguntas ni nada; si sabes antes que no hay preguntas, pues vas o no vas.

Sobre lo que decía Javier, yo creo que sí nos tenemos que autorregular respecto a lo de ir o no. Al menos debemos exigir, los colectivos profesionales —la Asociación de la Prensa y otras agrupaciones de periodistas—, que en las convocatorias figure si es una declaración o una rueda de prensa, y así el medio podrá decidir que

no se gasta —y vamos a decirlo en plan catalán— sesenta euros en acercarse a la Moncloa, porque además de que no va a poder preguntar le van a mandar la información por correo. Además, ¿quién puede hacer una declaración institucional? A mí que venga el concejal de mi pueblo para hacer una declaración institucional sin preguntas no me vale. Así que los colectivos profesionales sí deberíamos marcar un poco la pauta y decir que en toda convocatoria tiene que constar si va a ser con preguntas o sin ellas, o con cuántas preguntas.

Hablando sobre Rajoy, Javier también comentaba que comparece y habla cuando quiere. Me parece estupendo, pero ya que comparece poco, al menos tendríamos que acosarle, aunque comparto tu opinión.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: No sé si me he expresado bien. Por supuesto que soy partidario de eso. Hay que saber en qué condiciones jugamos y luego decidir. Ojalá hubiera una decisión común de todos, fijada por las asociaciones de la prensa. Lo que digo es que, llegado el caso, ante informaciones de gran relevancia, como puede ser una declaración institucional del presidente del Gobierno, nosotros no debemos hurtarle eso a la sociedad.

JOSEP CAPELLA. Delegado en Madrid de TV3: De acuerdo, pero que lo digan.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: Insisto, para que no quede ninguna duda: cómo no voy a ser yo partidario de la transparencia, si dirijo un medio de comu-

nicación y soy periodista. Pero es que los ministros, el Gobierno o el presidente del Gobierno no nos hacen un favor compareciendo. Es su puñetera obligación. Les hemos votado y les pagamos, así que tienen la obligación de informarnos. Lo que digo es que, a partir de ahí, yo no me puedo subir a la solapa de Rajoy y decirle que ha mantenido conversaciones secretas con Artur Mas y que él me conteste: «No». Sí le puedo preguntar si habla con el señor Mas y, si lo niega, insistir: «¿Pero no habla ni por tantán ni por telégrafo ni por teléfono? ¿Y no tiene usted pensado hablar con él?». A lo que él continúa respondiendo que no. Hasta que llega un momento en el que lo que no podemos hacer es mantearle.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Pero es que a lo mejor no ha hablado con Mas.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: A eso me refería. Cómo no voy a ser yo partidario de la pregunta, de la repregunta y de todo lo que haga falta. Claro que sí.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: De todas formas, siguiendo con el tema del domingo, sí podemos hacer algo. Yo estaba trabajando en ese momento y me enteré de la comparecencia del ministro de Justicia por una cadena de televisión, que tenía a una periodista delante de la puerta del Ministerio de Justicia. De hecho creía que sería una rueda de prensa del ministro de Justicia, porque no dijo nada. Sobre lo de la señal que dan los partidos de sus mítines, hay algunos medios que ya ponen «señal cedida por el Partido Popular», o por el Partido Socialista, y acabarán poniendo «señal cedida

por Podemos» en cuanto vayan las veintiocho cámaras a los mítines. Porque otro problema que tenemos es que somos muchos, mientras que antes éramos cuatro. Ayer, en la rueda de prensa del presidente del Gobierno, bastaría con contar sólo a los españoles... Sinceramente, vi a periodistas que no veo jamás en el Palacio de la Moncloa.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Hay tan pocas ruedas de prensa de Rajoy que es normal.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Pues yo voy a unas cuantas ruedas de prensa y todos los viernes a una. De Rajoy tampoco son tan escasas; en los últimos tres meses ha habido cuatro.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Hace algunas con visitantes extranjeros donde se permiten tres preguntas.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: No hablo de éstas. Yo he estado en una en Milán en la que preguntamos todo lo que quisimos y en otra para la presentación del recurso de constitucionalidad, el primero, donde pudimos preguntar libremente también. Además, estuve en la de ayer y en la de septiembre, que es la que toca.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: En una de éstas que has contado creo recordar que hubo tres preguntas.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Bueno, no sé exactamente cuántas fueron, pero ayer pudieron ser unas doce.

LUCÍA MÉNDEZ. Columnista de *El Mundo*: Siete.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Bueno, pues siete.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: Lo digo porque, por ejemplo, Artur Mas estuvo hora y media contestando preguntas. Ya sé que es distinto, pero si en una rueda de prensa concede tres preguntas y en otra siete... Hemos contestado más nosotros aquí.

JAVIER GARCÍA. Director de Europa Press: En realidad, por decirlo todo con precisión, fueron siete concesiones de palabra, porque hubo periodistas que hicieron más de una pregunta.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: También hay que ver cuánto tiempo dedica a su primera intervención, porque si está una hora, de hora y media, me da lo mismo que si está diez minutos en la primera comparecencia y deja otros diez para preguntas. Lo que sí creo importante es que no pasen cosas como la del otro día del ministro de Justicia. Insisto en que yo estaba trabajando y ni me enteré de que comparecía; lo vi por la televisión.

CÉSAR GONZÁLEZ ANTÓN. Director de Informativos de La Sexta: A las televisiones nos avisó Televisión Española un cuarto de hora antes. Llamó el productor del informativo de TVE del fin de semana a nuestra redacción; aunque es cierto que luego compareció un poco más tarde.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Por lo menos habría que denunciarlo en las informaciones: decir que es una declaración a Televisión Española a la que se nos ha prohibido entrar al resto de televisiones. Y no digamos a los plumillas, que ya no nos tiene en cuenta nadie, porque solamente les importan las televisiones.

JOSEP CAPELLA. Delegado en Madrid de TV3: También fueron plumillas y les tuvieron en una sala hasta después de la declaración sin preguntas, lo que es más grave.

CARMEN DEL RIEGO. Moderadora: Ha llegado el momento de cerrar. Muchas gracias. Me parece, Miguel Ángel y Diego, que es muy importante que tengamos jornadas como éstas, que permiten que podamos intercambiar entre nosotros muchas ideas que nos sirven, quizás, para reafirmarnos en que, a pesar de lo que digan algunos, el periodismo no está muerto. Gracias.

SESIÓN DE CLAUSURA

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO
Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación



Moderador
MIGUEL ÁNGEL AGUILAR
Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos





El ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, José Manuel García-Margallo, durante la sesión de clausura de la XII Jornada de Periodismo Coca-Cola

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Moderador: El título de esta jornada ha sido «Autodefensa contra la manipulación informativa». Las manipulaciones vienen de todas partes y conviene equipar al público en general con ese sistema de autodefensa. Es decir, imbuir de espíritu crítico a la ciudadanía, porque eso da más calidad a la democracia. Ha habido dos sesiones: una primera que hemos titulado «Servicio al lector y cultivo de sus bajos instintos», en la que han participado Javier Ayuso, José Antonio Zarzalejos, Ignacio Escolar y Rubén Amón, moderados por Mamen Mendizábal; y la segunda, que acaba de terminar, titulada «El anonimato y el atrevimiento para la agresión», en la que han intervenido Lucía Méndez, César González Antón, Lola Galán y Javier García y que ha moderado Carmen del Riego.

Como os podéis imaginar ha sido un diálogo muy abierto, muy libre, muy provocador y yo creo que muy interesante para todos los que han asistido de todos los puntos cardinales del país, de todas las comunidades autónomas, de todos los lugares con medios de comunicación activos. Ha sido una gimnasia muy interesante, muy esclarecedora. Te cedo la palabra, ministro, porque sé que querías decirnos algo. Después ya pasaremos a las preguntas a lo largo del almuerzo.

JOSE MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Querido Miguel Ángel, queridos amigos, siempre he sabido que hay tiempos para el valor y tiempos para la prudencia y no me hubiese yo atrevido a negarle a Miguel Ángel clausurar este acto. Miguel Ángel y yo nos conocemos desde el año 1964, cuando compartimos las milicias aéreas universitarias con algunos otros compañeros que están haciendo guardia en la misma trinchera todavía: Carlos Espinosa de los Monteros, Gregorio Marañón y otros cuantos que, a pesar de la fecha en que hicimos la milicia, seguimos dando guerra.

Voy a intentar hacer una exposición de lo que se supone que es mi competencia, que no mi conocimiento, que son el mundo y Europa en la situación actual, aunque malicio que luego las preguntas derivarán por algún otro derrotero. Empezando por la situación del mundo, el otro día vi un programa de la BBC que se llamaba «El desorden mundial» y que establecía una especie de contraposición con el orden mundial wilsoniano que se puso de moda en el año 1991. Y, por si el título era poco estremeceador, leí una crónica en la que el papa Francisco, en una visita a Redipuglia, donde están enterrados cien mil italianos que murieron en la Primera Guerra Mundial, dijo que estamos viviendo una especie de tercera guerra mundial a trozos, con matanzas y destrucciones, como comprobamos cada vez que vemos la televisión o leemos un periódico. Es cierto que estamos en un mundo que vive un cambio acelerado, mucho más acelerado que en otros tiempos. Fidel Castro tardó tres años en bajar de Sierra Maestra a La Habana y en Túnez bastaron horas para que el sacrificio de un vendedor ambulante que se inmoló incendiase toda la región del norte de África y Oriente Medio.

Y en este mundo España va a estar en el Consejo de Seguridad de la ONU durante los dos próximos años, en los que se prometen emociones fuertes. En mi opinión, hemos hecho bien apostando por estar en el Consejo de Seguridad. Lo cierto es que España durante mucho tiempo ha estado ausente de la escena mundial. España fue casi irrelevante en el Congreso de Viena en 1815, y fue irrelevante prácticamente todo el siglo XIX, que acabó con lo que se llamó el desastre de 1898. Estuvimos ausentes en la Primera Guerra Mundial, cuyo centenario estamos ahora celebrando, y desde 1936 hasta 1975 España no existió internacionalmente. Baste, para probar esta afirmación, con leer las monumentales memorias de Jean Monnet, en las que la palabra España no figura ni una sola vez.

Otra aseveración: 1962, año en que el entonces ministro Castiella dirige una carta a las autoridades de la entonces Comunidad Económica Europea solicitando un proceso de asociación que eventualmente terminase en la incorporación de España a la Europa que había nacido en el Tratado de Roma. Es obvio que la carta no tuvo contestación. Por si esto fuera poco significativo, en ese año 1962 se celebra en Múnich una reunión de los miembros de la oposición interior y la oposición exterior. Salvador de Madariaga dice «hoy ha terminado la Guerra Civil» y finaliza el congreso de Múnich, auspiciado por el movimiento europeo —y estamos hablando de periodistas europeos—, diciendo: «Los que una vez perdimos la tierra para conservar la libertad y los que una vez perdieron la libertad para conservar la tierra nos hemos reunido todos juntos, para buscar un camino que nos lleve a todos a la tierra y a la libertad». El sueño de Madariaga no se consigue hasta 1975.

La Transición española, desde el punto de vista de la política exterior, empieza con la petición, antes incluso de las elecciones de junio de 1977, de entrar en el Consejo de Europa. Inmediatamente se inician las negociaciones en la Comunidad Económica Europea, y en el año 1981 en la Alianza Atlántica, y poco a poco España se va incorporando a un mundo del que había estado ausente. Eso me lleva a la siguiente reflexión: los periódicos han sido extraordinariamente generosos en la difusión de lo que será la estrategia de acción exterior para los próximos cuatro años. Una estrategia explícita, escrita, en que se fijan las prioridades, los objetivos, los medios y los instrumentos de la política exterior para cuatro años. Tener una estrategia explícita y a largo plazo es lo que hace a un país previsible, fiable y relevante en la escena internacional. Voy a repetir algunas de las reflexiones que están en esa estrategia exterior. ¿Por qué una estrategia de acción exterior?

La primera razón interna tiene que ver con lo que acabo de decir. La estrategia en la Transición culmina cuando España se incorpora a la moneda única. Por primera vez en dos siglos, España llega a tiempo a una aventura internacional. Es fundadora del euro y, por tanto, por primera vez tiene el carácter de previsibilidad para llegar a tiempo a un tema. Una vez que se produce eso, la pregunta es: «¿Ahora qué?». Cuando ya se agotó por éxito la estrategia implícita de la Transición, que se resumía en reencontrarse con Europa y con el mundo, hay que seguir una estrategia distinta. Y eso es lo que hemos intentado hacer.

La segunda de las razones es la consecuencia de la crisis económica. Luego me referiré a la crisis mundial, pero ahora quiero hablar de los efectos de la crisis en nues-

tro país. España sufre la crisis como cualquier otro país del mundo después de la caída de Lehman Brothers en 2007, pero la sufre con especial severidad y sufrimiento, porque concurren tres singularidades españolas que no se dan en otros países. En primer lugar, un endeudamiento privado, de familias y empresas no financieras, que llega a alcanzar el 230% de nuestro PIB. En segundo lugar, un sector inmobiliario en caída libre. Y, en tercer lugar, una pérdida de competitividad que viene causada por dos fenómenos: el primero es que hasta 2007 nuestros costes laborales unitarios suben por encima de los de nuestros competidores; el segundo se produce porque todos esos años vamos perdiendo lo que se llama calidad del sistema, facilidad para crear una empresa, para hacerla funcionar, para contratar o despedir trabajadores, pagar impuestos, obtener un crédito, etcétera. Las concurrencias del efecto general de la crisis más el impacto de estas tres singularidades hacen que la crisis española sea más severa que la que sufren otros países. Más severa en términos de caída del PIB y del empleo y más severa en lo que se refiere al deterioro en las cuentas con el exterior, que llegan a suponer el segundo déficit más alto del mundo, tanto en términos relativos como absolutos. Asimismo se produce un desplome de las cuentas públicas, que pasan de un superávit del 2% en 2007 a un déficit del 11% unos años después. Y no olvidemos el deterioro de nuestro sistema financiero; donde no hay crédito no hay crecimiento y no hay empleo.

No voy a repasar ahora al programa del Gobierno: consolidación fiscal, reforma del sistema financiero, reformas estructurales... Pero sí quiero decir que de lo que se trata es de cambiar radicalmente el modelo, no de variar ligeramente el rumbo, sino de cam-

biarlo por completo. Hay que pasar de un modelo basado en una demanda interior sobredimensionada a un modelo basado en el sector exterior. Hay que traer ahorro para pagar la deuda pública y para crear empleo. Hay que fomentar las exportaciones y la internacionalización de nuestras empresas. Todo eso determinará que la acción exterior tenga que cambiar y que lo que se llama diplomacia económica empiece a cobrar la importancia que no había tenido en la época anterior. Ésta es la segunda de las razones.

Pero a esas causas internas —el agotamiento por éxito de la estrategia de la Transición y el cambio del modelo económico, que obliga a pisar el acelerador en acción exterior— se unen algunas circunstancias externas. La primera es la globalización. La internacionalización de la economía que estamos viviendo no se parece en nada a los otros procesos de internacionalización que la humanidad ha vivido antes. No se trata de que hayan aumentado vertiginosamente las importaciones y exportaciones y los flujos de capital internacionales; eso ya ocurría antes de 1914. Lo que caracteriza la globalización actual es la emergencia de grandes grupos multinacionales que son capaces de dictar decisiones semipolíticas a los Estados soberanos. Hoy, de las ciento cincuenta grandes economías del mundo, ochenta y siete son grupos multinacionales y el resto Estados soberanos. Dice Enrique Hausmann que en este mundo en el que vivimos el gran sueño de las multinacionales es un mundo poblado de Estados enanos o inexistentes en ese término. La profecía se cumple cuando se produce la crisis económica y los primeros sistemas financieros que desaparecen, que caen, que colapsan, son los de Islandia, Irlanda y Chipre. Simplemente porque los Estados que sustentan esos sistemas financieros no tienen el músculo suficiente como para aguantar la crisis.

La segunda gran consecuencia es la integración de los Estados en grandes unidades regionales; en nuestro caso la Unión Europea, pero en otros casos, en el resto del mundo, hay cosas similares. Y otra de las causas de la globalización, que tiene más naturaleza política que económica, aunque no se pueden disociar, es el fenómeno de la multipolaridad. Hace unos días celebramos el veinticinco aniversario de la caída del Muro de Berlín. Si echan ustedes la vista atrás, entonces Fukuyama hablaba del «fin de la historia», que en definitiva resumía el sueño de una especie de mundo unipolar regido por una potencia hegemónica cuyos valores, la democracia liberal y la economía de mercado, se iban a expandir —como el Nescafé soluble— por todo el mundo, sin nada alternativo que pudiese hacerles frente. Las Torres Gemelas y lo que vino después —la invasión de Afganistán y de Irak— demuestran que eso no era más que un espejismo, y que vivimos en un mundo multipolar en el que todos, incluso la potencia más importante del mundo, tienen que contar con los demás. Eso trae como consecuencia una revisión de las instituciones multilaterales que nos dimos al final de la Segunda Guerra Mundial. Es verdad que las Naciones Unidas no son capaces de resolver las crisis que tienen enfrente. Es cierto que hay miles de países que creen que el sistema de Naciones Unidas no refleja la realidad del poder de hoy, sino el poder de 1945. Ha habido, muy recientemente, una declaración en Fortaleza que explicaba cómo determinados países emergentes, los BRICS, intentan poner en marcha instituciones financieras que sean alternativas a las heredadas de Bretton Woods: el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, etcétera.

Globalización, multipolaridad, crisis del multilateralismo y una cuarta causa, que es la crisis económica mundial. Crisis económica que empieza, como ustedes saben, en algunos estados de Estados Unidos, no en todos, y singularmente en Florida. No habría pasado de ser una crisis local si no hubiese sido porque vivimos en un mundo globalizado. Los activos tóxicos son difundidos, difuminados por todo el sistema bancario, los sistemas financieros de todo del mundo entran en crisis y los bancos y los Estados acuden al rescate de los sectores financieros porque saben que la caída del sistema hubiera provocado una crisis superior a la de 1929. Y como esas ayudas en épocas de crisis no se pueden pagar con impuestos, se dejan a deber y estamos en una crisis de deuda soberana que es la que todavía no hemos sido capaces de absorber.

Permítanme una reflexión, que tiene que ver con el cambio del escenario económico y el impacto de ese cambio en el terreno de las ideas, en el mundo de las ideas económicas. Hay fechas muy claras, una es 1929, la crisis anterior: el liberalismo clásico desaparece, se entroniza a Keynes en el terreno económico y el New Deal de Roosevelt en el terreno político, que en definitiva dice que los sectores públicos no pueden ser neutrales en la marcha de la economía, que cuando la demanda flaquea las instituciones públicas deben dar el oxígeno que falta. Eso dura aproximadamente hasta 1973, con la guerra de Yom Kippur y los treinta años gloriosos incluidos. Y en 1973, después de Yom Kippur, pasan tres cosas simultáneamente. Primero aumenta el precio del petróleo y de las materias primas de forma exponencial. En segundo lugar, empiezan a notarse los cambios demográficos, la caída de la natalidad y el aumento de la esperanza de vida, que ponen en cuestión los fundamentos del Estado del bienestar,

que es la clave, la seña de identidad de nuestro modelo económico. Y, en tercer lugar, empieza a notarse la emergencia de los llamados tigres asiáticos, que sobre la base de la tecnología japonesa, los salarios baratos y la flexibilidad de impuestos comienzan a inundar los mercados europeos. Eso se traduce, en el terreno de las ideas, en el entierro de Keynes y en la entronización de Friedman. Vivimos la época de la desregulación, de la privatización, la época, en definitiva, de un mercado libre sin cortapisas de ningún tipo. Y eso continúa aproximadamente hasta 2007, con Lehman Brothers, como he dicho antes. Entonces los contribuyentes tienen que acudir al auxilio, al rescate del sistema financiero. A partir de ese momento se empieza a reflexionar que no parece muy racional que los beneficios se distribuyan sin límite y que las pérdidas las absorban los contribuyentes, que es lo que Mário Soares llama el final de la época del «capitalismo de casino», y se avanza hacia una etapa de ordenación, que es la que estamos viviendo.

Siendo ésas las causas externas —la globalización, la multipolaridad, la crisis del multilateralismo, la crisis financiera y su impacto ideológico—, hay un tema que a ustedes y a mí nos preocupa enormemente, que es la Unión Europea. La Unión Europea está estrenando Parlamento, Consejo y Comisión, que van a durar cinco años. Y en esos cinco años la Unión Europea tiene que enfrentarse a los cambios que se producen en la escena mundial —a los que me he referido— y tiene que operar una refundación interna si quiere funcionar, ser relevante y no perder paso.

En mi opinión, y resumo muy brevemente, hay tres grandes problemas en la Unión Europea.

El primero es el demográfico, que es general, pero que en Europa se agrava porque somos una sociedad más envejecida que todos nuestros competidores. Walter Laqueur, autor del libro *Europa después de Hitler*, dice algo así como que de seguir las tendencias demográficas actuales Europa puede convertirse en una especie de parque temático, como Disneylandia, para el disfrute de los turistas ricos de China y de Japón.

El segundo problema es la pérdida de competitividad, que no procede de la crisis, sino que es anterior a la crisis. He hablado antes de la globalización. La globalización se traduce en que los grandes grupos multinacionales pueden diversificar el proceso de producción, pueden colocar sus centros de producción o distribución *ad libitum*, donde quieran; ese es el poder que tienen de imponer decisiones parapolíticas. Pero si examinan las cifras de antes de 2007, insisto, en Estados Unidos se creaban 1,2 puestos de trabajo en sectores nuevos por cada puesto de trabajo que se destruía como consecuencia de la deslocalización. La Unión Europea, en cambio, perdía siempre: se creaban 0,8 por cada puesto de trabajo de deslocalización. Por tanto, la competitividad es el gran problema que tiene la Unión Europea, que además se ha acentuado luego. Y el tercer problema es el desfase institucional. El proceso de integración europea si se caracteriza por algo es por ser el primero en la historia que se hace según el libro, según las prescripciones económicas, según el manual de funcionamiento. Cuando se decide que hay que integrar los mercados en la CECA (Comunidad Europea del Carbón y del Acero), primero, y en la Comunidad Europea después, hay varios modelos: la unión aduanera, la zona de libre cambio y el mercado común. Y, en Roma, los seis países fundadores eligen el mercado común; aunque los británicos

encuentran aquello demasiado integracionista y ponen en marcha una zona de libre cambio que se llamaba la EFTA (European Free Trade Association). Lo que caracteriza el mercado común, además de las cuatro libertades, es que supone la cesión de competencias a instituciones multinacionales, es decir, la cesión de soberanía, que es lo que hace tan antipático este fenómeno para el Reino Unido. Los dos modelos compiten durante un tiempo, hasta que todo el mundo percibe que el modelo de libre cambio, la EFTA, es inferior al mercado común, y se produce la solicitud de ingreso de Gran Bretaña en la Unión Europea. Una integración que, como ustedes saben, ni ha sido ni es ni será fácil. Cuando el mercado común avanza, madura, se dan cuenta de que hay que demoler las barreras físicas, técnicas y fiscales que impiden el comercio, y eso es el mercado interior. Y también entienden que habiendo mercado interior hay Estados que están en peores condiciones para abordar el desafío de la apertura total, así que se pone en marcha la cohesión social, que son los poderes institucionales. Y se dan cuenta entonces de que en un mercado tan integrado hay riesgo, diferencias de cambio, y que es difícil, así que ponen en marcha los raíles de la Unión Económica y Monetaria. Todo según el libro. Y llegamos a Maastricht y allí se olvidan del libro, se olvidan del manual y caen en la ilusión de que se puede crear una Unión Económica y Monetaria sin tener un banco central que sea un banco federal de verdad, y sin tener una unión económica y monetaria real. Algo que algún comentarista de la época dijo que era un intento tan inútil, tan vano, como tratar de crear tigres vegetarianos. La cosa empieza a funcionar mal desde el primer momento; no es un fenómeno de la crisis sino que funciona mal desde el minuto uno. Desde ese mismo minuto se establece un

tipo de interés único —y en eso consiste la unión monetaria—, idéntico para países que tienen circunstancias distintas o están en fases diferentes del ciclo y eso determina, entre otras cosas, que se produzca una avalancha de ahorro de los países centrales a los países del sur; entre ellos el nuestro, lo cual está en la raíz de las dificultades que hemos pasado en los últimos años. Se decide que la política monetaria sea una política federal, convenida en un Banco Central, y que la política presupuestaria quede en manos nacionales, pero encorsetada por lo que se llama el Pacto de Estabilidad y Crecimiento, que establece un límite del 3% del déficit y del 60% de la deuda. Ese pacto se aplica a todos cuando los que lo incumplen son los pequeños, pero cuando lo incumplen los grandes, entre otros Alemania y Francia —Alemania, por cierto, como consecuencia de la reunificación—, lo que se decreta es una amnistía general y un cambio de reglamento.

Y el tercer pilar, que es la coordinación económica —antes Lisboa, ahora la Estrategia 2020—, funciona tan mal que a los cinco años —empieza en el año 2000— el informe Kok demuestra que, después de ese tiempo de proceso de convergencia, las diferencias entre los países miembros son más altas que al principio. No tengo que decir que es la Unión Económica y Monetaria, la zona euro, la que peor soporta la crisis, porque aunque empieza en Estados Unidos quien más la sufre es Europa. Y ahora las cifras dicen que, de todas las áreas económicas del mundo, la que menos crece es exactamente la Unión Económica y Monetaria. Y como somos descendientes de catalanes, diríamos que hay que hacérselo mirar, pues algo está fallando. Lo que falla, en mi opinión, es que no avanzamos lo suficientemente rápido en el proceso de inte-

gración europea. Para ser muy prácticos, yo creo que hay que culminar la unión bancaria que propuse en el año 2010. Partiendo de una tesis muy sencilla: los bancos de dimensión europea, los que operan en los veintiocho países de la Unión, deben estar sujetos a una regulación y a una supervisión únicas. Los fondos de garantías deben estar garantizados para todos por fondos europeos, prefinanciados por las propias instituciones financieras, para que una crisis posterior no vuelva a caer en la espalda del contribuyente, lo mismo que el fondo de resolución bancaria. Hemos avanzado, pero falta por establecer la garantía final, que debe ser una garantía europea. Y esto no es literatura. Nosotros como país tenemos algunos problemas de competitividad y uno de ellos es la diferencia de crédito. No es normal que una empresa española pague cuatro veces lo que paga en tipos de interés una alemana. Y eso solamente se solventa con la unión bancaria.

Por otro lado, el Banco Central Europeo ha sido infinitamente menos activo que sus homónimos —la Reserva Federal, el Banco de Inglaterra o el Banco de Japón— al luchar contra la crisis. Su balance ha aumentado mucho menos que los de los otros, lo que quiere decir que ha estado menos activo en compras de deuda pública o privada, en inyección de dinero, en un momento en que el problema no son la inflación ni los precios, sino la deflación y el desempleo.

La tercera pata de esto es la consolidación fiscal. Ahí sí que hemos avanzado. Estamos corrigiendo excesos con mucho sufrimiento —eso es la consolidación fiscal— y hemos establecido y seguimos estableciendo controles que, desde un punto de vista político, suponen que los presupuestos de los Estados miembros sean examinados

y corregidos antes por las instituciones de Bruselas que por el propio Parlamento nacional, que nació exactamente para eso. Esos sacrificios —que tendrán que aumentar, pues estoy convencido de que las recomendaciones deberán ser obligatorias— han de ir acompañados de un esfuerzo de solidaridad, de lo que se llama la mutualización de la deuda o los eurobonos. Éstos son importantes desde un punto de vista económico, en cuanto a que reducirán el coste de la deuda —no los habrá ya italianos, españoles o franceses, sino bonos europeos—, con las cautelas que haya que tener para evitar el abuso de los países más alegres en materia de gasto. Pero eso tendrá una enorme importancia política. Los Estados Unidos de América nacieron cuando las trece colonias decidieron mutualizar la deuda que habían contraído en la Guerra de la Independencia, y los Estados Unidos de Europa nacerán cuando tengamos unos bonos y unos deberes comunes, que obliguen a constituir un departamento de la deuda, un departamento del tesoro, o lo que ustedes quieran. Y el coste de salirse de la Unión Europea y de la Unión Económica será mucho mayor, en cuanto que no sólo estaremos privados del acceso a los fondos de liquidez del Banco Central, sino que estaremos privados de ese fondo común mutual que son los eurobonos.

Finalmente está la coordinación económica, que tiene que hacerse con un mecanismo de incentivos y sanciones; los famosos acuerdos contractuales, que premian con fondos financieros a quien esté cumpliendo ese programa de reformas.

Una reflexión final sobre este tema. El mundo, Europa y España están viviendo una de las etapas más críticas que yo recuerdo. Ayer estuve en Bélgica, el día anterior en Luxemburgo, y cada vez que hacemos una reflexión de este tipo hay un pen-

samiento en común. Lo que han demostrado las elecciones europeas es que en una época de crisis —y España está viviendo una crisis institucional, territorial, económica, etcétera— se acaba siempre en un descreimiento respecto a lo que son las instituciones. En el periodo de entreguerras, fue después de 1918 cuando, como consecuencia de la revolución bolchevique en 1917, en toda Europa Occidental —no ocurrió por fortuna en América— se llegó a la conclusión de que la democracia liberal, en cuanto que dividía a la sociedad en partidos, y la economía de mercado eran demasiado débiles como para enfrentarse a un totalitarismo de izquierdas como era el pensamiento bolchevique. Eso se salda, antes de la crisis del 29, con Mussolini en 1922 en Roma, con el Putsch de Múnich en 1923 o el Estado Nuevo en Portugal en 1925, por no hablar de los países del este de Europa. Y la crisis de 1929, que lleva la desesperanza a muchos europeos, acentúa este gusto o esta tentación hacia los populismos.

Soy perfectamente consciente de que hay que mejorar muchas cosas a nivel de gobernanza mundial y europea. He intentado señalar lo que a mi juicio son las deficiencias del proceso de construcción europea y cuáles son los pasos que hay que dar para corregirlas; y por supuesto también a nivel de gobernanza dentro de nuestro país. Pero si alguna convicción tengo es que hay que valorar lo que tenemos en términos de instituciones. Serán todo lo perfectibles que se quiera, pero no tienen sustitución alguna. Como decía Churchill: «La democracia es el peor de todos los regímenes, con excepción, por supuesto, de todos los demás». Y la carcoma de la democracia son los populismos, que amenazan en todos los países de Europa. Terminó diciendo que no hay que olvidarse de que el primer partido en Francia en estos momentos es

el Frente Nacional; el primer partido en Reino Unido es el UK Independence Party; en Dinamarca hay un partido con un apoyo del 25% de la población también con valores muy populistas; como los tiene Syriza en Grecia o los movimientos que ustedes conocen en Italia. La refundación de la gobernanza mundial, de Europa y de España, depende por supuesto de los políticos, a quienes por fortuna se nos puede remover periódicamente, pero también depende, enormemente, de los medios de comunicación. Muchas gracias.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Muchas gracias. Vamos a dar paso a las preguntas. Miguel Ángel Noceda, de *El País*, plantea: «Ha hablado de distintos fundamentos para la construcción europea, pero no ha citado el mercado único de la energía, imprescindible para la consolidación y el crecimiento. Ahora que hay un comisario de Energía español, ¿cree que se puede presionar para que al menos se complete la interconexión con España?».».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación

ración: Es probablemente la prioridad número uno, siendo la dos el corredor mediterráneo que España está planteando. En estos momentos tenemos un terreno muy favorable por dos razones: la primera porque la Unión Europea tiene que reducir su dependencia energética de Rusia para recuperar su margen de maniobra política; y la segunda, porque hay que invertir dinero para que el proceso no descarrile más de lo que descarrila hoy.

La última vez que estuve con Shimon Peres me dijo: «Mire usted, el problema que tiene Egipto es extrapolable al resto, y es que cuando empieza la Revolución de los Coroneles en 1952 había dieciocho millones de egipcios y ahora hay noventa y cinco, con el mismo agua y los mismos recursos». Por tanto, hay que invertir en el norte de Egipto. Y la primera inversión en el norte de África, la más evidente, es el Plan Solar Mediterráneo, que lleva doce años en los cajones y que supone energía solar para estos países y para traer a España. Eso pasa por las interconexiones. Primero la interconexión del gas. Nosotros tenemos dos corredores con Argelia, que está conectada a su vez con Nigeria, y siete estaciones de regasificación; más que toda Europa junta. Si se terminase la interconexión con Francia, a través de España se podría suplir el 50% de la energía que da Rusia. Y se podrían hacer muchas inversiones en este tema.

El Plan Solar Mediterráneo supondría grandes inversiones —y nosotros somos muy pioneros en este tema—, porque exigiría una interconexión energética con Francia y, a partir de Francia, con el resto de la Unión Europea. Luego ése es un tema que se empieza a entender. Los franceses hasta ahora no habían visto la necesidad de hacer estas interconexiones, entre otras cosas porque tenían una ventaja competitiva energética gracias a la energía nuclear; de ahí que hacer una interconexión que disminuyera esa ventaja competitiva no les gustara. Pero ahora han entendido que hay que mermar la dependencia de Rusia y crear riqueza en el norte de África. Por tanto, eso saldrá adelante.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos: Juan Cuesta, director de Europa en Suma, pregunta: «¿Qué debería hacer

Juncker al desvelarse su protagonismo como presidente del Gobierno de Luxemburgo en el escándalo de "Lux Leaks"?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Vamos a ver... Se ha desvelado el escándalo entre comillas, pero era algo sabido. Esto tiene que ver con los llamados *tax rulings*, que tienen también los Países Bajos, y que son acuerdos que una administración hace con una determinada empresa durante un determinado tiempo. La pregunta es por qué algo que se conocía hace tanto tiempo aparece ahora y si no responde a un deseo de dañar a la Comisión Europea, en un momento en el que lo que se tiene que hacer es avanzar en el proceso de integración europea.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: De acuerdo. **Pedro González**, colaborador de *ZoomNews* y fundador de *Euronews* y del Canal 24 Horas: «¿Cómo está afectando a España la revisión de relaciones decretada por el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, y para cuándo reconocerá España al Estado palestino?». Dos cosas muy conectadas entre sí.

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Sobre la primera, la de Venezuela, la respuesta es que no está afectando nada. La «crisis», entre comillas, se produce cuando Mariano Rajoy, como presidente del partido y no como presidente del Gobierno, y en la sede del partido, no en la sede

del Gobierno, recibe a la mujer de Leopoldo López. Entonces se llamó a consulta al embajador, pero por ahora no se ha roto ningún plato y espero que no se rompa; mucho menos en vísperas de Veracruz, donde tenemos una enorme esperanza, y en vísperas de un consejo mundial en el que estamos juntos Venezuela y España. Con Iberoamérica, lo que he intentado desde que estoy en el ministerio es desideologizar las relaciones. En América Latina hay regímenes políticos y sistemas económicos que nos gustan más y otros que nos gustan menos, pero tenemos que entendernos todos. Y en eso estamos.

Respecto a la segunda pregunta, sobre Palestina, el miércoles se va a debatir una proposición no de ley en el Congreso y el Partido Popular tiene que fijar su posición en este tema. En síntesis, nosotros creemos que no hay más solución que la de los dos Estados. La solución alternativa sería un Estado binacional, un Estado binacional que, teniendo en cuenta que un 20% de la población de Israel es árabe, más la absorción de todo el resto de la población, a Israel no le interesa, pues tendría que establecer una especie de Apartheid y a corto plazo la demografía les derrotaría. Pero la solución de los dos Estados sólo es viable de verdad si hay un consenso entre las dos partes. Hay que fijar las fronteras de acuerdo con las líneas del 1997, pero no según las líneas de 1997. También hay que resolver el tema de los refugiados, el tema de Jerusalén y el asunto del agua. Y, más a largo plazo, hay que hacer una zona de libre comercio entre Palestina e Israel, si queremos que Palestina sea viable desde un punto de vista económico. Se deben abordar tres acontecimientos sobre Palestina ahora mismo: el primero es el reconocimiento, el segundo es la propuesta de resolución jor-

dana en el Consejo de Seguridad —que fija un plazo para el final de la ocupación—, y el tercero es la petición de reconocimiento de Palestina, si todo va mal, por determinadas organizaciones internacionales, siendo la más importante la Corte Penal Internacional. Por tanto, cualquier movimiento que se haga en Palestina tiene que llevarse a cabo para favorecer una solución negociada de los dos Estados.

Una cosa muy importante: mi planteamiento es que los Estados miembros de la Unión Europea no deberíamos dar el espectáculo que dimos cuando Palestina pidió ser Estado observador en las Naciones Unidas. Creo que debemos ser y actuar de forma conjunta. España va a reconocer a Palestina. La reconoceremos en el momento en que creamos que ese reconocimiento favorece el proceso de negociación o cuando nos convenzamos de que el proceso de negociación no avanza; y aquí estamos hablando de las colonias y de todo lo que está ocurriendo en Palestina. Pero no queremos que sea un gesto simbólico, sino que de verdad sirva para una solución a largo plazo.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos: Pregunta **Carlos Bello**, de la Agencia EFE. «El Polisario, cuyo secretario general estará mañana en Madrid para asistir a una conferencia de apoyo al pueblo saharauí, insiste en la responsabilidad de España en la solución del conflicto del Sáhara Occidental y critica el alineamiento del Gobierno con las tesis marroquíes, cambiando la postura que tenía en la oposición. ¿Qué nos dice a esto? ¿Y se va a reunir con el líder del Polisario?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Respecto a lo segundo, no soy consciente de que haya pedido verme. Sobre lo anterior, no es verdad que se haya producido un alineamiento de un lado u otro. La tesis española —y espero reproducirla casi de memoria— es una solución justa, pacífica, estable y negociada que reconoce el derecho de la libre determinación del pueblo saharauí de acuerdo con las resoluciones de Naciones Unidas. Fórmula que en términos más exactos, con un papel delante, he leído tanto en Argel como en Rabat y que no ha despertado ningún problema. Lo que va a ocurrir ahora es que el enviado especial del secretario general, el señor Ross, parece que ha decidido no continuar con su labor mediadora, y va a presentar un informe que será asumido por el secretario general y discutido en el Consejo de Seguridad en octubre, que es cuando España ocupará la presidencia.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: «¿Qué va a responder el Gobierno español a la petición de la ONU de crear una base avanzada en Canarias para el personal que actúa en África contra el ébola?». Es de **Vicente Llorca**, director adjunto de Canarias 7.

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: El ébola es un tema transversal que afecta a varios departamentos —Exteriores, Defensa, Sanidad, Interior y Fomento— y hay una comisión especial que preside la vicepresidenta del Gobierno, que es quien debería responder a esta pregunta.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Ángeles Macua, directora de Kalma TV, pregunta: «¿Qué recorrido augura a la petición de detención y extradición de los exministros del franquismo? ¿Tienen sentido estas reclamaciones en el año 2014?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación:

Ningún recorrido. Ningún sentido.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Yo he llamado a nuestro amigo Martín Villa para decirle que cuando se presentó la ley sindical en aquel congreso de Tarragona fuimos invitados a cenar un grupo larguísimo de periodistas, en la plaza de la República Argentina, en el Mayte. Entonces pedían la palabra unos y otros diciendo bueno, la ley está bien, pero mientras no se dé la amnistía a los que fueron desposeídos de sus cargos de enlaces militares —entonces se llamaban así— por aquel decreto del año 1942 esto no podrá progresar. Había gran preocupación por la amnistía. A mí me tocó hablar de los últimos y lo que dije fue que la primera medida del postfranquismo sería una generosa, completa y total amnistía para todos los franquistas. Momento en el que me quisieron partir la cara.

Otra pregunta, en esta ocasión sin nombre; está dentro del anonimato que hemos criticado antes: «¿Por qué no se abre el archivo de Exteriores?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Porque no depende del departamento de Exteriores, sino de una política general. Yo he dicho públicamente que la regla general debería ser la apertura del archivo, con determinadas excepciones en temas sensibles.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Se lo preguntaremos a la vicepresidenta del Gobierno. Aquí viene una serie de preguntas sobre el asunto que más le interesa a cada uno: «¿Es partidario de mejorar la financiación de Cataluña tras el 9 de noviembre?». Es de **Carlos Segovia**, redactor jefe de Economía de *El Mundo*.

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Yo siempre he dicho —desde hace mucho tiempo y además lo tengo escrito en un libro, me parece que de 1995— que el sistema de financiación de las comunidades autónomas debe inspirarse en dos condiciones: la corresponsabilidad y la ordinalidad. Me explico. En mi opinión debe hacerse una vista de los que son servicios esenciales y los que no lo son —e insisto en que estoy reproduciendo un libro del año 1995, cuando no era ministro—. No son servicios esenciales las representaciones en el exterior, las televisiones autonómicas ni, probablemente, la educación universitaria, si no podemos pagarnos esos servicios. Hay que fijar, a continuación, unos niveles mínimos en cada uno de estos servicios, que son distintos. En la educación es obvio: el número de niños en edad escolar. Y en la sanidad los beneficiarios de los servicios

sanitarios, por ejemplo. Una vez que se fijan esos niveles de los servicios centrales, hay que garantizar que sean iguales en todo el territorio nacional. Eso es igualdad constitucional. A partir de ese momento, lo que no son servicios esenciales o la mejora de los niveles que nos podamos permitir debe corresponder a los beneficiarios, no a la hacienda general.

Dicho esto, ¿cuál es el reparto de impuestos? Y hablo de reparto de impuestos, no de reparto de la recaudación de impuestos, porque en mi opinión no es correspondencia el que las comunidades autónomas participen en unos impuestos que se diseñan, se gestionan y se recaudan por la administración central; eso es algo que siempre se está demandando. De lo que se trata es de repartir esos impuestos. ¿Cuáles son los que, en mi opinión, tendría que reservarse la hacienda general para hacer frente a las funciones del Estado, como son defensa, relaciones exteriores, etcétera? El impuesto sobre la renta de las personas físicas, que grava el ahorro y los rendimientos empresariales; el impuesto sobre sociedades; el impuesto sobre el valor añadido y el impuesto sobre los derivados del petróleo. Se trata de impuestos que afectan a la competencia y, por tanto, no pueden diferenciarse en función del territorio. A eso se sumarían todos los impuestos armonizados con la Unión Europea. Quedarían pues para las comunidades autónomas el impuesto sobre la renta, salvo el que grava el ahorro en los rendimientos empresariales, el impuesto del patrimonio, el impuesto sobre transmisiones, sucesiones y donaciones, el impuesto sobre actos jurídicos documentados, el impuesto sobre el tabaco y sobre las bebidas alcohólicas, más los precios públicos. De tal forma que la comunidad autónoma que quisiese financiar servi-

cios que no fuesen esenciales, o insisto, mejorar el nivel que nos podemos permitir y en el que todos somos iguales, tendría que tirar de esos impuestos y explicar a sus contribuyentes lo que cuesta mejorar esos servicios. Ejemplo práctico: si alguien quisiera tener las carreteras iluminadas, como en Bélgica, pondría un peaje; si alguien quisiera tener siete televisiones autonómicas, debería implantar un canon televisivo; si alguien quisiera pagar la educación universitaria, no con préstamos responsables, como en el modelo australiano, sino completamente, que fuera gratis, tendría que crear un impuesto. De lo que se trata es de que cada responsable autonómico sepa y explique a sus contribuyentes lo que cuesta cada una de las cosas que no están pagadas a nivel estatal. En Bruselas, por poner un ejemplo, se recoge la basura sólo dos días a la semana. ¿Por qué? Pues porque a los bruseleses se les ha dicho que lo otro costaría demasiado, así que prefieren eso. A mi juicio eso serviría para disciplinar la expansión de los servicios públicos, que no serían totalmente gratuitos, para dar una soberanía fiscal en términos muy parecidos a los que existen en otros territorios de España y, en definitiva, para que cada votante sepa lo que cuesta el ejercicio del poder soberano. En todo caso la solución ha de ser general. No puede ser una solución pactada unilateralmente. Tiene que ser una decisión multilateral, porque lo que afecta a alguien nos afecta también a todos los demás, en el sentido de discriminar al resto. No sé si está claro.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Muy claro. Muchas gracias. **Carmen del Riego**, presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid, dice: «Usted siempre ha sido partidario del diálogo. ¿Cree que

ahora es posible? Y, ¿para qué? ¿Es buen escenario para la política un *president* en los tribunales o servirá para que el victimismo quede reforzado?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Una precisión: he sido partidario del diálogo dentro de la ley. Creo que la primera premisa en una democracia es el respeto al Estado de derecho, el respeto a las reglas del juego. Eso lo inventaron los griegos, frente a los asiáticos, mucho tiempo antes de Cristo.

El diálogo tiene que ser sobre materias en las que sea posible. Un referéndum y una parte del territorio postulando la secesión es algo claramente inconstitucional. Eso no sólo se contempla en la Constitución española sino también en todas las Constituciones del mundo, salvo en la de Etiopía. En Bélgica, donde estuve ayer, aparece en el artículo 33 de la Constitución. Por lo tanto, pedir un referéndum de secesión unilateral es inconstitucional y, por consiguiente, no es posible.

En segundo lugar, no es racional postular la secesión de un territorio dentro de la Unión Europea. No lo es primero porque el territorio que postulouse la secesión en contra de las previsiones constitucionales no sería reconocido por Naciones Unidas. Para que eso ocurra tiene que haber una propuesta del Consejo de Seguridad, que necesita nueve votos de quince y ningún veto. Y en Naciones Unidas la integridad territorial es un dogma, salvo en los tres supuestos clásicos: territorios coloniales, territorios ocupados militarmente y aquéllos donde no se reconozcan los derechos fundamentales de la población. Supuestos que no se dan en este caso. Fuera de Nacio-

nes Unidas ese territorio quedaría excluido. Y aquí hay algo que resulta equívoco. Cuando algunos compañeros míos de partidos separatistas dicen que nadie se atrevería a expulsar a una Cataluña que pide la secesión unilateral, tienen razón: no hay expulsión, sino autoexpulsión desde el minuto uno. Desde ese mismo minuto no se aplican los tratados, así que ese territorio se queda fuera de la Unión Europea. Tendría que pedir la adhesión y ponerse a la cola, de acuerdo con el artículo 49. En este tema, y créanme que no está la Magdalena para tafetanes, la Unión Europea no quiere presenciar un proceso de desintegración; si hay algo que no se entiende bien en Europa es la declaración del *president* Mas diciendo que sueña con una Unión Europea compuesta por setenta Estados miembros. Con veintiocho ya está bien, así que como para tener setenta. La ley es la ley. Cada vez que aquí se ha producido un escándalo, la persecución de una persona por la razón que sea, hemos visto el gran privilegio que tenemos de vivir en un Estado de derecho en el que la ley es igual para todos.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos: «¿Qué previsión tiene el Gobierno al que pertenece sobre la evolución del asunto catalán y qué actuaciones van a poner en marcha al respecto?». La pregunta es de **Íñigo Noriega**, director de *El Comercio*. Pero voy a leer otra de **Enrique Peris**, excorresponsal de TVE en Londres: «El Gobierno español plantea una Europa federal como futuro para la Unión. ¿Ve también una España federal como futuro y como salida al problema y al desafío territorial del país?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Coope-

ración: Yo nunca he creído en la llamada magia negra de las palabras. Para decidir si sería partidario o no de una España federal me tendrían que explicar en qué consiste esa España federal, el federalismo. Si estamos hablando del tema de la reforma constitucional que sería necesaria para pasar de un Estado autonómico a uno federal, en mi opinión se requieren varias condiciones. En primer lugar, un pacto político previo. Si ha habido un error en la génesis del proceso catalán fue el llamado Pacto del Tinell, que intentó reformar el bloque constitucional excluyendo a uno de los dos partidos, en concreto el mío, de esa reforma. Por tanto, un pacto constitucional como el que hubo en 1977 sería absolutamente necesario, si la operación tiene que tener éxito. En segundo lugar, una delimitación previa de lo que se quiere reformar y lo que no. Cosa que el artículo 168 prevé, porque establece que estas Cortes tendrían que aprobar las líneas generales de la reforma por dos tercios y que dicha reforma sería aprobada finalmente por las siguientes Cortes. Pero no tendría ningún sentido abrir la caja de Pandora. En tercer lugar, si se hace una reforma de la Constitución no puede ser sólo para dar una respuesta puntual a la cuestión catalana, aunque la resolviese. No puedes borrar una reforma respondiendo con otra. Hay unas líneas rojas, que están por ejemplo en la ley federal de Bonn, que establecen que no se tocan los principios fundamentales que inspira la Constitución: libertad, justicia, igualdad, pluralismo. Además, no se discute —y en eso el presidente del Gobierno ha sido clarísimo— que la soberanía reside en el conjunto del pueblo español; es la soberanía nacional. Por otro lado está la igualdad de los españoles. Una nación es un conjunto de ciudadanos libres

e iguales en derechos y obligaciones en un entorno de solidaridad. A partir de ahí, ¿«federal» qué quiere decir? ¿Que vamos a reformar el Senado, siguiendo el ejemplo alemán o el belga, para que replique o responda a las organizaciones nacionales? Con las competencias no hay ningún problema, creo que hay cuadros de competencias que están muy claros. Competencias exclusivas, compartidas, la aplicación del principio de subsidiaridad por el Senado; competencias de coordinación y de alta inspección. Más la lealtad institucional y el principio de garantía constitucional, que contempla el artículo 39 de la ley de Bonn y aquí el 155. Se puede discutir todo, menos los principios en que se basa la Constitución, y la ley de Bonn es clara respecto a eso.

A esto se añadiría el tema de la financiación, incorporando en la Constitución los dos principios a los que me refería anteriormente, corresponsabilidad y ordinalidad, para limitar el tema. Además hay otra serie de cosas, como las libertades de nueva generación, que están en la carta de derechos de la Unión Europea, y un gran título europeo, que es la participación de España en el proceso de construcción europea, la inclusión de las comunidades autónomas en la toma de decisiones y la responsabilidad de esas comunidades autónomas en el supuesto de no ejecución de la normativa comunitaria. Todo eso.

Insisto: las líneas rojas son la soberanía, la indivisibilidad, la igualdad, la solidaridad y las condiciones del pacto previo, decir qué es lo que queremos o no queremos hacer y asegurarnos una cierta corresponsabilidad política; no sólo del principal partido de la oposición, sino también de los partidos nacionalistas. Porque si hacemos algo es para arreglar esto; no se trata de inventar problemas adicionales.

Creo que el presidente del Gobierno ha sido muy claro: con nosotros no se cuenta para discutir la legalidad internacional, para dividir España, para acabar con el principio de igualdad y para erosionar el principio de solidaridad. Para el resto, sí. Ahora, este diálogo es de dos partes; una vez hecho podemos discutir los estatutos de la comunidad de vecinos y cómo se utiliza el ascensor. Pero, claro, con un señor que lo que dice es que quiere prenderte fuego al edificio, pues es difícil.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Dos últimas preguntas, aunque hay muchas más que dejo apartadas porque se refieren a temas menores. **Beatriz Fernández**, de Europa Press, dice: «Hace unas semanas usted apuntaba una reforma constitucional en España que probablemente vendría de Europa. ¿Qué cambios espera usted que se produzcan en la Unión Europea que obliguen a reformar nuestra Constitución y en qué plazos? ¿Y cómo influyen en la marca España los sucesos de Cataluña?».

JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO. Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación

ración: El artículo 4 del Tratado de la Unión Europea dice que la organización territorial es competencia de cada Estado miembro, por tanto Europa ni obliga ni obligará a reformar una estructura interna. En la Unión Europea hay Estados unitarios, federales y autonómicos. Lo que yo dije de la reforma constitucional, como he reiterado en la respuesta anterior, es que se puede hablar de todo siempre que se respeten los procedimientos establecidos en la ley. Si se quiere establecer el principio de determinación, lo

que el Parlament de Catalunya y sus diputados, que me parece que son cincuenta, tienen que hacer es proponer una reforma constitucional de acuerdo con el artículo 168. Mientras eso no se produzca, y dudo que ocurra con una mayoría de dos tercios, el Partido Popular no va a aceptar nunca la disolución de España. Lo que tenemos que hacer es discutir dentro del marco de la Constitución. He apuntado unas líneas, pero lo que exige esto es lealtad constitucional. Por lo tanto, el presidente ha sido muy claro y ha dicho que no se opone a la reforma constitucional siempre que sea por los procedimientos legales, siempre que se respete la soberanía nacional, la unidad de España y la igualdad de los españoles, y siempre que el que proponga una reforma constitucional nos diga exactamente de qué estamos hablando. Y aquí vuelvo a la magia negra de las palabras. «Federal». ¿Eso qué quiere decir? ¿Eso cómo se concreta cuando haya que modificar los artículos 148, 149, 152, etcétera? En estos temas hay que ser serios. Europa no nos va a obligar a nada. Lo que yo he dicho es que si hubiese una reforma constitucional habría que tener un gran título europeo, que sería el título octavo bis o el noveno, para ver cómo España participa en el proceso de decisión y cómo las comunidades autónomas se asocian a ese proceso y se responsabilizan de la ejecución.

MIGUEL ÁNGEL AGUILAR. Secretario general de la Asociación de Periodistas

Europeos: Querido ministro, muchísimas gracias por este coloquio tan generoso que nos has brindado.

RELACIÓN DE ASISTENTES



Aspecto del Salón Alfonso XIII durante el debate

AGEJAS, MARÍA JOSÉ. Redactora de Internacional de la Cadena SER.

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

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

ALFEREZ, ANTONIO. Periodista *freelance*.

ALVAREZ ALONSO, FERNANDO. No Coca-Cola Iberian Partners.

AMÓN, RUBÉN. Columnista de *El Mundo*.

ANEL, FERNANDO. Responsable de Marketing Global de Cobega.

ARRANZ MARTÍNEZ, CARLOS. *Heraldo de Aragón*.

AVÍS TOVAR, ISABEL. Estudiante.

AYUSO, JAVIER. Adjunto al director de *El País*.

BALLESTERO, JULIÁN. Director de *La Gaceta de Salamanca*.

BAZÁN, ÁNGELES. Informativos Fin de Semana de RNE.

BELLO, CARLOS. Agencia EFE.

BOFILL, MARTA. Coca-Cola Iberian Partners.

BONET GONZÁLEZ, XAVIER. Director de Cadena COPE Baleares.

BOSCH, ANNA. Televisión Española.

CACICEDO, JUAN. Secretario general del Círculo de Empresarios.

CALATRAVA GONZÁLEZ, ALBERT. Delegado en Madrid de Catalunya Radio.

CAPEÁNS GARRIDO, IGNACIO. Director de Onda Cero Galicia.

CAPELLA, JOSEP. Delegado en Madrid de TV3.

CARCEDO, DIEGO. Presidente de la Asociación de Periodistas Europeos.

CARRASCO, SYLVIA. Directora de Diálogo.

CARRIZOSA, JOSÉ ANTONIO. *Diario de Sevilla*.

CASAL LÓPEZ, MANUEL JESÚS. Director Comercial de la Cadena SER.

CATRO LOARTE, ROCIO DE. Estudiante.

CHAGUACEDA, CARLOS. Director de Comunicación de UNESA.

Exdirector de Comunicación de Coca-Cola España.

COMAS BARCELÓ, PEDRO. Director de *Última Hora* de Mallorca.

CONTRERAS, EMILIO. Analista político en «Hora 25», Cadena SER.

CONTRERAS PELÁEZ, MANUEL. Subdirector de *ABC* Sevilla.

CORRAL, JORGE DEL. Exsecretario general de UTECA.

COVA, ABRAHAM. Coca-Cola Iberian Partners.

CUENCA, JOSÉ MANUEL. Director regional de COPE Murcia.

CUESTA, JUAN. Director de Europa en Suma.

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

DELGADO ALARCÓN, BÁRBARA. Redactora de *Liverdades*.

DÍAZ RODRIGUEZ, LAURA. Estudiante.

DOVAL LÓPEZ, JAVIER. Director gerente de *El Correo*.

DRONDA, GABRIEL. Coca-Cola Iberian Partners.

DUEÑAS, TEO. Coca-Cola Iberian Partners.

EDO, JOAQUÍN. Coca-Cola Iberian Partners.

EPALZA ZULOAGA, ANE. Gestor de Coca-Cola Iberian Partners.

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

ESPIÑEIRA FANDIÑO, FRANCISCO. Delegado de *La Voz de Galicia*.

EXPECTACIÓN LAHERA, ALBERTO. Gerente de *Salamanca24horas*.

FERNÁNDEZ, BEATRIZ. Redactora de Europa Press.

FERNÁNDEZ ARRIBAS, JAVIER. Director de *Atalayar*.

FERNÁNDEZ PACHÓN, JERÓNIMO. Director de RTVE Sevilla.

FLORENTÍN, MANUEL. Editor del grupo Anaya.

GALÁN, LOLA. Defensora del Lector de *El País*.

GALLEGO, MERCEDES. Redactora jefe del diario *Información* de Alicante.

GARCÍA, JAVIER. Director de Europa Press.

GARCÍA ALONSO, FRANCISCO. Subdirector de *La Nueva España*.

GARCÍA CÉSPEDES, BELÉN. Estudiante.

GARCÍA-MARGALLO, JOSÉ MANUEL. Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación.

GAVALIUGOV MÉNDEZ, ALBA. Estudiante.

GIL BERENGUER, JUAN RAMÓN. Director del diario *Información* de Alicante.

GÓMEZ, JAVIER. Portavoz del Partido Popular en Andalucía.

GÓMEZ, JOSÉ MIGUEL. Diseñador Gráfico.

GONZÁLEZ, MIGUEL. *El País*.



Arriba: Rubén Amón, Ignacio Escolar, Mamen Mendizabal, Fernando González Urbaneja y Jorge del Corral. Abajo: Intervención del ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación durante el almuerzo de clausura



Arriba: Carlos Bello, Juan Cacicedo, Anna Bosch, Daniel Peral y Georgina Higuera.

Abajo: Aspecto general de la sala

GONZÁLEZ, PEDRO. Colaborador de *ZoomNews*. Fundador de *Euronews* y del Canal 24 Horas.

GONZÁLEZ ANTÓN, CÉSAR. Director de Informativos de La Sexta.

GONZÁLEZ URBANEJA, FERNANDO. Director de la revista *Consejeros*.

GUILLENEA HIDALGO, JAVIER. Redactor de *El Diario Vasco*.

GUZMÁN, BERNARDO. Director de Cadena SER Valencia.

HAUBRICH, WALTER. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

HERNÁNDEZ, JOSÉ MANUEL. Director comercial de *El Periódico de Aragón*.

HERNÁNDEZ, PILAR. Redactora de *ABC*.

HERNÁNDEZ VÉLIZ, ANDREA. Estudiante.

HIGUERAS, GEORGINA. Exenviada especial de *El País* en Asia

HOYOS GARCÍA, JAVIER. Director regional de Cadena SER Navarra.

INVARATO, PILAR. Coca-Cola Iberian Partners.

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

JUANES DÍAZ, SANTIAGO. Director de Cadena SER Salamanca.

LAVIÑA, MARÍA. Coca-Cola Iberian Partners.

LENOIR, RICARDO. Asociación de Periodistas Europeos.

LIRÓN, ANA. Coca-Cola Iberian Partners.

LITRÁN, JUAN JOSÉ. Coca-Cola. Director de Relaciones Corporativas de Coca-Cola Iberia y gerente de la Fundación Coca-Cola.

LORCA LINARES, VICENTE. Director adjunto de Canarias 7.

LÓPEZ, ELISABETH. Periodista.

LÓPEZ DE OCÁRIZ, ÁNGEL. Coca-Cola Iberian Partners.

MACIAS NÚÑEZ, ISABEL. Estudiante.

MACUA, ÁNGELES. Directora de KalmaTV.

MADERO RECIO, TOMÁS. Estudiante.

MANCHADO HOLGUÍN, CARLOS. Estudiante.

MANCISIDOR ZAMORA, FLORENCIO. Director regional de Onda Cero Bilbao.

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

MARTÍN FRESNEDA, JUAN FRANCISCO. Director de RTV de Castilla y León.

MARTÍN LAGUNA, JOSÉ MARÍA. Social Media Manager de Coca-Cola Iberia.

MAZARIEGOS ANDRÉS, BLANCA. Estudiante.

MÉNDEZ, LUCÍA. Columnista de *El Mundo*.

MENDIZABAL, MAMEN. Directora del programa de La Sexta «Más Vale Tarde».

MENÉNDEZ DE LUARCA, MANUEL. Estudiante.

MIRA, MIGUEL. Director de Relaciones Institucionales & Comunicación
de Coca-Cola Iberia.

MONREAL, JULIO. Subdirector de *Levante EMV*.

MORÓN DE MIGUEL, CRISTINA. Estudiante.

MULET, GABRIEL. Jefe de Marketing de Cobega Baleares.

MURILLO, DIEGO. Periodista de *La Tribuna*.

NAVARRO JIMÉNEZ, ÁNGEL. Director general de Federico Joly y Cía.

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

NEVADO, JOSÉ. Director de On Off Comunicación.

NOBLEJAS, MIRIAM. Periodista de *Atalayar*.

NOCEDA, MIGUEL ÁNGEL. Sección de Economía de *El País*.

NOGUEROL, JOSÉ MARÍA. Columnista de *Interviú* y de Prensa Ibérica

NORIEGA GÓMEZ, IÑIGO. Director de *El Comercio*.

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

ORELLANA, CHARO. Responsable de Comunicación Interna de Casbega.

PALACIOS, ARTURO. Coca-Cola Iberian Partners.

PARÍS, ALBERT. Director de *El Punt Avui*.

PASTOR, JULIO. Comunicación de FCC.

PENELA PÉREZ, ANTONIO. Director de RTV de Castilla y León.

PEÑA, LUIS MIGUEL. Llorente y Cuenca.

PERAL, DALNIEL. Excorresponsal de TVE.

PERALTA, EDUARDO. Director del *Ideal* de Granada.

PERALTA, PEPI. Asociación de Periodistas Europeos.

PÉREZ MORÁN, ALBERTO. Coca-Cola Iberian Partners.

PERIS, ENRIQUE. Excorresponsal de TVE en Londres.

QUILEZ, PEPE. Director de Aragón Televisión.

RATO CANCER, JOSÉ MARÍA. Director regional de Onda Cero Asturias.

REGALADO, ANTONIO. Colaborador de *ABC* Toledo.

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

RINCÓN PACHÓN, DANIEL. Estudiante.



Miguel Mira, José Manuel García-Margallo y Miguel Ángel Aguilar

ROMERO, ANA. Periodista.

ROQUER ZARAGOZA, JOSEP. Director regional de Cadena SER Baleares.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ DE IRUJO, MARTA. Estudiante.

SANDE RODRÍGUEZ, MARÍA JOSÉ. Coca-Cola Iberian Partners.

SANTANA NAVARRO, LOURDES. Directora regional de Caden SER Canarias.

SEGOVIA, CARLOS. Redactor jefe de *El Mundo*.

SIERRA RAMOS, CRUZ. Director de la revista *Plaza*.

VALDÉS, ASUNCIÓN. Directora de Relaciones Externas de Prensa Ibérica.

VÁZQUEZ, MIGUEL ÁNGEL. Portavoz del PSOE en Andalucía.

VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, PATRICIA. Responsable de comunicación de icomedia.

VEGA, MERCEDES. Redactora de *ABC*.

VILLARUBIA, ARTURO. Coca-Cola Iberian Partners.

YÉLAMO CRESPILO, ANTONIO. Director de Cadena SER Sevilla.

ZARO BECAS, MARÍ CRUZ. Gerente comercial de la Corporación Aragonesa
de Radio y Televisión.

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