

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
Departamento de Historia de la Comunicación Social



**TESIS DOCTORAL**

**Las noticias de los contenidos informativos que utilizan el futuro en el diario ABC (1990-2010)**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

**Roberto Ruiz Ballesteros**

Directores

**Julio Montero Díaz**  
**Manuel Martínez Nicolás**

**Madrid, 2017**

Universidad Complutense de Madrid  
Facultad de Ciencias de la Información  
Departamento de Historia de la Comunicación Social

## **LAS NOTICIAS DE MAÑANA**

**Análisis de los contenidos informativos  
que utilizan el futuro en el diario *ABC* (1990-2010)**



Roberto Ruiz Ballesteros

Tesis doctoral

Directores

Julio Montero Díaz

Manuel Martínez Nicolás

Madrid, 2015



Universidad Complutense de Madrid  
Facultad de Ciencias de la Información  
Departamento de Historia de la Comunicación Social

**LAS NOTICIAS DE MAÑANA**  
**Análisis de los contenidos informativos**  
**que utilizan el futuro en el diario *ABC* (1990-2010)**



Roberto Ruiz Ballesteros

Tesis doctoral

Directores

Julio Montero Díaz

Manuel Martínez Nicolás

Madrid, 2015

A mis padres, por su entrega, su esfuerzo y su ejemplo.

A mi mujer, por su apoyo, sus consejos y su fuerza.

A mis hijos, por ser como son.

A mis hermanos, tíos, sobrinos, cuñados, suegros, amigos y profesores.

## **Agradecimientos**

Termino esta tesis con 38 años y cuatro hijos, una carrera profesional que me entusiasma, una mujer que cada día me enamora más y unos padres, hermanos, tíos y primos que no dejan de sorprenderme. Gracias, mamá, por tanto esfuerzo. Te aseguro que ha merecido la pena. Gracias, papá, por tantos días al volante. Siempre serás mi referente. Gracias, Marina, por no dejar de estar ahí ni un solo día. Gracias, Javi, por esos momentos de sinceridad. Gracias, Carmen, por tantas veces que antepones los demás a tus cosas. Gracias, Ale, por escucharme. Gracias, María, por buscarme. Gracias, Jesús, por tu ejemplo de constancia y valentía. Gracias, Macarena, por tu empatía y tu corazón. Gracias Tete, por quererme como a un hijo. Gracias Marijose, Jose, María, por ser mi segunda madre y mis segundos hermanos. Gracias, Lele, Lela, Lele Ramón, Lela Albina. Gracias Diego, por tu ejemplo de honestidad y coherencia que tanto me ha hecho reflexionar. Gracias, Candela, por tantos detalles de cariño.

Pero además de este entorno familiar, que nunca terminaré de agradecer a Dios, he tenido la suerte de haberme rodeado de amigos extraordinarios a lo largo de toda mi vida. Gracias, Kiki, por haberte criado conmigo, como tu decías. Gracias, Nico, compartimos el paso a la adolescencia. Gracias, Juan, porque has sido un ejemplo. Gracias, Miguel, por enseñarme sentido común. Gracias Jose, porque siempre has estado cuando te he necesitado. Gracias Chema, por no haberme dado nunca por perdido. Gracias Fernando, Ricardo, Pascual, por vuestra infinita paciencia. Gracias David, Ángel, Luis, Alex, Nico, Aia, Joaquín y tantos que alargarían demasiado esta agradable lista de buenas personas.

No quiero olvidar por supuesto a mis profesores del colegio, a los que agradezco esa entrega generosa por enseñar algo a quien en no pocas ocasiones ni siquiera se lo merecía. Gracias, José Ramón Talero, porque eras al mismo tiempo padre y docente. Gracias, Carlos Murillo, por tu confianza. A los que me formaron en la universidad. Gracias, don Gonzalo Redondo, por creer en mi más que yo mismo. Gracias, Alex Pardo. Gracias José María, Carlos, Alfonso, Jorge, Avelino, Efrén, Juan José, Miguel Ángel, Javier. Y a los del máster ABC-UCM.

Gracias, don Enrique Aguinaga, por su coherencia, rigor y personalidad que llegaron cuando creía que ya nada podría sorprenderme. Gracias, Ana Vígara, por enseñarme a abrir la mete más de lo que jamás creí que se pudiera abrir, pero sobre todo por sonreír y atenderme. Y gracias Luis Prados, alma del máster.

Tampoco quiero dejar de dedicar un espacio aquí a quienes creyeron en mí como profesional. Gracias, Andreu Castellet, por enseñarme criterio y tomarte en serio esto del periodismo. Gracias, Rafa Miner, por tu compromiso y ayuda siempre que lo necesité. Gracias, Fernando Rayón, por contratarme. Gracias Juan Pablo Villanueva, por crear un ambiente irrepetible. Gracias, Álvaro Nieto, un gran jefe.

Gracias también a los que más se han implicado en mi tesis. Primero, cómo no, a mi amigo Luis María Mirón, verdadero impulsor de este trabajo y a quien sé que siempre podré recurrir. Tu positividad resultó fundamental. Gracias, Julio Montero, por hacerme un generoso hueco en tu ajetreada vida, aconsejarme, acompañarme y guiarme. Gracias Manuel Martínez Nicolás, por tu paciencia, tu rigor y exquisita profesionalidad. Gracias, María Antonia, Mirta y María Jesús.

Por último, agradezco a los periodistas y directores del diario ABC su colaboración generosa. En concreto, quiero dar las gracias a José Antonio Zarzalejos, a Luis María Anson, a Bieito Rubido, a Carlos Hidalgo, a Miguel Oliver, a María Isabel Serrano, a Javier Pagola, a Pablo Muñoz, a David Álvarez y a Alberto Sotillos por hacer un hueco para atenderme en su siempre ocupada vida.

## Resumen

El concepto de noticia ha estado tradicionalmente ligado al pasado (periódicos, agencias de noticias) o, como mucho, al presente (retransmisiones en directo). Sin embargo, algunos autores parecen haber detectado en los últimos años un incremento de las informaciones que abordan acontecimientos que aún no han sucedido; es decir, noticias que hablan del futuro o simplemente predicciones. Este trabajo ha pretendido realizar su propia aportación a esa comunidad de investigadores que están estudiando el fenómeno de los vaticinios en el periodismo informativo. Y se ha querido hacer, además, de un modo original y complejo al mismo tiempo, con el fin de que las conclusiones que arroja el trabajo tuvieran el mayor interés posible para los estudiosos en la materia, pero también para los que analizan la deriva del periodismo en general y las tendencias hacia las que se dirige esta disciplina profesional.

De ahí que este trabajo haya abordado la observación de más de 46.000 noticias, con el fin de averiguar si contenían alguna referencia al futuro que fuera susceptible de ser destripada más detalladamente. Y así ha sido. Casi 5.000 de esas piezas informativas eran predictivas. Todas ellas han sido examinadas a fondo para averiguar si estaban profetizando hechos a largo, corto o medio plazo; si sus predicciones se basaban en una conclusión del periodista, en la declaración de una fuente oficial o en algún otro origen desconocido; si presumían de su vaticinio o lo relegaban a un segundo plano; etc.

Esta tesis se ha centrado en el diario *ABC*, en un periodo concreto (1990, 2000 y 2010) y en unas secciones específicas (*Política, Internacional y Deportes*). La combinación de estos parámetros con los anteriores y con los periodos en los que se producían las profecías ha permitido arrojar conclusiones del tipo las fuentes anónimas son más utilizadas para hacer predicciones políticas, los periodistas deportivos son los más lanzados a hacer vaticinios o las apelaciones al futuro, lejos de ir aumentando, han disminuido entre 1990 y 2010.

Es la primera vez que un trabajo sobre las noticias que hablan del futuro analiza tantos parámetros y arroja este tipo de conclusiones. Somos conscientes, sin embargo, de que este original camino analítico que se abre deberá ser mejorado por los que quieran matizarlo.

## Abstract

The concept of news has traditionally been linked to the past (newspapers, news agencies), or at most, to present (live broadcasts). However, some authors seem to have detected an increment in the number of pieces of information that deal with events that have not happened yet; namely, the number of news dealing with the future, or simply predictions. This work aims to make a contribution to the community of aforementioned authors who are studying the phenomenon of forecasts in the area of informative journalism. We adopted an original and complex methodology so as the conclusions of our work were of uttermost importance not only for the academic experts in the matter, but also for those who analyze the course of journalism and its major trends from a more general perspective.

That is why, during this work, we have analyzed more than 46.000 news, keeping the goal of discovering whether they had any reference to the future that could be ripped open, in details. Indeed, that was the case. Almost 5.000 news were predictive news. All of them have been deeply examined so as to figure out whether they were predicting long, medium or short time future facts; whether their predictions were based on a reporter's opinion, on declarations by official sources or from other unknown sources. Also, whether reporters were showing off their predictions or pushing them into the background.

Our work is focused in the Spanish *ABC* newspaper, more concretely in its content published in the years 1990, 2000 and 2010 within the Politics, International and Sports sections. The combination of these time periods and domains has permitted us to draw conclusions as "*anonymous sources are more used to make political predictions,*" "*sports reporters are more keen to make predictions and appeal to future*". However, according to the obtained data, far from growing, the number of predictions have been decreasing between 1990 and 2010.

This is the first work about predictive news that takes into account so many pieces and domains and bring to consideration this type of conclusions. We notice, however, that this just opened original analytical path shall be further followed by those interested in other aspects.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	12
<b>2. Marco teórico</b>	17
2.1. Implicaciones del uso de los tiempos verbales en la objetividad periodística	17
2.2. La transformación del concepto de noticia	22
2.3. Algunas problemáticas y soluciones planteadas	32
<b>3. Diseño de la investigación. Objetivos, hipótesis y procedimiento para la obtención de los datos</b>	44
3.1. Objetivo general y objetivos específicos	44
3.2. Hipótesis de trabajo	51
3.3. Investigación cuantitativa: análisis de contenido	60
3.3.1. Universo objeto de estudio	60
3.3.2. Muestra y unidad de análisis	64
3.3.3. Instrumento y criterios de codificación	67
3.3.4. Algunos ejemplos analizados	72
3.4. Investigación cualitativa: diseño de entrevistas	78
<b>4. El uso informativo del futuro en ABC (1990Ñ 2010): resultados del análisis de contenido cuantitativo</b>	83
4.1. El futuro en la agenda informativa	83
4.1.1. Presencia y evolución en el periodo 1990-2010	85
4.2. La relevancia estructural del uso del futuro	86
4.2.1. El futuro en titulares	88
4.2.2. El uso del futuro en subtítulos y entradillas	90
4.3. Temas del futuro: apelaciones en las secciones de <i>Política, Deportes e Internacional</i>	95
4.3.1. Evolución temporal	98
4.3.2. Relevancia estructural en las diferentes secciones	99

4.4. Futuros a plazo: los lapsos temporales de las predicciones informativas	101
4.4.1. El uso del futuro según el día de la semana, la temática y el momento del año	101
4.4.2. El uso del futuro según cuándo se cumplirá la previsión	111
4.5. Los sujetos responsables de las predicciones informativas	131
4.5.1. Evolución temporal	132
4.5.2. Sujetos y ámbitos temáticos	138
<b>5. El uso informativo del futuro desde la perspectiva de los periodistas: resultados de la investigación cualitativa</b>	141
5.1. Asociación del término <i>predicción</i> al de rumor o especulación	142
5.2. Cambios en el modelo organizacional	143
5.3. Las secciones favoritas de los directores de <i>ABC</i>	147
5.4. La influencia de los recortes	148
5.5. El tratamiento de las exclusivas	149
5.6. La visión sobre las noticias que abordan el futuro	150
5.7. Las fuentes del futuro	157
<b>6. Conclusiones de las investigaciones cuantitativa y cualitativa</b>	160
6.1. El futuro en la agenda informativa	160
6.2. La relevancia estructural del uso del futuro	163
6.3. Las secciones de los vaticinios	165
6.4. El lapso de las predicciones	169
6.5. La distribución temporal de los vaticinios	171
6.6. Los sujetos y las fuentes de las predicciones	175
6.7. El uso del futuro en <i>ABC</i> : algunos <i>trivial data</i>	176
<b>7. Bibliografía citada</b>	178
<b>8. Anexo. Transcripción de las entrevistas a periodistas del diario <i>ABC</i></b>	
8.1. Entrevista a Miguel Oliver	183
8.2. Entrevista a Carlos Hidalgo	189
8.3. Entrevista a María Isabel Serrano	196
8.4. Entrevista a Javier Pagola	201

8.5. Entrevista a Pablo Muñoz	208
8.6. Entrevista a Luis María Anson	212
8.7. Entrevista a David Álvarez	228
8.8. Entrevista a Alberto Sotillos	236
8.9. Entrevista a José Antonio Zarzalejos	241
8.10. Entrevista a Bieito Rubido	250

## 1. Introducción

Desde que el hombre está en este mundo, la humanidad ha sentido la necesidad de contar historias. Hace 40.000 años ya expresaban sus vivencias a través de pinturas rupestres. ¿Qué eran estos testimonios artísticos sino un modo de transmitir una historia? Quizá algunos hombres, cuando regresaban de cazar, se morían por explicar a sus hijos cómo era un bisonte y se lo dibujaban. Era su modo de relatar lo que había pasado, de dar a conocer su noticia. Ejercían como corresponsales de conocimiento. Hoy en las Cuevas de Altamira en Santillana del Mar aún se puede ver el testimonio gráfico de aquellas formas de expresión que transmitían historias. La Iliada o La Odisea fueron otros modos de dejar constancia de hechos relevantes, de contar lo que había ocurrido. Cuando Julio César colgó en el Foro Romano el Acta diurna –considerado el primer periódico de la historia–, de nuevo pretendía trasladar a los demás cosas importantes que habían sucedido en el imperio. En la Edad Media, las hojas con noticias comerciales que se distribuían entre la burguesía también contaban sucesos acaecidos días antes. Con la llegada del periodismo industrial, el concepto tomó cuerpo y se convirtió en un fenómeno de masas. Los periódicos, la radio, la televisión, las agencias de noticias. Las historias se multiplicaron y comenzaron a llegar a millones de personas. Pero la base seguía siendo la misma. Alguien contaba algo que había sucedido.

En todos los casos que hemos visto, el pasado es la materia prima. De hecho, forma parte del concepto mismo de noticia que lo narrado ya haya sucedido. Dicho de otra forma, toda historia es historia porque ya es pasado. No tiene sentido, por lo tanto y en principio, contar algo que no ha ocurrido. DÍAZ SALGADO (2000), por ejemplo, definía el pretérito indefinido y el pretérito perfecto como las formas verbales propias de la “objetividad periodística”: *El partido ha quedado dos a cero, Las tropas americanas desembarcaron en Normandía, España perdió contra Sudáfrica, Rajoy ha dicho que ya no subirá más los impuestos*. En otras palabras, lo propio del periodismo es contar las cosas que ya han pasado en las citadas formas verbales.

El futuro, por lo tanto, no parece haber sido el tiempo utilizado por los contadores de historias para llevar a cabo sus actividades. Ni aquellos hombres

prehistóricos ni los romanos ni los griegos ni los habitantes de la Edad Media, cuando daban cuenta de hechos relevantes, utilizaban el futuro. Al menos en lo que nos ha llegado. No estaría de más, quizá, que se llevaran a cabo estudios en este sentido con el fin de determinar científicamente esta afirmación que en principio parece evidente. Ciertamente es que no era objeto de este trabajo, pero al menos en la elaboración del mismo tampoco hemos encontrado ninguna referencia al futuro en esos contextos. En ningún caso, esos contadores de historias (reales, no inventadas), esos periodistas en potencia (preperiodistas, quizá), reunían a un auditorio, a una audiencia, a unos espectadores para transmitir hechos futuros, para adivinar lo que iba a pasar, para aventurar sucesos que aún no habían ocurrido. De existir esos foros, se trataría sin duda de algo distinto al periodismo, más cercana a la adivinación o incluso a la brujería que a la profesión periodística.

Tampoco parece que el tiempo futuro encaje en el nacimiento del periodismo moderno. Los primeros periódicos nacieron para contar lo que había pasado y en ningún caso lo que iba a pasar. Así surgieron esos primeros diarios locales o las agencias de noticias. Es cierto que con la llegada de la radio y de la televisión se introdujo un nuevo concepto que actualizaba el tiempo verbal y provocaba que en ocasiones los periodistas pudieran narrar en presente, no solo en pasado, ya que la tecnología permitía la posibilidad de transmitir lo que estaba pasando en el mismo momento en el que sucedía. Se trataba de la aparición del relato en directo. Los informadores se trasladaban a los lugares donde se producía la noticia para contar cómo ésta se desarrollaba. Sin embargo, siempre había y sigue habiendo unos segundos de retraso, quizá unas centésimas o incluso milésimas de segundo entre el momento en el que ocurren los hechos y el instante en el que el periodista los narra. El informador, por lo tanto, utiliza el tiempo presente, pero los acontecimientos siguen habiendo pasado antes de la transmisión, aunque sea muy poco antes. Sigue siendo válido, por esta razón, el mismo concepto desarrollado al principio, que se basa en que los hechos tienen que haber sucedido para que el periodista pueda contarlos. En ningún caso, por supuesto, cabía anunciar en la radio lo que aún no había acaecido.

Sin embargo, en ese contexto, y con el fin de diferenciarse de la radio –que partía con la ventaja de la instantaneidad–, las revistas primero y los periódicos

después fueron evolucionando poco a poco hacia un nuevo estilo de hacer periodismo, con elementos interpretativos, que buscaba alejarse del modo de contar tradicional, que tenía como elemento fundamental la noticia y como materia prima el pasado. Podría ser en ese contexto cuando, fruto de esa búsqueda de lo distinto, surgieran nuevas fórmulas, nuevos lenguajes que incorporaran el futuro, que lo abordaran o lo trataran de algún modo. No lo sabemos y quizá aquí también sería conveniente que se abordaran estudios al respecto, ya que se trata de un momento histórico interesante para el periodismo desde el punto de vista del contenido. No en vano es cuando estalla la interpretación dentro de la disciplina. De hecho, es en esa interpretación donde podría haber una mayor utilización del futuro –insisto en el podría, por la nula existencia de estudios sobre la materia–, ya que lo que hacen precisamente los géneros de este tipo es abordar aspectos de la realidad que no se conocen, que no son empíricamente comprobables y para los que aún no hay datos concretos. Es decir, asuntos que podrían ser de un modo o de otro y que incluso en ocasiones ni siquiera han sucedido aún.

Sin embargo, y a pesar de que en principio no parece que el futuro sea la materia prima con la que ontológicamente trabaja un periodista, sí es cierto que en ocasiones se utiliza. Algunos estudios, de hecho, concluyen que se está incrementando el interés por hechos que no han ocurrido aún (RICHARDSON y MEINHOF, 1999). En los últimos años, por ejemplo, hemos asistido a un perfeccionamiento de las técnicas de predicción en la información meteorológica, por ejemplo, gracias a los avances informáticos y a la mejora de los estudios relacionados con esta disciplina. También las fuerzas de seguridad de todo el mundo hacen un esfuerzo por adelantarse al crimen con el fin de evitar que éste se produzca. Las policías de Estados Unidos y Europa invierten cada vez más fondos y esfuerzo en detectar tendencias, establecer patrones de comportamiento o determinar en qué circunstancias es más probable que se produzcan unos crímenes concretos, siempre basándose en datos recopilados de hechos que ya han sucedido (*big data*). El fin es claro: evitar tener que lamentar víctimas y gestionar de forma más productiva los recursos humanos y económicos.

Por primera vez en España, en 2013, según publicó el Anuario de

Psicología Jurídica, la Guardia Civil y la Universidad Autónoma de Madrid establecieron el perfil del incendiario forestal español. Basándose en datos obtenidos a través de entrevistas y mediante las resoluciones judiciales y policiales de los casos acaecidos en 2011, el equipo multidisciplinar estableció cinco tipos de perfiles con el fin de poder localizar a potenciales pirómanos o incendiarios en el futuro.

También existen, de hecho, cada vez más estudios prospectivos que, basados en otros elementos más creativos e imaginativos, tratan de vaticinar qué va a ocurrir en determinados sectores. En definitiva, que la preocupación por el futuro es mayor día a día no solo en el terreno de la seguridad, sino en la práctica totalidad de ámbitos académicos y profesionales.

En este contexto, la tecnología ha ayudado mucho, tanto a las fuerzas de seguridad –en los casos comentados–, como a los técnicos de la meteorología –por seguir el ejemplo anteriormente citado–, como a los propios periodistas. A estos últimos, las nuevas herramientas informáticas les han permitido experimentar con lo que se ha venido a denominar periodismo de datos o *data journalism*. El concepto permite una infinidad de posibilidades que en muchos casos sirven para establecer series, tendencias o prospecciones que miran al futuro, que tratan de señalar hacia dónde se dirige determinado concepto, qué ocurrirá en relación con un aspecto concreto de la realidad si no cambian algunos parámetros. Durante los últimos años, han aparecido incluso empresas especializadas en el tratamiento de datos destinados a ser utilizados por los medios de comunicación.

¿Cómo está tratando el periodismo esta tendencia? ¿Cómo está transformando el concepto tradicional de noticia? ¿Cuándo comenzó este fenómeno? ¿Realmente hay más noticias que hablan sobre el futuro ahora que antes? ¿Ha cambiado el modo de abordar la realidad? Son muchos los interrogantes que se abren al abordar una realidad amplísima muy poco estudiada. Son interminables los puntos de vista y muy escasos los criterios comunes de trabajo que existen al tratar el vasto panorama que se abre en torno al uso del futuro en el periodismo. Nosotros decidimos centrar nuestro trabajo en responder a la primera pregunta. Por ello, nos centramos en analizar cómo se ha tratado el futuro en una etapa, unas secciones y un periódico concretos, con el

fin de aportar un grano de arena que sirva para construir otros estudios. En concreto, entre 1990 y 2010, en las áreas de Política, Internacional y Deportes del diario ABC. Un análisis cuantitativo y cualitativo de cómo ese fenómeno general del interés por el futuro se ha trasladado a las noticias, parte sustancial del periodismo.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Implicaciones del uso de tiempos verbales en la objetividad periodística

Los debates sobre cuáles son los tiempos verbales más apropiados para los distintos géneros periodísticos han sido constantes durante los últimos 20 años. Grosso modo, podríamos decir que habría dos corrientes de pensamiento. Por un lado, la de los puristas, que afinan en sus reflexiones acerca de cuál es el tiempo verbal más adecuado para redactar una noticia y llegan a desechar incluso algunos tipos de pasado. Por otro, la de los más arriesgados, que –quizá con mente más abierta a las nuevas tendencias incontrolables que dibujan las expresiones periodísticas más modernas– se atreven a recomendar el uso incluso de tiempos en futuro.

A primera vista, tiene sentido afirmar que el tiempo verbal propio de la objetividad periodística debe ser el pasado. Al menos, algún tipo de pasado. No en vano, cuando contamos algo por escrito, antes tiene que haber sucedido ese hecho que estamos narrando. Sería, por lo tanto, lo más honesto desde el punto de vista profesional utilizar una forma verbal acorde con la realidad de lo que está pasando, que no es ni más ni menos que el hecho de que estamos narrando cosas que ya se han quedado atrás. Así lo entienden autores como DÍAZ SALGADO (2000), quien aboga por el pretérito indefinido (perfecto simple) y el pretérito perfecto compuesto como los tiempos más adecuados para llevar a cabo una correcta narración periodística. Identifica, de hecho, ambas formas con la objetividad. En concreto, llega a decir que, “en español, para informar en pasado, lo adecuado es utilizar el indefinido o el pretérito perfecto”:

*De esta manera, además, la actitud del hablante, sus dudas o sus deseos, no se muestran en absoluto. Por medio del indefinido, el periodista no aparece jamás en el mensaje: es, pues, el tiempo de la objetividad informativa cuando narramos en pasado. Al utilizarlo, los hechos quedan reducidos a lo esencial y destacan con particular vehemencia. Las acciones narradas en indefinido adquieren la trascendencia que tienen realmente. Y este es en definitiva el fin último del mensaje informativo. La parte del contrato que los periodistas están obligados a cumplir. Como les digo, estamos ante una técnica muy refinada. Porque no se trata de restar trascendencia ‘solo’ a algunas noticias. No es que los periodistas sean más ‘sensibles’ a unas informaciones que a otras, sino que para ahorrarse problemas la mejor solución es restarle trascendencia a la realidad toda: desde el bombardeo*

*de una ciudad a un accidente de tráfico; desde la muerte de un escritor a la llegada al aeropuerto del presidente del Gobierno. Los periodistas aquí demuestran muy claramente que dominan los secretos de la comunicación en español.*

Al mismo tiempo, DÍAZ SALGADO (2000) critica duramente lo que entiende que es una tendencia en el uso de los tiempos verbales, la utilización cada vez más frecuente del pretérito imperfecto, una forma que, según el autor, “va camino de convertirse en el eufemismo por excelencia de los medios de comunicación españoles”. Entiende que se trata de un modo expresar una acción no finalizada que generalmente lleva a suavizar los hechos que se están contando.

*Esta característica de tiempo no acabado lo hace muy apropiado para algún tipo de informaciones. Si en una noticia bursátil el periodista nos dice que “las acciones de Telefónica bajaban a media sesión”, entendemos que, o bien no sabe cómo acabó todo (quizás la Bolsa está todavía operando) o bien la acción se recuperó al final: “Las acciones de Telefónica bajaban a media sesión, pero se recuperaron al final del día”. Sin embargo, una noticia que termine con “las acciones de Telefónica bajaban un dos por ciento al final de la sesión” nos lleva a pensar que las acciones bajaron, pero que no bajaron en realidad, lo que sin duda son buenas noticias para Telefónica.*

*Pero además de estos usos referenciales, los tiempos verbales también pueden servirnos para que deslicemos nuestra opinión de hablantes, nuestras dudas o nuestros deseos. Son momentos en los que decimos una cosa y damos a entender algo más, o algo diferente. Y en estos casos el imperfecto adquiere una categoría superior a la del resto de los tiempos verbales. Si alguien nos comenta “Pedro venía hoy”, podemos entender que ya no viene (imperfecto de conato), pero también podemos inferir que quien nos habla nos lo está contando de oídas, que no está seguro de que lo que nos dice se haya llegado a producir en realidad. Mediante el imperfecto se pone en duda la veracidad del mensaje. Es como si nos dijera “Pedro venía hoy, pero que conste que no estoy seguro, lo sé porque me lo han contado”. El hablante en estos casos obra con precaución.*

*Es lo que se llama discurso anterior presupuesto. El hablante se libra de responsabilidades por medio del imperfecto, que le resta realismo y veracidad al mensaje. Es un uso que todos los hispanohablantes manejamos con mucha habilidad, ya que en la práctica, cuando estamos en una situación comunicativa específica, además de codificar y descodificar información, hacemos que nuestro interlocutor infiera cosas, que adivine parte de lo que queremos decirle. Por esta razón, en la transmisión periodística de información, el imperfecto no suele aparecer en el discurso como un tiempo absoluto, sin la compañía de otro verbo, puesto que si lleva el peso del mensaje el oyente entiende que tiene que inferir algo que no está explícito.*

DÍAZ SALGADO (2000) analiza minuciosamente la utilización de los tiempos pasados y concluye que el imperfecto apenas ha sido usado hasta poco en las informaciones periodísticas, pero que existe una tendencia reciente y peligrosa de que se pueda comenzar a utilizar más. De ahí que llame la atención sobre este riesgo y que recuerde que el indefinido (perfecto simple) y el perfecto compuesto sean los más apropiados. Encuadramos por lo tanto a este autor entre los que llevan a cabo un análisis escrupuloso de los usos verbales en el periodismo.

En el otro extremo encontramos a autores con un perfil quizá menos académico, pero más práctico, que apuestan por mirar un poco más al futuro en las narraciones periodísticas y no tanto al pasado. FISHER (2006) ni siquiera repara en distinguir tiempos verbales y se limita a aconsejar escribir de modo que el lector no se pregunte qué se ha perdido, ya que entiende que una narración en pasado puede provocar que el lector se cuestione cómo estará la cosa ahora, qué ha podido pasar desde que ocurrió lo que aquí me cuentan. “En la medida de lo posible, tenemos que dejar de escribir como si viéramos la vida a través de un espejo retrovisor”, explica el editor de noticias y profesor de la Universidad de Carolina del Sur, quien sugiere utilizar más el presente al redactar textos periodísticos.

FISHER entiende que la inmensa mayoría de los hechos que narran los periodistas pueden contarse en presente, ya que considera que no han cambiado desde el momento en que se produjeron hasta el minuto actual en el que se redacta la noticia. “Lo que dijo una persona en un momento lo seguirá diciendo previsiblemente hoy”, sentencia FISHER, quien recuerda que “realmente nada de esto es nuevo” y pone el ejemplo de los periódicos vespertinos o de cómo funcionaban las agencias de noticias cuando no había periódicos de la tarde. En ambos casos, rememora, los periodistas trabajaban el arte de “mover la historia hacia delante”, con el fin de que las noticias no llegaran a la mente de los lectores como informaciones viejas. “Mantener la historia ‘del momento’ era una necesidad competitiva y ahora tenemos que pensar en esos términos”, invita el profesor, que no es el único que ha abordado la utilización del presente en las noticias como forma de dar más actualidad a los hechos narrados.

GRIJELMO (1997) argumenta en *El estilo del periodista* por qué *El País*

utiliza el presente histórico en los titulares, cosa que ocurre con mucha frecuencia en ese diario, porque además así lo expresa el propio *Libro de estilo* del rotativo de Prisa, pero también el de otros periódicos españoles analizados por el autor. “La mayoría de los periódicos prefiere que, siempre que se pueda elegir, el título se exprese en tiempo presente”, dice GRIJELMO, quien pone algún ejemplo: *Las inundaciones en Sevilla causan pérdidas por valor de 300 millones*. También en la misma línea concluye FRANCESCUTTI (2009), quien asegura que una de las indicaciones que más “acatan” en general los diarios españoles de lo que indican sus libros de estilo es “el empleo del presente de indicativo y el rechazo de formas verbales débiles o connotados de incertidumbre o improbabilidad (con la salvedad del tiempo futuro)”. “Las mentadas reglas –continúa FRANCESCUTTI– tienen mayor vigencia en los titulares considerados más importantes: los correspondientes a textos informativos; y, dentro de ellos, en los de portada o de apertura de secciones; en las demás páginas, y sobre todo en los suplementos, rige una mayor libertad de titulación”.

El mismo autor también “constata una neta diferencia entre la titulación de textos informativos y argumentativos: los primeros optan por los verbos en presente del indicativo y los segundos, por sintagmas no verbales”. “La discrepancia –entiende– puede imputarse a que los libros de estilo enfocan sus mandatos principalmente en las *hard news*, prestando escasa atención a lo opinativo”.

Estos dos últimos autores (GRIJELMO y FRANCESCUTTI) se centran únicamente en los titulares, pero sus conclusiones son relevantes aun cuando no abordan otras partes de la narración periodística, porque los titulares recogen el elemento fundamental de la pieza informativa, son la apuesta del periodista e incluyen “un extracto o resumen” (ALARCOS LLORACH, 1977) de la noticia. Se trata del escaparate de la información, lo primero que ven (y a veces lo único) los lectores, el elemento que debe atraer al público, “el acceso a la noticia” (GÓMEZ MOMPART, 1982), que según se haga “conseguirá o no que lo que en su origen fue escrito para leerse alcance su objetivo”. Por este motivo, no son cuestión baladí a la hora de analizar la utilización de los verbos.

Bajando más a lo concreto, de hecho, FRANCESCUTTI (2009) resalta que “los verbos son uno de los elementos más cuidados en la elaboración de los

titulares”. En la prensa actual, añade, “existe una regla de oro que prescribe el uso de verbos en voz activa que denoten actividad, conjugados en presente del modo indicativo”. Así repasa FRANCESCUTTI (2009) lo que cada libro de estilo afirma sobre los verbos en los titulares:

*El Libro de Estilo de El País, por ejemplo, consagra esa norma de la siguiente manera: “Los verbos de los titulares se deben escribir preferentemente en tiempo presente” (2004: 53). Y en la misma página añade: “Se prohíbe terminantemente el uso de expresiones en el titular - también restringidas en los textos- como ‘podría’, ‘no se descarta’, ‘al parecer’, ‘posible’, ‘probable’ y otras similares”. El de ABC subraya que cada título deberá tener “al menos, un verbo” (2001: 65), con el claro deseo de evitar la elipsis verbal, aunque nada dice de su tiempo. Y el de La Vanguardia precisa que los titulares informativos “han de ser oraciones completas, con sintagma nominal y sintagma verbal”, y admite la sustitución por una coma del verbo elidido. Más concretamente, prescribe: “Úsense las formas verbales en activa y en presente siempre que sea posible”; y afirma: “el tiempo verbal por excelencia es el presente histórico. Todos los hechos noticiosos acaecidos recientemente son susceptibles de ser expresados en presente, en lugar de cualquiera de las formas del tiempo pretérito indefinido” (2004: 158), mientras que “para los hechos por venir, se utiliza el futuro simple, que deja la posibilidad de la incerteza” (ídem, pg. 159). En línea con el Libro de Estilo de El País, el del periódico catalán rechaza tajantemente los verbos conjugados en condicional simple del indicativo con propósito conjetural o especulativo.*

Detalla por lo tanto el autor cómo los libros de estilo realizan una recomendación generalizada de utilizar el presente, un tiempo verbal que algunos consideran que está considerado “más fiable. “Si se cuenta la verdad 24 veces por segundo es difícil engañar”, señala RABIGER (2001) cuando recuerda los comienzos de las películas documentales, basadas en este concepto de objetividad ligado a la narración en presente.

Sin embargo, no todos –como hemos dicho al principio– se sitúan en la línea del pragmatismo y de la apuesta por el presente u otros tiempos verbales distintos del pasado en las narraciones periodísticas. Algunos, como DÍAZ SALGADO (2000), consideran importante respetar la deontología profesional hasta el extremo en la utilización de las formas. “El primer principio del periodismo debería ser decir la verdad, contar las cosas tal y como las ve el periodista, porque ese es también el principal principio del discurso en general”, señala GEIS (2006). “Me resulta preocupante, por ello, que los periodistas hayan decidido seguir las órdenes de utilizar el tiempo presente para dar una

impresión de inmediatez como si esto fuera un principio de orden superior”, añade el profesor emérito de la Universidad Estatal de Ohio. Sus planteamientos, de hecho, son razonables a la vez que casan con la corriente purista expuesta al principio. La impresión de inmediatez, propuesta por FISHER (2006) o por los libros de estilo, como plantean GRIJELMO (1997) y FRANCESCUTTI (2009), no es un valor superior, un principio previo, una idea madre que esté por encima de fundamentos propios de la esencia periodística, como la deontología, que incluye conceptos como el de verdad, honestidad o realidad.

No resulta, por lo tanto, nimio en términos deontológicos ni profesionales la utilización de un verbo u otro, como han dejado claro los distintos autores mencionados y los planteamientos expuestos. La objetividad periodística, la apariencia de profesionalidad, la honestidad de los informadores tiene fiel reflejo en la utilización de un tiempo verbal u otro. Es más, la elección de unas determinadas formas resulta una extensión natural de los valores y principios profesionales de los periodistas, como ha aclarado GEIS (2006) e insinuado DÍAZ SALGADO (2000).

## **2.2. La transformación del concepto de noticia**

La importancia de los tiempos verbales en la definición de la objetividad y la honestidad periodística, en cualquier caso, no hay que dejar de verla en toda su dimensión. El momento y el contexto en el se están desarrollando estos debates, de hecho, siempre es cambiante. El propio concepto de pieza informativa, de hecho, también está evolucionando. “Aunque hay un acuerdo generalizado sobre lo que es noticia, también está aumentando la opinión de que esa definición está cambiando hacia una menor importancia de los acontecimientos en favor de análisis” (BARNHURST y MUTZ, 1997: 51). Es decir, que cada vez resulta más valiosa la interpretación en el periodismo, al menos según el autor. “Algunos estudios aseguran que el cambio es reciente, otros que se trata de una tendencia histórica más larga, y casi todos localizan los cambios en las coberturas electorales. Describen cómo se está produciendo una transformación del periodismo descriptivo hacia el analítico, del acontecimiento al reportaje interpretativo, del episodio a la cobertura temática” (BARNHURST y MUTZ, 1997).

Estos cambios, vistos con perspectiva histórica, y no centrándonos únicamente en los últimos años tan influidos por internet, se han notado por lo tanto en el periodismo mundial. Y no solo en el mero concepto de pieza informativa, sino también en la forma de presentar ese mensaje. “La transformación del diseño de periódicos confirman una tendencia a abandonar las páginas de formulario que contienen muchas pequeñas noticias individuales” (NERONE y BARNHURST, 1995). El trabajo de BARNHURST y MUTZ (1997), de hecho, concluye, tras estudiar tres periódicos estadounidenses, que “las historias eran más largas en esos diarios, que incluían más análisis, que cubrían una mayor amplitud de territorio, que se ponía más énfasis en momentos distintos del presente y que se citaba a menos personas y más grupos y fuentes externas”.

Los periodistas, continúan BARNHURST y MUTZ (1997), tienden ahora a ocuparse de temas más generales y de modo más explicativo. “Aportan el contexto de los problemas sociales que rodean a una historia y su interpretación”, aseguran los investigadores, que no son contundentes pero sí plantean la posibilidad de que el núcleo del periodismo esté dejando de ser el acontecimiento, como entendían BURKE (1973) o SCHUDSON (1982), para quienes la comunicación del hecho y su novedad constituían el fundamento de la definición del término noticia, al menos en el siglo XX, cuando había una competencia feroz por contar la historia el primero. Creo que esa rivalidad continúa hoy, pero que quizás ya no lo ocupa todo y en las redacciones tiene más cabida ese concepto de la interpretación y los enfoques más generales, sociales o ideológicos. En la primera mitad del siglo pasado, probablemente, no había tanto espacio para esos nuevos conceptos, que sí considero que han ido evolucionando durante finales del siglo XX y principios del actual XXI.

Entre esas nuevas formas periodísticas que están abriéndose camino encontramos, el denominado periodismo de precisión o de datos (*database journalism*), que a pesar de la “ausencia de impulso” por parte de las empresas informativas, “va creciendo gradualmente en España” (DADER, 1994). El autor pone varios ejemplos de piezas informativas que utilizan las técnicas propias del periodismo de precisión y enumera lo que a su juicio son las características de este tipo de textos: a) Abordar cifras de un problema social de larga y lenta evolución; b) El protagonista de la información no es una persona concreta ni un

hecho aislado, sino la descripción general de un problema social; c) El enfoque es ajeno a la inmediatez de la rabiosa actualidad; d) La importancia que se concede al tema se traduce en una descripción extensa, sin ceñirse al tópico de que los temas sociales anónimos no pueden atraer la atención del público general de un diario de gran difusión; e) Lo sustantivo del reportaje es la cuantificación numérica del problema analizado; y f) Hay ya un incipiente reconocimiento de que las cifras por sí solas no valen nada si no se tiene en cuenta el método de su obtención.

Evidentemente, la evolución de los contextos cultural y social influyen directamente en la aparición de estas nuevas tipologías periodísticas que generalmente no se dan de forma aislada, sino mezcladas en los géneros tradicionales. El concepto de transparencia, por ejemplo, que poco a poco se introduce en el imaginario popular español –ya países como EEUU, México o Chile llevan años con la idea asimilada–, tiene una repercusión directa en la forma de entender el periodismo y, de hecho, refuerza tendencias como el *data journalism*.

Las últimas medidas tomadas a favor de la transparencia en España, desde la publicación –aunque fuera con restricciones– de la actividad de los altos cargos y funcionarios, su patrimonio o sus ingresos hasta la reciente aprobación de la ley de transparencia, van en la línea correcta y favorecen el periodismo de datos (TEJEDOR y DADER, 2011). Es solo un “tímido avance”, como lo califican TEJEDOR y DADER, pero en cualquier caso siempre supone un paso hacia delante que, como decíamos, facilita esas nuevas fórmulas periodísticas que están modificando conceptos tradicionales.

“Mediante el acceso a las correspondientes bases de datos, el periodismo de precisión como especialidad dedicada al cruce o contraste sistemático de grandes conjuntos de datos objetivados sobre asuntos de interés público, obtiene así una oportunidad de contribuir a la transparencia democrática en cuestiones que pudieran afectar al desvelamiento de irregularidades, desequilibrios institucionales o simple conocimiento ciudadano de los datos contrastados de la actividad de los servidores públicos”, aseguran TEJEDOR y DADER (2011), que advierten cómo el periodismo de precisión, en este contexto de apertura, ha ayudado a comunicar mejor la realidad de la situación económica española y los

intereses reales de los miembros del poder ejecutivo. Los autores también concluyen que actualmente las modificaciones legales realizadas se tornan débiles e insuficientes, y tienen que seguir avanzado a fin de lograr una fiscalización efectiva de la actividad de los políticos.

Tras la publicación del artículo de TEJEDOR y DADER, de hecho, han ido apareciendo organizaciones e iniciativas que han mezclado su actividad con la de diversos proyectos periodísticos. Entre ellas, me pararé únicamente en una par de ellas a modo de ejemplo. En primer lugar, abordaré la de Eva Belmonte, una periodista que decidió poner en marcha El BOE nuestro de cada día. Ella misma explica así las razones que le llevaron a desarrollar el proyecto que hoy es una realidad cada vez más consolidada.

*Hace casi una década que una señora de Cartagena no encuentra a su marido. Las universidades españolas anuncian, casi a diario, el extravío de títulos oficiales, que vete a saber en manos de quién cae un doctorado. La historia diaria del Boletín Oficial del Estado es un folletín por capítulos sobre la pérdida. Sobre los extravíos particulares y los de interés general, como el de la transparencia. A falta de una ley que permita acceder a la información pública en condiciones, el paso por el BOE es el único imperativo que deben cumplir quienes gobiernan más allá de las puertas blindadas del Congreso y La Moncloa. Y esconde, sobre todo en estos tiempos, decretos, nombramientos, subvenciones y edictos que en las ruedas de prensa no se anuncian –o se esquilmán–, porque no hacen bonito. Escudriñarlo es, o debería ser, labor de todos los medios de comunicación que hayan asumido esa historia de la responsabilidad social y el quinto poder, aunque sea a su manera. Muchos lo hacen. De hecho, cualquier ciudadano puede hacerlo, aquí lo tienen. Entonces, ¿para qué puñetas me lo voy a leer yo cada mañana? Porque, después de ocho años en una redacción, ahora sí tengo tiempo para hacerlo. Actualización en febrero de 2013: este blog me ha traído, entre otras muchas cosas estupendas, la oportunidad de emprender nuevos caminos para ejercer esta profesión. Ahora trabajo en la Fundación Ciudadana Civio.*

El espíritu de transparencia motive a esta periodista a poner en marcha su iniciativa, en la que luego se fijó la Fundación Civio, organización que aboga, como dice en su propia web por que haya “datos accesibles para todos” y “transparencia para una democracia más fuerte”. En Chile, Ciudadano Inteligente ya lleva años ejerciendo ese papel de facilitador de acceso a la información tanto para los periodistas como para la sociedad en general. Su labor ha dado lugar a una enorme cantidad de iniciativas periodísticas dirigidas en sentido similar a la de El BOE nuestro de cada día. Pero el segundo proyecto que pretendemos poner

como ejemplo es El indultómetro, otra iniciativa vinculada a la Fundación Civio que trata de arrojar luz sobre una actividad gubernamental tradicionalmente oscura como es la concesión de indultos a personas condenadas. La web realiza análisis y saca conclusiones sobre el número de medidas de gracia otorgadas por el Ejecutivo o qué tipo de delitos son los más indultados. No pocos periodistas se han apoyado ya en los informes de El indultómetro para sacar historias de interés que siguen la línea del periodismo de precisión. La propia iniciativa electrónica lanza periódicamente artículos que ponen en evidencia las lagunas que existen en torno a la citada actividad gubernamental.

Por otro lado, también los usuarios, la audiencia, el público influyen directamente en la transformación del concepto de noticia. Ya no son meros espectadores pasivos. Se han convertido, por contra, en auténticos catalizadores de la información. Su nuevo papel activo no solo se traduce en que el lector pueda elegir el momento en el que consume la noticia o en dejar comentarios puntuales sobre si le gusta algo o no. “La interacción con la información o con cualquier tipo de contenido ya no se limita solo a qué, cuándo y cuántos elementos deseamos recibir –mediante opciones de navegación y mediante la personalización–, sino que el usuario puede controlar también –hasta cierto grado– la difusión: decidir qué elementos quiere difundir, convirtiéndose en emisor de contenidos. No solo puede definir o redefinir la estructura de las noticias, sino también su contenido, su tratamiento y enfoque” (MARTÍNEZ, 2005).

La tecnología, por su parte, ha sido también fundamental para este cambio de concepto que experimenta el concepto de noticia. El periodismo de precisión del que hablaba DADER (1994) no sería posible sin los nuevos métodos de análisis informático, sin la facilidad que permiten los *softwares* y aplicaciones modernos, que posibilitan el cruce de datos, el acceso rápido a informes o tablas y la obtención de conclusiones. Internet y las redes sociales también han ayudado mucho a que, como decía MARTÍNEZ (2005), podamos hablar de otros actores que influyen directamente en los contenidos. Otro ejemplo de cómo está cambiando el concepto de historia es la web Porcentual.es, que eleva a la categoría de noticia un sencillo gráfico. Se trata de un portal que vende infografías a otros medios o páginas de Internet, pero que ya en su *home*

conforma noticias basadas únicamente en la potencia comunicativa de un gráfico claro, que transmite por sí solo la práctica totalidad de los elementos necesarios para entender una historia.

En ese contexto de cambio, como decíamos en el anterior punto, ya hay quien apuesta por reenfocar la noticia con objeto de que no mire únicamente al pasado, sino también al presente (FISHER, GRIJELMO, FRANCESCUTTI) e incluso al futuro (HERRÁN y RESTREPO, 2005). “La noticia completa es la que incluye información sobre las consecuencias de los hechos que el periodista relata. Y hablar de consecuencias es lo mismo que mostrar el futuro. La evolución del concepto de noticia ha dejado atrás la visión del futuro como una carga que se le impone al hombre desde fuera, o como un misterio impenetrable para los seres humanos, e incluye desafíos como el enunciado por TEBBEL (1967) al afirmar que noticia no es lo que pasa, ni lo que pasó, sino lo que pasará” (HERRÁN y RESTREPO, 2005). Es decir, que no cabe considerar el alcance de la noticia en clave únicamente de pasado, sino que también hay que considerar lo que aún está por ocurrir. Las consecuencias que tendrá lo que ha sucedido también parecen ser materia del trabajo periodístico y en concreto de la misma noticia. No entran los autores a explicar cómo tiene que hacerse esto y se limitan simplemente a decir que es algo que hay que incluir.

Es cierto que el futuro depende del pasado. Faltaría más. Cualquier cosa que aún no ha ocurrido se llevará a cabo de una forma u otra en función de lo que suceda ahora o haya pasado recientemente. Unos hechos marcan otros y la vida evoluciona y avanza, entre otras cosas, por acción y reacción. “La imagen cambiante del futuro se configura con los hechos que son noticia” (GOMIS, 1991). Esa perspectiva que según estos autores debe tener el periodista conlleva necesariamente que el profesional de la información tenga en cuenta no solo lo que ha ocurrido, sino cómo ha ocurrido y qué puede provocar ese acontecimiento. “Ver el pasado como presente ayuda a ver el presente como un futuro que ha comenzado ya” (GOMIS, 1991).

El periodismo se dirige, por lo tanto, hacia un lugar desconocido por esta profesión hasta el momento. La disciplina no dejará de hacer lo que ha asumido hasta el momento, sino que incluirá nuevas tareas. Así al menos lo entiende MARTÍNEZ (2005):

*Un concepto más abierto, donde además de las tareas de recolección, selección, jerarquización, investigación, verificación y redacción se incluyan otras funciones como la mediación e interacción con los usuarios; es decir, el periodismo como conversación (Gillmor, 2004), un periodismo horizontal, frente a la verticalidad y jerarquización del modelo tradicional. Y un periodismo entendido también como “conocimiento enciclopédico”, en el que más que simples relatos de hechos se responda a todas las preguntas que se puede hacer el lector. El periodismo, incluso, para algunos autores, se desliga de toda referencia a la profesionalidad. ROSEN afirma que nadie es el propietario del periodismo, que los grandes medios no pueden disponer de él a su antojo y que este concepto debe entenderse como práctica y no como profesión.*

No compartimos en absoluto esta última deriva desprofesionalizada del periodismo, aunque sí creemos necesario mencionar cómo lo ven algunos, ya que es innegable el explosivo cambio que están sufriendo los conceptos tradicionales, así como la inclusión de nuevos elementos que adquieren mucha importancia. “La capacidad de los periodistas para establecer conversaciones y proveer contexto es tan importante como su capacidad para recolectar y narrar los hechos”, pone como ejemplo MARTÍNEZ (2005). “El periodista profesional debe añadir a sus aptitudes narrativas nuevas destrezas y funciones: la narración se transforma en un híbrido entre el contenido y la conectividad”, dice en la misma línea DEUZE (2005).

En esa conversación entre el público y el periodista que mencionan los autores referidos no resulta fundamental, sin embargo, la inclusión de las nuevas tecnologías. Facilita el trabajo, sin duda, pero no resulta imprescindible. Mar ABAD, redactora jefe de la revista de innovación Yorokobu, explicó durante el Meeting Point Periodismo 2.0 celebrado el 3 de octubre de 2013 que su fuente de inspiración a la hora de abordar asuntos son, además de Twitter, los lugares de siempre, donde nos encontramos con los amigos o los compañeros. “¿Nuestra manera de inspirarnos? Desde las conversaciones en la calle hasta cuando alguien me habla de un nuevo proyecto– lo apunto y voy inmediatamente a investigar– pasando por Twitter, que es una fuente de inspiración grandísima; estar las 24 horas del día pendientes de todo, de todo lo que pasa a tu alrededor, en la calle, en los medios, en internet; lo que ves interesante, lo investigas y, si crees que le puede aportar algo a tu lector, vas a por él” (ABAD, 2013).

La revista Yorokobu también puede ponerse, de hecho, como ejemplo de

innovación en el periodismo español, de ser resultado entre la conversación que mantiene el periodista con la sociedad y de romper con el estilo clásico de la profesión. Sus profesionales mantienen, en principio, sin haber realizado un estudio exhaustivo de su forma de trabajar, los principios profesionales básicos, como el contraste de las fuentes o el respeto a la realidad; sin embargo, se desligan de las 5W de la noticia, utilizan la primera persona del singular en los artículos sin avergonzarse de ello y eligen los temas con plena personalidad, alejándose de los complejos que a otros les pueden surgir tras saber que hay más medios que ya han tratado un determinado asunto. “Cada día escribo de lo que me apetece y no pido cuentas a nadie”, asegura ABAD, quien explica que es necesario tener libertad económica para tener libertad periodística y asegura que por eso su revista no vive solo de la publicidad, sino de otros proyectos de innovación. “Tratamos de hacer un juego de malabares para garantizar un poco de libertad”, afirma la redactora jefa, que apuesta definitivamente por los temas propios. “Creo que no nos deben querer mucho las agencias de comunicación, porque no hacemos caso a las notas de prensa; no por desprecio, ni muchísimo menos, sino porque eso ya lo hacen muchos medios; no tiene sentido que nosotros hablemos de lo que están hablando los demás” (ABAD, 2013).

La motivación también podría verse como otra diferencia de esta evolución del periodismo. ABAD, por ejemplo, afirma que ella y su publicación pretenden fijarse en lo bueno que hay en la vida, lo que tire para arriba de la gente. “Cabe cualquier tipo de tema; pretendemos inspirar a las personas y que vean que se pueden hacer cosas interesantes; frente a muchos medios que hablan de las cosas terribles que pasan, nosotros creemos que también están pasando cosas muy buenas, que deben inspirarnos y hacernos ver que se pueden hacer cosas muy interesantes; eso es lo que pretendemos que sintáis cuando lo leáis, porque creo que es muy importante en este momento que el periodismo empodere a las personas y les haga ver que cada persona tiene poder, que no es solo en el activismo político o de denuncia o de manifestación, que por supuesto es muy loable, sino que inspirarse, crear una nueva empresa, mejorar el diseño de tu ciudad... eso también es darte poder, sacar muchas cosas que tienes dentro y que a lo mejor ni se te había ocurrido que lo podías hacer; hacerle ver al lector que el periodismo no está para oprimirlo o para asustarlo” (ABAD, 2013).

También el enfoque e incluso la percepción acerca de la importancia son una muestra de que algo está cambiando y de que el concepto de noticia es más amplio hoy que en el siglo pasado. La humanización y la sensibilidad social provocan que haya historias que tienen cabida en los medios y que quizá antes no la tenían. Relatos que cuentan la vida de alguien que quizá no es tan extraordinario se elevan a la categoría de información periodística digna de ser contada. Durante la conferencia TED que impartió David BERIAIN (2013) en la Universidad de Navarra en abril de 2013 y que se titulaba *Historias grandes, ojos pequeños*, el periodista y reportero de guerra ponía precisamente en evidencia este cambio de concepto:

*No voy a dar una charla de cómo entré en las FARC, ni de cómo son los talibanes en la intimidad. ¿De qué vas a hablar, entonces, David? Voy a hablar de percebes. De percebes y de cómo una persona, un periodista, yo, puede llegar a ser mediocre o directamente imbécil. Hace dos años ya, una persona con la que compartí la facultad de Periodismo aquí en la Universidad de Navarra me llamó. Se llama Alfredo Triviño. Es probablemente quien más éxito ha tenido de todos los que salimos entonces de la facultad. Ha sido director de innovación para todo el grupo de Murdoch, que es el mayor conglomerado de medios que hay en el mundo. Yo me encontraba en Argentina haciendo un reportaje de los míos, del Paco, la pasta base de la cocaína, una droga de pobres, muy chungu, que mata a la gente muy rápido y que es la droga de los últimos entre los últimos. "Tengo un encargo para ti del grupo de Murdoch", me dijo Alfredo. Cuando uno oye algo así, lo primero que hace es que se cuadra. "Necesitamos que hagas un minidocumental que sea el perfil de una persona, pero te conozco y te prohíbo ir a la guerra y salir de España; queremos el perfil de una persona normal; hasta entonces las personas normales no eran objeto de mis historias nunca; no era lo mío; yo había llegado a un punto en mi carrera en el que prácticamente necesitaba que las cosas explotaran a mi lado para que yo me considerara que había una historia que merecía ser contada. Lo cual no dice mucho de mi sensibilidad. "Hazme el perfil de alguien que esté haciendo su trabajo". Dificilísimo. Entonces me acordé de cuando yo trabajé en La Voz de Galicia y de una historia que siempre me interesó. Los percebes en los acantilados gallegos. Ahí habría algo espectacular, pensé. ¿Por qué? Porque yo me estaba planteando esta historia no como un fin en sí mismo, sino como un medio. Para demostrarle a Murdoch que era buenísimo y que me tenía que enviar a hacer historias grandes, epopeyas. Utilicé la historia como un medio y no como un fin. Pero llegué a Cedeira, en Galicia, con sus acantilados tremendos y los percebeiros. Y la historia me pasó por encima, porque delante de mí me encontré un personaje gigante (...). Encontré a una persona épica, pero épica en su carácter más ordinario, más normal. Una persona que estaba dispuesta a arriesgar su vida todos los días por el enorme amor que tiene hacia su familia. Y que, al contrario que otros de sus compañeros mucho más jóvenes, mucho más alocados, sabe el precio que*

*puede pagar, porque ha perdido a muchos compañeros y ha visto morir a mucha gente. Lo utilicé como un medio, no como un fin. Y en el algún momento del camino, yo se lo dije. Le dije 'yo vine aquí para contar una historia para demostrar algo y tu me has demostrado lo mediocre que soy'. Me salvó en aquella vivencia algo que aprendí aquí en la Universidad de Navarra. Y es que uno no es grande o mediocre en la vida si hace algo grande o no. Uno es mediocre si tiene algo o a alguien grande delante y no sabe darse cuenta. Eso es lo que me enseñaron que era ser mediocre, y no solo como periodista sino como persona. Y me enseñaron otra cosa también, mi maestro Paco Sánchez, que me ha ayudado mucho también en mi vida profesional, como persona y como periodista. Me dijo que contar historias, que escribir constaba de cinco cosas: saber mirar (algo que aparentemente tiene poco que ver con el acto de escribir), saber escuchar (algo bastante raro hoy en día, sobre todo con esta hecatombe de redes sociales donde todo el mundo pone mensajes pero casi nadie lee, no nos escuchamos), saber pensar sobre lo que has visto y oído (más escaso todavía), saber expresar lo que has pensado sobre lo que has visto y oído (que es lo que popularmente se conoce como escribir en sentido estricto) y, por último, saber un poco, algo al menos, sobre qué es eso de la naturaleza humana. En este caso, esta historia a mí me salvó que, aunque tenía una idea en la cabeza, cuando empecé a oírle, le escuché. Escuché su historia. Estas conferencias se llaman Sacudiendo lo ordinario. Lo que me gustaría decirles es que lo que tenemos que hacer es sacudirnos a nosotros mismos, porque la grandeza está ahí fuera. No hay historias grandes o historias pequeñas si uno es periodista. A veces lo único que hay son ojos pequeños que no saben verlas. Yo les quería dejar con este pensamiento y explicarles otra cosa. Para mí el ser capaz de escuchar es mi privilegio. El tener la oportunidad de escuchar esas historias es lo que hace que mi profesión merezca la pena. En la guerra o en los acantilados (...). Miguel Gil, reportero de guerra, que murió en Sierra Leona hace unos años ya, dijo antes de morir: "Yo no hago esto por la adrenalina, porque me guste estar entre el boom boom; yo hago esto por las conversaciones, por las conversaciones con las personas en esas situaciones que él vivía, que yo he vivido, en las que la gente está en un momento decisivo de su vida, en un momento en el que incluso pueden perder esa vida, deciden abrirte su corazón y darte una ventana a su mundo, una ventana de verdad, porque en esas situaciones no hay tiempo para la impostura ni para la mentira. Ese fue el privilegio de Miguel mientras estuvo vivo. Ese es el mío. E insisto, vale lo mismo para la guerra que para los acantilados. Yo acabo de montar una empresa, una productora que se llama 93 metros. Y la gente me pregunta por qué se llama así. Se llama 93 metros por mi abuela, que murió cuando estaba montando esta empresa. A los 98 años, como tiene que morir la gente, después de haber vivido bien, haber disfrutado de la chistorra casi hasta el final y rodeada de su gente, de sus seres queridos hasta el final. Yo en su funeral le escribí un texto –como soy el periodista de la familia, es lo que me toca– que se llamaba 93 metros. 93 metros es la distancia que hay desde la que era la puerta de su casa hasta el banco de la iglesia donde ella rezaba. Casi nunca salió de ahí. Hasta tal punto que en una ocasión yo llegué a su casa, un caserón de estos navarro, y cuando me vio me dijo "hay hijo mío, cómo ha cambiado el*

*pueblo". Ella vive en un pueblo que está al otro lado del Perdón, que tiene poco más de cien habitantes. "Sí", le dije yo. "Ha cambiado, no sé". Y volvió a insistir: "No, no, es que ha cambiado una barbaridad", dijo. "Abuelita", le dije. "¿Por qué lo dices?". "Es que me ha cogido tu tío, me ha subido en el coche y me ha dado una vuelta por el pueblo". Un pueblo de ciento diez habitantes. "¿Pero hace cuánto tiempo no dabas la vuelta al pueblo?", le dije. "Pues hará unos quince años". "¿Pero cómo puede ser eso?", le pregunté. "Hijo mío, yo es que tengo muchas cosas que hacer". Aquello se me quedó grabado. Mi empresa se llama 93 porque nosotros que estamos acostumbrados a hacer historias épicas, grandes, gigantes, con personajes exóticos en lugares con grandes nombres, no nos olvidemos nunca que a veces la historia más grande de todas está en 93 metros, en el sitio más pequeño. A mi abuela le sobraron 93 metros para construir la historia más grande de todas. Lo ordinario somos nosotros. Nuestros ojos que no se abren lo suficiente. A mí me costó alma, vida, corazón, viajes descubrir lo que me abuela descubrió en 93 metros.*

En este contexto es en el que han empezado a florecer algunos estudios que ya mencionan el futuro (NEIGER, GOMIS, HERRÁN Y RESTREPO, JAWORSKY, FITZGERALD, MORRIS, PAZ y MONTERO o FISHER) como una de esas novedades, como una de esas tendencias que están apareciendo en el periodismo y que están modificando el concepto de noticia o reportaje. El proceso que vivimos es de cambio constante –debido al desarrollo de la tecnología, a su repercusión en el periodismo y en los periodistas y a la evolución de la sociedad–, por lo que resulta difícil determinar en qué momento se producen los puntos de inflexión.

### **2.3. Algunas problemáticas y soluciones planteadas**

Parece claro que el relato periodístico ha experimentado cambios (PAZ y MONTERO, 2010) en cuanto al modo de ser construido y a las formas de presentarse tanto en la prensa (NEIGER, 2007a) como en los medios audiovisuales (JAWORSKI, FITZGERALD y MORRIS, 2003). El estudio de NEIGER trata de identificar referencias al mismo y diferentes tipologías de uso del futuro. NEIGER examina los titulares de periódicos israelíes durante un periodo de 18 años, entre 1985 y 2003, y concluye que aproximadamente el 70% de los enunciados hace referencia no solo al acontecimientos del pasado sino también a futuros. Esto, según NEIGER, va en contra de la "percepción convencional que ha existido del periodismo". Este nuevo periodismo, apunta, "no reporta lo que ya ha pasado, sino que especula sobre acontecimientos del futuro, ya sea

directamente o utilizando figuras políticas o militares”, en referencia a actores de la vida pública israelí, tanto del ámbito político como de las fuerzas de seguridad de aquel país tan influenciado por los cuerpos militares. El investigador israelí hace un análisis cualitativo de los datos obtenidos y presenta cuatro tipos de discurso del futuro: el predictivo, el valorativo, el especulativo y la conjetura. Asegura que durante las dos últimas décadas abordadas en su trabajo se puede observar un crecimiento de los niveles de especulación.

En nuestro trabajo hemos decidido alejarnos ligeramente de este planteamiento para tratar de aportar otro punto de vista complementario al mismo. NEIGER se fija en las referencias al futuro que tiene cada noticia y nosotros hemos querido centrarnos solo en aquellas piezas informativas que pueden ser consideradas un vaticinio en sí mismas; es decir, que realmente tratan de aventurar lo que va a suceder. Entendemos que es habitual –y de hecho así lo demuestra NEIGER en su trabajo cuando concluye que más del 70% de las noticias contienen referencias al futuro– que una información que narra cosas que acaban de pasar se pregunte por las consecuencias de las mismas, por los próximos movimientos, por lo que sucederá en los próximos días con el panorama que se dibuja después de las últimas noticias. Esto en la mayoría de casos supone una referencia al futuro de algún modo. De ahí que hayamos querido centrarnos contabilizar exclusivamente las informaciones que utilizan el futuro en sentido estricto ya sea en su título, en su subtítulo o en su entrada. Estos tres niveles de lectura son los elementos más importantes de toda información y resumen la espina dorsal de cada pieza, por lo que nos parecía importante que su análisis como principales representantes del espíritu de cada noticia.

El trabajo de JAWORSKI, FITZGERALD y MORRIS (2003) titulado *Certeza y especulación en noticias que reportan el futuro: la ejecución de Timothy McVeigh* aborda el tema centrándose en un caso concreto y explora cómo se utilizan y se “manipulan” los tiempos verbales en la presentación de las noticias relativas a la ejecución de McVeigh. El tiempo, dicen los autores, es forzado en la presentación de muchas de las noticias que observamos en los medios. Es uno de los elementos centrales en la organización de los conceptos que componen las noticias y de hecho se recurre con mucha frecuencia a contar las historias como

si estuvieran pasando en ese momento, asegura el autor, cuyo artículo explora la utilización del futuro en las noticias que se fueron publicando durante el periodo previo a la ejecución del reo. Analiza cómo se fuerza la presentación de las noticias con el fin de predecir y especular sobre lo que pasará. JAWORSKI, FITZGERALD y MORRIS exploran cómo las noticias se pueden dividir en función del grado de incertidumbre que plantean sobre el futuro, la utilización de los distintos tiempos verbales y el modo de manipular esos tiempos en beneficio de la inmediatez.

Este trabajo sin duda arroja muy interesantes conclusiones sobre el modo como se fuerza la presentación de esas noticias. De hecho, a lo largo de nuestro estudio hemos localizado en no pocas ocasiones piezas informativas que ajustaban los titulares para que pareciera que escondían más datos de los que realmente contenía la noticia; y esto se hacía mediante la referencia al futuro, forzando el tiempo verbal para tratar de hacer ver al público que sabemos lo que va a pasar. También, sin duda, hemos observado otra licencia muy implantada en el periodismo, que es la de utilizar el presente genérico para contar noticias que acaban de pasar. Esta *actualización* forzosa de la información aporta una sensación de frescura y inmediatez a las piezas sin manipular nada del contenido.

PAZ y MONTERO (2010) también abordaron el tema de los futuribles en su artículo *Las profecías son noticia. El uso del futuro en la información televisiva española sobre la crisis de Irak (24 de febrero – 20 de marzo 2003)*. El trabajo analizaba “el recurso a la anticipación del futuro en la cobertura informativa que las cadenas generalistas de televisión españolas hicieron de la crisis de Irak hasta el estallido de la guerra”. Los autores llevan a cabo un análisis cuantitativo y cualitativo de los informativos de las principales cadenas de televisión (TVE1, Antena 3 y Telecinco). Abordan el estilo, las fuentes y las consecuencias que las profecías tuvieron sobre el modo en que se presentó a la opinión pública el conjunto de la crisis política. PAZ y MONTERO muestran cómo utiliza el periodismo televisivo el futuro y cómo algunos de esos presagios “fueron especulaciones sin base real”. Su papel, en algunos casos, dicen los autores, “fue mantener el interés por el tema con un tono sensacionalista”. En otras ocasiones, señalan, “adelantaba” que la guerra era “la única salida de la crisis”.

De nuevo, en este caso, como en el de JAWORSKI, FITZGERALD y MORRIS, (2003), los investigadores se enfrentan a un caso concreto. En esta ocasión, además, con enormes repercusiones políticas. No en vano, la maquinaria propagandística de los Estados Unidos se puso a funcionar a toda mecha durante el desarrollo de la crisis previa a la guerra. “Predominaron las fuentes norteamericanas que utilizaron el futuro como táctica de propaganda para presentar como segura una guerra rápida, casi sin víctimas y con la seguridad del éxito norteamericano”, señala el artículo de PAZ y MONTERO. “Las cadenas más cercanas a los planteamientos gubernamentales reprodujeron los mensajes norteamericanos sin ningún cuestionamiento, incluidas las anticipaciones que ofrecían las declaraciones oficiales o las oficiosas”, añade. “La postura de TVE1 fue muy clara en este aspecto y no cuestionó nunca las declaraciones de futuro procedentes de Estados Unidos. Telecinco y Antena 3 también recurrieron a estas fuentes. La primera, a favor de la paz, matizó en ocasiones el discurso oficial norteamericano sobre el futuro de Irak. La segunda también lo retocó, aunque en este caso para resaltar los aspectos y enfoque más sensacionalistas de las previsiones”, concluye el artículo.

En su análisis, PAZ y MONTERO (2010: 153) consideran que los periodistas escriben estas noticias cuando les faltan datos pero el tema se mantiene en la agenda informativa; cuando surgen incertidumbres sobre un asunto y los periodistas se sienten obligados a dar respuesta; o cuando los medios se lanzan a aventurar acontecimientos e incluso consecuencias porque se sienten presionados por la competencia. “Las noticias durante el pasado siglo se han distanciado del entorno inmediato y se enfocan ahora en dominios más amplios. Las informaciones se distancian del presente para centrarse más en el futuro. Los periodistas hacen afirmaciones sobre el futuro porque las predicciones fortalecen su estatus entre sus colegas” (BARNHURST, 2005: 252).

El trabajo de PAZ y MONTERO apunta asimismo un elemento importante que más adelante desarrollaremos y que se incluirá en una de nuestras conclusiones. Se trata del hecho de que conforme se acercan determinados acontecimientos relevantes, los medios suelen tender a incrementar el número de profecías sobre los mismos (PAZ y MONTERO, 2010: 159 y ss). En concreto, los autores señalan que entre el 2 y el 7 del marzo previo a la Guerra de Irak

“Sadam comenzó a destruir los misiles Alsamud”, momento que coincidió con un “incremento de las conjeturas sobre el futuro”.

En el mismo contexto de estudio de los tiempos futuros encontramos el trabajo de FRANCESCUTTI (2009) titulado *El tiempo de los titulares. Un análisis verbal de la titulación en la prensa española durante el periodo 1980/2005*. El autor entiende que durante este periodo “la sintaxis de los titulares de los periódicos españoles experimentó notables transformaciones”. La más destacable, concluye, “la representa la tendencia hacia formas conjugadas en presente simple de indicativo, en línea con lo prescrito por los Libros de Estilo periodísticos”. En contraste, continúa, “el aumento experimentado por las formas verbales en futuro y la persistencia de los sintagmas no verbales se aparta de las prescripciones recogidas en ellos”. FRANCESCUTTI explica los consejos que dan los libros de estilo a sus periodistas respecto a la utilización de los tiempos verbales, que se centran mucho en el presente histórico, entre otros. Algunos de ellos, apunta, además abordan recomendaciones respecto a los tiempos venideros, cómo el libro de estilo de La Vanguardia, que sugiere utilizar “el futuro simple, que deja la posibilidad de la incerteza” para narrar “los hechos por venir”.

Asimismo, FRANCESCUTTI advierte del incremento de “verbos conjugados en futuro” a lo largo de los años estudiados. En concreto, habla de que “pasan de 3,75 en 1980 a 6,7% en 2005”. Y añade que “en cambio, los titulares redactados en pretérito indefinido descienden significativamente (del 9,3% en 1980 a 2,7% en 2005), aunque los altibajos observados a lo largo de la serie hacen difícil hablar de una tendencia definida”. Esos altibajos de los que habla FRANCESCUTTI también se registran en el análisis que hace del futuro, aunque el autor no los menciona explícitamente. Esta indefinición provocada por los altibajos, de hecho, creo que es uno de los elementos más desconcertantes, que también hemos podido experimentar a lo largo del presente trabajo, como se verá más adelante. De ahí que hayamos querido llevar a cabo un análisis exhaustivo de todas las noticias (casi 47.000) y no hacer un muestreo. Nuestra intención era definir al máximo la tendencia real y que esos altibajos resultantes fueran lo más fiables posible. Es decir, que aunque hubiera altibajos que estuvieran lo más cercanos posible a la realidad. Por otro lado, los altibajos y el

incremento de presagios durante los momentos previos a un gran acontecimiento podrían tener relación.

Por su parte, CASADO VELARDE (1992) en su trabajo *Aspectos del lenguaje en los medios de comunicación social* mencionaba a su vez un estudio previo de LAPESA (1976) que concluía que “la lengua de los titulares no conocía, para expresar futuro, otra forma verbal que la del presente”. Hoy, sin embargo, añadía CASADO VELARDE, “las cosas parecen haber cambiado algo, y se detecta una mayor presencia de las formas de futuro en los titulares”. La afirmación, en cualquier caso, no estaba respaldada por más estudio que la propia percepción del autor, que la realizaba en un contexto de estudio más amplio sobre los tiempos verbales y sus usos más frecuentes.

En el libro *Worlds in Common?: Television Discourses in a Changing Europe*, los autores (RICHARDSON y MEINHOF) destacan cómo las emisiones de los canales de noticias 24 horas son capaces de mostrar, para una única historia, todo el discurso previo a su desarrollo, el que se produce en directo y el que tiene lugar tras el acontecimiento. En este sentido apuntan que estos canales, antes de que se produzcan los hechos, “anticipan de antemano lo que va a pasar con frases construidas en futuro”. Durante el desarrollo de los acontecimientos, continúan los autores, los narran en directo y posteriormente los cuentan en pasado.

En una línea similar, BARNHURST (2010) apunta que la tendencia de los medios al final del siglo XX era hacia hacer piezas más analísticas, con fuentes más expertas y con más referencias a hechos tanto pasados como futuros. Lo decía en un contexto en el que, según él, la tendencia nos encamina hacia periodistas más capaces de interpretar los acontecimientos. De hecho, entiende, que dentro de esa labor interpretativa que poco a poco van asumiendo también los periodistas se encuentra el análisis sobre el futuro. Analiza acontecimientos narrados por *The New York Times*, *The Chicago Tribune* y *The Portland Oregonian* y concluye que el empleo y la política son los temas en los que se vaticinan más eventos, por encima del crimen y los accidentes. Una de las historias sobre el empleo analizadas (*Banks Give Polaroid Time to Renegotiate Millions in Loans*), asegura, “estaba repleta de predicciones sobre los planes de la compañía estrategias alternativas”. Otra relativa a la política (*Bush Drug Plan Calls for Using*

*Discount Cards*), añade, incluso “prevé un futuro anuncio político”. Durante 2001, señala BARNHURST, “las referencias a otros periodos de tiempo y a cambios en el tiempo verbal se incrementaron ligeramente”.

Este análisis cuantitativo y cualitativo de BARNHURST se relacionaba al mismo tiempo con el nacimiento de las versiones digitales de los diarios. Nosotros entendemos que sin duda hay una influencia entre la llegada de los periódicos electrónicos, aunque hemos decidido no entrar a trabajar sobre ello. En cualquier caso, la época que hemos analizado podría también ser valorada desde esa perspectiva, ya que decidimos apostar por el estudio del año 1990, del 2000 y del 2010, tres momentos muy claros que sitúan el análisis diez años antes de la explosión digital, durante la misma y diez años después. Esto podría ser materia de estudio, ya que se trata de un primer momento en el que aún no hay ni atisbo de las nuevas tecnologías, un año 2000 en el que acaba de estallar la bomba de Internet y un 2010 en el que se puede hablar de una cierta consolidación (evidentemente contando con un continuo y permanente desarrollo tecnológico) de la red y de los diarios digitales.

El uso del futuro en la información periodística sin duda conlleva un riesgo para el autor de la misma. Un riesgo que puede ser mayor o menor en función de las fuentes que utilice el informador, del tipo de noticia sobre el futuro que lance o de otros parámetros. Pero un riesgo, al fin y al cabo, que puede llevar a pegar un patinazo y quedar en evidencia ante el público y la competencia, con el consiguiente problema de credibilidad que lastrará el que ha metido la pata. Si, por el contrario, el periodista que realiza la predicción da en la tecla y acierta, el éxito es mayor en los dos aspectos (de cara al público y de cara a la competencia). “En algunas ocasiones, los periodistas necesitan anunciar determinados hechos que con casi absoluta certeza se van a producir y, sólo en estos casos concretos, emplean el tiempo futuro que también resulta atractivo a los ojos de los lectores, porque les anuncian lo que va a ocurrir. En todo caso, suele utilizarse el tiempo futuro de los verbos con mucha precaución para anunciar un futuro más o menos inmediato, porque rara vez se arriesgan los periódicos a aventurar hechos que pueden suceder a medio o largo plazo” (ZORRILLA BARROSO, 1996: 319).

Por otro lado, el vaticinio *per se* tiene un interés que atrae al público. El

futuro siempre tiene esa curiosidad, ese morbo que mantiene al lector atento, por tratar de asuntos que es imposible saber con certeza y que pocos se atreven a abordar. De hecho, la información más apreciada es la que aportan los servicios de inteligencia, tanto de los gobiernos como de las grandes empresas, y que en principio se elabora con la finalidad de que, los que tienen la responsabilidad, tomen la decisión más adecuada para estar en la mejor posición posible en el futuro.

Por otro lado, además de lo mencionado, notamos que cada vez parece más frecuente, por lo tanto, que, además de la cobertura del presente (DAYAN y KATZ, 1995) y del pasado, los medios ofrezcan también una cobertura del futuro. Esto es, que las noticias traten hechos que no han sucedido todavía. Sin embargo, pocos estudios arrojan luz sobre si este recurso a la predicción se ha incrementado o no desde el punto de vista meramente cuantitativo. Pocos trabajos contabilizan las informaciones que tratan de adivinar lo que aún no ha pasado.

En efecto, La utilización de titulares con verbos conjugados en futuro podría ser una tendencia creciente en los últimos años. Ya hemos visto cómo mientras en 1980 en *El País*, en *ABC* y en *La Vanguardia* había un 3,7% de titulares con verbos en futuro, en 2005 ese porcentaje se incrementó hasta el 6,7% (FRANCESCUTTI, 2009: 243). ¿Se recurre entonces más al futuro? Creo que son necesarios más elementos para responder a esta pregunta y con el presente trabajo queremos contribuir a tener uno más sobre la mesa. En cualquier caso, resulta pertinente destacar que todo titular planteado en futuro puede redactarse en cualquier otro tiempo verbal, como señala CASADO VELARDE (1985), que se refiere en concreto a un sustitutivo natural: el presente de acción venidera. Es decir, que en lugar de poner “la cita será el próximo viernes” se puede escribir “la cita va a ser el próximo viernes”. Pero este sustitutivo se utilizaba más hace unos años. “Hoy, sin embargo, las cosas parecen haber cambiado algo, y se detecta una mayor presencia de las formas de futuro en los titulares”, apunta CASADO VELARDE (1985). Tal incremento de predicciones, según afirma FRANCESCUTTI (2009), “demanda una explicación”.

En el citado estudio de *El País*, *ABC* y *La Vanguardia*, el autor destaca que en 1980 la suma de los titulares con verbos en presente y en futuro constituía el

31% del total. Veinticinco años después, el porcentaje ascendía nada menos que al 61,7%. Por su parte, los titulares no verbales o con verbo en pretérito indefinido pasaron del 49,1% en 1980 al 31% en 2005. Con base en este estudio, FRANCESCUTTI (2009) concluye que “con propiedad puede hablarse del tránsito de una situación de intemporalidad escorada hacia el pasado a una temporalidad centrada en un presente abierto al futuro”.

En un trabajo previo, hemos analizado las predicciones que registraba el diario *ABC* en su portada entre el año 2000 y el 2008 (RUIZ BALLESTEROS, 2009). El trabajo concluía que un 9,7% de los titulares analizados correspondían a noticias que vaticinaban el futuro: 243 de los 2.510 titulares aventuraban lo que aún no había ocurrido. El mismo porcentaje exactamente se repetía en los subtítulos: un 9,7% de los mismos que aparecían en portada correspondía a informaciones que adelantaban el futuro. Había 207 predicciones en los 2.121 subtítulos estudiados. En total, 450 vaticinios en las 4.631 oraciones que se registraron entre titulares y subtítulos (un 9,7%). El análisis, sin embargo, no arrojaba la misma conclusión que el realizado por FRANCESCUTTI (2009), que observaba un incremento del porcentaje de predicciones (“presente abierto al futuro”) a lo largo del tiempo. Es necesario destacar en cualquier caso que los parámetros que analizaban ambos trabajos eran ligeramente distintos, ya que FRANCESCUTTI aglutinaba presente y futuro y hablaba por lo tanto de ese “presente abierto al futuro”. El estudio de RUIZ BALLESTEROS (2009) solo se centraba en el futuro, donde no observaba evolución alguna a lo largo de los años estudiados. Entre 2000 y 2008 detectaba una curva creciente hasta 2004 y decreciente desde ese año hasta 2008, lo que no puede llevar a la conclusión de que cada vez se utilizan más los futuribles, al menos en las portadas de *ABC* durante el citado periodo.

Sí detectamos una evolución en el presente trabajo, aunque no precisamente creciente, sino todo lo contrario, ya que las predicciones en titulares disminuyen conforme pasa el tiempo, al menos en porcentaje (7,1% en 1990, 6,4% en 2000 y 4,11% en 2010). De hecho, consideramos que la conclusión a la que llegó FRANCESCUTTI para los tres diarios no puede hacerse extensible al objeto de su estudio en el diario *ABC*. El propio FRANCESCUTTI, cuando se ciñe exclusivamente al centenario rotativo madrileño, señala

constantes altibajos en sus titulares utilizados en futuro y apunta que en 1980 (3 de enero) había un 3,2%; en 1985 (1 de junio), un 7%; en 1990 (2 de enero), un 6,8%; en 1995 (1 de junio), un 11%; en 2000 (2 de enero), un 3,2%; y en 2005 (1 de junio), un 4,1%. Esta evolución no marca a nuestro entender tendencia alguna, ni creciente ni decreciente, dados los continuos picos alcistas y bajistas que registra.

Asimismo, el trabajo de FRANCESCUTTI analiza titulares tanto de informaciones como de opiniones (columnas, editoriales, tribunas e incluso necrológicas y pies de foto de la sección gráfica tan representativa del ABC). Esto marca también una importante diferencia respecto al presente análisis, que únicamente se centra en las noticias. Otra distinción relevante entre ambos trabajos es que FRANCESCUTTI aborda un día cada cinco años, mientras el actual trabajo estudia las 365 jornadas de los tres años seleccionados.

Por otro lado, nosotros no analizamos las portadas, como sí hace FRANCESCUTTI, sino exclusivamente las secciones interiores, y no todas (*Política, Internacional y Deportes*). En este punto resulta interesante reflexionar sobre los argumentos de FRANCESCUTTI respecto a las portadas y las páginas internas: “La mayor relevancia cuantitativa de los titulares en futuro no se ve reflejada en las portadas. Estimamos altamente significativo que en ellas no aparezcan titulares de esa clase y sí otros redactados en pretérito indefinido; un dato sorprendente, a tenor del ínfimo protagonismo de este tiempo verbal en el conjunto de la muestra. A falta de otros elementos de juicio, sólo podemos conjeturar que ese predominio de los titulares en pasado sobre los conjugados en futuro se deriva de que, a ojos de los editores, un hecho ocurrido todavía posee mayor entidad ontológica que otros de estatuto hipotético como los que aún no han sucedido. En otras palabras, los acontecimientos venideros, pese a su creciente presencia en los titulares de las páginas interiores, todavía no han obtenido legitimación suficiente para acceder a las portadas, dominio exclusivo de las *hard news*”.

Aunque el presente trabajo no aborda las portadas, sí es posible comparar sus conclusiones con un estudio previo llevado a cabo por RUIZ BALLESTEROS (2009), que solo se centraba en la primera página de ABC entre 2000 y 2008. Al comparar ambos trabajos, observamos que la afirmación de FRANCESCUTTI

(2009) sobre los titulares de portada no casa, al menos en lo referente a la muestra seleccionada para las secciones y el periodo observado del diario *ABC*, ya que en Política, Internacional y Deportes en los años 1990, 2000 y 2010 se registran menos predicciones en los titulares de las noticias internas (7,1%, 6,4% y 4,11%) que en las portadas de *ABC* analizadas en el citado estudio previo de RUIZ BALLESTEROS (2009), que recordemos que había un 9,7%.

También es destacable que en el análisis de RUIZ BALLESTEROS (2009) se observa que la sección de *Política* es descaradamente la reina de las predicciones. Nada menos que 196 de los 450 titulares en futuro que hubo en las portadas de *ABC* entre 2000 y 2008 pertenecían a esta sección, el 44%. Esta prevalencia de la Política sobre el resto se verá también refrendada en las conclusiones del presente texto.

En cualquier caso, parece claro que el porcentaje de predicciones sobre el total varía mucho en función del periódico que se escoja. En otros trabajos similares al de RUIZ BALLESTEROS (2009) relativos a otros diarios españoles presentados durante el mismo curso de doctorado que el primero se puede observar que en las portadas de *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* el porcentaje de frases en futuro sobre el total de títulos y subtítulos no superaba el 5%, por el 9,7% señalado que arrojaba *ABC*. La diferencia se incrementa si vemos otros trabajos, como el realizado por NEIGER (2007a), que analizó varios periódicos israelíes durante 18 años. El autor concluyó que al final del periodo estudiado los titulares que contaban con “alguna referencia” al futuro representaban el 70% de los analizados. Los criterios utilizados por NEIGER para su análisis, sin embargo, distaban de los del presente trabajo, pues este autor contabilizaba como futurible el que la noticia tuviera algún tipo de mención a tiempos venideros mientras el actual estudio se centra estrictamente en las informaciones que utilizan el futuro.

El uso del futuro no es algo simple de analizar. No es lo mismo llevar a cabo un estudio sobre las tendencias que en estos momentos priman en determinadas disciplinas y que podrían dibujar un escenario concreto que predecir un hecho. Tampoco es igual basarse en las declaraciones de un político o en las conclusiones de un informe sobre lo que ocurrirá en los próximos días para vaticinar lo que va a pasar que hacerlo apoyándose en argumentos de la

cosecha propia del autor de la información. Del mismo modo, es muy distinto hacer una predicción de aquí a dos o tres días que vaticinar lo que ocurrirá en un año o dentro de dos décadas. Como también es diferente que el periodista lleve a cabo su predicción en el titular a que lo haga en el cuarto párrafo del texto. La idiosincrasia del medio en el que se utiliza el futuro también influye sin lugar a dudas en el análisis posterior de esa información predictiva. No es igual la televisión, un blog informativo, la radio o la prensa escrita. La complejidad del futuro es tan rica como la realidad en sí misma y el modo de contarlo es tan rico como el que existe para narrar el presente.

En la misma línea, existen también grados de seguridad a la hora de plantear una predicción. ¿Podemos considerar un augurio una afirmación planteada en condicional? La forma de anunciar cosas que aún no han sucedido también es importante a la hora de analizar esos vaticinios. No pocas informaciones, de hecho, se apoyan en el condicional cuando hablan del futuro (e incluso del pasado) porque no tienen toda la seguridad de que los hechos ocurrirán como dicen o han pasado de esa manera. Por eso es relevante determinar los parámetros en los que se moverá el trabajo que aquí presentamos, que no pretende ser exhaustivo y analizar el futuro en toda su complejidad, sino solo en unas condiciones claramente marcadas que indicamos en la próxima sección de este trabajo.

### **3. Diseño de la investigación: objetivos, hipótesis y procedimiento para la obtención de datos**

#### **3.1. Objetivo general y objetivos específicos**

##### **Objetivo general**

El objetivo general del presente trabajo es analizar las *noticias del futuro* para cuantificar la presencia y describir las características de las predicciones, vaticinios o anticipaciones incluidas en el temario informativo propuesto por los medios de comunicación, y comprobar cómo ha evolucionado en los últimos años la *apelación al futuro* como hecho noticiable por parte del periodismo. Para ello se ha realizado un análisis de contenido longitudinal de las noticias con tal tipo de apelaciones publicadas por el diario *ABC* a lo largo de un periodo de dos décadas, entre 1990 y 2010. El análisis se ha centrado en la información publicada en las secciones de *Política, Internacional y Deportes*. Complementariamente, y sobre la base de los resultados obtenidos mediante este análisis, hemos buscado conocer el punto de vista de los profesionales sobre las tendencias detectadas en el uso del futuro en la información periodística, para lo que se diseñó un estudio mediante entrevistas en profundidad con una muestra significativa de 10 periodistas que ejerzan o hayan ejercido cargos de responsabilidad en las redacciones.

Ciertamente, como hemos podido comprobar en la sección teórica de este trabajo, no abundan los estudios que se planteen específicamente analizar el uso del futuro en la información periodística, a pesar de que supuestamente habría una clara tendencia en ese sentido desde hace ya años (CASADO VELARDE, 1985). Por otra parte, algunos de esos trabajos previos difieren en su planteamiento del que aquí proponemos, aunque los resultados que se obtengan puedan ser complementarios.

Así, en su trabajo sobre los titulares de la prensa israelí entre 1985 y 2003, NIEGER (2007) analiza las “referencias al futuro” contenidas en ese elemento informativo, y concluye que más del 70% de las noticias contiene ese tipo de referencias. Entendemos que, siendo interesante, este planteamiento puede no ser el más adecuado para valorar estrictamente la presencia del futuro

como objeto noticiable en los medios. En efecto, consideramos que resulta hasta cierto punto habitual que una información que narra sucesos recientes (y pasados, por tanto) pueda incluir referencias a las posibles consecuencias de los mismos, a los próximos movimientos, o a lo que podría suceder en los días siguientes, opciones que son, todas ellas y de algún modo, apelaciones al futuro.

Pero una cosa distinta es lo que podríamos denominar la *noticiabilidad del futuro*; es decir, la elevación periodística del vaticinio, la predicción o la anticipación al estatuto de *valor-noticia* intrínseco, tal y como se pondría de manifiesto en aquellas piezas informativas que no se limitan a *contener* referencias de futuro, sino que *hacen noticia* de lo que todavía no ha sucedido. Ese es el planteamiento específico de este trabajo, en el que analizamos exclusivamente las informaciones que se refieren a acontecimientos futuros (esto es, hechos que todavía no han sucedido), y que utilizan, en consecuencia, tiempos verbales que indican el futuro en sentido estricto, ya sea en su título, en su subtítulo o en su entradilla, como justificaremos más adelante.

El primer propósito de este trabajo será, por tanto, comprobar el alcance del fenómeno; esto es, cuantificar la presencia de noticias centradas en predicciones, vaticinios o anticipaciones en el temario de los medios. Pero también describir las características de estas *noticias del futuro*; es decir, de qué forma cuentan el futuro las noticias que lo toman por objeto informativo. De entrada, hay que convenir en que los  *futuros noticiables*  no es algo que pueda analizarse de forma sencilla, y precisamos determinar los criterios o aspectos que nos permitan dar cuenta del tratamiento informativo que recibe aquello que todavía no ha sucedido. El modo de narrar el futuro puede adquirir una complejidad similar a la que existe para contar el pasado y el presente, razón por la que proponemos en este trabajo analizar su uso atendiendo a cinco elementos:

(a) La *relevancia estructural* de las predicciones, vaticinios o anticipaciones en el marco del contenido de las noticias.

(b) El *ámbito temático* al que se refiere la predicción, vaticinio o anticipación contenida en la información periodística.

(c) El *lapso temporal* en que habría de cumplirse lo predicho, vaticinado o anticipado por la información.

(d) La *distribución temporal* de este tipo de noticias a lo largo de la semana y del año.

(e) Los *sujetos responsables* de las predicciones, vaticinios o anticipaciones.

### *Relevancia estructural*

El análisis de la *relevancia estructural* de las predicciones, vaticinios o anticipaciones en el contenido de las noticias nos permitiría determinar el rango que adquiere el uso del futuro en la información periodística. No es lo mismo, ciertamente, que tales predicciones, vaticinios o anticipaciones se eleven al titular de la noticia, o se incluya en otros de los elementos estructuralmente más relevantes de la misma (el antetítulo o el subtítulo, y la entradilla), que el hecho de relegarlo a cualquier párrafo del cuerpo de la misma. La ubicación de las referencias en posiciones de relevancia estructural indicaría que el valor-noticia del futuro adquiere una preeminencia o intensidad máxima para el periodista: no es una referencia accesoria o secundaria, no un inserto casual y del todo prescindible llegado el caso, sino que es la apuesta informativa referida al hecho relatado; es decir, se trata de predecir, vaticinar o anticipar de forma intencional. Por esta razón, es conveniente centrar el análisis que proponemos no en cualesquiera referencias al futuro, sino en aquellas que, por adquirir una indudable relevancia estructural, revelan la intencionalidad periodística de hacer de lo-todavía-no-sucedido un acontecimiento noticiable.

### *Ámbito temático*

¿Cualquier ámbito del acontecer noticiable es susceptible, en la misma o en similar medida, de verse abocado a predicciones, vaticinios o anticipaciones? Esta es una cuestión que consideramos de gran interés para dar cuenta del manejo del futuro en la información periodística, y que debemos remitir, en tanto que indicador empírico, a las “secciones” en las que aquel acontecer queda distribuido en los temarios informativos propuestos por los medios. Es probable, pues, que algunas secciones redaccionales (ámbitos temáticos, a estos efectos) sean más susceptibles de acoger *noticias del futuro* que otras, y, como veremos en el desarrollo de nuestra hipótesis al respecto, probablemente esa proclividad no tenga que ver tanto con una supuesta “predisposición”, por así decir, de

determinadas parcelas de la realidad hacia la predicción de no-sucedidos cuanto que sea consecuencia de estilos o culturas periodísticas distintas en las diferentes secciones que conforman la superficie redaccional de un medio. En los medios no se hace periodismo, sino que conviven formas diversas de hacer periodismo.

### *Lapso temporal*

Cuando hablamos de predicciones, vaticinios o anticipaciones tendemos a representarnos esas referencias como situadas en un punto indeterminado del tiempo, aunque, por lo general, distantes del momento de su enunciación. No es este (o al menos no es necesaria ni exclusivamente) el *futuro noticiable* que se aborda en este trabajo. Las *noticias del futuro* que aquí se analizan se refieren, desde luego, a hechos que todavía no han sucedido y de los que se predice su acaecimiento, se vaticina su advenimiento o se anticipa su ocurrencia. Pero estas predicciones, vaticinios y anticipaciones pueden realizarse según lapsos temporales venideros de entidad diversa. Puede tratarse de un futuro a corto (días), medio (semanas) o largo plazo (meses o años); tanto más “futuro”, por así decir, cuanto mayor sea ese lapso previsto en el cumplimiento de lo predicho, vaticinado o anticipado. *A priori*, el periodista (el periodista-augur) correría más riesgo de yerro cuanto mayor sea el lapso temporal en el que debiera acaecer efectivamente el hecho futuro al que haga referencia (esto es, las predicciones a largo plazo), ya que en estos casos dispone de un menor control de los factores que pudieran afectar el curso de los acontecimientos. Pero también es cierto que no arriesga menos quien predice, vaticina o anticipa a corto plazo, ya que las probabilidades de contrastar el acaecimiento efectivo de lo predicho, vaticinado o anticipado se incrementan, y, con ello, el riesgo asumido para su credibilidad por parte de quien aventuró tales predicciones, vaticinios o anticipaciones.

### *Distribución temporal*

¿Existe algún patrón regular en la distribución de las *noticias del futuro* a lo largo de la semana o de los meses del año? La *noticiabilidad* (esto es, la propensión de lo que sucede en nuestro entorno a ser seleccionado y convertido en noticia por la intervención del periodismo) es una cualidad “manipulable”, por así decir, al

margen de los criterios manejados por los periodistas, los denominados *valores-noticia*. En la medida que la investigación científica ha desvelado esos criterios de orientación periodística hacia el mundo, se ha ido haciendo factible la producción de acontecimientos acordes con tales criterios justamente para obtener la atención de los periodistas y asegurar en lo posible la visibilidad pública de los mismos. Al margen de los múltiples pseudo-acontecimientos generados, habitualmente, por instituciones, organizaciones y grupos sociales que ocupan posiciones de poder en la sociedad (gobiernos, organismos públicos, empresas, grupos de presión, etc.), existen ciertos *nichos de noticiabilidad* recurrentes y programados en las semanas y en los años al hilo bien sea del ritmo de la vida cotidiana (la noticiabilidad del ocio hacia los días finales de la semana, por ejemplo) o de festividades de fuerte tradición social (la noticiabilidad de la conmemoración de la muerte y los muertos a comienzos de noviembre). Pero fenómenos similares son los *estrictamente provocados*, por elementos bien sean exógenos o endógenos al periodismo. Entre los primeros, destaca la estrategia de los *días mundiales* (del SIDA, de la infancia, de la mujer trabajadora, etc.), que incitan la noticiabilidad de las cuestiones conmemoradas o reivindicadas en tales jornadas. Entre los segundos, los factores endógenos al ejercicio del periodismo, cabe reseñar los fenómenos de *estacionalidad* que afectan a la cobertura informativa de determinadas cuestiones, generalmente impuesta por los cambios en los ritmos de la producción periodística. Las denominadas *serpientes de verano* responderían a esta casuística.

Siendo la noticiabilidad, en general, una cuestión sujeta a este tipo de dinámicas temporales, sería razonable plantear que la *noticiabilidad del futuro* pudiera atenerse a algún patrón regular de estas características, tanto en el marco temporal más inmediato (la semana), como en el más amplio (el año). La indagación en esta cuestión, y la eventual demostración de la existencia de tales patrones, permitiría dar cuenta de algo que podríamos denominar *uso estratégico* del futuro por parte del periodismo. Imaginemos comportamientos empíricos al respecto. Por ejemplo, inflación de referencias a un futuro de corto plazo (los días venideros) a comienzos de la semana, con un vencimiento de la predicción en el curso de la misma. O, por ejemplo también, recurrencia del futuro a finales del verano social (agosto, notablemente), justo antes del reinicio

de la vida social tras la gran vacación estival. Estos patrones, de demostrarse ciertos, indicarían, como decimos, un *uso estratégico* de las *noticias del futuro* por parte del periodismo y, por estratégico, intencional, no casual, no azaroso.

### *Sujetos responsables*

Cada acontecimiento tiene uno o varios sujetos responsables; la noticia, solo uno: el periodista. El sujeto responsable, o autor, de una declaración disparatada es quien la profiere, efectivamente; pero la responsabilidad de su conversión en noticia, de su transformación en una pieza del discurso públicamente relevante es el periodista, en tanto que sujeto operador de tal redimensionamiento del acontecimiento. ¿Quién es el responsable en el discurso periodístico de las *noticias del futuro*? Es decir: ¿quién hace predicciones, vaticinios o anticipaciones sobre lo que habrá de suceder? En último extremo, como decimos, es el periodista, y por esta razón esas *noticias del futuro* son parte integrante del *discurso periodístico* y no, por ejemplo, del *discurso político*, o del *discurso científico*, etc., dependiendo del ámbito de actividad en el que se mueva el sujeto cuyos “futuribles” han sido convertidos en noticia.

Pero, al margen de esta consideración general sobre la responsabilidad última del periodista, resulta interesante indagar acerca de la *fuerza de futuros* sobre la que opera el discurso periodístico. ¿A quién otorga el periodismo, capacidad para predecir, vaticinar o anticipar los no-sucedidos que alimentan las *noticias del futuro*? Es más, ¿en qué medida es el propio periodista –el propio periodismo– el generador de tales expectativas sobre los que habrá de acontecer?

### **Objetivos específicos**

Atendiendo a estas dimensiones de la narración del futuro en el discurso periodístico, y a la relevancia que concedemos a la percepción que tengan los periodistas de la magnitud y el sentido que pueda tener este fenómeno de las *noticias del futuro*, los objetivos específicos que nos planteamos responder en este trabajo son los siguientes:

1. Constatar el *alcance* del uso del futuro en el temario informativo, cuantificando el volumen de las noticias que hagan de la apelación a acontecimientos todavía-no-sucedidos el factor de noticiabilidad central de la propuesta informativa; es decir, que explícitamente informen de algo que todavía no ha ocurrido.
2. Conocer la *relevancia estructural* que se concede en el discurso periodístico a las predicciones, vaticinios o anticipaciones como materia informativa, mediante el análisis de la presencia de tales apelaciones en los elementos estructuralmente más significativos de los textos periodísticos: titulares, subtítulos y entradillas.
3. Determinar si existen diferencias significativas en las referencias al futuro en diferentes *ámbitos temáticos* (o ámbitos de noticiabilidad), indicados por las secciones temáticas en las que se ubican las noticias que contengan apelaciones de este tipo.
4. Comprobar cuáles son los *lapsos temporales* a los que se refieren las predicciones, vaticinios o anticipaciones contenidas en las noticias, entendiendo por tales si se trata de no-sucedidos que habrían de acaecer en el corto, medio o largo plazo.
5. Identificar si existen o no patrones regulares en la *distribución temporal* de las noticias que contengan apelaciones al futuro, tomando como marcos de referencia la semana y el año para comprobar aquellos días, meses o periodos en los que tales apelaciones sean más recurrentes.
6. Identificar los *sujetos responsables* de las referencias al futuro en las noticias, entendiendo por tales la fuente informativa a la que el periodista atribuye esas referencias.
7. Observar la evolución de los parámetros utilizados para caracterizar las *noticias del futuro* (volumen, relevancia, ámbitos temáticos, lapsos, distribución temporal y sujetos responsables) a lo largo de un periodo de tiempo lo

suficientemente amplio como para advertir continuidades y cambios en el uso periodístico de las apelaciones al futuro.

8. Reconstruir el discurso de los profesionales de la información sobre la magnitud y, sobre todo, el sentido que tenga, para la propia práctica periodística, el recurso al futuro (a hechos no sucedidos) como materia informativa.

### **3.2. Hipótesis de trabajo**

Los objetivos concretos que nos planteamos con respecto a las características, la evolución en el tiempo y el punto de vista de los periodistas sobre las *noticias del futuro* en la prensa han sido explorados de acuerdo con las siguientes hipótesis de trabajo:

#### ***Sobre el alcance del uso del futuro***

Como hemos dicho más arriba, en este trabajo no analizamos las meras *menciones* a hechos futuros que puedan estar contenidas en la información periodística, sino el uso del futuro como valor-noticia primordial, por lo que centramos el análisis en aquellos textos informativos que recogen no acontecimientos que han sucedido, sino predicciones, vaticinios o anticipaciones; es decir, hechos todavía-no-sucedidos. Según hemos argumentado en el marco teórico de este trabajo, en el último cuarto de siglo el periodismo, y particularmente el ejercido en la prensa escrita, estaría viéndose sometido a una serie de factores que resultarían en un uso cada vez más frecuente de las *noticias del futuro* en la información producida por la prensa.

Entre esos factores destacaría, principalmente, el incremento de la competencia informativa generada no ya, o no solo, por los medios audiovisuales, sino sobre todo por los medios digitales. Históricamente, el surgimiento de los soportes informativos competidores de la prensa (la radio, la televisión y, ahora, los medios digitales) ha obligado a reajustes en el ecosistema mediático, pero quizá no se haya reparado suficientemente en que tales reajustes han venido motivados por la subversión que los nuevos soportes han ejercido sobre el factor temporal de la producción informativa. La radio y los medios

digitales, y en alguna menor medida la televisión, son soportes periodísticos proclives a la *inmediatez* y la *instantaneidad* entre el tiempo de los acontecimientos y el tiempo del relato informativo. Frente a ello, la prensa escrita no tiene opciones, y de ahí la reubicación de este soporte en el ecosistema mediático, relegando la *función informativa* a un plano subsidiario en relación con otras funciones de tipo *interpretativo*, *opinativo*, etc. Incapaz de competir con el resto de los medios en *inmediatez*, quizá la prensa esté optando por diferenciarse en este entorno altamente competitivo por la *noticia de hoy* apostando por estas *noticias del mañana* (del futuro), que en muchos casos sería una extensión de la capacidad interpretativa (de análisis que conducen a predicciones, vaticinios y anticipaciones) que puede anteponer a sus competidores.

En cualquier caso, la suposición de que esta sea una tendencia de la información periodística en la prensa y no un mero comportamiento ocasional o puntual solo puede captarse en la evolución temporal de la misma a lo largo de un amplio periodo de tiempo. En consecuencia, partimos de la hipótesis de que

*H1. El volumen de las noticias de prensa que informan sobre acontecimientos futuros se incrementará a lo largo del periodo analizado (1990-2010), siendo muy significativas las diferencias entre los años extremos de dicho periodo como consecuencia de las transformaciones en el ecosistema mediático debidas a la consolidación de los medios periodísticos digitales en la primera década del siglo XXI.*

### ***Sobre la relevancia estructural del uso del futuro***

Aunque centramos la investigación en aquellas informaciones que dan cuenta de acontecimientos todavía no sucedidos, lo cierto es que el periodista puede modular la noticiabilidad del futuro otorgándole a tales no-sucedidos mayor o menor preeminencia en la estructura del relato producido. Puede, así, incluirlo en el bloque de titulación (titular y antetítulo o subtítulo) o desplazarlo a la entradilla del texto. Es razonable pensar que una vez tomada la decisión de elaborar una noticia sobre algo que todavía no ha ocurrido, la apuesta por el valor-noticia de la predicción, vaticinio o anticipación sea jugada con la máxima

intensidad, utilizándola como reclamo informativo principal, y que eso se destaque en el titular de la noticia. En consecuencia, nuestra hipótesis al respecto es la siguiente:

*H2. La información periodística sobre acontecimientos todavía no sucedidos en el momento de elaboración del relato informativo atribuirá a tales hechos futuros el máximo valor noticiable, destacando las predicciones, vaticinios o anticipaciones en el titular de la noticia, y en menor medida en los restantes elementos de titulación (antetítulos y subtítulos) y en las entradillas.*

### ***Sobre los ámbitos temáticos con noticiabilidad de futuro***

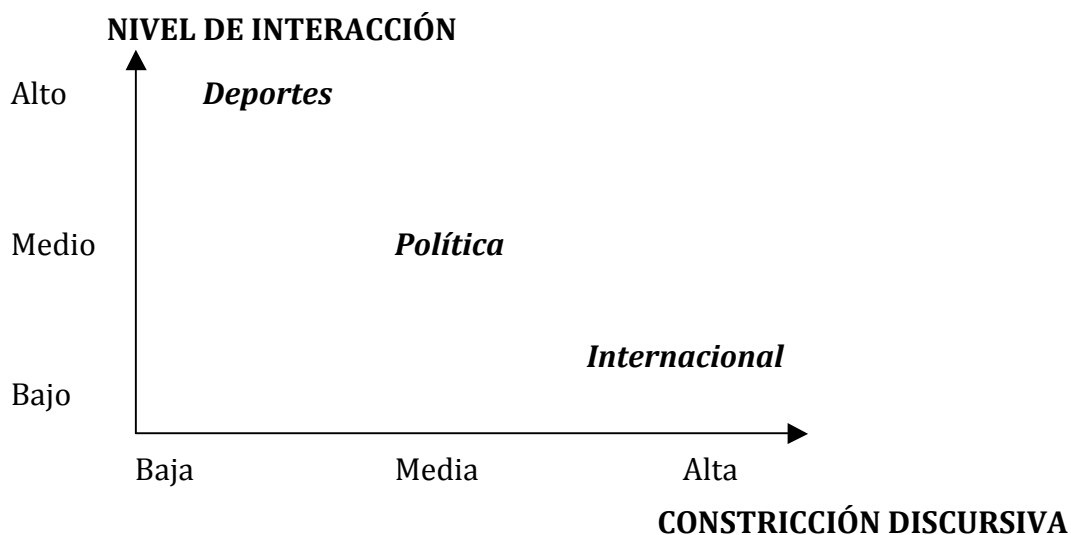
En los medios, decíamos, no se hace *periodismo* de una forma genérica, sino que en el seno de un misma redacción conviven diferentes formas de *hacer periodismo* que responderían a culturas profesionales distintas, y que adquieren visibilidad fáctica en la parcelación del acontecer cotidiano en las denominadas *secciones* redaccionales (*Política, Economía, Deportes, Sociedad, etc.*). Estas diferentes formas de *hacer periodismo* se manifestarían en rutinas, procesos de decisión, mecanismos de reconocimiento profesional, estilos discursivos, etc. diferenciados según las secciones, y también, presumiblemente, en la cuestión que aquí abordamos: la mayor o menor predisposición hacia la noticiabilidad del futuro; esto es, hacia la conversión en noticia de las predicciones, vaticinios y anticipaciones.

En principio, ninguno de los ámbitos del acontecer que los medios informativos parcelan en secciones redaccionales debiera tener, *per se*, mayor o menor proclividad o predisposición hacia las *noticias del futuro*. El rumor, las conjeturas o las suposiciones, circunstancias que impulsarían hacia la conversión en noticia de lo-no-sucedido, no parecen ser patrimonio exclusivo o preeminente de ninguno de aquellos ámbitos del acontecer. Es decir, ni la política, ni la economía, ni el deporte, ni la justicia ni ningún otro campo del acontecer parecen más o menos proclives, por la propia naturaleza de estas actividades, a las predicciones o vaticinios. En consecuencia, el recurso al futuro debiera ser, antes bien, producto de usos, convenciones o formas de hacer periodísticas

particulares que sí pueden variar según las culturas periodísticas diferenciadas arraigadas en las secciones redaccionales.

Para comprobar esta suposición, en este trabajo se han seleccionado tres secciones que, a nuestro parecer, representarían culturas periodísticas bien diferenciadas en el seno de las redacciones de acuerdo con dos criterios tipológicos: de un lado, la mayor o menor *capacidad de interacción* entre los periodistas y los actores informativos; y, por otro, la mayor o menor *constricción discursiva* en el relato del acontecer cubierto informativamente por esas secciones redaccionales. Según el primer criterio, cabe suponer que cuanto mayor sea esa capacidad de interacción entre periodistas y actores, mayor será el flujo de rumores, conjeturas, etc., y mayor, en consecuencia, el recurso a estas *noticias del futuro*. Según el segundo criterio, cuanto menor sea la *constricción discursiva* que ostente el relato de lo que sucede en un determinado ámbito del acontecer, mayor propensión a subvertir los estándares periodísticos (centrado en el relato del presente) mediante el recurso al futuro como materia informativa.

Trabajando con estos criterios, se decidió analizar el uso del futuro en tres secciones redaccionales, *Política*, *Internacional* y *Deportes*, de acuerdo con las siguientes posiciones tipológicas:



*Deportes* sería una sección de algo nivel de interacción entre periodistas y actores de la información y, además, con una baja constricción discursiva, de forma que el relato del acontecer deportivo es más *libre* en cuanto a su forma,

siendo, por ejemplo, más proclive a la creatividad lingüística y formal que el resto de las secciones informativas. *Política*, por su parte, se caracterizaría por un nivel de interacción medio (o medio-alto, quizá) y por ejercerse el periodismo en esta sección con una libertad formal media, e incluso media-baja. *Internacional*, en cambio, es una sección con un bajo nivel de interacción periodista-actores, y con una menor libertad discursiva (es decir, una mayor constricción). Tomando esto en consideración, y de acuerdo con las relaciones que hemos establecido entre el uso del futuro y estos criterios tipológicos, nuestra hipótesis al respecto es la siguiente:

*H3. Las secciones de **Deportes**, en mayor medida, y de **Política** contendrán un mayor volumen de predicciones, vaticinios y anticipaciones que la sección de **Internacional**, de modo que la capacidad de interacción entre periodistas y actores de la información y las constricciones discursivas a las que se atiene el relato del acontecer en cada una de esas secciones actuarían como factores intervinientes en la proclividad de las mismas al uso informativo del futuro.*

### ***Sobre el lapso temporal de las predicciones, vaticinios o anticipaciones***

Aunque tendemos a representarnos el *futuro* como un tiempo situado en un punto indeterminado del devenir, pero ciertamente alejado del momento en que se invoca, las predicciones, vaticinios y anticipaciones pueden estar referidas a acontecimientos cuya ocurrencia podría darse en lapsos temporales más o menos cercanos al tiempo en que se enuncian; esto es, en plazos cortos (días), medios (semanas) o largos (meses o años). Es de suponer que los *futuros periodísticos* no se refieran a hechos de cumplimiento en un tiempo venidero indeterminado, pero tampoco en un largo plazo, tratándose, el periodístico, de un tipo de discurso básicamente abocado a un presente que se anticipa, generalmente, mediante el recurso verbal al presente histórico (“Los líderes mundiales se reúnen mañana en la cumbre del G-20”). El futuro periodístico será, previsiblemente, un futuro de corto o, a lo sumo, medio plazo. Ese debiera ser tenido por un uso *conservador* del futuro, en el sentido de que cuanto más cercano el momento en que habría de cumplirse la predicción, el vaticinio o la anticipación, mayor capacidad del periodista-augur para controlar las variables o

factores que pudieran irrumpir y desviar lo que justamente podríamos denominar *curso de los acontecimientos*. Pero, como ya argumentamos, ese uso *conservador* del futuro conlleva mayores riesgos para aquel periodista-augur: cuanto más cercano el tiempo del cumplimiento de lo vaticinado, mayores opciones de comprobación de su efectivo acaecimiento. En consecuencia, nuestra hipótesis al respecto sostiene lo siguiente:

*H4. La información periodística sobre hechos todavía no sucedidos hará un uso conservador del futuro, de modo que las predicciones, vaticinios o anticipaciones contenidas en las noticias estarán referidas a acontecimiento que habrán de acaecer en un lapso temporal de corto (días) o medio (semanas) plazo, de manera que la ocurrencia de lo predicho, vaticinado o anticipado sea más probable, pero también más comprobable.*

### ***Sobre la distribución temporal de las noticias del futuro***

La noticiabilidad no es una cualidad de los acontecimientos, de forma que unos u otros serían más o menos proclives a generar noticia, sino un conjunto de factores relativos a la orientación periodística al acontecer del mundo. La investigación científica sobre esta cuestión ha mostrado la existencia de ciertos *patrones temporales* en el manejo de la noticiabilidad de los acontecimientos, de manera que determinados *momentos* (puntos del tiempo) son más o menos propicios para que determinados hechos acaben siendo convertidos en noticias. Sabedores de la existencia de tales patrones, muchas de las estrategias de influencia sobre los periodistas se apoyan en la *generación de momentos* (la apertura intencional de puntos en el tiempo) que canalicen hacia ellos la atención periodística (por ejemplo, los grandes acontecimientos proyectados, o pseudo-eventos, del tipo de los *días mundiales* dedicados a múltiples cuestiones). La investigación disponible (por ejemplo, Paz y Montero, 2010) también ha demostrado que el uso del futuro en las noticias se acrecienta ante la expectativa de se pudieran producirse acontecimientos relevantes.

Como ya argumentamos, la existencia de *patrones temporales* en el uso del futuro en la información periodística nos alertaría de una especie de *uso estratégico* de tal uso; es decir, de una utilización no azarosa, sino intencional del

futuro por parte de los periodistas. No es posible prever en qué consistirán tales patrones, aunque parece razonable suponer que exista una especie de concentración de predicciones en los días iniciales de la semana para anticipar acontecimientos que se desarrollarán a lo largo de la misma, o bien en los momentos del año que podríamos denominar *liminares*; es decir, aquellos previos al reinicio de la actividad (política, social, deportiva, etc.) interrumpida por la cesura vacacional (finales de verano). En cualquier caso, cualesquiera que sean las formas que adopte, nuestra hipótesis al respecto es que

*H5. El uso periodístico del futuro responde a determinados patrones temporales regulares, de manera que el recurso a este tipo de noticias se concentrará en determinados momentos de la semana y del año, revelando así un comportamiento estratégico, intencional y no meramente azaroso o causal en el recurso informativo a las predicciones, vaticinios o anticipaciones.*

### ***Sobre los sujetos responsables de las referencias al futuro***

En tanto que noticias (esto es, en tanto que piezas del discurso periodístico), las *noticias del futuro* son responsabilidad del periodista, que es quien decide convertir una predicción, vaticinio o anticipación en información que circulará a partir de ese momento públicamente. Esta consideración no obsta para que tales predicciones, vaticinios o anticipaciones puedan ser atribuidos por el periodista a una otra fuente informativa, una especie de *fuentes de futuros* de la información periodística. ¿A qué sujetos sociales confiere el periodismo la capacidad de predecir, vaticinar o anticipar acontecimiento todavía no sucedidos?

Dada la subversión que de las reglas básicas del quehacer periodístico (informar de lo ya ha sucedido) suponen las apelaciones a algo todavía no ocurrido, es de suponer que raramente el propio productor de la información tome la iniciativa de predecir, vaticinar o anticipar algo, sino que tales iniciativas sean atribuidas a otros sujetos sociales; es decir, a los sujetos que son fuentes de información para el periodista. A los efectos de esta investigación no interesa conocer la caracterización de estas fuentes (es decir, en qué ámbito de la realidad operan estas fuentes: política, economía, judicatura, etc.), sino, fundamentalmente, su cualificación en tanto que sujetos públicamente

comprometidos (o no) en la realización de predicciones, vaticinios o anticipaciones. Interesa conocer, por tanto, si se trata de *fuentes identificadas* o de *fuentes anónimas*. Estas, junto con el propio periodista, serían los sujetos responsables de las *noticias del futuro*. Nuestra hipótesis al respecto es la siguiente:

*H6. Las predicciones, vaticinios o anticipaciones que recoge el discurso periodístico son atribuidos en mayor medida a **fuentes no identificadas** en el relato informativo, ya que la preservación del anonimato pudiera ser una condición facilitadora a la hora de generar noticias sobre hechos que todavía no han sucedido.*

### ***Sobre la evolución temporal de las noticias del futuro***

Hemos planteado la hipótesis (H1) de que el volumen de noticias de prensa referidas a acontecimientos futuros se incrementará a lo largo del periodo analizado (1990-2010) conforme ha ido transformándose en ese lapso temporal el ecosistema mediático, impeliendo a la prensa a tomar más riesgos, por así decir, a la hora de determinar la noticiabilidad de los acontecimiento, dando entrada, cada vez con mayor asiduidad, a predicciones, vaticinios y anticipaciones. Es razonable pensar que no solo el *volumen*, sino también el resto de los elementos propuestos en este trabajo para caracterizar el *uso del futuro* en la información periodística habrán ido modificándose con el paso del tiempo, y eso en el sentido de ir extremando ese uso. Es decir, si la hipótesis sobre el incremento en el tiempo de la atención periodística a estas *noticias del futuro* es cierta, probablemente eso habrá venido acompañado del comportamiento que planteamos en la siguiente hipótesis:

*H7. Conforme ha ido incrementándose en el periodo analizado (1990-2010) la atención periodística a hechos no acaecidos, ha ido aumentando la tendencia a conferir cada vez mayor **relevancia** a este tipo de noticias; a aventurarse en predicciones a mayor largo plazo en cuanto al **lapso temporal** en que habrían de cumplirse tales predicciones; a generalizarse su distribución temporal en cualquier momento de la semana y del año; y a atribuir ese tipo de noticias bien a fuentes*

*identificadas, bien al propio periodista en tanto que **sujetos responsables** de este tipo de noticias.*

### ***Sobre el discurso de los periodistas acerca del uso del futuro***

Los resultados de las investigaciones que hemos ido reseñando a lo largo de este trabajo indican que, en efecto, existe una tendencia clara hacia la irrupción del futuro como materia informativa en los medios de comunicación, y particularmente en el caso de la prensa, y que las razones de este fenómeno habría que buscarlas en las transformaciones que desde mediados de los noventa está sufriendo en ecosistema mediático y, dentro de él, el específicamente informativo. Ahora bien, ¿cómo están experimentando subjetivamente esta tendencia los propios periodistas, y especialmente aquellos con responsabilidades en los procesos de toma de decisiones en las redacciones?

Dadas las características metodológicas de nuestro abordaje de esta cuestión, mediante un planteamiento cualitativo con entrevistas en profundidad con una muestra significativa de periodistas que ejercieron o ejercen cargos de responsabilidad en las redacciones, no es posible avanzar hipótesis sustantiva alguna; es decir, referida al contenido específico de la percepción que de este fenómeno puedan tener los sujetos estudiados. Podemos plantear, eso sí, una hipótesis general acerca de la orientación básica del discurso que sobre el uso del futuro hacen los periodistas:

*H8. El discurso de los profesionales acerca de la supuesta irrupción del futuro como materia informativa enfatizará aquellas razones o explicaciones relacionadas con los **factores de tipo organizacional** que afectan al trabajo periodístico en las redacciones antes que a **estrategias intencionales** para reposicionarse en el ecosistema mediático.*

Los objetivos e hipótesis planteados en este trabajo en relación a las *noticias del futuro* en los medios de comunicación exigen, como ya dijimos, del recurso a técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas. Mediante las primeras, daremos cuenta de las características que adquiere el *uso del futuro* en la información periodística, mientras que las segundas nos permitirán

contextualizar esa tendencia apelando a la experiencia subjetiva de los propios periodistas, para avanzar de este modo en la propuesta de explicaciones plausibles a la misma.

### **3.3. Investigación cuantitativa: análisis de contenido**

#### **3.3.1. Universo objeto de estudio**

La caracterización del uso periodístico del futuro (relevancia estructural de las noticias, ámbito temático, lapso temporal abarcado, distribución temporal y sujetos responsables de las predicciones, vaticinios o anticipaciones), así como la evolución de la misma a lo largo del tiempo, se ha realizado mediante un análisis de contenido longitudinal de las noticias que incluyen este tipo de apelaciones publicadas por el diario *ABC* entre 1990 y 2010 en las secciones de *Política*, *Internacional* y *Deportes*. La elección del diario *ABC* responde a diversas razones, todas ellas relacionadas con la adecuación de esta cabecera a los objetivos de este trabajo.

Hemos argumentado anteriormente la conveniencia de analizar el uso de fórmulas lingüísticas indicativas del futuro en las noticias a lo largo de un periodo temporal amplio para poder comprobar la evolución del mismo y estar en disposición de determinar si se trata de una tendencia asentada o meramente episódica o circunstancial. Eso exigía la selección de una cabecera periodística que cubriese el completo lapso temporal propuesto (dos décadas, entre 1990 y 2010), condición que cumple *ABC*. Pero también otros muchos diarios españoles. Ahora bien, a diferencia de la mayoría de los periódicos de difusión estatal editados actualmente en España, *ABC* es una cabecera largamente centenaria (comenzó a publicarse en 1903), lo cual permitiría –a quien pudiera estar interesado en dar continuidad a este trabajo– establecer comparaciones entre el periodo abarcado en esta investigación y otros anteriores a la década de los 90. Algo, por otra parte, que facilita sin duda el hecho de que todas ediciones del periódico se encuentren disponibles en la hemeroteca digital del diario (<http://www.hemeroteca.abc.es/>).

*ABC* es, además, un diario de prestigio, o de referencia, en el doble sentido de serlo para la ciudadanía y para otros medios, lo que convierte no solo en un poderoso instrumento para la formación de la opinión pública, sino también en

una especie de *orientador estilístico* en el ecosistema mediático, promoviendo formatos, usos y tendencias informativas. Entre ellas, probablemente también las referidas al objeto de estudio que abordamos aquí, el relativo al *uso del futuro* en la información periodística. Como hemos argumentado en otro lugar de este trabajo, hablar de *noticias del futuro* debe ser tenido por un oxímoron, ya que justamente esa dimensión de lo por venir parece excluida de aquello de lo que puede darse noticia fidedigna, que no es sino lo ya-sucedido y no lo que está-por-sucedir. El recurso al futuro es, pues, una apuesta periodística cuanto menos heterodoxa. *ABC*, en cambio, representa un periodismo de querencia estilística conservadora, apegado a los valores más clásicos del ejercicio periodístico, y, en consecuencia, poco proclive, de entrada, al atrevimiento formal en la escritura; esto es, en el modo de *informar* la realidad. Esa combinación de un contenido informativo heterodoxo (las *noticias del futuro*) analizado en un contenedor periodístico formalmente ortodoxo (el diario *ABC*) permitiría valorar muy significativamente el alcance de una tendencia cuyo empuje, de haber incluso permeado el hacer periodístico de un periódico del perfil de *ABC*, quedaría más plenamente certificado.

El análisis de contenido que proponemos abarca, como decíamos, dos décadas que cubren el periodo de cambio de siglo, entre 1990 y 2010. La elección de un amplio periodo temporal viene motivada por el objetivo de apreciar la evolución del uso del futuro en las noticias, en la hipótesis, según establecimos, de que la apelación a predicciones, vaticinios y anticipaciones ha ido incrementándose con el tiempo, constituyendo, por tanto, no un mero recurso circunstancial o anecdótico, sino una tendencia marcada de la información periodística en los últimos tiempos. Eso requería, en consecuencia, remontar el periodo del análisis hacia atrás, pero tomando como fecha de referencia final uno lo más cercana posible al momento actual, establecida en 2010.

Pero, aparte de este criterio de *actualidad* (esto es, de cercanía al momento actual), en la fijación de un lapso temporal que cubre la dos décadas finalmente establecidas, la final del siglo XX y la inicial del siglo XXI, se siguió también un criterio ya estrictamente *heurístico*; es decir, motivado por el hecho de que la aplicación del mismo permitiría una más adecuada *comprensión* del fenómeno objeto de estudio. En efecto, en la fase que podemos considerar

intersticial (1995-2005) en el marco del periodo analizado (1990-2010) justamente se ha producido el advenimiento y generalización de la revolución digital en todos los ámbitos de la vida social, y también, obviamente, no ya a los medios de comunicación, sino particularmente al ejercicio del periodismo.

La fenomenología de este impacto digital sobre el periodismo es variadísima, pues ha afectado no solo a los modos de hacer profesional sólidamente asentados hasta entonces (hipertextualidad, multimedialidad, nueva relación con las fuentes de información, etc.), sino a la propia posición del periodismo profesional en lo que podríamos denominar *nuevo ecosistema informativo* propiciado por las herramientas y formatos disponibles en el ciberespacio (blogs, redes sociales, etc.). Necesariamente, así presionado por las nuevas condiciones, el *periodismo convencional* (profesionalizado, ejercido en el ámbito de empresas periodísticas, sujeto a códigos éticos y de buenas prácticas, etc.) está obligándose a una serie de transformaciones para re-posicionarse en este nuevo ecosistema informativo.

Y entendemos, en relación específicamente con nuestro objeto de estudio, que el recurso a estas *noticias del futuro* que aquí analizamos sería un indicador (modesto si se quiere, pero no por ello menos significativo) de los cambios que estarían afectando a un discurso periodístico probablemente obligado en estas circunstancias a subvertir incluso algunas de las premisas fundamentales que lo constituyen: que noticia es lo sucedido o lo que está sucediendo, y no lo por-sucedier. La elección del periodo 1990-2010 nos permite, en consecuencia, estar en disposición de captar en este aspecto concreto del *uso del futuro* la influencia que las circunstancias que acabamos de describir puedan estar ejerciendo sobre el discurso del periodismo convencional.

La última de las decisiones adoptadas en relación con el universo objeto de estudio en esta investigación llevó a circunscribir el análisis a las noticias publicadas por *ABC* entre 1990 y 2010 en unas determinadas secciones. Descartada la necesidad de abarcar el conjunto de la superficie redaccional del diario para caracterizar y comprobar la tendencia en que se mueve el *uso del futuro* en la información publicada, se aplicó, como ya hemos discutido más arriba, un criterio que permitiese tener representadas distintas *culturas profesionales* de entre las que conforman la redacción de un periódico. La

redacción de cualquier medio de comunicación no puede ser entendida como un bloque homogéneo en cuanto a usos, prácticas profesionales y formatos discursivos en los expresa la *actualidad periodística*, sino que está conformada por *nichos redaccionales* (las llamadas “secciones”) con características idiosincrásicas, cuyos criterios de demarcación o diferenciación están básicamente por establecer.

Aquí manejamos dos de ellos, referentes a la distinta *capacidad de interacción* de los periodistas con los actores informativos cuya actividad suelen cubrir; y al nivel de *constricción discursiva* ejercido sobre el relato del acontecer. En breve, nuestra idea es que las diversas “secciones redaccionales” de un medio (*Política, Economía, Internacional, Sociedad, Deportes, Cultura, etc.*) se caracterizan, entre otros elementos, por aquellas diferentes *capacidad de interacción* y *constricción discursiva* que operan sobre el periodista a la hora de acceder a las fuentes informativas y de relatar lo que estas hacen o dicen. Así, el acceso a los actores de la política internacional, y por tanto la capacidad de interactuar con ellos, es menor que en el caso de los actores deportivos, y del mismo modo los recursos estilísticos que pueda emplear el periodismo deportivo son más variados y heterodoxos que los que pueda utilizar un corresponsal internacional.

Estas diferencias podrían redundar en una mayor o menor proclividad en el recurso a noticias que contengan vaticinios, predicciones o anticipaciones dependiendo del tipo temático de que se trate; es decir, de la sección en que sea publicada. Atendiendo a los criterios arriba indicados, y que ya desarrollamos en una sección anterior, se decidió ceñir el análisis a la información publicada por el diario *ABC* en tres secciones: *Política, Internacional y Deportes*, que, a nuestro modo de ver, representaría situaciones bien contrastadas en lo que hace a la capacidad de interacción periodísticas (alta en *Deportes*, media en *Política* y baja en *Internacional*) y al grado de constricción discursiva soportado (bajo en *Deportes*, medio en *Política* y alto en *Internacional*). De este modo, el universo que cubre el análisis de contenido que proponemos estaría conformado por las *noticias del futuro* publicadas por el diario *ABC* entre 1990 y 2010 en estas tres secciones redaccionales.

### 3.3.2. Muestra y unidad de análisis

El número de noticias publicado por un solo diario en un periodo de 20 años, siquiera sea en algunas de sus secciones, probablemente alcance algunos cientos de miles, tratándose, por tanto, de un universo inabarcable en su totalidad y exija del diseño de una muestra representativa. De todos modos, la opción tomada en esta investigación no ha sido tampoco estrictamente esta, por el indudable riesgo que conllevaba para la conformación de un *corpus* significativo de noticias conteniendo apelaciones al futuro. En efectos, los diseños muestrales estándar en la aplicación de un análisis de contenido de las características del aquí planteado exigiría tomar como unidad muestral primaria la *edición* (esto es, cada una de las ediciones, o números, del diario analizado) y operar una primera selección aleatoria de tales unidades siguiendo, por ejemplo, el procedimiento de *semanas compuestas* de cada uno de los años fijados. Seleccionadas aleatoriamente estas semana, se procedería a la identificación de las unidades finales, en este caso los textos que contuviesen predicciones, vaticinios o anticipaciones.

Dado lo oneroso de este procedimiento muestral cuando se trata de aplicarlo a ediciones publicadas a lo largo de 20 años, se decidió conformar la muestra para este análisis mediante una *cata de años* en el periodo considerado (1990-2010), de modo que se revisaron la totalidad de las ediciones del diario *ABC* de los años inicial, intermedio y final del mismo (es decir, 1990, 2000 y 2010), lo que, por otro lado, aseguraba disponer de los suficientes y precisos referentes temporales para poder dar cuenta de la evolución de nuestro objeto de estudio (las *noticias del futuro* en la prensa). Como ya hemos argumentado, esa revisión de los tres años incluidos en la muestra se ciñó a las secciones de *Política, Internacional y Deportes*, y, dentro de ellas, se seleccionaron para el análisis estrictamente los *textos informativos*, cualquiera que fuese su género: noticias, crónicas, reportajes y entrevistas. Se excluyeron, por tanto, los artículos de opinión, los editoriales, las viñetas y cualquier otra pieza periodística que no pudiera ser considerada estrictamente informativa. De este modo, se consiguió establecer un *corpus* de análisis dotado de la homogeneidad necesaria para atender los objetivos específicos de esta investigación. Así, tratándose exclusivamente de *textos informativos* (a los que convencionalmente y por

comodidad nos referiremos con el término de *noticias*), todos ellos presentan similares características de contenido (relato de hechos, referencia a fuentes de información, etc.) y también formales (bloque de titulación –con título y subtítulo–, entradilla y cuerpo).

De acuerdo con esta decisión, se revisaron los 46.692 textos informativos publicados por *ABC* en las cerca de 1.100 ediciones correspondientes a los años 1990, 2000 y 2010 con el propósito de identificar aquellos que contuviesen referencias al futuro. En ese proceso de identificación de unidades de análisis (esto es, los textos informativos con referencias a hechos todavía no sucedidos), se siguió, en primer lugar, un criterio de *relevancia*, según el cual solo se seleccionaron aquellos textos que contenían predicciones, vaticinios o predicciones en el titular, en el subtítulo o en la entradilla. Se revisaron, por tanto, exclusivamente esos tres elementos formales de cada uno de aquellos casi 47.000 textos informativos para localizar referencias a hechos futuros, por entender que es ahí donde se concentra la propuesta informativa relevante que contiene un texto periodístico de estas características.

En cualquier caso, este criterio de *relevancia* se ha manejado en esta investigación de un modo más generoso de lo que ha venido siendo habitual en trabajo similares (véase, por ejemplo, Nieger, 2007 o Francescutti, 2008), en los que la decisión de adscribir o no un texto informativo a la condición de *noticia del futuro* se hace depender de que haya o no referencias temporales a hechos no sucedidos exclusivamente en el titular del mismo. Consideramos que la aplicación realizada aquí de aquel criterio de *relevancia*, que extiende la búsqueda al completo bloque de titulación (titulares y subtítulos) y a la entradilla del texto, nos ha permitido profundizar más en las características (lapsos temporales, fuentes de información, etc.) del uso periodístico del futuro. De hecho, eso ha requerido en muchas ocasiones extender la recogida de datos al conjunto del texto informativo, ya que, aunque la referencia explícita a hechos no sucedidos se diera en cualquiera de los tres elementos formales considerados (título, subtítulo o entradilla), era en el desarrollo de esa referencia en el cuerpo textual donde podíamos localizar buena parte de los elementos que nos permitirían caracterizar los aspectos de interés para esta investigación.

Para la identificación de las unidades de análisis, se aplicó también, en segundo lugar, un criterio *extenso* a la hora de determinar qué debiera entenderse por una *referencia al futuro* en un texto informativo. Evidentemente, el marcador lingüístico por antonomasia es el uso de formas verbales en *futuro* (*irá, propondrá, presentará, etc.*), pero a los efectos de esta investigación se incluyeron también las aserciones planteadas mediante el uso del *condicional* cuando es utilizado con una proyección futura (*iría, propondría, presentaría, etc.*) que, si bien expresa un grado de anticipación más laxo que el procurado por el *futuro*, no deja de proyectar el referente informativo hacia un tiempo todavía no sucedido.

Aplicando estos criterios, se revisaron, como decimos, aquellos 46.692 textos informativos publicados por *ABC* en los tres años considerados (1990, 2000 y 2010) y se identificaron 4.805 noticias que contenían referencias al futuro en cualquiera de los elementos estructurales considerados (titular, subtítulo o entradilla), lo que representa el 13% de los cerca de 47.000 textos revisados. La *noticia con apelaciones al futuro* (esto es, las 4.805 mencionadas) constituye la unidad de análisis primaria de esta investigación. En cada una de estas noticias se identificó, además, el elemento estructural (titular, subtítulo o entradilla) que contenía referencia a hechos no sucedidos, dándose obviamente el caso en ocasiones de que una misma noticia contuviese referencias de esta índole en más de uno de aquellos elementos estructurales (por ejemplo, en el titular y en el subtítulo o en la entradilla; en el subtítulo y en la entradilla, etc.).

Para atender algunos de los objetivos específicos de esta investigación sobre el uso del futuro en la información periodística, la unidad de análisis pertinente es, sin duda, la *noticia*. Por ejemplo, cuando se trata de determinar la presencia (lo que hemos denominado *alcance*) de las *noticias del futuro* en el temario informativo, que solo puede valorarse conociendo el porcentaje de textos con este tipo de referencias sobre el total de los publicados por un medio en un determinado periodo.

Ahora bien, la atención a otros de los objetivos propuestos requiere tomar en consideración una unidad de análisis distinta. Hemos planteado, por ejemplo, conocer el *lapso temporal* al que se refieren las predicciones, vaticinios o anticipaciones contenidas en la información periodística (a corto, medio o largo

plazo), y eso requiere registrar tal dato en cada uno de los elementos estructurales de la noticia en que pueden incluirse estas referencias. Así, es posible que una determinada noticia contenga una anticipación a corto plazo en el titular, pero a largo plazo en el subtítulo. Lo mismo sucede, por ejemplo, en relación a los *sujetos responsables* de las predicciones, vaticinios o anticipaciones, que pueden ser diversos y distintos en cada una de las referencias contenidas en una misma noticia.

Por esta razón, cada una de esas referencias al futuro incluidas en una misma noticia fue considerada una *apelación al futuro*, de tal manera que una única *noticia* (unidad de análisis primaria) podría contener hasta tres *apelaciones al futuro*, como sucedería en el caso de que las contuviese, simultáneamente, en el titular, el subtítulo y la entradilla. Junto a la *noticia*, por tanto, la propia *apelación al futuro* fue tomada como unidad de análisis secundaria para atender algunos de los objetivos de la investigación.

Con la aplicación de este criterio de registro de unidades de análisis, las 4.805 *noticias del futuro* generaron un corpus de 6.048 *apelaciones al futuro*, con una media, por tanto, de 1,25 apelaciones por noticia (esto es, referencias a hechos no sucedidos en titulares, en subtítulos o en entradillas). En la exposición de los resultados se trabajará con los datos relativos bien a las *noticias*, bien a las *apelaciones* contenidas en las mismas, del modo en que se irá indicando adecuadamente para dar cuenta de la significación de aquellos resultados. En definitiva, de las casi 5.000 noticias analizadas, y de las más de 6.000 apelaciones que contienen en conjunto, se obtuvieron los datos que nos permitirán atender los objetivos planteados en este análisis de contenido sobre el uso del futuro en los medios de comunicación, de acuerdo con los criterios de codificación que detallamos en la siguiente sección.

### **3.3.3. Instrumento y criterios de codificación**

Para la recogida de datos se diseñó una ficha de análisis (u hoja de codificación) que incluía todas las variables que resultan de interés para dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación, y que fue aplicada a cada una de las 6.048 unidades de análisis que conforman el *corpus* textual analizado. A continuación exponemos el elenco de variables tomadas en consideración, su

relación con aquellos objetivos específicos, las decisiones tomadas sobre la categorización de las mismas, y los criterios de codificación adoptados para el trabajo de campo.

**Caso.** Es una variable básica de identificación de las unidades de análisis, pero que en este trabajo adquiere el rango de variable sustantiva al haber registrado (aunque no analizado su contenido) todos los textos informativos publicados por el diario *ABC* en los años y secciones consideradas para determinar lo que objetivo número 1 (véase *supra*) hemos denominado *alcance* del uso del futuro en la información periodística. Como ya hemos indicado, y trabajaremos con detalle en la exposición de los resultados de la investigación, se registraron cerca de 46.692 textos de los que hubo 6.048 *casos* (aproximadamente el 13%) con referencias a hechos todavía no sucedidos.

**Ubicación de la referencia.** Esta variable hace referencia al *elemento estructural* del relato informativo en el que se incluye la apelación al futuro contenida en el texto periodístico, y fue categorizada mediante los valores excluyentes de *Título*, *Subtítulo* y *Entradilla*. La variable se utiliza, de hecho, como indicador del rango que adquiere la predicción, vaticinio o anticipación dentro del texto informativo, lo que nos permite dar cuenta de la *relevancia estructural* de estas referencias al futuro, tal y como se propone en el objetivo número 2 de este trabajo. El criterio de codificación seguido para esta variable no requiere de mayores precisiones, ya que estos elementos estructurales del relato periodístico se encuentran tipográficamente diferenciados, no estando, en consecuencia, sujetos a interpretaciones subjetivas por parte de los codificadores.

**Sección redaccional.** La “sección redaccional” es el contenedor temático en el que un medio de comunicación decide incluir un determinado relato informativo. En este trabajo, la variable “sección” es tomada como indicador del *ámbito temático* al que se refiere la apelación al futuro realizada en un texto periodístico (objetivo específico número 3). En la determinación del universo objeto de estudio, se decidió, por las razones que adujimos más arriba, circunscribir este análisis a la información periodística publicada en las secciones de *Política*,

*Internacional* y *Deportes* del diario *ABC* en los años seleccionados para la muestra. Se trata, por tanto, de una variable con tres posibles valores excluyentes, y cuya codificación no requiere de pautas de interpretación por tratarse de un elemento estructuralmente dado por el propio medio de comunicación (esto es, la decisión de publicar un texto en una u otra sección redaccional).

**Lapso temporal.** Esta variable hace referencia al plazo, por así decir, en que habría de acaecer efectivamente aquel hecho cuya ocurrencia efectiva sitúa la información periodística en un tiempo venidero, convirtiéndola, por tanto, en una predicción, un vaticinio, un augurio o una anticipación (objetivo número 4 de este trabajo). El plazo, o lapso temporal, entre el momento de la enunciación de la noticia (esto es, de su publicación por parte del periodista) y aquel en que habría de suceder lo predicho, vaticinado, augurado o anticipado puede ser más o menos prolongado (días, semanas, meses, años, etc.). Esta variable ha sido categorizada con tres valores excluyentes, distinguiendo entre plazos *corto*, *medio* y *largo*, de acuerdo con los siguientes criterios de codificación:

*Corto plazo.* Se han codificado en esta categoría todas aquellas predicciones que debieran cumplirse en los siete días siguientes a la publicación de la información; es decir, en el plazo de una semana, como máximo. Por ejemplo: "Figo llegará mañana a Madrid" o "El Gobierno regulará a todos los inmigrantes", independientemente de que este enunciado aparezca en el bloque de titulación el texto informativo o, como suele ser más habitual, en la entradilla del mismo.

*Medio plazo.* En esta categoría se han codificado todas aquellas unidades de análisis referidas a un acontecimiento futuro que habría de acaecer efectivamente en el lapso comprendido entre una semana y 30 días después de la publicación de la noticia; es decir, en el plazo de un mes, como máximo. Por ejemplo: "El reemplazo de militares será efectivo a finales de mes".

*Largo plazo.* Las predicciones, vaticinios o anticipaciones cuyo plazo de realización efectiva fuese superior a un mes desde el momento de su enunciación en un texto periodístico se codificaron en esta categoría. Por ejemplo: "El último mozo que hará la mili será llamado a filas en octubre de 2001", algo enunciado en el año 2000.

***Datación.*** Este término agrupo las tres variables relativas que permiten fechar las unidades de análisis, según día de la semana (de lunes a domingo), día del mes (1 a 28, 30 o 31) y año (1990, 2000 o 2010). Se trata de variables por lo general meramente identificativas, pero que en este trabajo adquieren también un carácter sustantivo en relación con los objetivos 5 y 7 de la investigación. El primero de estos objetivos plantea atender a la *distribución temporal* de los textos informativos con apelaciones al futuro para contrastar la existencia o no de tendencias consolidadas en relación con los días de la semana y meses en que aquellas acceden al temario informativo. El segundo de los objetivos (el número 7) plantea comprobar la evolución a lo largo del periodo analizado, entre 1990 y 2010, de todos los elementos tomados en consideración para caracterizar el uso del futuro en la información periodística (volumen de noticias, relevancia, ámbitos temáticos, lapsos, distribución temporal y sujetos responsables de las predicciones, vaticinios o anticipaciones). Esa evolución podrá observarse atendiendo al año (1990, 2000 o 2010) de publicación de cada uno de los textos. La codificación de estas tres variables de *datación* no requiere de más aclaraciones.

***Sujetos responsables.*** Esta variable hace referencia a la autoría de las predicciones, vaticinios o anticipaciones convertidas en acontecimiento noticiable por el periodista. En el objetivo número 6 de esta investigación planteamos desvelar quiénes son los sujetos responsables de las referencias a hechos todavía no sucedidos contenidas en los textos periodísticos, un concepto/variable que, operativamente, implica identificar la atribución realizada por el periodista a unas determinadas *fuentes informativas*. En consecuencia, la variable ha sido categorizada con tres valores excluyentes: fuentes nominales, fuentes genéricas y el propio periodista, en la suposición de

las alusiones al futuro sean responsabilidad exclusiva del autor de la información.

*Fuentes nominales.* Por *fuentes nominales* se ha entendido trabajo todos aquellos actores o sujetos sociales, individuales o colectivos, de naturaleza oficial o no, que son identificados en el texto de forma explícita mediante un nombre propio (epónimos o siglas), fuese referido a personas, a instituciones o a organizaciones. Por ejemplo, en una noticia titulada "El PP se reunirá con el PSOE el próximo lunes", se codificaría esta categoría de *fuentes nominales* si en el desarrollo de la noticia se aludiese a un portavoz del Partido Popular (PP), identificado por su nombre, como fuente informativa en la que se apoya esa referencia al hecho futuro enunciado en la noticia. O también, por ejemplo, si en una noticia titulada "El PIB subirá dos décimas" si se tratase de un anuncio realizado por un portavoz de una instancia como el Gobierno español o el Banco de España.

*Fuentes genéricas.* Las *fuentes genéricas* serían, por el contrario, aquellas no identificadas de forma nominal, y por tanto de forma no explícita y perfectamente identificables, utilizando expresiones del tipo de "fuentes policiales", o "fuentes gubernamentales", o "fuentes cercanas a la reunión", etc. Por ejemplo, en una noticia bajo el titular de "El PP sacará adelante la reforma del Código Penal con o sin el apoyo del resto de partidos", se codificaría esta categoría si el periodista atribuyese esa predicción a unas genéricas "fuentes del Partido Popular". Del mismo modo, se han codificado como remitidas a *fuentes genéricas* aquellas unidades de análisis en las que no se menciona explícitamente ninguna, pero es posible inferir que la predicción, vaticinio o anticipación no es el resultado de una inferencia realizada por el propio periodista.

*Periodista.* Esta categoría, referida al propio periodista como sujeto responsable de las referencias a hechos futuros, se ha codificado cuando estas son resultado de las inferencias realizadas por el autor de la información a partir de los datos que maneja, o de su experiencia y

conocimiento personal de las cosas. Para decidir que esas predicciones, vaticinios o anticipaciones son resultado de inferencias del propio periodista es necesario, en primer lugar, que no se atribuyan explícitamente a ninguna fuente, sean nominales o genéricas, y debe deducirse a partir del conjunto del contenido de la noticia. Así, por ejemplo, una noticia titulada "Aznar podría llevar a la reunión con Putin el conflicto del gas" implica que el periodista probablemente lleva realizando un seguimiento de este conflicto, conoce los términos y actores del mismo, y, sobre esa base, vaticina que el tema del gas será tratado por ambos dirigentes, aunque eso no venga avalado o refrendado por ninguna fuente, sea de la índole que sea. Lógicamente, este tipo de predicciones o vaticinios basados en inferencias personales conllevan un enorme riesgo para la credibilidad del periodista, por lo que es de suponer que están fundamentados en un conocimiento amplio del asunto al que se aplica una alusión temporal de futuro.

En fin, los datos obtenidos mediante la aplicación a cada una de las 6.048 unidades de análisis de la ficha guiada por estos criterios de codificación fueron registrados en una tabla del programa informático *Excel*. El análisis estadístico de esos datos fue realizado mediante las herramientas de cálculo del citado programa, y los resultados, expresados en gráficos para una más adecuada visualización de los mismos.

#### **3.3.4. Algunos ejemplos analizados**

Para explicar de modo visual cómo se ha realizado el análisis, hemos seleccionado algunos ejemplos de piezas informativas que contienen apelaciones al futuro de diferentes tipologías y las hemos desgranado. A continuación explicaremos por qué se ha seleccionado esta noticia, qué puntos han sido analizados y cuáles han sido las conclusiones extraídas.

## España y Rusia abren una nueva etapa en la que celebrarán cumbres anuales

## Putin promete mejoras para la inversión extranjera

El presidente ruso califica a nuestro país de «socio fiable a largo plazo»

**España celebrará con Rusia cumbres anuales bilaterales similares a las que mantiene con importantes países de la Unión Europea. Este es uno de los principales resultados de la visita a nuestro país del presidente ruso, Vladimir Putin, por quien José María Aznar ha apostado de forma decidida. Putin, a su vez, calificó a España de «socio para una colaboración fiable».**

MADRID. Luis Ayllón

El presidente del Gobierno español y el presidente de la Federación Rusa se muestran decididos a abrir una nueva etapa de relaciones entre los dos países, basada en la sintonía que se ha puesto de relieve entre ambos durante los dos días de visita de Putin a España.

Aznar y Putin optaron por abandonar el esquema de encuentro entre delegaciones y pasaron la mayor parte del tiempo de sus dos entrevistas conversando con la sola presencia de los intérpretes, hablando de una gran cantidad de temas, incluido el conflicto de Chechenia. En total, cuatro horas de charla, a las que han

han dicho que eres impenetrable», comentó Aznar a Putin, al empezar a dialogar. «Lo mismo me han dicho de ti», replicó bromeando Putin, quien, en la rueda de prensa conjunta, dijo que sus servicios de información se equivocaron al presentarle a Aznar como «una persona un poco seca, con la que es difícil negociar».

### ENCUENTROS ANUALES

El principal acuerdo en esta nueva etapa es la celebración de cumbres anuales bilaterales similares a las que tiene España con Alemania, Francia, Portugal, Italia, Marruecos y Túnez, aunque no es descartable que en el futuro se asista a encuen-

Ayer, en la rueda de prensa, Putin no dudó en calificar a España como «un socio para una colaboración fiable a largo plazo», al tiempo que destacó «el papel político y económico cada vez más importante que desempeña en la Unión Europea».

Muestra del interés ruso por España es la firma durante la visita de acuerdos sobre turismo, cooperación en casos de emergencia civil, archivos, aduanas y formación de funcionarios. Además, en otoño se celebrará en Moscú la comisión mixta con asistencia del vicepresidente Rodrigo Rato. Finalmente, el ministro ruso de Interior visitará España para reforzar la cooperación contra el terrorismo y otras formas de criminalidad organizada.

Aznar, por su parte, destacó que el apoyo dado por el pueblo ruso a Putin responde a «una esperanza democrática de lograr el bienestar, la igualdad y un Estado de Derecho que garantice las libertades y los dere-

MADRID. L. A.

El presidente ruso, Vladimir Putin, expresó ayer su deseo de favorecer las inversiones españolas en Rusia y los intercambios comerciales entre los dos países.

En un desayuno organizado por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, al que asistieron más de un centenar de empresarios españoles, Putin escuchó las quejas de estos por los problemas que tiene para exportar o invertir en Rusia debido a las trabas administrativas y a los altos aranceles existentes.

Putin pidió tiempo a los empresarios con el fin de que la Duma (Parlamento ruso) pueda modificar las leyes vigentes para permitir una rebaja de la presión fiscal y un recorte de los aranceles.

En este sentido, España y Rusia ultimaron sendos acuerdos para evitar la doble imposición y para garantizar recíprocamente las inversiones de un país en otro.

Uno de los principales acuerdos en el campo económico anunciado durante la visita de Putin fue la opción

Esta información –que encontramos en la sección de *Política* del jueves 15 de junio de 2000 en el diario *ABC*– ha sido seleccionada porque su entradilla está redactada en futuro. Hace, por lo tanto, un vaticinio al decir que “España celebrará con Rusia cumbres anuales bilaterales similares a las que mantiene con importantes países de la Unión Europea”. No son considerados como apelaciones al futuro ni el título ni el subtítulo. El primero, porque su verbo principal se encuentra en presente. El segundo, porque no hay ninguna referencia a tiempos venideros.

El vaticinio de la entradilla lo realiza el autor de la información con base en fuentes oficiales, ya que la celebración de las cumbres anuales es algo que han acordado y comunicado los presentes de España y Rusia durante su comparecencia pública, como puede apreciarse al leer la noticia. Se trata, además, de una predicción que se hace a largo plazo, ya que las cumbres comenzarán a celebrarse a más de un mes vista.

# La crisis vasca forzará a Ibarretxe a convocar elecciones entre el 25 de marzo y el 8 de abril

La oposición, dispuesta a anular la reforma electoral preparada por el PNV a medida de IU

**El lehendakari anunciará en enero la celebración de elecciones entre el 25 de marzo y el ocho de abril al carecer de mayoría para gobernar. Si Ibarretxe no anuncia la convocatoria antes de finales de enero, la oposición pedirá la reforma de la ley electoral para restituir al 5 por ciento el mínimo para obtener escaño, e impedir que IU se beneficie de la rebaja acordada de dos puntos.**

VITORIA. J. J. Saldaña

El lehendakari, Juan José Ibarretxe, tiene previsto celebrar las elecciones autonómicas en el periodo que va del 25 de marzo al 8 de abril del año próximo, antes de Semana

Lo más probable es que, tras la presentación de esta oferta de diálogo, el lehendakari anuncie la disolución del Parlamento ese mismo mes, enero que es inhábil a efectos parlamentarios, de modo que la cámara no reanude la actividad. Esto salvará al ejecutivo de Ibarretxe, incapaz de aprobar ley alguna desde septiembre, de sumar nuevas derrotas al medio centenar que ha cosechado a raíz de que su anterior socio de gobierno, Euskal Herritarrok, abandonara el Parlamento vasco.

Si Ibarretxe opta, a pesar de todo, por «estrujar» aún más el calendario, el PP y el PSOE, que consideran que la cita con las urnas es la única salida posible a la actual situación de bloqueo, presentarían una iniciativa legislativa para anular la última



en peligro el «flotador» que guarda el PNV para no perder Ajuria Enea. Las últimas encuestas preelectorales auguran un empate entre el PNV y la coalición PP-UIA en el número de parlamentarios, y que los tres escaños de IU, que cuenta, en la actualidad, con dos, inclinarían la balanza hacia un nuevo gobierno integrado por nacionalistas.

«LUNA DE MIEL» DE PNV E IU

El PNV e IU viven una auténtica «luna de miel» en el País Vasco, a raíz del pacto de Estella, pero sobre todo de que el Parlamento vasco decidiera en octubre modificar la ley electoral para rebajar del 5 al 3 por ciento el porcentaje mínimo necesario para obtener escaño.

Con esta iniciativa, el PP y el

Esta otra noticia – fechada el 20 de diciembre de 2000 y aparecida en la sección de *Política* del diario *ABC*– presenta vaticinios tanto en el titular (“La crisis vasca forzará a Ibarretxe a convocar elecciones entre el 25 de marzo y el 8 de abril”) como en la entrada (“El lehendakari anunciará en enero la celebración de elecciones entre el 25 de marzo y el 8 de abril al carecer de mayoría para gobernar”). Se trata de profecías que se lanzan con base en fuentes anónimas, ya que no se presentan a lo largo de la pieza informativa. Descartamos que se trate de una conclusión propia del periodista al tratarse de datos concretos que únicamente pueden dimanar de una fuente conocedora del asunto que en este caso permanece oculta.

Por otro lado, la noticia presenta una predicción que se encuentra entre el medio y el largo plazo, ya que no se especifica qué día de enero se llevará a cabo esa convocatoria electoral. Nos decantamos por el medio plazo, ya que hay más posibilidad de que sea a menos de un mes vista, puesto que hasta el 20 de enero sería considerada de este modo. Sería un error haber situado en marzo el cumplimiento de la predicción, puesto que estamos hablando de que lo que se vaticina no es la celebración de los comicios, sino la convocatoria de esa cita electoral.

CRISIS EN EL GOBIERNO DE «IZQUIERDA PLURAL» FRANCÉS POR LA AUTONOMÍA PARA CÓRCEGA

## Para España no será fácil sustituir la eficacia de Chevènement contra ETA

El nuevo ministro, Daniel Vaillant, sólo es experto en seguridad municipal

PARÍS. J. P. Quilfonero  
corresponsal

La cooperación antiterrorista entre España y Francia es una cuestión de Estado que no se altera aunque cambien los ministros encargados de Interior. Sin embargo, Jean-Pierre Chevènement, el ministro saliente, ha sido un adversario radical de cualquier concesión a los nacionalistas vascos que han pretendido hacer política en Francia, mientras que su sucesor, Daniel Vaillant, es un ideólogo obediente a Lionel Jospin, primer ministro.

Tanto la política antiterrorista como la cooperación hispanofrancesa están definidas por el jefe del Estado, Jacques Chirac, conservador, y el jefe del Gobierno, Lionel Jospin, socialista. Ambos coinciden, desde hace años, en la necesidad de apoyar y profundizar, hasta donde sea necesario, la lucha policial contra el terrorismo etarra.

### COOPERACIÓN BILATERAL

En el terreno bilateral, la cooperación antiterrorista es uno de los pilares del entendimiento hispanofrancés. En el terreno multilateral, Francia ha apoyado las proposiciones españolas en materia de cooperación judicial y policial. Las visitas aún recientes de José María Aznar a París y de Jacques Chirac a Madrid, así como el último seminario hispanofrancés confirmaron la determinación y estrecha complicidad policial que existe entre España y Francia.

El Gobierno español asiste estos días con gran atención a la salida de Jean-Pierre Chevènement del Ministerio del Interior francés, Cartera que abandonó por divergencias con el primer ministro, Lionel Jospin. Se da por hecho que su sustituto, Daniel Vaillant, seguirá colaborando al máximo nivel con Madrid, pero preocupa su falta de experiencia en antiterrorismo.

La aplicación práctica de esa política de Estado si permite algunos matices de carácter más o menos personal. Entre los ministros del Interior franceses de los últimos veinte años, Daniel Vaillant quizá se encuentre entre los que tienen menos experiencia, con un perfil más ideológico y menos definido.

Entre los ministros conservadores, los Gobiernos socialistas y centristas españoles guardaron muy buen recuerdo de Charles Pasqua, condecorado por Barrionuevo, gran conocedor del problema corso y peso pesado de la derecha nacionalista desde hace décadas. Entre los ministros socialistas, Jean-Pierre Chevènement ha sido el más eficaz y convencido de la necesidad de profundizar la cooperación policial con España. Cabe destacar, en definitiva, que para España y sus intereses de Estado no es fácil encontrar un sustituto a personalidades como Pasqua o Chevènement.

Daniel Vaillant (51 años) lleva veintitantos años vegetando en la periferia política del PS, sin llegar a ser, nunca, una figura de primera importancia. Hasta 1997, su máximo cargo político había sido el de concejal en la Alcaldía de París. Con el

inesperado triunfo de Lionel Jospin en las elecciones anticipadas de hace tres años, Vaillant consiguió capitalizar, al fin, sus veinte años de fidelísimos servicios al actual primer ministro.

En 1997, esa fidelidad le valió ser nombrado ministro de Relaciones con el Parlamento, un puesto político estratégico, desde donde ha «piloteado» las diferencias parlamentarias entre socialistas, comunistas y ecologistas. En 1995 había conseguido el mayor cargo de su carrera política, hasta hoy: alcalde de su barrio, el distrito XVIII de la capital, donde ha acumulado la única experiencia que tiene en materia policial y de seguridad ciudadana.

### FIEL ENTRE LOS FIELES

Hijo de un empleado de la Renault y de una funcionaria de grado medio, técnico de grado medio él mismo y político puramente municipal, Vaillant tiene en su mano algo sencillamente capital para España: es el más fiel entre los fieles de Lionel Jospin. Y ha sido nombrado ministro del Interior con tres objetivos mayores: poner en práctica el proceso autonómico corso concebido por el primer ministro, organizar las próximas elec-



Daniel Vaillant

ciones municipales y legislativas, y cumplir, sin rechistar, las directrices personales de su amigo y jefe de Gobierno.

Para España, Jean-Pierre Chevènement tenía las ventajas, excepcionales, de ser un peso pesado dentro del socialismo francés, aplicando, por convicción íntima, la política represiva más acorde con los deseos del Gobierno español. Daniel Vaillant es un político que sólo tiene experiencia municipal y no posee la firmeza de convicciones de su antecesor en el cargo. Sin embargo, tiene una ventaja nada desdeñable: será el más obediente de todos los ministros del Gobierno francés. Hasta ayer, Chevènement podía encarnar el solo la determinación francesa a combatir a ETA en el terreno policial. Hoy, esa determinación de Estado pasa, antes que nada, por Lionel Jospin, jefe del Ejecutivo.



Los rebeldes filipinos amenazan con decanitar a un «esnía» norteamericano

Estamos ante una información – fechada el miércoles 30 de agosto de 2000 y publicada en la sección de *Internacional* del diario *ABC* – que presenta un titular expresado en futuro (“Para España no será fácil sustituir la eficacia de Chevènement contra ETA”), pero no hay vaticinio ni en el subtítulo ni en la entradilla. La noticia aventura un futuro peor para España tras la salida del ministro del Interior francés, Jean-Pierre Chevènement, que ha sido sustituido Daniel Vaillant. Para lanzar este augurio, el autor de la información se basa en su propio criterio. No utiliza fuentes oficiales. Ni siquiera se apoya en fuentes anónimas. Realiza un análisis de la política antiterrorista del Gobierno galo, de sus relaciones con España, de cómo funciona en poder en el país vecino y de las amistades y enemistades entre los políticos que sustentan el Ejecutivo francés. Con base en este análisis, lanza la predicción, de la que además el periódico presume, puesto que la sitúa en el corazón de la noticia: el titular. La predicción,

por otro lado, debería cumplirse en el largo plazo, puesto que estamos hablando de una política antiterrorista que durará más allá de un mes.

70 / A B C	DEPORTES	VIERNES 28-12-90
<p><b>TELEVISION ESPAÑOLA, S. A.</b> COMISION DE CONTRATACION</p> <p><b>SOLICITUD PUBLICA DE OFERTAS</b></p> <p>Objeto: <b>ADQUISICION DE EQUIPAMIENTO DE AUDIO CON DESTINO AL ESTUDIO 3 DEL CENTRO LUIS BUNUEL DE TVE, S. A.</b></p> <p>Expediente número 162/90</p> <p><b>CONDICIONES GENERALES DE LICITACION</b></p> <p>Precio tipo de licitación: 120.347.000 pesetas.</p> <p>Disponibilidad de la documentación: El proyecto, pliego de cláusulas jurídicas particulares, modelo de proposición y demás documentos que integran el expediente están a disposición de los interesados en la Secretaría de esta Comisión de Contratación (carretera de Aravaca a Carabanchel, Prado del Rey, Madrid), durante el plazo de presentación de las proposiciones, de nueve a catorce horas.</p> <p><b>Fianza provisional:</b> Será del 2 por 100 del presupuesto del suministro ofertado.</p> <p><b>Presentación de ofertas:</b> Las proposiciones, ajustadas al modelo citado, y la documentación exigida en el pliego de cláusulas particulares se presentarán en el Registro de TVE, S. A. (Prado del Rey, Madrid), antes de las trece horas del día 28 de enero de 1991, dirigidas al señor presidente de la Comisión de Contratación de TVE, S. A.</p> <p><b>Apertura de pliegos:</b> Será pública y tendrá lugar a las doce horas del día 1 de febrero de 1991, en la Sala de Juntas de TVE, S. A. (Prado del Rey, Madrid).</p> <p>Todos los gastos que origine este anuncio serán por cuenta de los adjudicatarios.</p> <p><b>El presidente</b></p>	<p><b>Baloncesto</b></p> <p><b>Jiménez, operado en Boston, será baja por nueve meses</b></p> <p>Barcelona. <b>Francesc Fernández</b></p> <p>Andrés Jiménez partió ayer en compañía del doctor Albanell hacia Boston. Allí será intervenido quirúrgicamente por el doctor Zarin. Como se recordará, el ala-pívot internacional sufrió la rotura total de ligamentos cruzados de su rodilla izquierda.</p> <p>Jiménez se resintió durante el partido de Copa de Europa contra el Aris Salónica y unos días después, el sábado pasado, se anunció el alcance real de la lesión. Ahora, y tras numerosos reconocimientos, los servicios médicos del club azulgrana han considerado oportuno el traslado del jugador a Estados Unidos.</p> <p>Inicialmente se pronosticó que estaría unos siete meses de baja. Sin embargo, después de la primera revisión en Estados Unidos, el doctor Zarin ya le ha anunciado que no piense, si todo marcha a la perfección, que vaya a regresar a las pistas antes de ocho meses, siendo más que probable que tarde nueve en recuperarse.</p> <p>El doctor Zarin está considerado internacionalmente como uno de los mejores especialistas del mundo en este tipo de lesiones. Entre sus pacientes se encuentra el mismísimo Larry Bird al que, en noviembre de 1988, operó de una rotura en el tendón de Aquiles y que en la actualidad ha vuelto a brillar con luz propia en la NBA.</p> <p>La situación del club barcelonista alcanza</p>	 <p><b>El grupo HERO</b>, con sede en Lenzburg, comunica que su filial HERO ESPAÑA, S. A. (Alcantarilla), ha adquirido con carácter retroactivo al 1 de enero de 1990, el total del capital social de Conservas Valverde, S. A., Churra (Murcia). Esta adquisición está sujeta a la aprobación por parte de las autoridades españolas.</p> <p>Conservas Valverde, S. A., es el segundo fabricante en importancia del mercado español de zumos y néctares y vende sus productos bajo la marca Juver. La empresa alcanzará previsiblemente en 1990 una venta de aproximadamente 40 millones de francos (3.000 millones de pesetas) y emplea a 130 trabajadores en promedio. Como consecuencia de esta adquisición, HERO se convierte en líder del mercado español de zumos y néctares. HERO ESPAÑA, S. A., aumentará esta posición líder a corto plazo y en este sentido está previsto ampliar las instalaciones de Conservas Valverde.</p> <p>El holding HERO comunica asimismo que Hero France, S. A. R. L., ha aumentado entretanto su participación en la empresa LES VERGERS D'ALSACE (Sarre-Union) a un 95,1 por 100 y en relación con esta transacción, el capital social de Hero France, S. A. R. L., ha sido aumentado a 20 millones de francos. LES VERGERS D'ALSACE es líder del mercado francés de zumos y néctares.</p> <p><b>P. R.</b></p>

Estamos en este caso ante una información fechada el viernes 28 de diciembre de 1990 y publicada en la sección de *Deportes* del diario *ABC* cuyo titular avanza que el jugador de baloncesto "Jiménez, operado en Boston, será baja por nueve meses". Además, en la entrada asegura que el deportista "será intervenido quirúrgicamente por el doctor Zarin". Se trata, por lo tanto, de dos vaticinios de diferente naturaleza. Y no solo porque uno se haga en el titular y otro en la entrada, sino también porque se refieren a hechos diferentes. Por un lado, la predicción de que el jugador permanecerá nueve meses de baja se basa en el criterio del doctor Zarin, que presumiblemente ha sido escuchado por el periodista en algún momento. Estamos por lo tanto, ante un vaticinio de titular, basado en fuentes oficiales que deberá cumplirse en el largo plazo.

En el caso de la entrada, por otro lado, el periodista avanza que el doctor Zarin operará al baloncestista. Estamos ante fuentes que se presumen oficiales, aunque solo por el contexto, ya que en ningún momento queda

explícitamente claro, motivo por el cual hemos optado por calificar de fuentes anónimas las utilizadas por el periodista para hacer esta otra predicción, que se hace a corto plazo, ya que el jugador será intervenido en un plazo inferior a una semana.

LOS CLUBES DE PRIMERA CREARÁN SU PROPIA COMPETICIÓN

## El divorcio amenaza el fútbol español

La LFP vivirá en junio un cisma después de que los «grandes» acordaran ayer separar esta categoría del resto — La ruptura permitirá aumentar los ingresos por los derechos audiovisuales para poder competir en igualdad con otras ligas europeas

J. A. M.

MADRID. El matrimonio entre la Primera y la Segunda división del fútbol español tiene sus días contados después de que quince de los veinte clubes que militan en la máxima categoría suscribieran su deseo de crear una competición al margen de los equipos de la Liga de plata. Este divorcio comenzará a gestarse el próximo junio, cuando finalicen las competiciones oficiales, y para el día 21 se ha convocado la primera reunión en el seno de la Liga de Fútbol Profesional (LFP).

En el transcurso de esta ruptura se encuentra el reparto de los ingresos por los derechos audiovisuales de los clubes. Así, horas antes de que se celebrara ayer la Asamblea General Extraordinaria de la LFP, se acordó para abarcar

anunciaba en Madrid su deseo de desligar la máxima categoría del resto. La iniciativa partió de Real Madrid, Barcelona, Racing, Atlético de Madrid, Villarreal, Athletic de Bilbao, Español, Getafe, Deportivo y Valencia, clubes que abanderan el rechazo a la venta centralizada que demanda la Segunda.

**Competición más atractiva**

Los «grandes» argumentan que la separación provocará una competición más atractiva y permitirá a los equipos competir en igualdad de condiciones con las ligas europeas donde ya se ha adoptado esta medida, como Inglaterra o Italia. Además, afirman que la nueva organización supondrá una competición más atractiva que la actual, en la que se establecieron límites



Esta noticia titulada “El divorcio amenaza el fútbol español” se publicó el martes 11 de mayo de 2010 abriendo la sección de *Deportes* del diario *ABC*. Cuenta con dos vaticinios en los dos subtítulos que prevé el diseño del periódico de ese momento, muy diferentes al de los años anteriores estudiados. “La LFP vivirá en junio un cisma después de que los grandes acordaran ayer separar esta categoría del resto” es el primer subtítulo predictivo. En este caso, se trata de un vaticinio basado en fuentes oficiales, que se concretan en los acuerdos alcanzados en la reunión de los equipos de la Primera División, y que apela al medio-largo plazo, ya que se refiere expresamente a que la ruptura se producirá en junio, es decir, al mes siguiente.

Por otro lado, el subtítulo “La ruptura permitirá aumentar los ingresos por los derechos audiovisuales para poder competir en igualdad con otras ligas europeas” es una profecía que se basa también en fuentes oficiales, ya que el periodista hace suyos los argumentos esgrimidos por los clubes de Primera División para tomar la decisión de desligarse de la Segunda División. En este caso, sin embargo, el plazo de cumplimiento del vaticinio es mayor, ya que no será hasta más allá de un mes cuando se supone que empezará a cumplirse la predicción de que los derechos audiovisuales permitirán competir con otras ligas.

### **3.4. Investigación cualitativa: diseño de entrevistas**

El análisis de contenido cuantitativo realizado sobre los 6.048 textos informativos con referencias al futuro publicados por el diario *ABC* en los tres años (1990, 2000 y 2010) seleccionados en las dos décadas que abarca este estudio, entre 1990 y 2010 fue complementado con una investigación cualitativa para conocer el punto de vista de los periodistas sobre esta cuestión. Los resultados de aquel análisis de contenido nos permitían no solo determinar el alcance del fenómeno (el volumen de estas *noticias del futuro* en el temario informativo), sino también caracterizarlo con cierto detalle, trazas su evaluación a lo largo del tiempo y, de este modo, estar en disposición de advertir las tendencias en las que se ha movido el uso del futuro en la información periodística.

No obstante, los resultados que podríamos obtener con el empleo de esta técnica del análisis de contenido no irán más allá de una descripción, todo lo detallada que se quiera, ciertamente, del objeto de estudio (relevancia del uso del futuro, diferencias de aplicación según ámbitos temáticos, lapsos, distribución temporal y sujetos responsables de las predicciones, vaticinios o anticipaciones), sin ofrecer la posibilidad de contextualizar significativamente el fenómeno. Esa contextualización significativa implicaba, necesariamente, acceder al punto de vista de los sujetos agentes del fenómeno; esto es, los propios periodistas, sin cuya intervención y decisiones no existiría eso que denominamos *uso periodístico del futuro*.

Como ya hemos señalado, el recurso al futuro en la información periodística no puede ser tenido por algo anecdótico o circunstancial, toda vez que, por ejemplo, las noticias que contienen este tipo de apelación suponen el 13% de las publicadas en tres secciones del diario *ABC* en los tres años muestrales incluidos en esta investigación. La relevancia del fenómeno obliga a descartar que tenga un carácter casual y a tenerlo, por el contrario, como una opción dotada de intencionalidad y, por tanto, de un determinado *sentido* para quienes deciden informar sobre acontecimientos todavía no sucedidos. Y ese *sentido* que tenga para los periodistas el uso del futuro como recurso informativo el que, en fin, nos permitirá ir más allá de la *descripción* que nos depara el análisis de contenido de los textos periodísticos para ir siquiera esbozando alguna *explicación* que nos procure un entendimiento más cabal del fenómeno. La propia experiencia de los periodistas que, contra las convenciones más arraigadas del periodismo, *informan de hechos no sucedidos* es fundamental para desvelar los factores que explican este uso periodístico del futuro. Factores que pueden remitir al cambiante ecosistema mediático en el que se ve obligada a operar la prensa escrita; o a las estrategias internas de una determinada empresa informativa; o a las culturas periodísticas diferenciadas en la redacción de un diario; o, en fin, a actitudes y motivaciones específicas de los redactores y los responsables de las secciones.

Sin contar, obviamente, con un elenco previamente establecido de *factores explicativos* sobre los que indagar, ya que se trataba de acceder lo menos mediatamente posible a las experiencias, las vivencias y, en general, el punto de vista de los periodistas sobre esta cuestión, se diseñó una investigación mediante entrevistas en profundidad en la que se obtuvieron datos de 10 periodistas vinculados a la redacción del diario *ABC* en el periodo que cubre este trabajo, entre 1990 y 2010. La primera decisión fue justamente esta: la de circunscribir la población objeto de estudio a periodistas del diario *ABC*, cuyas *noticias del futuro* habían sido sometidas a un análisis de contenido en este trabajo. De este modo, podíamos aprovechar la oportunidad de interrogar, incluso, a los/as propios/as autores/as de las noticias analizadas, e indagar, ya con detalle y precisión, en las razones que les llevaron a decidir informar sobre hechos no acaecidos. Ciertamente, no siempre se tiene opción, en la investigación social, de *pedir*

*explicaciones* directamente a los responsables de los fenómenos estudiados, y esta era una de esas raras ocasiones propicias para hacerlo.

Tomada esa decisión relativa al universo de esta investigación cualitativa, se llevó a cabo un diseño de entrevistas (esto es, la selección de entrevistados; cfr. Valles, 1997: 210-215) orientado a lograr una heterogeneidad adecuada en la muestra final con tal de que estuvieran representados en la misma sujetos de perfiles diferenciados y poder acceder, así, a la máxima diversidad posibles de experiencias, vivencias y puntos de vista en relación con el objeto de estudios. El diseño final de entrevistas, teniendo en cuenta el lapso temporal abarcado por esta investigación, resultó de la combinación de tres criterios tipológicos para la determinación del perfil específico de los entrevistados:

(a) **Grado de responsabilidad** en la redacción del diario, distinguiendo en este criterio según las categorías de *director, periodista con responsabilidad en la redacción* (redactor/a jefe o jefe/a de sección) y *redactor/a*. En este criterio hemos primado la inclusión de los perfiles directivos del diario (directores, redactores/as jefe o jefes/as de sección) antes que los correspondientes a redactores, por entender que son aquellos los encargados de velar por la aplicación de la orientación editorial del periódico, incluyendo, desde luego, lo relativo a la publicación o no de textos informativos en los que alude a hecho no sucedidos. La muestra final contiene, en consecuencia, 7 entrevistados con perfil directivo (el 70%), y 3 con perfil no directivo (el 30%).

(b) **Periodo/época**. Mediante este criterio se pretendió obtener una representación adecuada de los diferentes momentos socio-históricos abarcados por el lapso temporal de dos décadas largas (1990-2010, 21 años) abarcado en esta investigación, y que fue manejado según dos categorías: *antes de 2000* (periodo 1990-1999) y *a partir de 2000* (periodo 2000-2010), entendiendo que es con el cambio de siglo (cambio *simbólico*, el 1 de enero de 2000, ya que el *cronológico* no sería hasta el 1º de enero siguiente) cuando el impulso de la revolución digital comienza a alterar significativamente el ecosistema informativo. En el manejo final de este criterio se ha primado, no obstante, el periodo más cercano al momento actual (a partir de 2000), que resulta

probablemente de mayor interés al exacerbarse entonces el impacto de aquella revolución digital. La muestra final contiene, en consecuencia, 6 entrevistados ubicados en el periodo 2000-2010 (el 60%) y 4 en el periodo 1990-1999 (el 40%).

(c) **Sección redaccional.** Este criterio pretende ser indicativo de las distintas culturas periodísticas que conviven en una misma redacción, y opera, obviamente, solo sobre dos de las tres categorías generadas en relación con el criterio de *grado de responsabilidad*, las correspondientes a *jefatura de redacción/sección* y *redactor*, y no sobre la de *director*. Aquí se ha pretendido, en la medida de los recursos y disponibilidades prácticas para esta investigación, disponer de una representación adecuada de aquellas secciones redaccionales incluidas en el análisis de contenido cuantitativo (*Política, Internacional y Deportes*). Finalmente, 5 de las 7 entrevistas con periodistas adscritos a secciones (es decir, en torno al 70%) responden a las establecidas, y dos fueron realizadas a sendos periodistas de la sección de *Sociedad* en distintas épocas (antes o después de 2000).

El trabajo a partir de estos criterios pueden representarse en el siguiente *cuadro tipológico* que recoge el diseño de entrevistas con el que se ha trabajado en la investigación cualitativa que completa este trabajo:

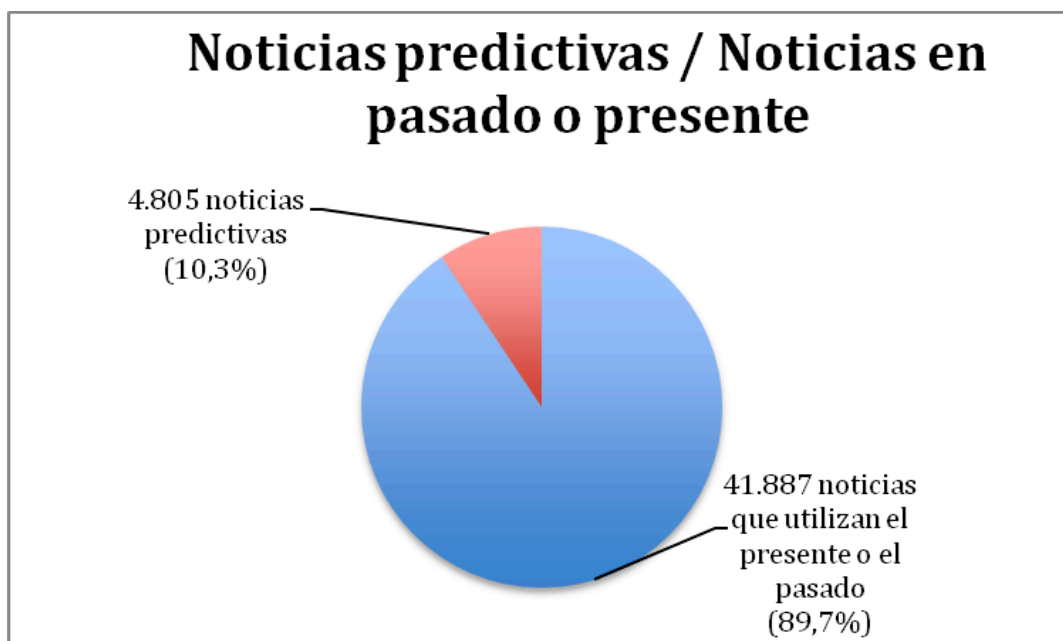
RESPONSABILIDAD	PERIODO	SECCIÓN	Entrevistados
Director	≤ 1999		Luis María Anson
	≥ 2000		José Antonio Zarzalejos
Jefatura de redacción/sección	≤ 1999	<i>Sociedad</i>	María Isabel Serrano
	≥ 2000	<i>Sociedad</i>	Pablo Muñoz
		<i>Internacional</i>	Alberto Sotillo
		<i>Deportes</i>	David Álvarez
Redactor	≤ 1999	<i>Política</i>	Javier Pagola
	≥ 2000	<i>Política/Local</i>	Carlos Hidalgo
		<i>Deportes</i>	Miguel Oliver

Todas las entrevistas se realizaron en la redacción del diario *ABC*, en los propios despachos de los periodistas, por lo que se contó con unas condiciones óptimas para el desarrollo de la misma. Las conversaciones, de alrededor de 70 minutos cada una (lo que suma casi 12 horas), fueron grabadas en audio con la autorización expresa de los entrevistados, a quienes se informó del propósito investigador de las mismas. Las entrevistas fueron transcritas para su posterior análisis, para el que no se ha utilizado herramienta informática alguna para el tratamiento de los datos cualitativos.

## 4. El uso informativo del futuro en ABC (1990-2010): resultados del análisis de contenido cuantitativo

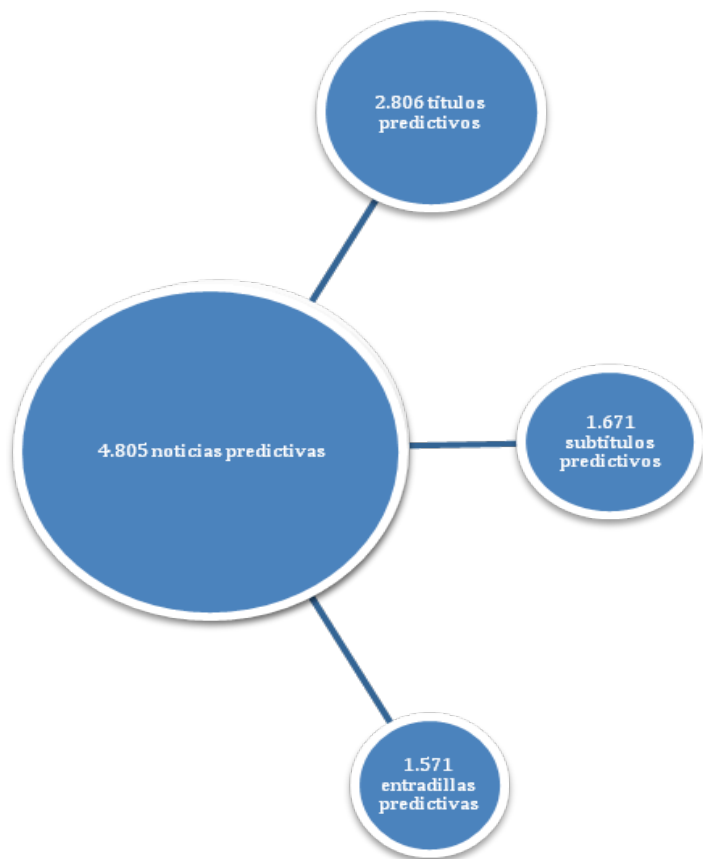
### 4.1. El futuro en la agenda informativa

Para elaborar este trabajo, hemos revisado 46.692 noticias, en las cuales hemos detectado 4.805 noticias que utilizan el futuro en alguno de los elementos estructurales considerados (ya sea en el titular, en el subtítulo, en la entradilla, en dos de los elementos o en los tres). Es decir, que el 10,3% de las noticias elaboradas por ABC en el periodo analizado y en las secciones estudiadas incluyen al menos una predicción.



De estas 4.805 noticias con una o más predicciones en sus distintos elementos, 1.416 corresponden a la sección de Deportes, 1.362 a la de Internacional y 2.027 a Política, que se sitúa como el área más predictiva.

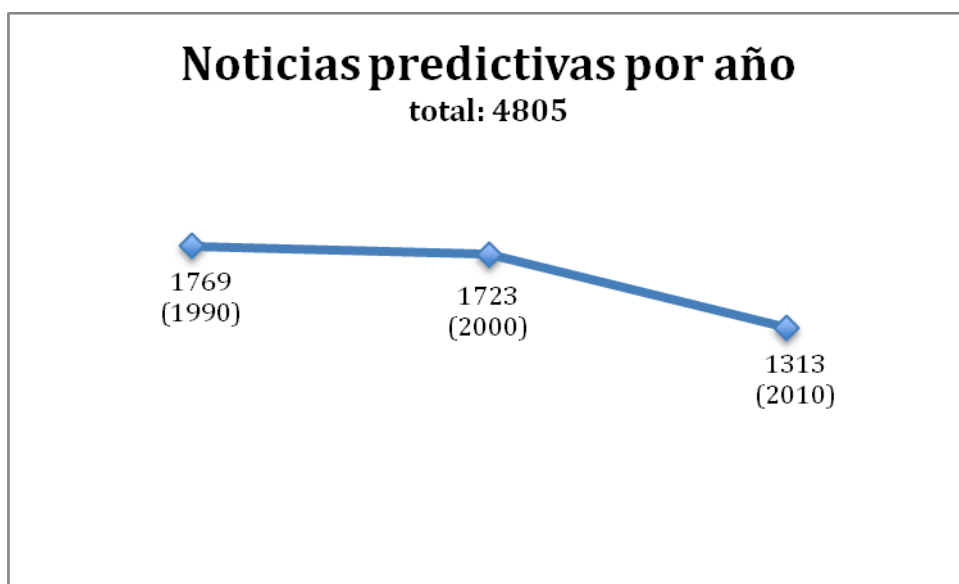
Por otro lado, las 4.805 noticias predictivas generaron un corpus de 6.048 apelaciones distintas al futuro, ya que cada noticia puede contener una, dos o tres apelaciones, ya sea en el título, en el subtítulo o en la entradilla, que son los tres elementos analizados. Existe, por lo tanto, una media de 1,25 apelaciones al futuro por cada noticia predictiva (esto es, referencias a hechos aún no sucedidos en titulares, en subtítulos o en entradillas).



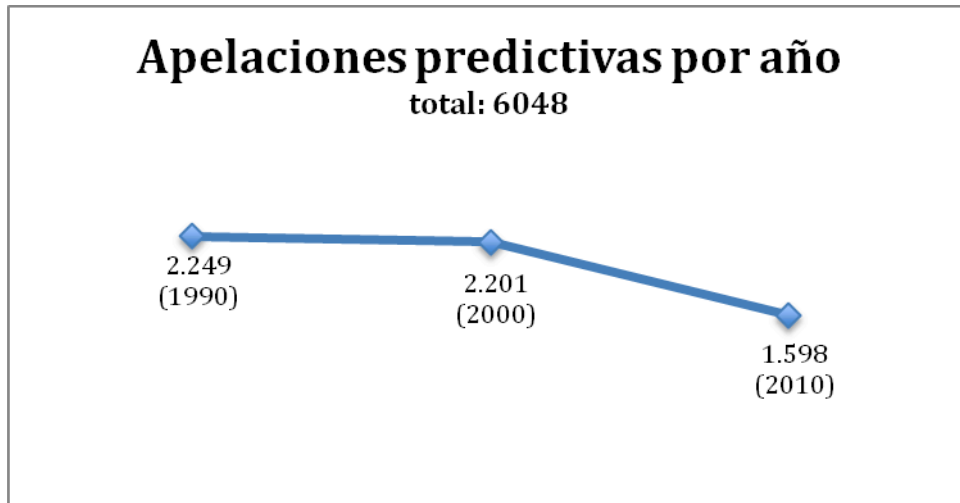
2.806 títulos predictivos + 1.671 subtítulos predictivos + 1.571 entradillas predictivas = 6.048 apelaciones

#### 4.1.1. Presencia y evolución en el periodo 1990-2010

Lejos de lo que pudiera pensarse en un primer momento, el número de noticias predictivas a lo largo del periodo estudiado desciende gradualmente, sobre todo en 2010. En 1990 y 2000 se puede considerar que la cantidad de noticias predictivas se mantiene estable, puesto que apenas desciende en 46 informaciones. Sin embargo, podemos decir que experimenta una notable reducción en 2010, cuando se registran nada menos que 410 informaciones de futuro menos que en el año 2000.



En cuanto al número de apelaciones (suma de referencias al futuro en títulos, subtítulos y entradillas) se puede extraer una conclusión similar. El año que más apelaciones registró fue 1990, con 2.249 vaticinios, seguido de 2000, con 2.201, y de 2010, con 1.598. Se observa por lo tanto una tendencia decreciente en cuanto a noticias que utilizan el futuro a lo largo de los tres momentos analizados, tal y como refleja el siguiente gráfico, que se acrecienta especialmente en el último ejercicio analizado.

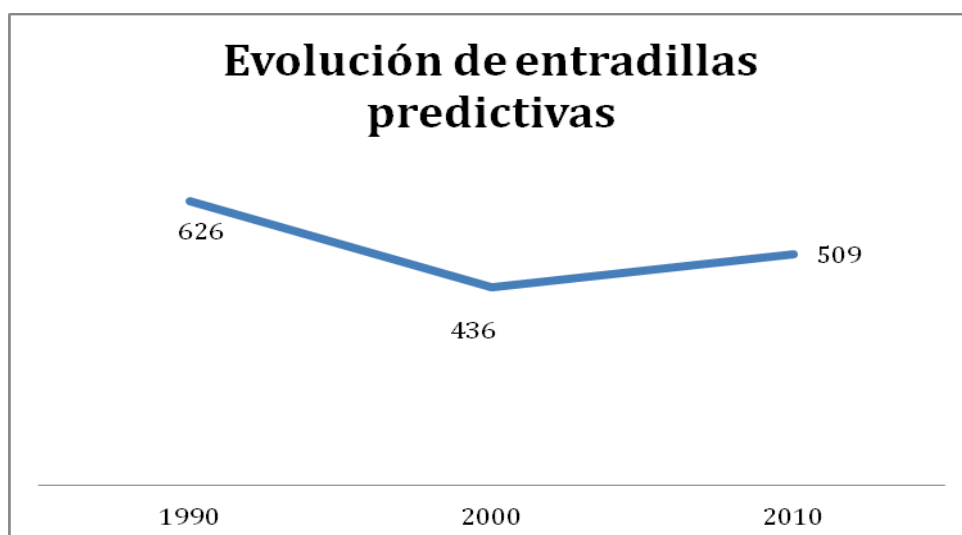
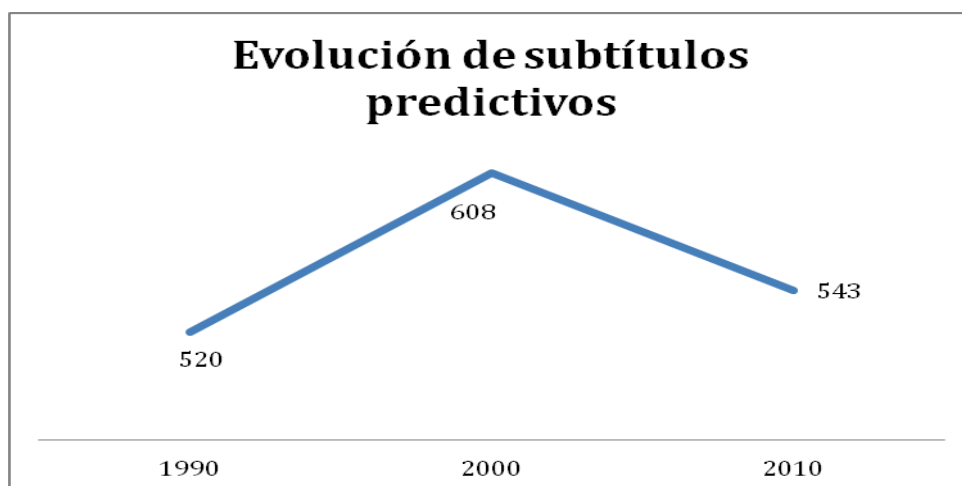
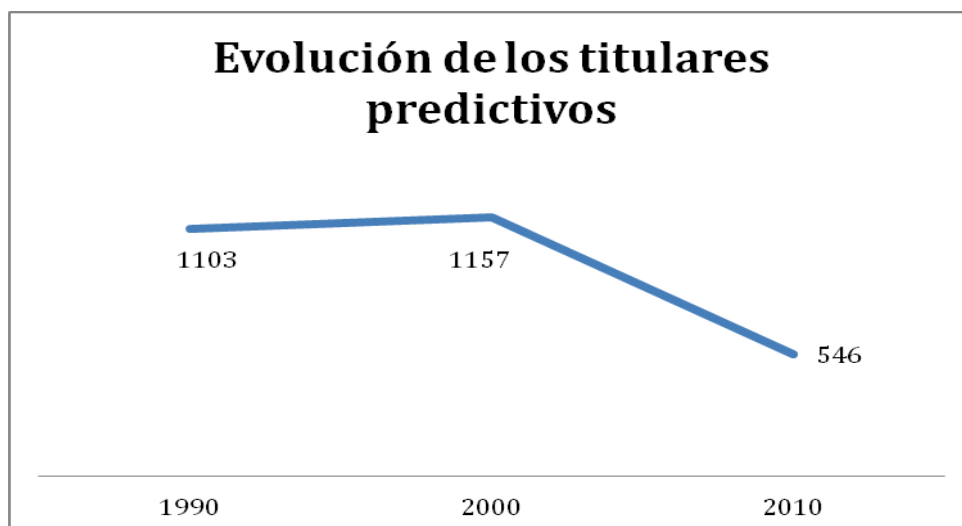


#### 4.2. La relevancia estructural del uso del futuro

En global, en el conjunto de los tres años estudiados y en las tres secciones abordadas, los títulos que utilizan el futuro ganan la partida a los subtítulos y a las entradillas. Se han detectado 2.806 títulos que aventuran lo que aún no ha pasado, por 1.671 subtítulos y 1.571 entradillas. Es decir, de las 4.805 noticias que contenían apelaciones al futuro, casi el 60% tenían un titular anticipativo, en torno al 35% un subtítulo que adelantaba el futuro y alrededor del 33,4% una entradilla que aventuraba lo que iba a suceder. La relevancia estructural que alcanza el uso del futuro (en el 60% de los casos analizados aparece en el lugar más relevante, el titular) parece indudable.

Si atendemos al peso de los titulares, subtítulos y entradillas predictivos sobre el total de las noticias publicadas por *ABC* en el periodo considerado (46.692 noticias), obtenemos que el 6% tenían un titular anticipativo, el 3,6% un subtítulo de estas características, y el 3,4% de las entradillas. Estos y los datos anteriores no concuerdan con la apreciación de de FRANCESCUTTI (2009) de que “los acontecimientos venideros, pese a su creciente presencia en los titulares de las páginas interiores, todavía no han obtenido legitimación suficiente para acceder a las portadas”, ya que el porcentaje de predicciones en primera página de *ABC* entre 2000 y 2008 es del 9,7% (RUIZ BALLESTEROS, 2009), superior incluso al registrado en el interior del mismo diario (en torno al 6% de media en los años 1990, 2000 y 2010, según concluye el presente trabajo).

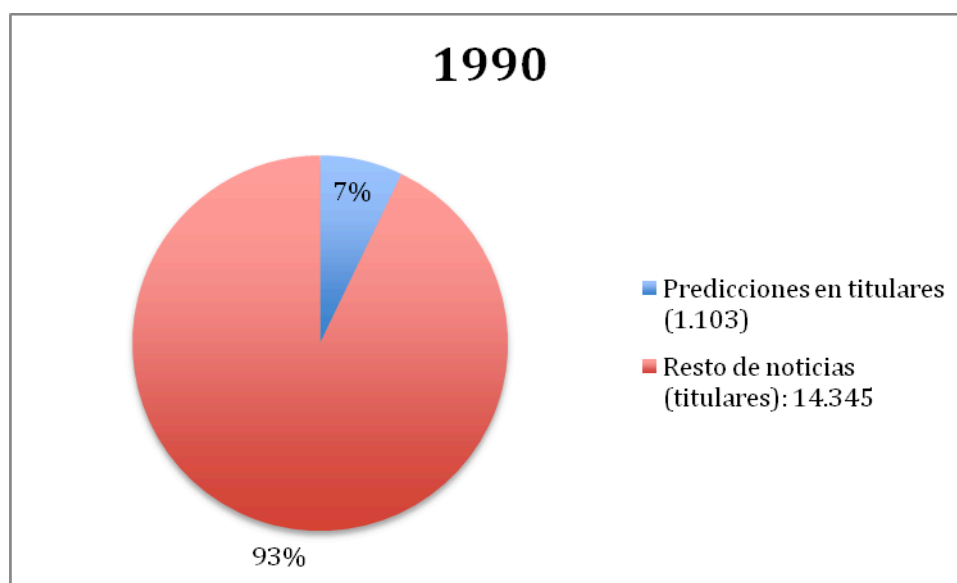
A lo largo de los tres años examinados no se observa ninguna tendencia en cuando a incremento o disminución de vaticinios ni en titulares ni en subtítulos ni en entradillas, como se muestra en los siguientes gráficos.



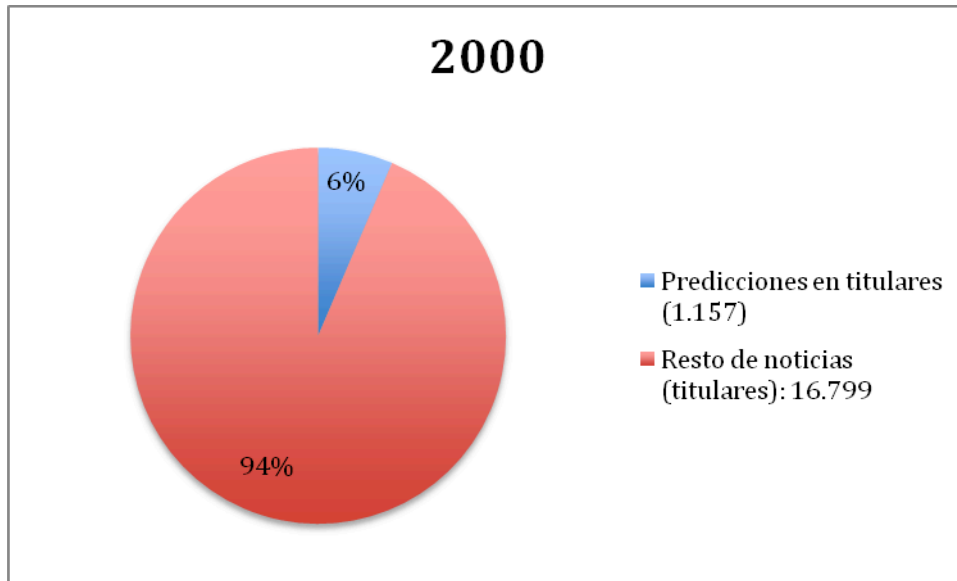
No tenemos elementos para explicar el brusco descenso que se observa en los titulares predictivos durante el año 2010, ya que, aunque ese año se produjo en paralelo un descenso del número de noticias registradas en la sección de *Política*, también es cierto que esa disminución se produjo en comparación con el año 2000, pero no respecto a 1990, cuando hubo aún menos informaciones en la sección. Tampoco encontramos eventos destacables en ese año o en los otros dos que hagan de 2010 un ejercicio diferente a efectos de acontecimientos que puedan conllevar un descenso en los vaticinios.

#### 4.2.1. El futuro en titulares

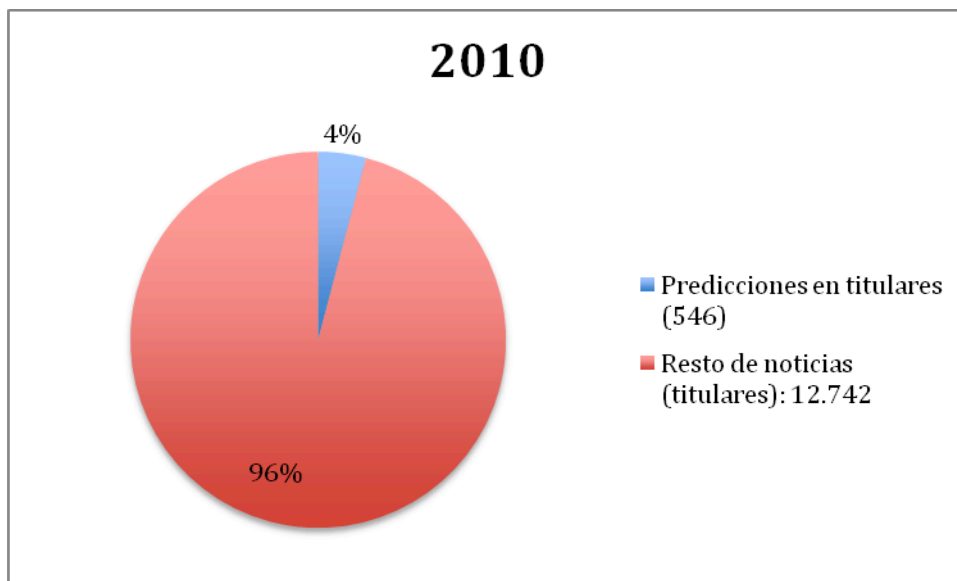
En las secciones de *Política*, *Internacional* y *Deportes* del periódico *ABC* entre el 1 de enero de 1990 y el 31 de diciembre de 1990, hemos revisado 15.448 noticias. De ellas, 1.103 tenían un titular que aventuraba el futuro. Es decir, que el 7,1% de las noticias publicadas por *ABC* en el año 1990 en las citadas secciones corresponde a informaciones que utilizan el futuro.



En las mismas secciones de *ABC* entre el 1 de enero de 2000 y el 31 de diciembre de 2000, hemos revisado 17.956 noticias. De ellas, 1.157 tenían un titular que aventuraba el futuro. Es decir, que el 6,4% de las noticias publicadas por *ABC* en el año 2000 en las citadas secciones corresponden a informaciones que usan el futuro.

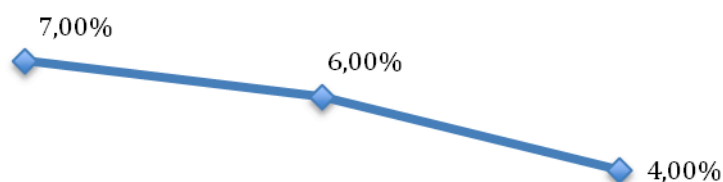


En las mismas secciones del mismo periódico entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010, hemos revisado 13.288 noticias. De ellas, 546 tenían un titular que aventuraba el futuro. Es decir, que el 4,1% de las noticias publicadas por *ABC* en el año 2010 en las citadas secciones corresponden a predicciones.



Es decir, podemos observar una evolución decreciente en cuanto al número de titulares que utilizan el futuro en relación al número de noticias en los años 1990, 2000 y 2010:

### Proporción de predicciones en los titulares en 1990, 2000 y 2010



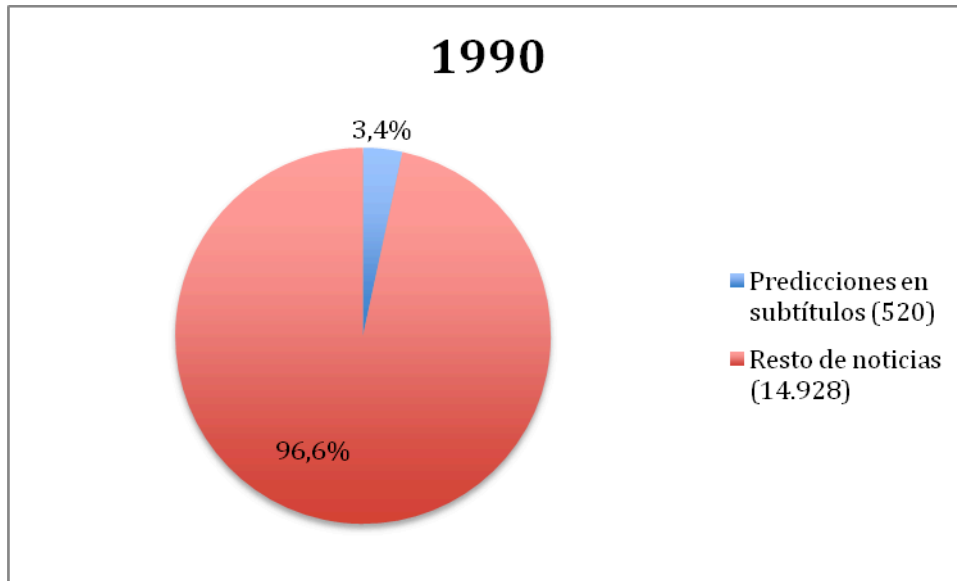
Este descenso en el uso del futuro (en proporción al número de noticias) tampoco concuerda con lo observado por FRANCESCUTTI (2009) para *ABC*, *La Vanguardia* y *El País* entre 1980 y 2005, que percibía un incremento del porcentaje de predicciones a lo largo del tiempo.

#### 4.2.2. El uso del futuro en subtítulos y entradillas

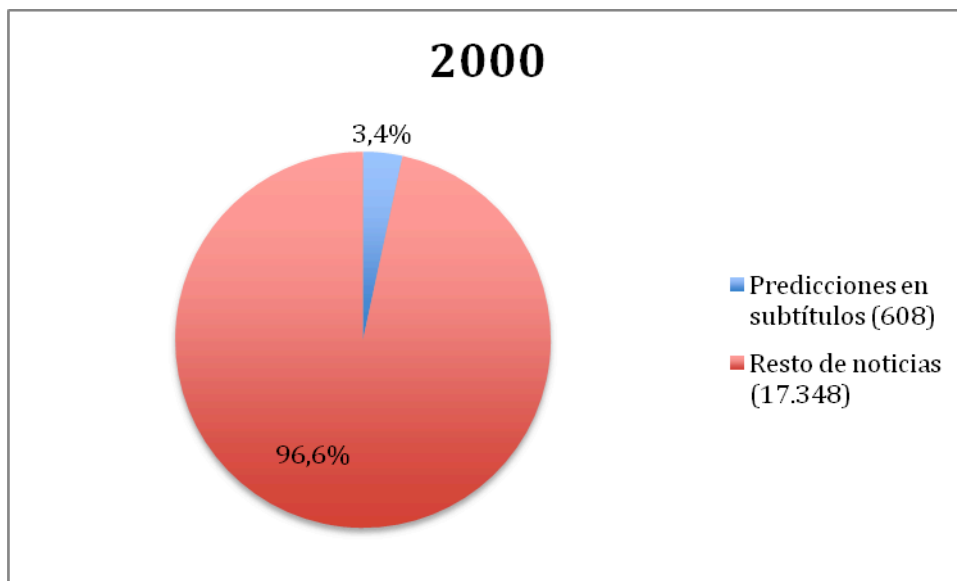
En cuanto a subtítulos, las conclusiones son distintas a las obtenidas tras el análisis de los titulares. De las 46.692 noticias estudiadas en *Política*, *Internacional* y *Deportes* de *ABC* en 1990, 2000 y 2010, 1.670 mostraban un subtítulo que utilizaba el futuro. Es decir, el 3,6%.

En este caso, además, sí se experimenta una ligera tendencia creciente, aunque es tan mínima que apenas merece la pena ser considerada y que resulta más razonable hablar de estabilización, como vemos a continuación. Hay que recordar además que no todas las informaciones que se publican en los diarios de papel tienen subtítulo y *ABC* no es una excepción en esto.

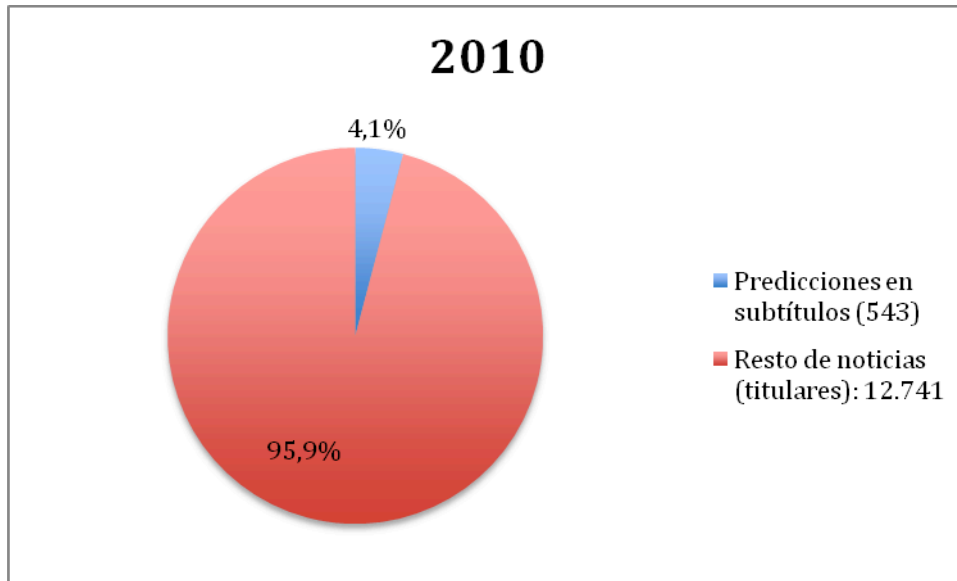
De las 15.448 noticias analizadas entre el 1 de enero de 1990 y el 31 de diciembre de 1990 en estas secciones, 520 tenían un subtítulo que aventuraba el futuro. Es decir, el 3,4%.



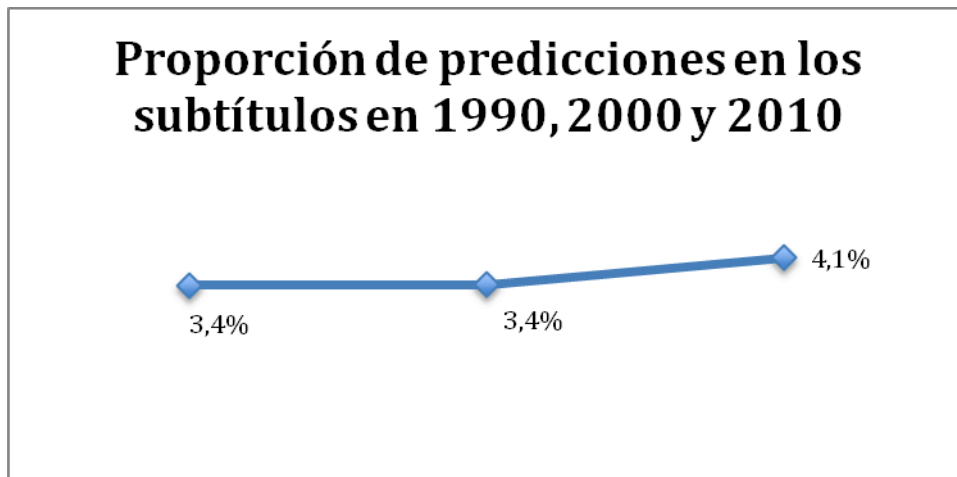
De las 17.956 noticias analizadas entre el 1 de enero de 2000 y el 31 de diciembre de 2000 en las mismas secciones de *ABC*, 608 tenían un subtítulo que aventuraba el futuro. Es decir, el 3,4%, idéntico porcentaje que diez años antes.



De las 13.288 noticias analizadas entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010 en las mismas secciones de *ABC*, 543 tenían un subtítulo que aventuraba el futuro. Es decir, el 4,1%.



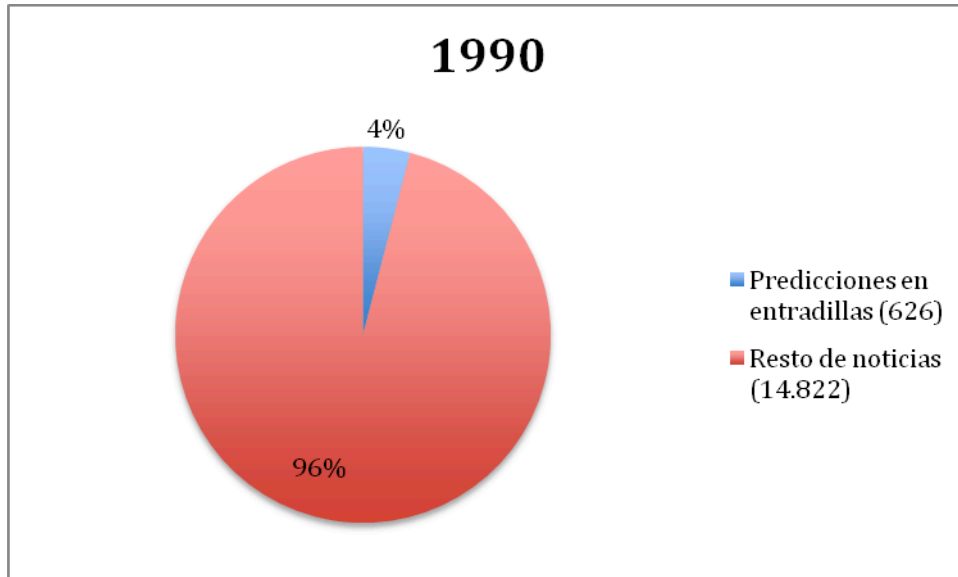
Las variaciones en la evolución son, por tanto, inapreciables, y por eso insistimos en que habría que hablar de estabilidad en cuanto a los subtítulos que utilizan el futuro en relación con el número de noticias de cada sección, al menos en los años y departamentos estudiados:



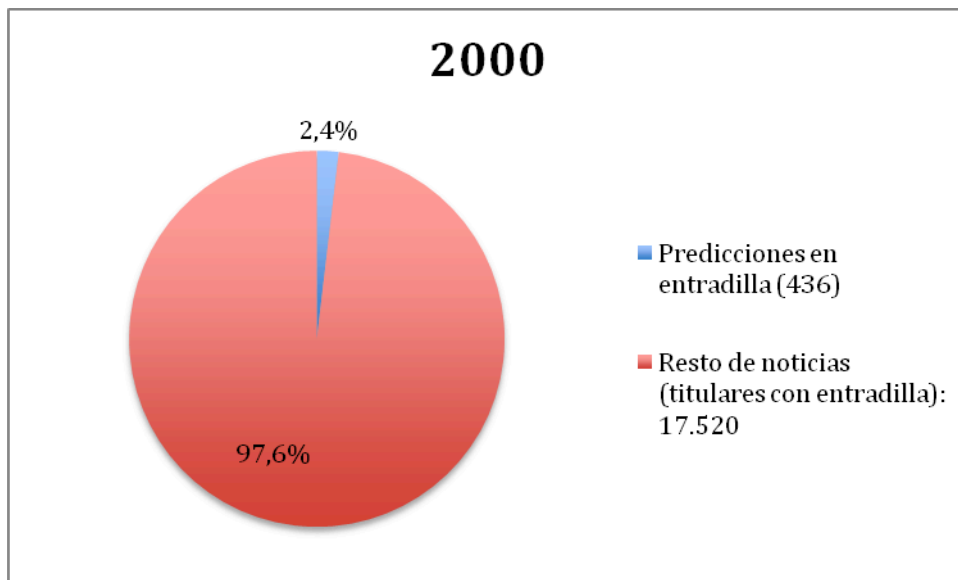
Respecto a las entradillas, de las 46.692 noticias observadas en los tres años abordados en las tres secciones indicadas, 1.571 tenían entradillas que predecían cosas que aún no había sucedido; es decir, un 3,4%.

Por su parte, aquí la tendencia no es ni creciente ni decreciente. Se puede hablar, eso sí, de un altibajo, ya que en 1990 se registró la mayor proporción de entradillas que utilizan el futuro, en el año 2000 la menor y en 2010 se volvió al mismo porcentaje prácticamente que 20 años antes.

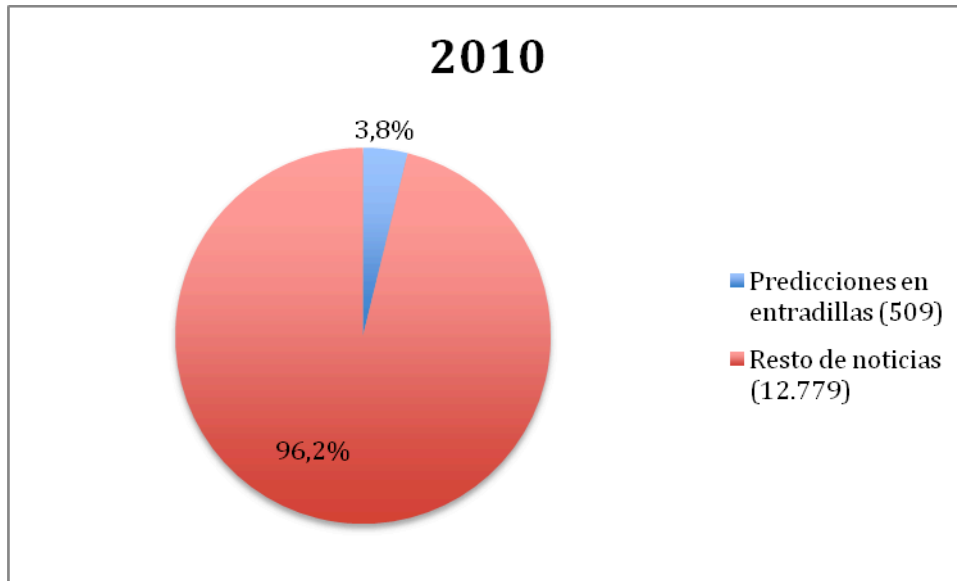
De las 15.448 noticias analizadas entre el 1 de enero de 1990 y el 31 de diciembre de 1990 en las secciones de *Política*, *Internacional* y *Deportes* del diario *ABC*, 626 tenían una entrada que aventuraba el futuro. Es decir, el 4%.



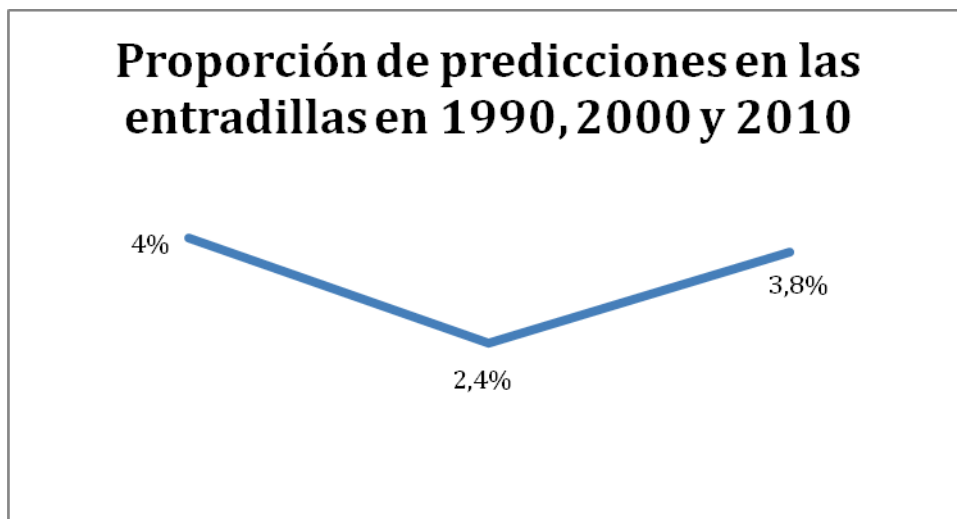
De las 17.956 noticias analizadas entre el 1 de enero de 2000 y el 31 de diciembre de 2000 en las mismas secciones de *ABC*, 436 tenían una entrada que aventuraba el futuro. Es decir, el 2,4%.



De las 13.288 noticias analizadas entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010 en las secciones indicadas de *ABC*, 509 contaban con una entrada que aventuraba el futuro. Es decir, el 3,8%.

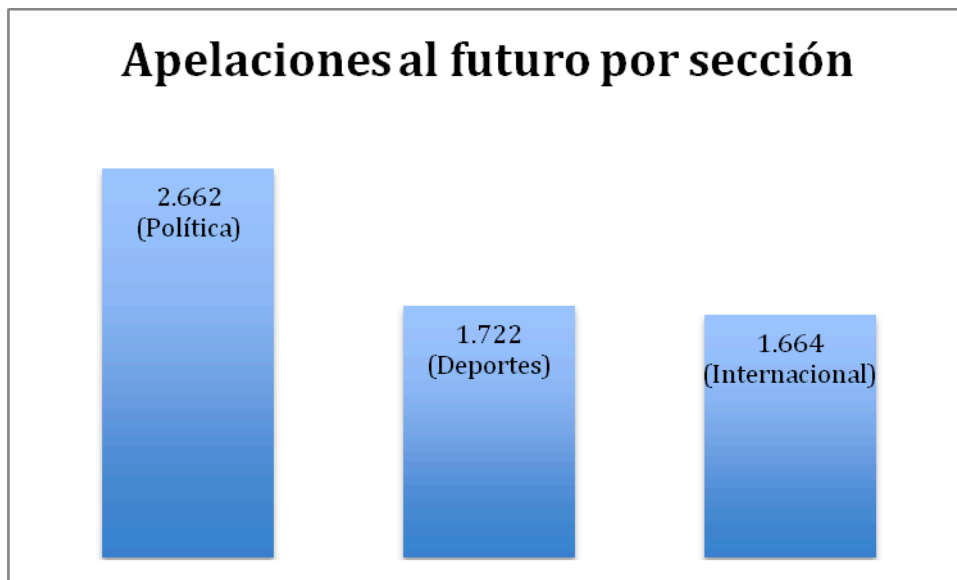


Este altibajo impide, por tanto, sacar ningún tipo de conclusión sobre posibles tendencias crecientes o decrecientes respecto a las entradillas que utilizan el futuro. En todo caso, sí se podría decir que los periodistas de las secciones analizadas realizaron menos predicciones en entradillas a lo largo del año 2000 que diez años antes y diez años después, ya que en 1990 y 2010 se registra prácticamente el mismo porcentaje.



#### 4.3. Temas del futuro: apelaciones en las secciones de *Política, Deportes e Internacional*

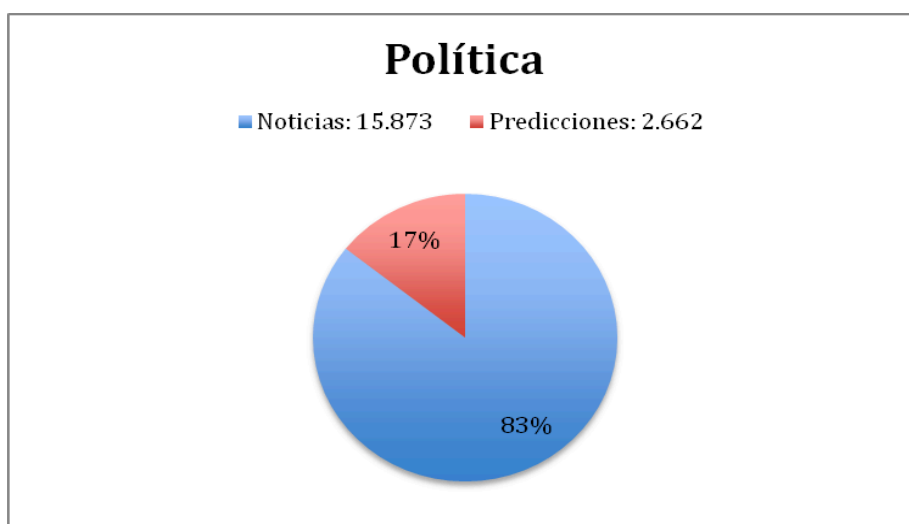
En este punto –y en los siguientes– vamos a seguir tomando como referencia las apelaciones (6.048), y no tanto las noticias predictivas (4.805), dado que todos los conceptos que analizaremos serán relacionados con el número de titulares, subtítulos y entradillas que hagan referencia al futuro. Resulta por lo tanto un elemento que arrojará conclusiones más detalladas. La sección que más utilización del futuro hace de las tres analizadas es la de *Política*, donde se llevan a cabo 2.662 vaticinios a lo largo de los tres años estudiados. La segunda sección que más predicciones registra es *Deportes*, con 1.722 informaciones que usan el futuro, seguida muy de cerca por la de *Internacional*, con 1.664.

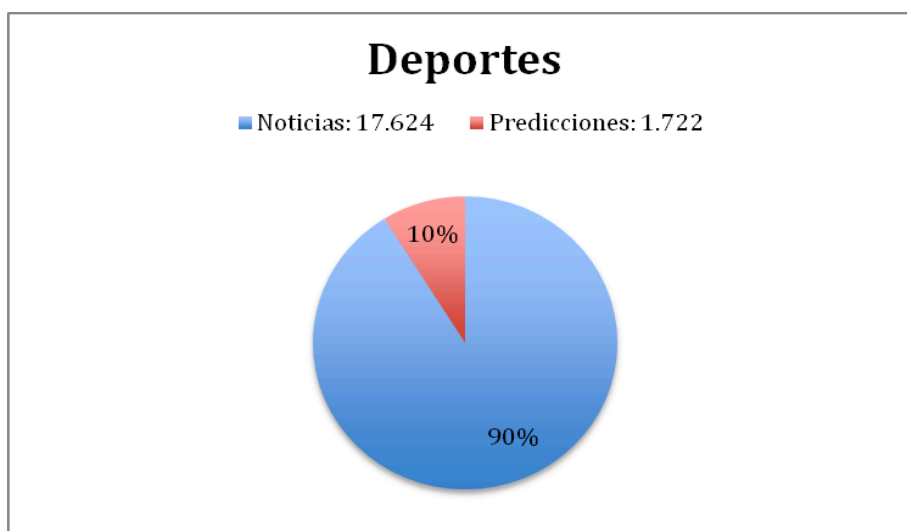


La primacía de la utilización del futuro en las noticias políticas sobre el resto tiene la misma relevancia o más si se tiene en cuenta en términos relativos, ya que no es precisamente esta sección la que cuenta con más noticias. Según los datos examinados, *Deportes* ha sido durante el conjunto de los tres años el área que ha recogido más piezas informativas (17.624), seguida de *Política* (15.873) e *Internacional* (13.195). Tan solo en 2010, *Política* publicó más noticias que *Deportes* (5.264 por 4.690). Asimismo, resulta pertinente destacar que *Política* ha sido la sección que más regularidad ha mostrado en el número de noticias a lo largo de los tres años abordados (4.983 en 1990, 5.626 en 2000 y 5.264 en 2010), sin apenas altibajos ni tendencias. Tanto *Internacional* (5.287, 4.574 y

3.334) como *Deportes* (5.167, 7.767 y 4.690) han experimentado cambios bruscos en cuanto al número de noticias publicadas en el periodo considerado. La primera, con esa tendencia bajista en cuanto al número de noticias publicadas y la segunda con ese pico observado en el año 2000, motivado por la celebración de los Juegos Olímpicos de Sidney, que lógicamente provocaron un incremento en las informaciones deportivas, ya que se trataba de un evento extraordinario y añadido a los acontecimientos habituales.

En términos relativos, por tanto, observamos que *Política* sigue encabezando la utilización del futuro en las informaciones de las tres secciones estudiadas, como muestran los siguientes gráficos.





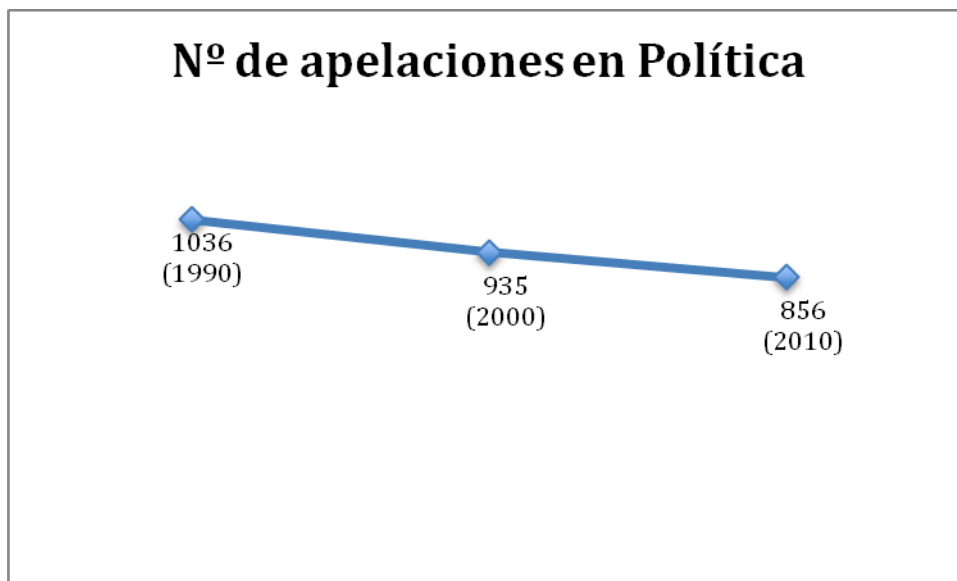
Sin tener datos objetivos que expliquen esta preeminencia de la sección de *Política* sobre el resto solo podemos conjeturar que se debe a que se trata del área más relevante del periódico, cuyas noticias más aparecen en portada y por lo tanto las que abordan temas más trascendentes. Este interés provoca, a nuestro juicio, que los periodistas estén sometidos a mayor presión a la hora de adelantar exclusivas y levantar informaciones, debido a la mayor competencia que existiría, lo que lleva en no pocas ocasiones a tratar de vaticinar el futuro con la finalidad de diferenciarse del resto de periódicos.

Esa supremacía de *Política*, sin embargo, no tiene fiel reflejo en la portada del diario, ya que en las páginas interiores se llevan a cabo casi el doble de predicciones que en la portada, al menos en términos relativos y si comparamos lo estudiado en este trabajo con las conclusiones del análisis previo de RUIZ BALLESTEROS (1990), que situaba en un 9,7% las noticias que utilizaban el futuro en las portadas de *ABC*. Este porcentaje supone casi la mitad que el registrado en el presente trabajo, que recordemos que se sitúa en el 17%. Esta presión que entendemos que se somete a los periodistas en las páginas interiores, por lo tanto, no se refleja, al menos a la hora de titular, en la portada, suponemos –una vez más a falta de datos objetivos– que debido a que los editores tratan de suavizar sus conclusiones en aras de una mayor credibilidad. Es el mismo argumento que utiliza FRANCESCUTTI para defender que en portada predominan “los titulares en pasado sobre los conjugados en futuro [...]”. A ojos de los editores, un hecho ocurrido todavía posee mayor entidad ontológica

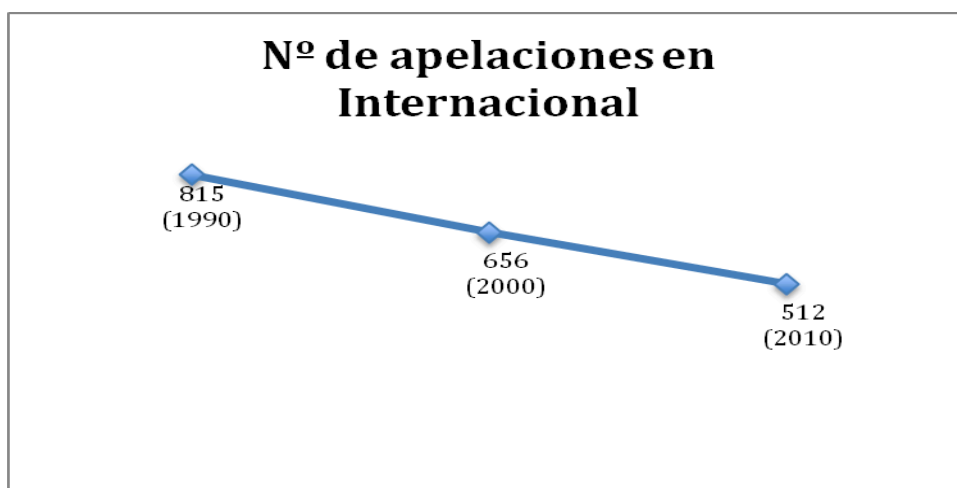
que otros de estatuto hipotético como los que aún no han sucedido” (FRANCESCUTTI, 2009).

#### 4.3.1. Evolución temporal

En relación con el tiempo, *Política* ha reflejado un mayor número de predicciones a lo largo de los tres años abordados, aunque en esta sección se observa una tendencia decreciente a lo largo de los ejercicios examinados.

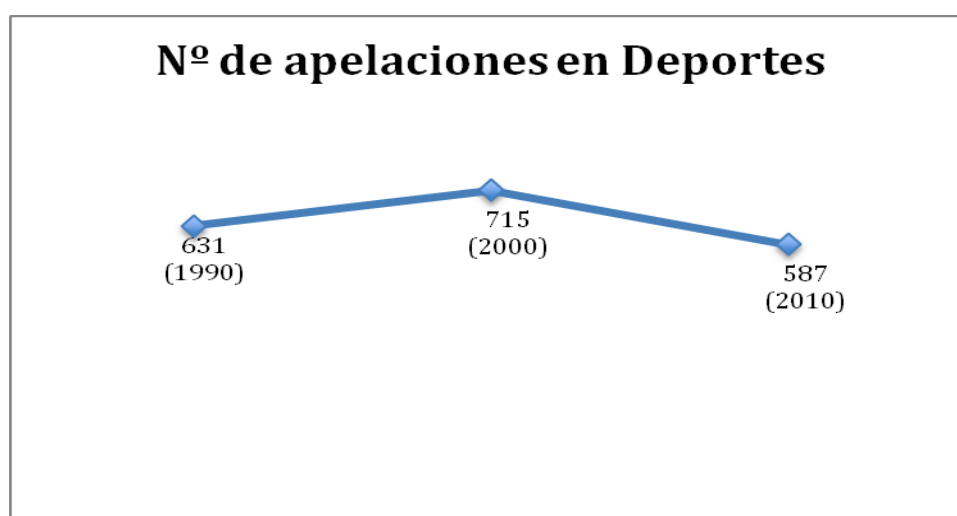


En la sección de *Internacional* se visualiza igualmente esa tendencia decreciente en el mismo periodo.



No se distingue, sin embargo, la misma tendencia decreciente en la sección de *Deportes*, que cuenta con su mayor pico en el año 2000, también coincidiendo

con el año de los Juegos Olímpicos de Sidney. Concluimos por lo tanto que ese año *Deportes* no solo registra un incremento en el número de noticias, sino también en el de vaticinios, fruto de ese mayor volumen de información derivado de la mencionada cita deportiva. Asimismo, y sin contar con datos cuantitativos (no era el objeto de este estudio), sí podríamos apuntar que el autor del presente trabajo ha notado un incremento de la utilización del futuro en los días previos a grandes acontecimientos (Juegos Olímpicos, Mundial de Fútbol, cumbres políticas, etc.), que podría ser corroborado científicamente por futuros análisis complementarios.

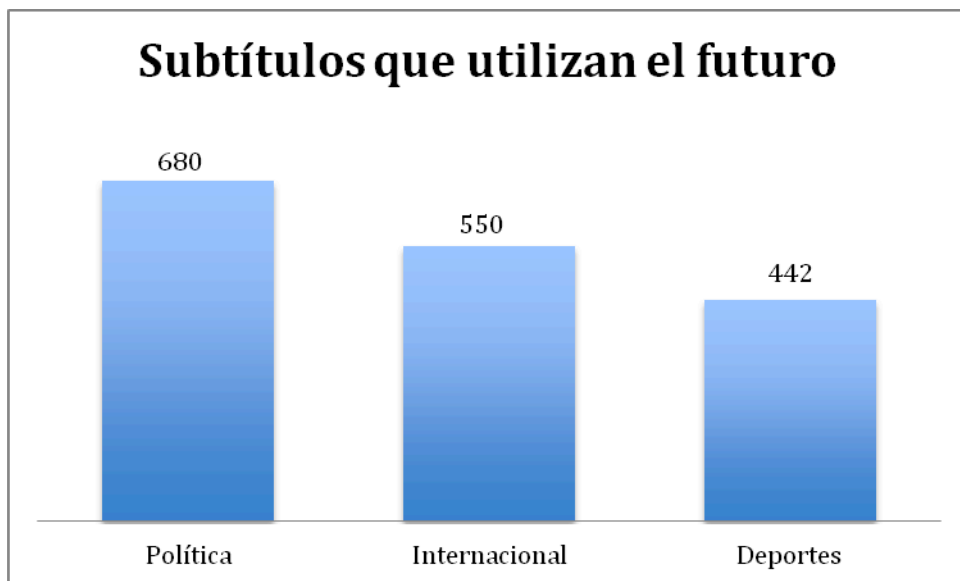
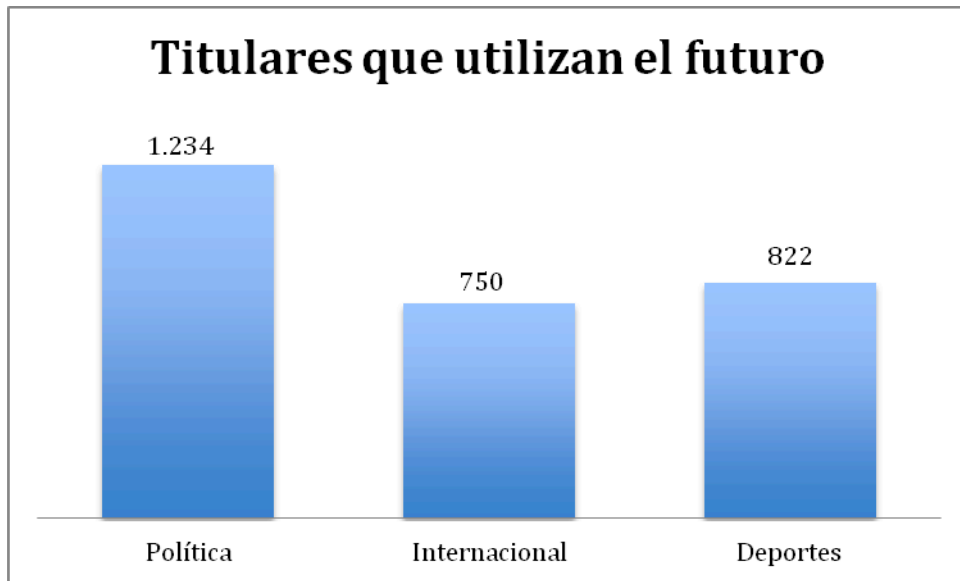


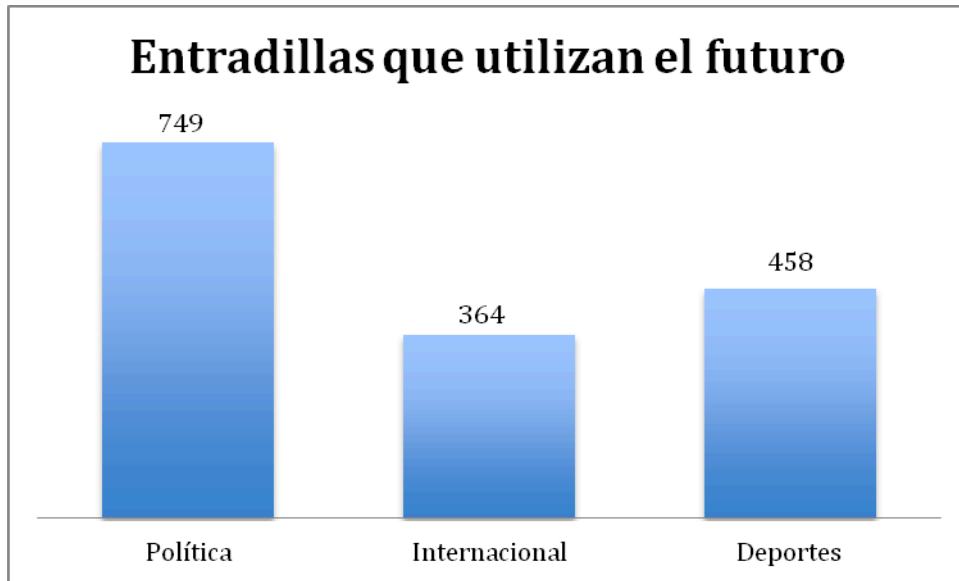
Tras *Política*, el segundo puesto en cuanto a número de predicciones lo ha ostentado en dos ocasiones *Deportes* y en una *Internacional*, a pesar de ser esta última la que más informaciones en futuro ha registrado en el global de los tres ejercicios. En los años 2000 y 2010, *Deportes* ha superado a *Internacional* en número de noticias que aventuran cosas que aún no ha pasado, pero esta última sección logró una mayor ventaja en 1990.

#### 4.3.2. Relevancia estructural en las diferentes secciones

En relación con la sección en la que se ubica cada elemento, podemos observar que *Política* es la que tiene más titulares (1.234), subtítulos (680) y entradillas (749) que utilizan el futuro. *Deportes*, por su parte, registra más titulares que anuncian acontecimientos (822) que *Internacional* (750). También cuenta con más entradillas predictivas *Deportes* (459) que *Internacional* (364). Sin embargo,

en cuanto a subtítulos es esta última sección, con 550 vaticinios, la que supera a *Deportes* (442).

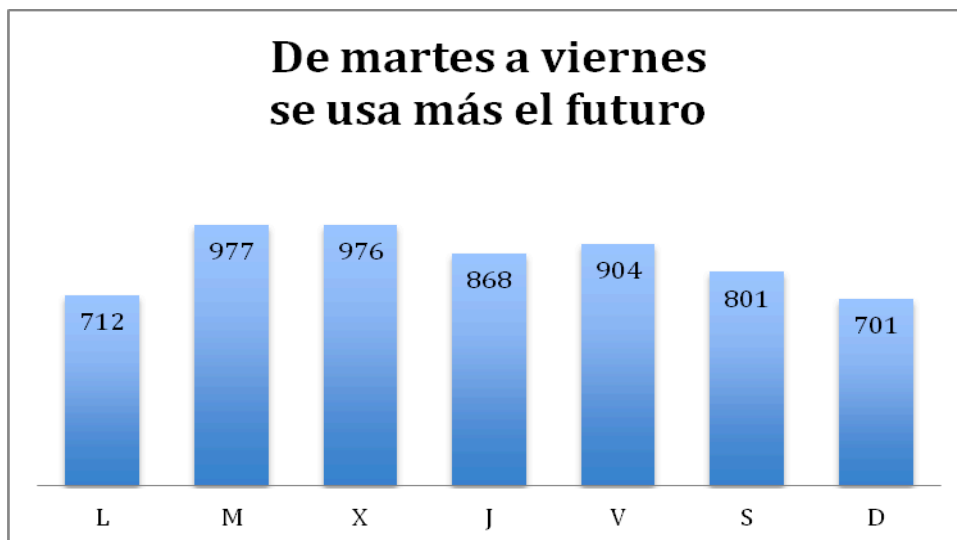




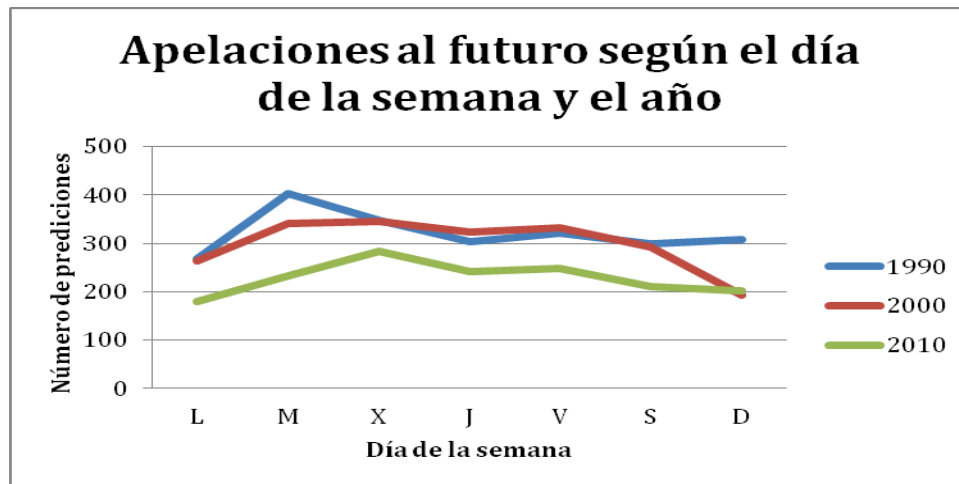
#### 4.4. Futuros a plazo: los lapsos temporales de las predicciones informativas

##### 4.4.1. El uso del futuro según el día de la semana, la temática y el momento del año

En general, según muestran los siguientes gráficos, entre el martes y el viernes se producen más predicciones que el fin de semana y el lunes. Entendemos que se debe a que durante estos días la actualidad está más viva, ya que se producen noticias.

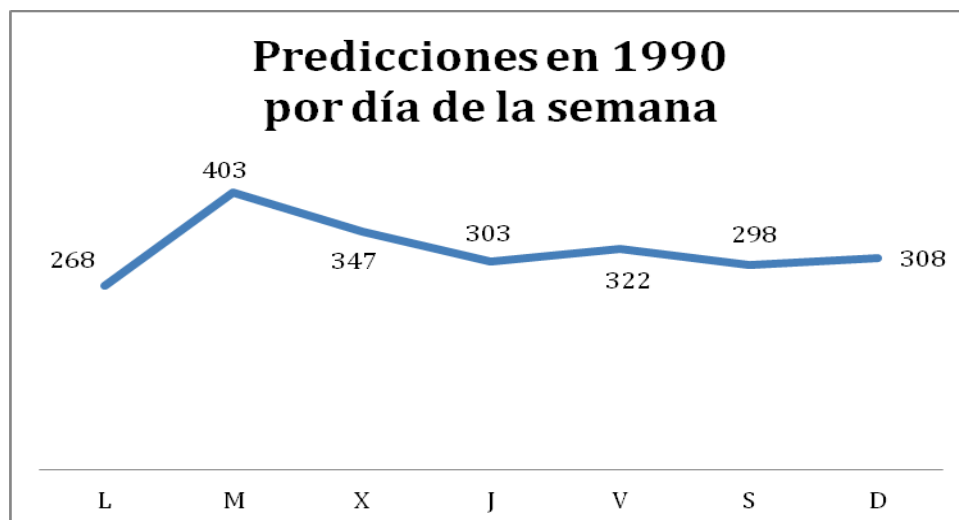


En 1990 y en 2000, los martes y los miércoles fueron los días en que más se utilizó el futuro. En 2010 fueron sobre todo los miércoles, ya que los martes disminuyeron ligeramente las predicciones.

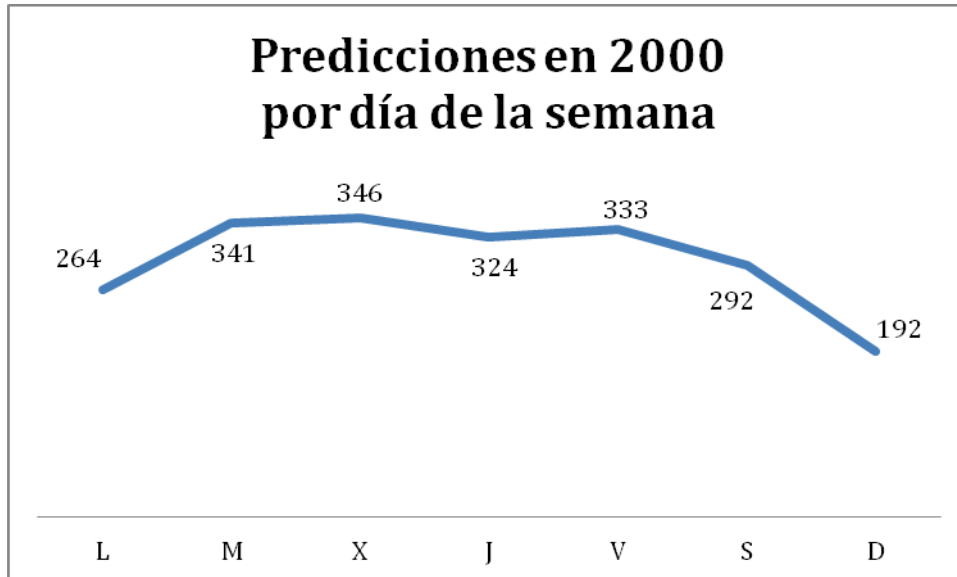


Con distintos matices, observamos que la curva es más o menos la misma durante el desarrollo de los tres ejercicios analizados. Quizá podríamos apuntar una ligera diferencia a lo largo de 1990, cuando el descenso de predicciones del fin de semana apenas si se aprecia, ya que la curva marca una continuidad durante sábados y domingos.

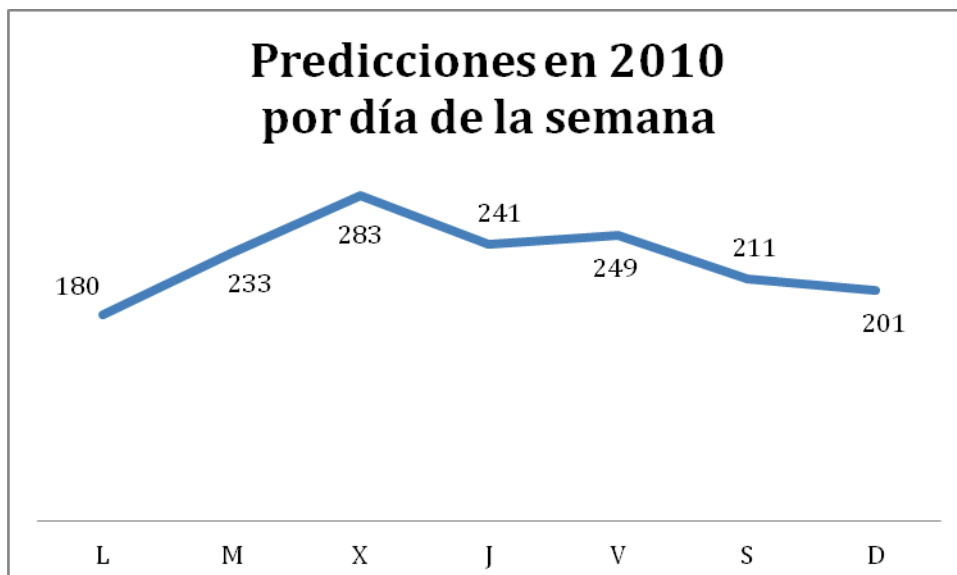
El año 1990 destaca por su pico de los martes, que sobresale claramente respecto a los demás días de la semana y para el que no tenemos explicación basada en datos. Tan solo cabría por lo tanto aventurar que los protagonistas de las noticias (políticos, sindicatos, etc.) habitualmente utilizan los lunes para anunciar cosas que van a hacer a lo largo de la semana y que los periodistas se harían eco de ello en el periódico del martes. De hecho, como hemos apuntado al principio, en otros años también es uno de los días destacados en cuanto a vaticinios.



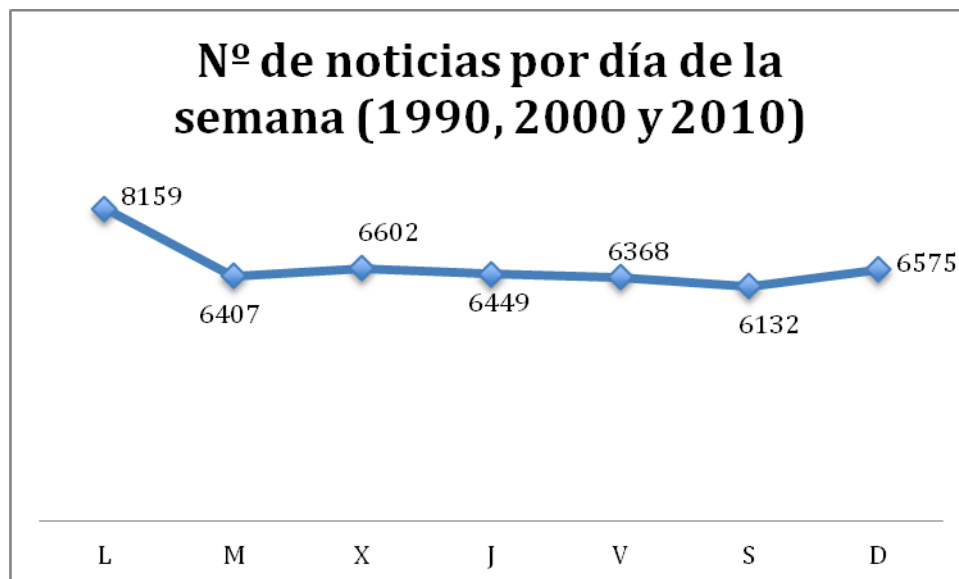
En el 2000 es cuando se produce la curva que más exactamente refleja nuestra primera afirmación: que los lunes y los fines de semana bajan claramente las predicciones.



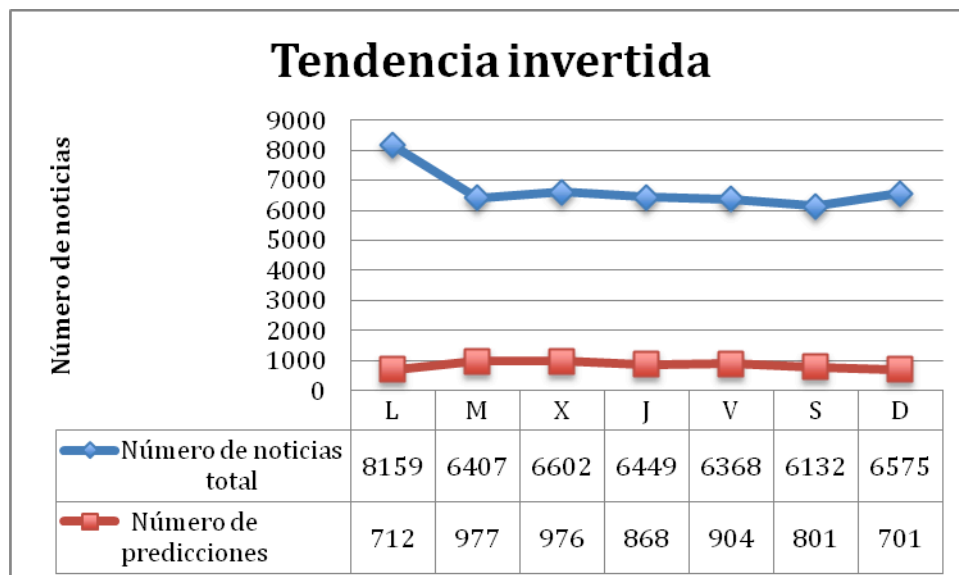
En 2010 se repite la misma tónica que en 2000 relativa a la menor utilización del futuro los fines de semana, aunque se produce una diferencia notable respecto a 1990, que es el hecho de que los miércoles, jueves y viernes superan a lo martes en número de predicciones.



Si tenemos en cuenta el número total de noticias que se producen a lo largo de la semana, observamos que la curva se invierte.



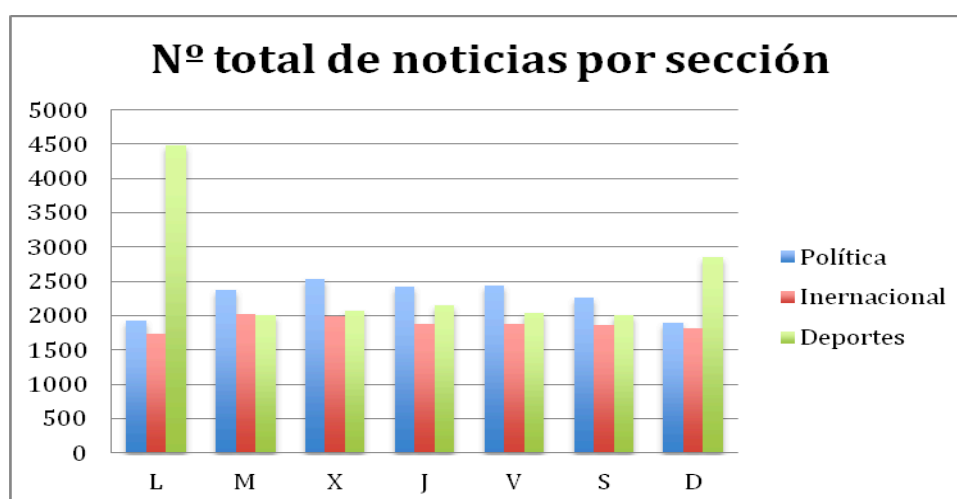
Encontramos que se producen más noticias los lunes y que el domingo se sitúa como segundo día con más piezas informativas, prácticamente lo contrario que ocurría con las predicciones. Si ponemos en relación ambos conceptos (número de noticias y predicciones a lo largo de los días de la semana), obtenemos los siguiente:



Como hemos dicho más arriba, resulta curioso observar cómo los lunes, que es el día con más noticias en términos globales, resulta ser también una de las jornadas, junto al domingo, con menos vaticinios.

No obstante, el incremento en el número de noticias observado los lunes se debe fundamentalmente a *Deportes*, que cuenta con más del doble de piezas informativas que *Política* o que *Internacional*. La sección ofrece tantas noticias los lunes debido fundamentalmente a que es el fin de semana cuando se produce el mayor volumen de información en esta sección del periódico, ya que el sábado y el domingo se juega la jornada de liga de fútbol, el baloncesto, el motociclismo o la fórmula 1, entre las competiciones más destacadas.

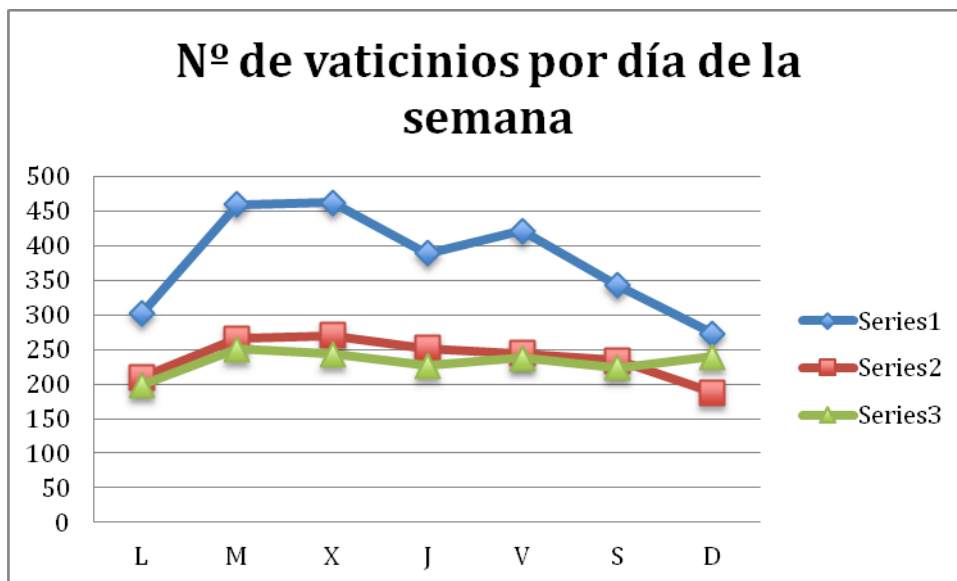
En el siguiente gráfico, de hecho, se puede observar cómo el lunes y el domingo se concentra el mayor número de noticias deportivas, que desciende el resto de la semana. Las informaciones de *Política* e *Internacional*, sin embargo, reflejan una pauta inversa.



¿Por qué, entonces, habiendo más noticias los lunes y los domingos se registran menos previsiones esos dos días? Entendemos que se debe fundamentalmente a la distorsión que provoca el particular ritmo, descrito más arriba, con que funciona *Deportes*. El uso del futuro por secciones y según el día de la semana ofrece prácticamente la misma curva tanto en *Política* como en *Internacional* y en *Deportes*, a pesar, como decimos, del elevado volumen de información que se genera en esta última los fines de semana.

En el siguiente gráfico podemos observar cómo tanto *Política* (Serie 1-azul) como *Internacional* (Serie 2-rojo) y *Deportes* (Serie 3-verde) dibujan esa tendencia similar en cuanto a utilización del futuro. Es únicamente esta última sección la que se desmarca, aunque solo ligeramente, los domingos, cuando

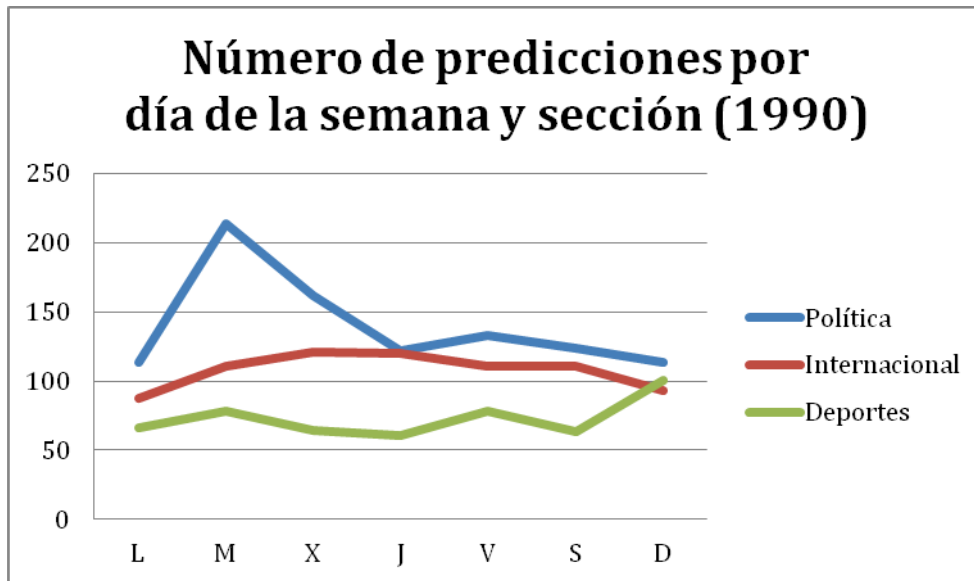
aumentan las predicciones en contra de lo que ocurre en las otras dos (lo cual vuelve a remarcar su carácter excepcional).



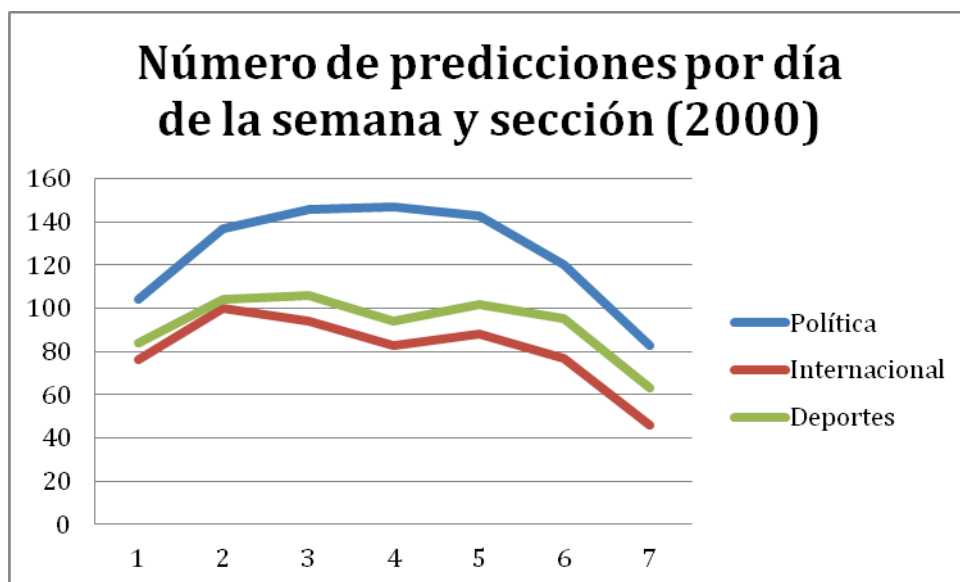
Entendemos que es precisamente el elevado número de eventos deportivos que ese día (el domingo) se van a disputar lo que provoca que haya un alza el domingo. Ya dijimos anteriormente que en los días previos a un acontecimiento relevante se constata un incremento de vaticinios. No se refleja, como vemos en el mismo gráfico de arriba, sin embargo, ese cambio de tendencia los lunes, cuando *Deportes* dibuja la misma curva que el resto de secciones. Y eso a pesar de que es ese día cuando las noticias deportivas experimentan esa explosión, como se observa en los gráficos anteriores. Probablemente, la razón sea que los lunes no hay prácticamente nada que predecir, ya que faltan páginas para contar todo lo que acaba de pasar.

Por años, observamos que en 1990 predominan de lunes a sábado las predicciones en las secciones de *Política* e *Internacional*. La primera, además, experimenta un destacable incremento del uso del futuro los miércoles y, sobre todo, los martes. No tenemos datos objetivos para ofrecer un argumento que explique este pico, tan solo podemos decir que los martes y los miércoles son días en los que hay más actividad en el mundo de la política en general (Unión Europea, Congreso de los Diputados, partidos) y esto podría influir. Por su parte, la sección de *Deportes* experimenta una estabilidad durante toda la semana, con

más o menos el mismo número de predicciones, y un incremento el domingo, que se explica con los mismo argumentos utilizados más arriba.

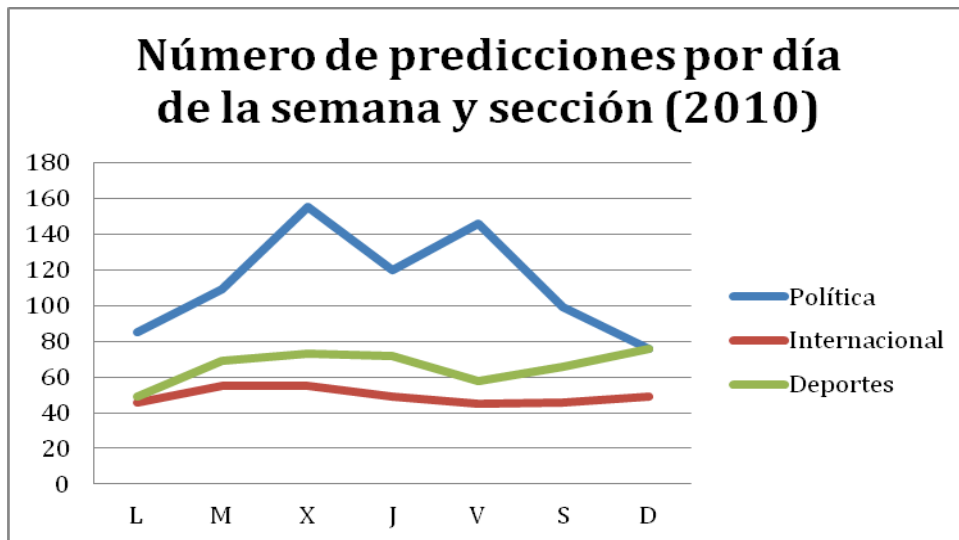


En 2000, el dibujo es diferente al de 1990, aunque similar en algunos aspectos. Nuevamente el martes y el miércoles registran un elevado número de vaticinios, por encima de lo normal, aunque este año también destaca el jueves y el viernes. Sí se repite el hecho de que los fines de semana y los lunes son los días en los que se utiliza menos el futuro.

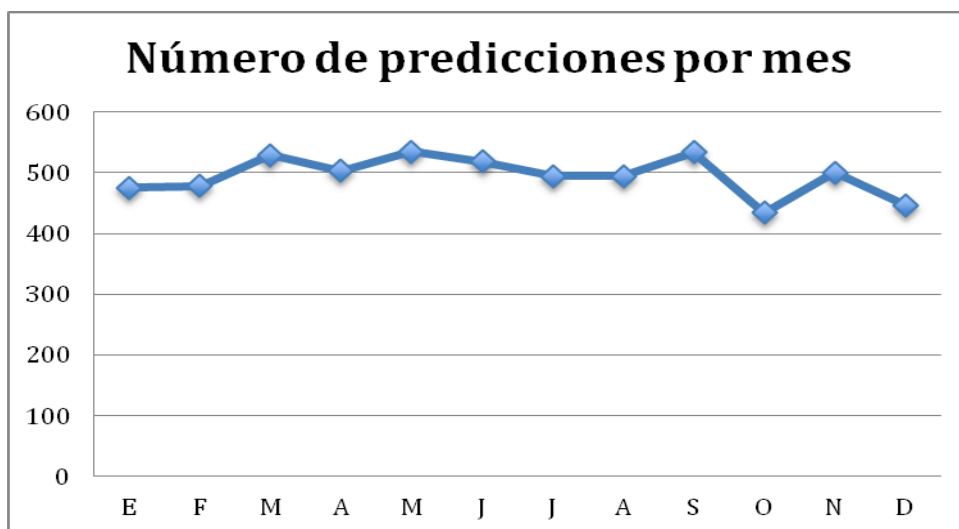


En 2010, por su parte, nuevamente hay puntos en común con los dos años anteriores analizados. El principal es que los fines de semana y los lunes

disminuye drásticamente el número de vaticinios. *Política* vuelve a ser la sección con más vaticinios en 2010, sobre todo de martes a viernes, y *Deportes*, como en 1990, también repunta los domingos.

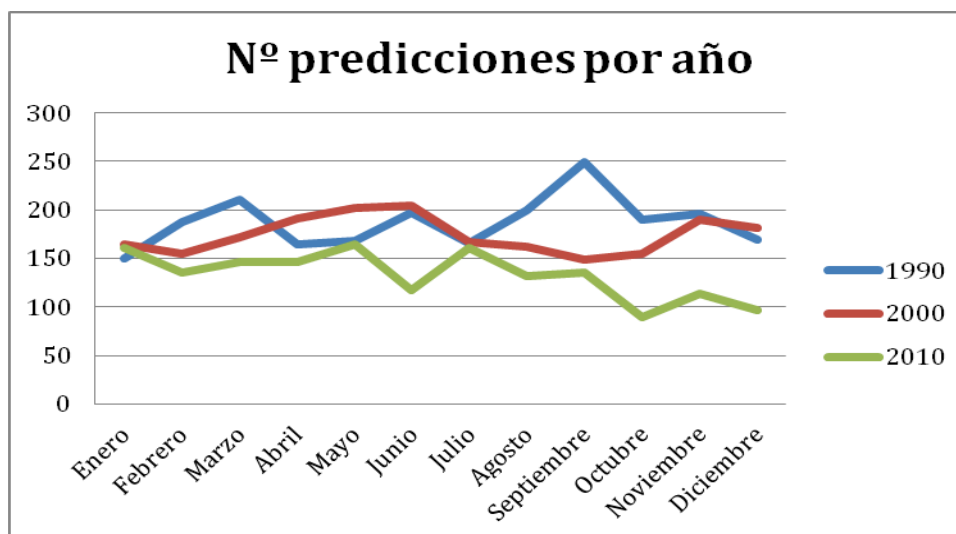


Por otro lado, en el siguiente gráfico observamos que la utilización del futuro es más frecuente en los meses de marzo a septiembre de los años estudiados (1990, 2000 y 2010). En todos ellos se superan las 500 predicciones, salvo en julio y agosto, que se quedan cerca de esa cifra. Sí parece claro que los vaticinios bajan a final y a principios de año.



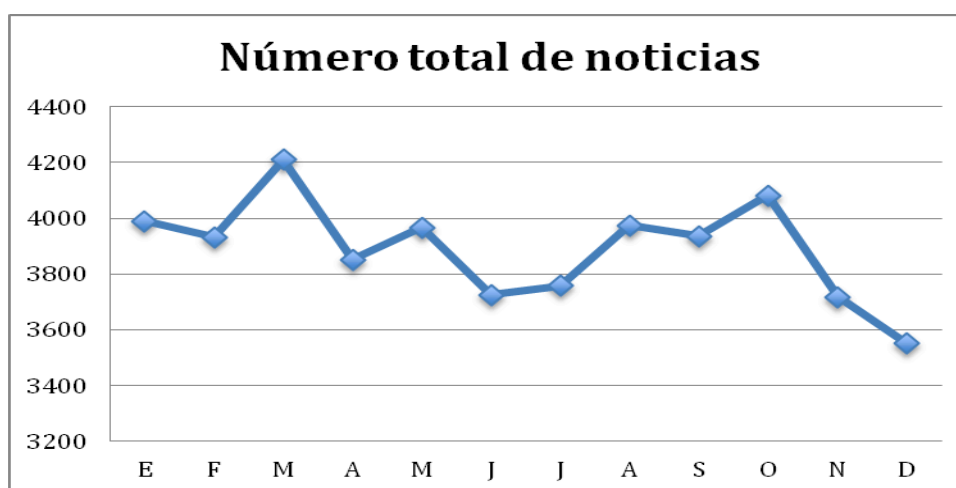
Si dividimos la utilización del futuro por meses y años, observamos mucha irregularidad. Quizá es destacable el auge de las predicciones experimentado en septiembre de 1990, la tendencia decreciente que registra el año 2010 desde julio hasta finales del ejercicio, el anormal aumento de los

vaticinios en los meses previos al verano de 2000 o el pico registrado en septiembre de 1990.



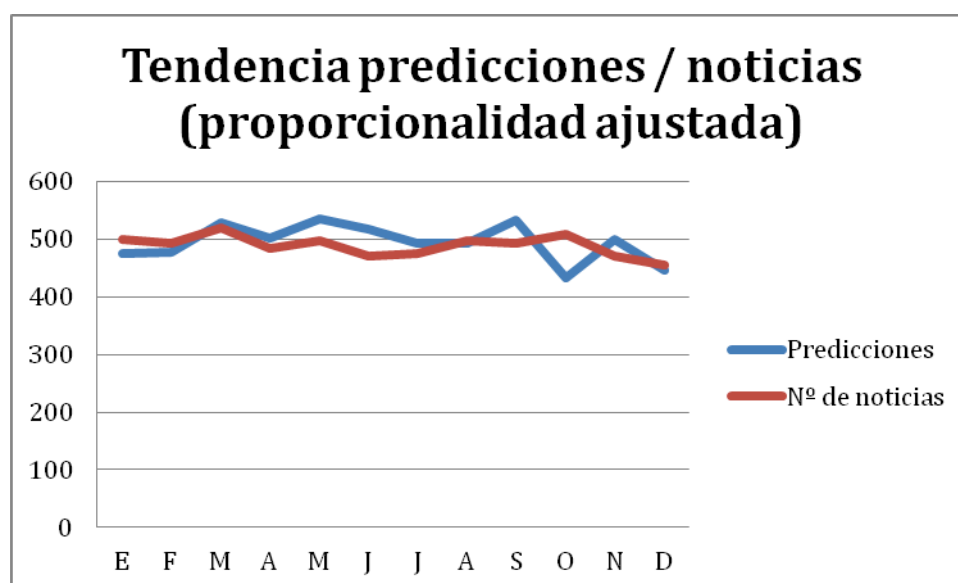
Al igual que el número de vaticinios descendía a finales de año, también lo hace el total de noticias. Esto podría llevar a concluir que a menos noticias, menos predicciones. Pero esta máxima se torna falsa cuando comprobamos, por ejemplo, cómo el mes de octubre es el segundo que más contenidos informativos registra, después de marzo, y en el que menos se utiliza el futuro. Nuevamente, por lo tanto, no observamos una relación directa entre los dos conceptos.

Los picos más bajos en la publicación de noticias totales se dan en periodos de menos intensidad informativa, como es lógico. En concreto, en los meses de julio, agosto y diciembre. Marzo y octubre, como hemos dicho, destacan por registrar el mayor volumen de información.

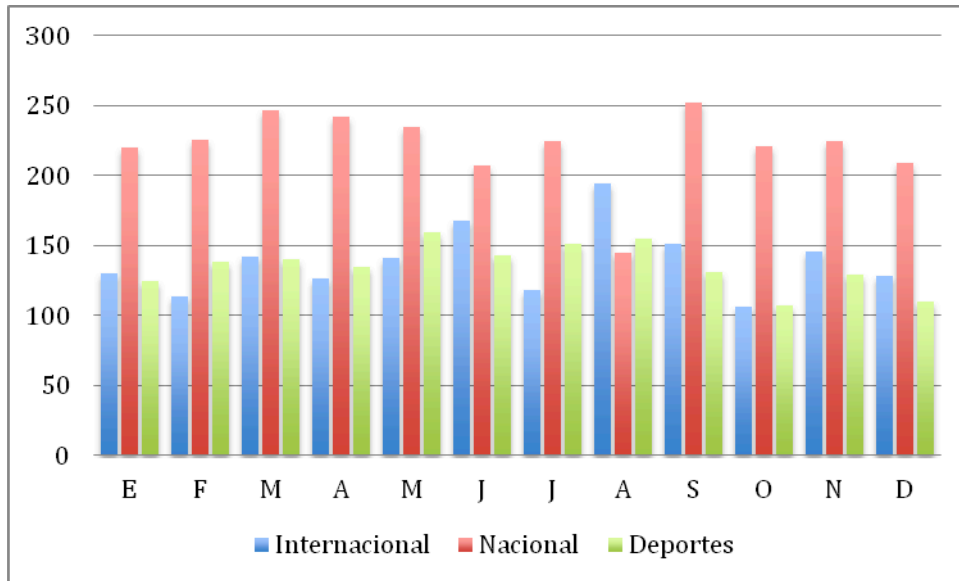


En lo referente a predicciones, como hemos visto al principio de este epígrafe, no podemos observar tantos altibajos como en el número de noticias, sino una mayor estabilidad. Sin embargo, si hacemos la *trampa* de ajustar la proporción, ambos conceptos quedarían equiparados visualmente en el gráfico y reflejarían todo lo contrario: mayor estabilidad en el número de noticias e inestabilidad (altibajos) en las predicciones.

La irregularidad en la utilización del futuro destaca sobre todo a partir del mes de agosto. La razón de que ambos conceptos inviertan su tendencia al reducir la proporción es que, cuando hablamos de un número elevado de noticias, la sensación de cambio de tendencia es mayor que cuando hacemos ese número más pequeño y lo equiparamos al de predicciones. Esta reducción, sin embargo, muestra una comparación más igualada sobre la verdadera tendencia de la curva, como hemos advertido.



Si analizamos el uso del futuro por meses y por secciones, el cruce da como resultado el siguiente gráfico.

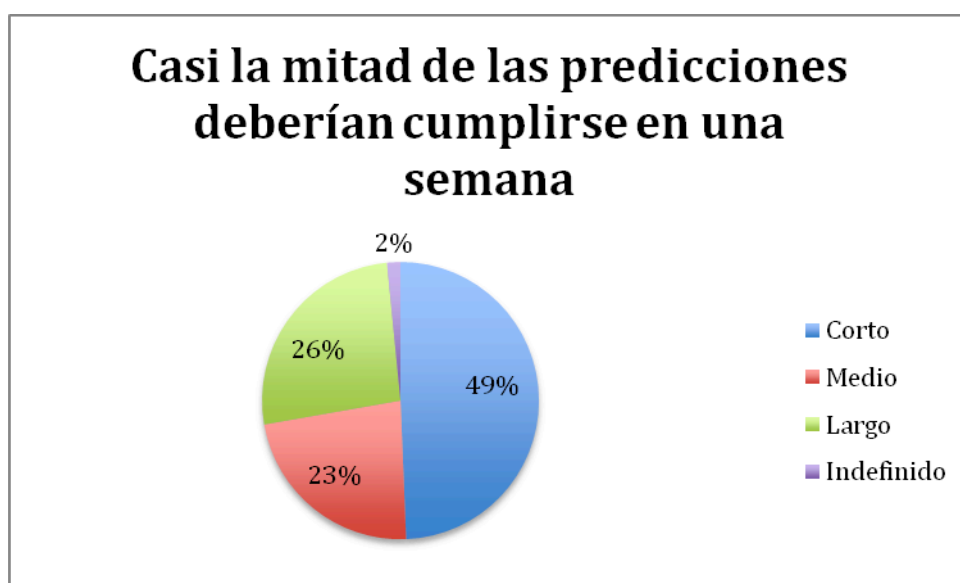
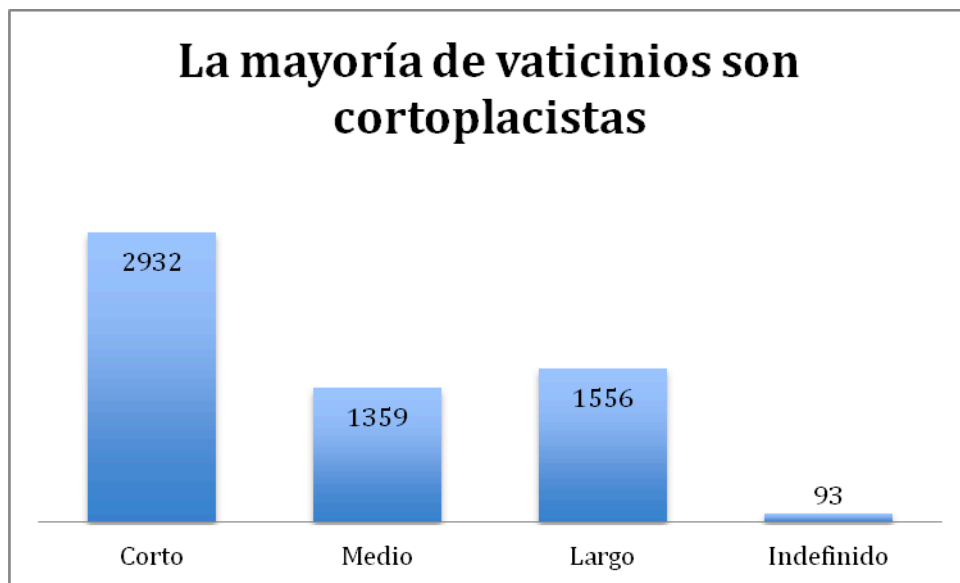


Observamos que entre mayo y agosto es cuando más predicciones se producen en la sección de *Deportes*. En agosto, además, los vaticinios en *Deportes* incluso superan a los casi siempre inalcanzables de *Política*, que experimentan un notable descenso en ese mes típicamente vacacional. *Política*, sin embargo, rebota hasta alcanzar su máximo en septiembre, consecuencia probablemente del comienzo del curso en el Congreso, en el Senado, en los partidos y en los gobiernos tanto del país como de las comunidades autónomas y de los ayuntamientos. El bajón estival de *Internacional*, sin embargo, se produce en julio, coincidiendo quizá con las vacaciones en la mayor parte de países europeos y americanos.

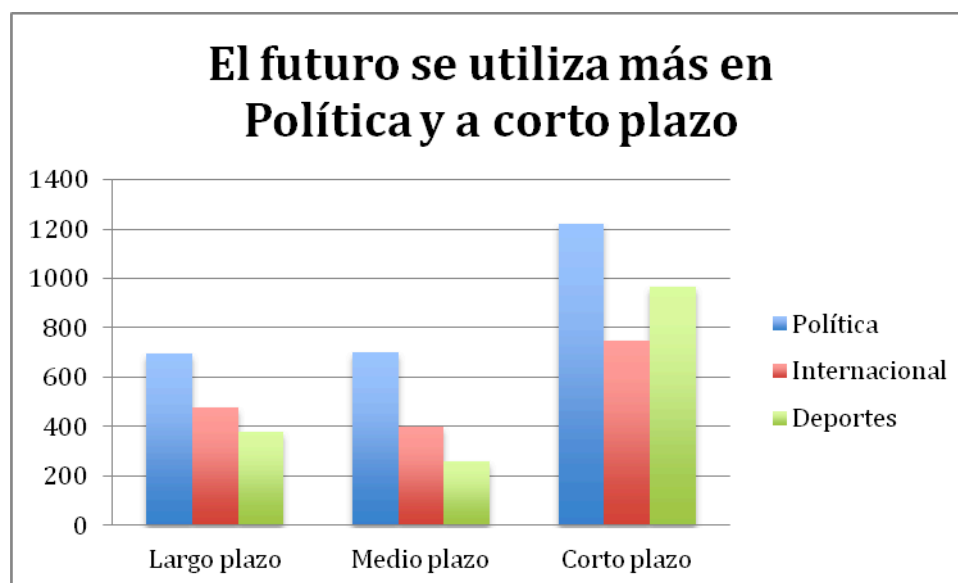
#### 4.4.2. El uso del futuro según cuándo se cumplirá la previsión

No todas las predicciones observadas vaticinaban cosas que debían cumplirse en el mismo momento, evidentemente. Por ese motivo, hemos decidido analizar también el plazo en el que teóricamente deberían haberse hecho realidad esos anuncios. Los contenidos informativos que han utilizado el futuro augurando cosas que debían cumplirse en menos de una semana los hemos englobado bajo el concepto *corto plazo*. Los que tenían que ejecutarse en más de una semana, pero menos de un mes los hemos cubierto bajo el paraguas de *medio plazo*. Y los que vaticinaban cosas a más de un mes vista los hemos encuadrado en el *largo plazo*.

Los dos siguientes gráficos muestran cómo el corto plazo ha sido la opción más utilizada al apostar por el futuro. Prácticamente en la mitad de las predicciones se ha optado por vaticinar lo que va a pasar a menos de una semana vista. Este dato también cuadra con la afirmación que hicimos más arriba de que cuando se acercan importantes eventos se multiplican los vaticinios. El hecho de que predomine el corto plazo demuestra que en la mayoría de ocasiones no se realizan las predicciones hasta que está cerca la fecha del acontecimiento referido.



*Política* es la sección que más utiliza el futuro a corto plazo en sus noticias. Se trata de una conclusión lógica teniendo en cuenta que es la parte del periódico con más vaticinios en términos generales (2.662) y que el corto plazo es el periodo de cumplimiento de las predicciones más recurrente. El siguiente gráfico muestra cómo esta sección es la única que supera los 1.200 vaticinios en los tres periodos analizados a lo largo del presente trabajo.



La sección de *Internacional*, por su parte, es en la que menos se usa el tiempo futuro de las tres abordadas. Por un lado, es lógico también, ya que se trata del departamento del periódico que menos vaticinios realiza en términos generales (1.664). Por otro, este razonamiento no es aplicable al medio y al largo plazo, donde en la sección de *Internacional* se registran menos predicciones que en *Deportes*, donde en términos globales se usa más el futuro.

Esta casuística diversa se comprende teniendo en cuenta que parece ser precisamente la idiosincrasia de la sección de *Deportes* la que lo provoca, dado que este bloque experimenta un notable volumen de predicciones en el corto plazo. Estas rozan las 1.000, una cantidad importante que dista algo más de dos centenares respecto a *Política*, a pesar de que en términos globales la distancia entre ambas es mucho mayor (casi de 1.000 vaticinios). Este auge de las predicciones a corto plazo en *Deportes* en proporción al número de noticias entendemos que se debe a una de las ideas que hemos ido manteniendo durante este trabajo, y es que conforme se acercan los eventos se producen más

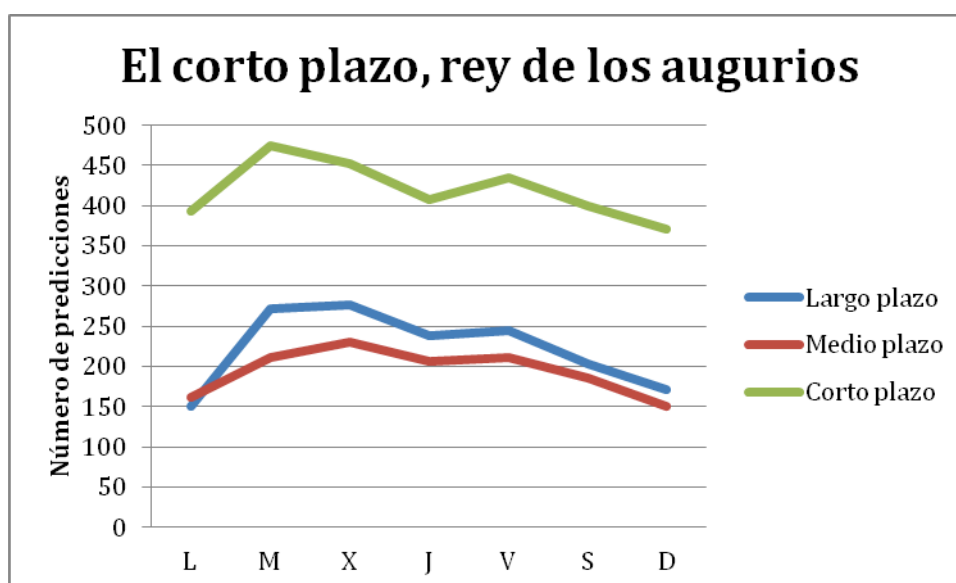
vaticinios, algo que en esta sección se produce con notable frecuencia, como hemos visto, ya durante los fines de semana.

Por lo que hace al día de la semana en que se producen las predicciones a corto, medio o largo plazo, estas tablas y el gráfico que las sigue recogen los datos obtenidos:

<b>Largo</b>				
	Deportes	Internacional	Política	Total
L	33	50	68	151
M	69	103	100	272
X	71	83	122	276
J	56	71	111	238
V	66	54	124	244
S	46	68	90	204
D	38	51	82	171
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>480</b>	<b>697</b>	

<b>Medio</b>				
	Deportes	Internacional	Política	Total
L	33	36	93	162
M	41	49	121	211
X	50	58	122	230
J	49	76	82	207
V	39	71	102	212
S	31	62	93	186
D	18	47	86	151
<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>399</b>	<b>699</b>	

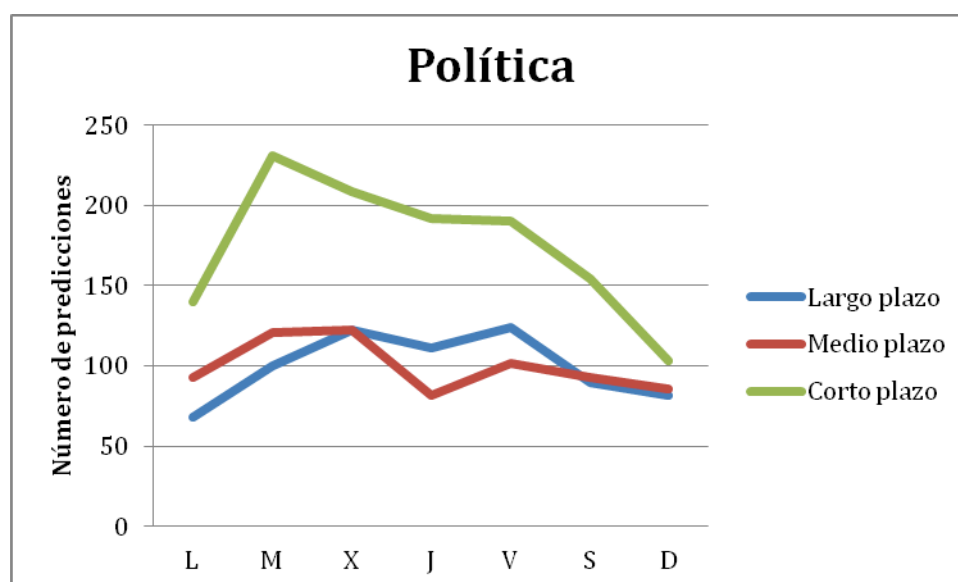
Corto				
	Deportes	Internacional	Política	Total
L	132	121	140	393
M	134	109	231	474
X	120	123	209	452
J	117	99	192	408
V	132	113	190	435
S	147	98	154	399
D	182	86	103	371
Total	964	749	1219	



A partir de este gráfico, podemos constatar que los miércoles son los días en los que se realizan más vaticinios (958) contabilizando tanto el largo como el medio y el corto plazo. Le siguen muy de cerca los martes (957). En el medio y en el corto plazos son los domingos los menos activos en la utilización de los tiempos futuros. El lunes es el día en que se registran menos predicciones de largo plazo. A corto plazo, sin embargo, sobresalen los martes como días con más actividad de los verbos en futuro. Los lunes son los días de la semana en los que se registran menos predicciones (706) en los tres periodos juntos.

También vemos cómo la curva es muy similar en cuanto a la tendencia que marca los tres periodos. Apenas 79 predicciones separan al día con más vaticinios del medio plazo (el miércoles, 230) de la jornada con menos (el domingo, 151). Por su parte, entre el día con más auguros del largo plazo (miércoles, 276) y el que menos (lunes, 151) hay 125 predicciones de diferencia. Y entre el día en el que menos se usa el futuro en el corto plazo (domingo, 371) y en el que más (martes, 474) existen 103 vaticinios. Esto indica una mayor estabilidad de la utilización del futuro a medio plazo. Se recurre con mayor continuidad a este elemento a lo largo de los distintos días de la semana.

Por lo que hace a la distribución por días según las secciones, observamos que en *Política* los días con más vaticinios son los viernes (124), para el caso del largo plazo; los miércoles (122), para el medio; y los martes (231), para el corto.



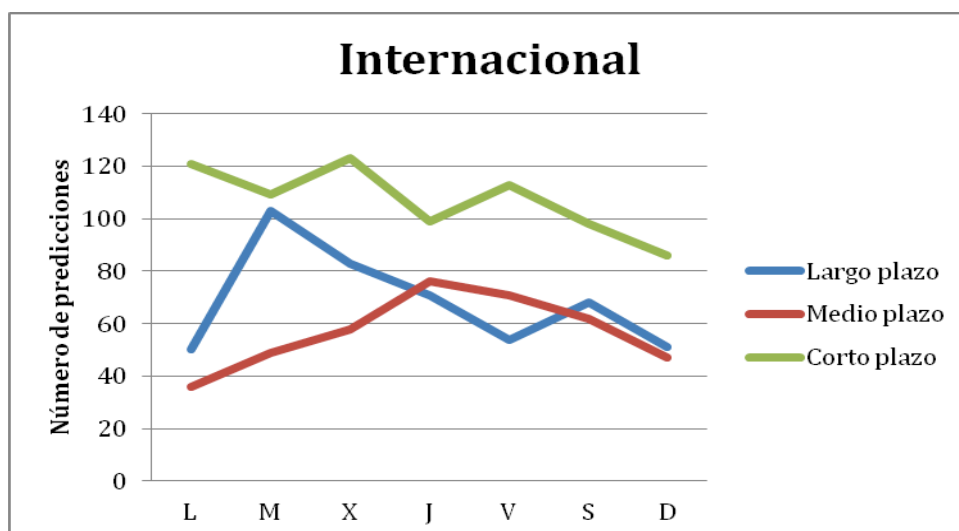
Observamos en este gráfico cómo el corto plazo en la sección de *Política* experimenta una irregular tendencia a lo largo de la semana. La curva que se dibuja sube claramente entre el martes y el viernes y cae bruscamente el fin de semana y los lunes. Se trataba del dibujo que más se parece a la curva que marcaba la evolución de la sección a nivel global, sin dividir por plazos. La razón es clara, ya que es en el corto plazo cuando se producen más vaticinios. Sin embargo, encontramos una diferencia respecto a ese dibujo que se marcaba a nivel global, y es la brusquedad con que se producen los picos en la línea verde de este gráfico. Entendemos que se debe precisamente al hecho de que las

predicciones que se llevan a cabo a corto plazo deben referirse a eventos que están a punto de producirse y por lo tanto esto es más probable que ocurra de martes a viernes, que es cuando más actividad registra el calendario político.

Martes, miércoles y jueves, de hecho, suelen ser días marcados por las sesiones plenarias del Congreso, las comisiones parlamentarias o el trabajo en ministerios y sedes de partidos. Los viernes por su parte, se suele reunir el Consejo de Ministros, cuyas decisiones se suelen filtrar a los periodistas el día anterior y aparecen en los diarios del mismo viernes. Los fines de semana, sin embargo, la actividad política es casi nula, lo cual apenas deja margen para hacer vaticinios, y explica también el hecho de que los lunes no aparezcan estas predicciones en los periódicos, dado que éstos se realizan el domingo.

En cuanto a la curva que dibujan los augurios que se llevan a cabo en la sección de *Política* tanto a medio como a largo plazo, entendemos que responde a una mayor estabilidad, aunque con algunos matices. Entre ellos, observamos el pico bajista que registra el medio plazo justo en mitad de semana o el alcista que describe el largo plazo los viernes. No hemos encontrado una explicación razonable a esta tendencia.

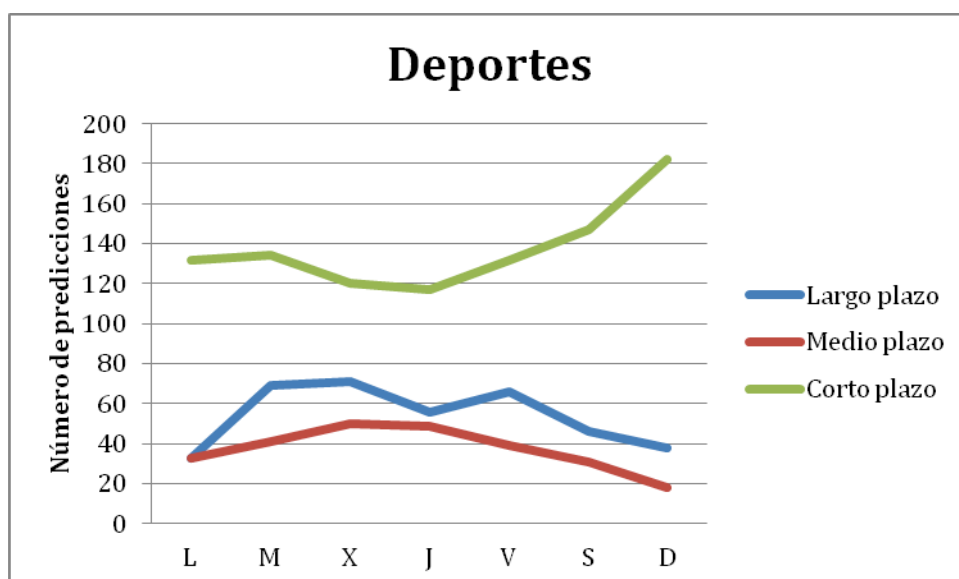
En la sección de *Internacional*, los días en los que se registran más augurios son los martes (103) si nos referimos al largo plazo; los jueves (76) si hablamos del medio; y los miércoles (123) si nos centramos en el corto plazo. La sección de *Internacional*, como vemos, ofrece un dibujo muy distinto a la de *Política*. El corto plazo muestra una tendencia bajista aunque marcada por los picos en su desarrollo descendente. En ella también se observa cómo los lunes sobresale como uno de los días con más vaticinios. Al mismo tiempo, destaca en esta sección el hecho de que, aunque siguen predominando los augurios a corto plazo, la diferencia respecto al largo y al medio plazo no es tan pronunciada como en el área de *Política*.



Llama la atención asimismo el pronunciado pico que dibuja la línea azul, que es la que se refiere al largo plazo. Este incremento desproporcionado de predicciones se registra los martes y no observamos ninguna explicación lógica. Es decir, que los martes se producen en la sección de *Internacional* de *ABC* un aumento llamativo de vaticinios a largo plazo sin un motivo aparente.

La curva que dibuja la línea que representa al medio plazo, la roja, presenta una evolución creciente conforme avanza la semana hasta llegar al jueves, que supone el pico de vaticinios y que marca un cambio de tendencia, ya que hasta el domingo se registra un descenso en el número de predicciones.

Y, como no podía ser de otra manera, llamativa también por diferente resulta la curva que dibuja la sección de *Deportes*, sobre todo la que se refiere al corto plazo.



Observamos cómo la línea verde registra una curva convexa, cuando tanto en el resto de secciones como en las otras dos líneas de este mismo gráfico (roja y azul, que se refieren al medio y al largo plazo) plantean una curva cóncava. Entendemos que esta tendencia vuelve a confirmar nuestra teoría, ya varias veces repetida a lo largo de este trabajo, de que conforme se acercan los acontecimientos, se producen más vaticinios. Esta hipótesis tiene más sentido, como se ha dicho antes, en el corto plazo y la línea verde de la sección de *Deportes* lo ejemplifica muy bien. Conforme se acerca el fin de semana, se aproximan también los principales eventos deportivos: los partidos de la liga de fútbol, el automovilismo, el motociclismo, el baloncesto, las finales de tenis, etc. Para la sección de *Deportes* estos son los acontecimientos más importantes, hacia los que miran las noticias que se producen a lo largo de la semana. Conforme estos se acerca en el tiempo, los periodistas tienden a tratar de averiguar más datos sobre los mismos (si va a jugar un futbolista que estaba lesionado, si el entrenador va a poner a un delantero o a otro, si va a hacer buen tiempo, si un piloto de fórmula 1 ha hecho mejoras que lo pueden situar en posiciones de cabeza, etc.). En ocasiones, entendemos, estas indagaciones sobre cosas que aún no han sucedido tienden, como es lógico, a utilizar el futuro.

Al mismo tiempo observamos una gran diferencia entre el número de vaticinios que se registran en el corto plazo en comparación con los que hay en las dos curvas que se refieren tanto al medio como al largo plazo. Es decir, que encontramos muchas más predicciones en el corto que en el largo y el medio plazo. Por otra parte, las curvas del largo y el medio plazo, a diferencia de la del Corto, son cóncavas, cosa lógica teniendo en cuenta que los acontecimientos que predicen se prevé que se produzcan a más de una semana vista. No dependen demasiado, por lo tanto, de los eventos que se organizan el fin de semana. Esa curva cóncava, que registra los picos más elevados entre el martes y el viernes, entendemos que responde por este motivo al simple hecho de que esos días hay menos hechos noticiosos y por lo tanto se crea la necesidad de rellenar páginas con otras cosas, entre las que podrían caer vaticinios.

Para valorar adecuadamente el medio y largo plazo se torna necesario mirar un poco más allá de los días de la semana, coger un poco más de perspectiva. Por este motivo, nuestro próximo punto analizará los mismos

conceptos que este (el plazo y las secciones) y sumará los meses del año, a partir de los resultados que recogen las siguientes tablas:

Largo plazo	Deportes	Internacional	Política	Total
E	33	42	56	131
F	32	46	56	134
M	42	36	72	150
A	30	24	55	109
M	21	44	56	121
J	26	51	55	132
J	34	30	55	119
A	41	36	39	116
S	27	44	57	128
O	27	33	83	143
N	41	58	61	160
D	25	36	52	113
Total	379	480	697	

Medio plazo	Deportes	Internacional	Política	Total
E	27	57	76	160
F	28	28	63	119
M	20	38	60	118
A	15	21	61	97
M	26	26	66	118
J	18	30	70	118
J	22	22	59	103
A	30	67	57	154
S	24	38	57	119
O	17	24	47	88
N	16	23	36	75
D	18	25	47	90
Total	261	399	699	

Corto plazo	Deportes	Internacional	Política	Total
E	64	30	87	181
F	72	37	100	209
M	76	52	106	234
A	89	76	115	280
M	107	69	108	284
J	98	85	81	264
J	94	64	109	267
A	82	90	48	220
S	80	67	138	285
O	63	48	90	201
N	72	64	127	263
D	67	67	110	244
Total	964	749	1219	

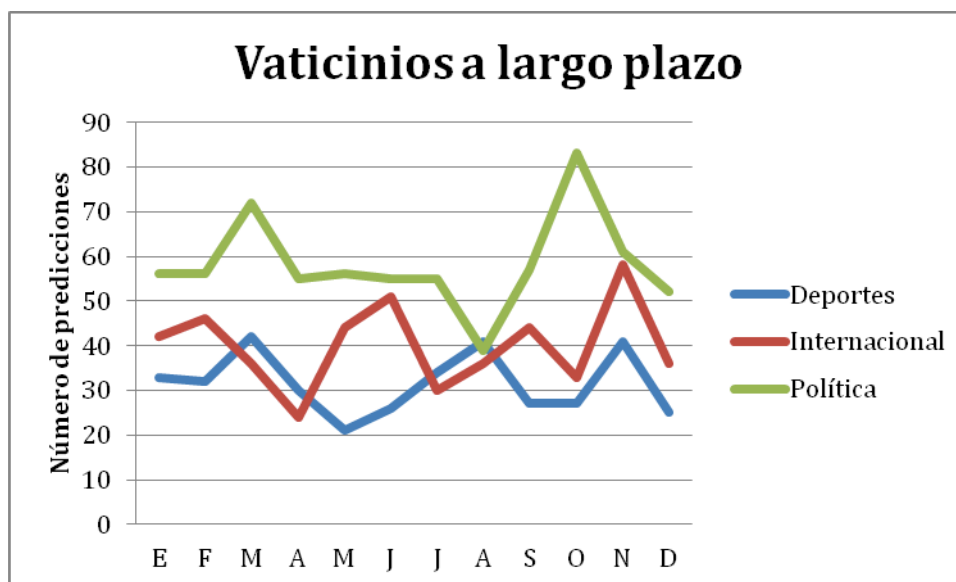
Tras observar los datos que relacionan plazo, sección y mes, podemos concluir lo siguiente:

- Noviembre ha sido el mes que más vaticinios a largo plazo ha registrado en el conjunto de las tres secciones analizadas (160) y abril el que menos (109).
- Enero ha sido el mes en el que más se ha utilizado el futuro de medio plazo en todas las secciones juntas (160 augurios), y noviembre el que menos (tan solo 75).
- Noviembre, por lo tanto, pasa de ser el que más predicciones realiza a largo plazo al mes que menos vaticinios registra en el medio plazo. En el corto, noviembre se sitúa más o menos en la media con 263 augurios.
- El mes en el que más se usa el futuro en el corto plazo en el conjunto de las tres secciones es septiembre (285) seguido muy de cerca por mayo

(284). En el que menos se recurre a este tiempo verbal, enero, con 181 vaticinios en total a lo largo de los tres años analizados.

- En la sección de *Internacional* es llamativo el incremento de predicciones relativas al largo plazo registrado en noviembre (sumatoria de los tres años analizados), con 58 augurios.
- También resulta significativo el mes de octubre en *Política* en cuanto predicciones a largo plazo (83).
- En el medio plazo, quizá de lo más llamativo es el bajo número de predicciones registrado en *Deportes* (261), el más bajo de los registros de las tres secciones observadas en los tres plazos. En esta sección y en este plazo (medio), el mes de noviembre fue el más pobre de todos en cuanto a número de augurios con tan solo 16.
- Es destacable asimismo que, como ya se ha comentado más arriba, la sección de *Deportes* experimenta un giro en el corto plazo, cuando registra 964 vaticinios, más que las predicciones que se lanzan en esta área a largo y a medio plazo juntas ( $379 + 261 = 640$ ).
- En el corto plazo, mayo es el mes que registra el mayor número de vaticinios en la sección de *Deportes* y el único que supera el centenar (107). Octubre, por su parte, es en el que menos se utiliza el futuro, con apenas 63 anuncios.
- Incluso con la subida que hemos advertido que experimenta *Deportes* en el corto plazo, aún queda lejos de los niveles de *Política*, que cuenta con 1.219 vaticinios que deberían cumplirse en menos de una semana.
- En este último caso, el mes de septiembre resulta ser en el que más predicciones se realizan en la sección de *Política* (138). En este caso se observa además una enorme diferencia entre el mes con más augurios (septiembre) y el que menos (agosto), que apenas utiliza el futuro en 48 ocasiones.

A continuación observamos los gráficos sobre la relación de los tres parámetros analizados en los párrafos de arriba (plazo, meses y secciones) que pueden arrojar otra serie de conclusiones.

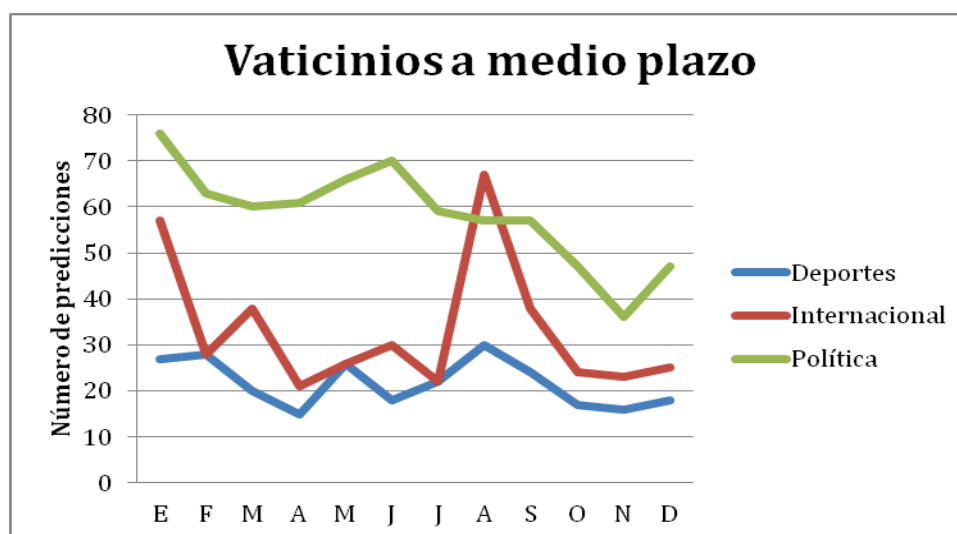


En este gráfico observamos un aparente equilibrio en cuanto al número de anuncios en las tres secciones, solo roto por dos momentos que marcan dos puntos álgidos en el área de *Política*. En concreto, se trata de los meses de marzo y octubre. En ellos, especialmente en el segundo, se registra un notable incremento de los vaticinios en esta sección. Creemos que esto podría deberse al inicio del curso político. Como vemos, existe un gran bajón en cuanto número de augurios en el mes de agosto (mínimo anual), cuando la actividad política es prácticamente nula (no hay movimiento en los partidos, el Gobierno solo toma decisiones si se produce una crisis de algún tipo y el Congreso se encuentra prácticamente vacío). Las predicciones, sin embargo, vemos que despegan en septiembre y vuelven a experimentar un nuevo auge en octubre. Como decimos, entendemos que se trata del incremento gradual que experimenta la actividad política y de que es un buen momento para hacer predicciones porque todo está por decidir, por hacer. Las cosas en esos meses de septiembre y octubre están por pasar, los partidos se reúnen para planificarlas, el Gobierno comienza a tomar decisiones y el Parlamento retoma los asuntos con la cabeza de los diputados fresca y descansada. Los periodistas, como es lógico, hablan con sus

fuentes, que son estos actores citados y se contagian de esa mirada al futuro, a los próximos meses.

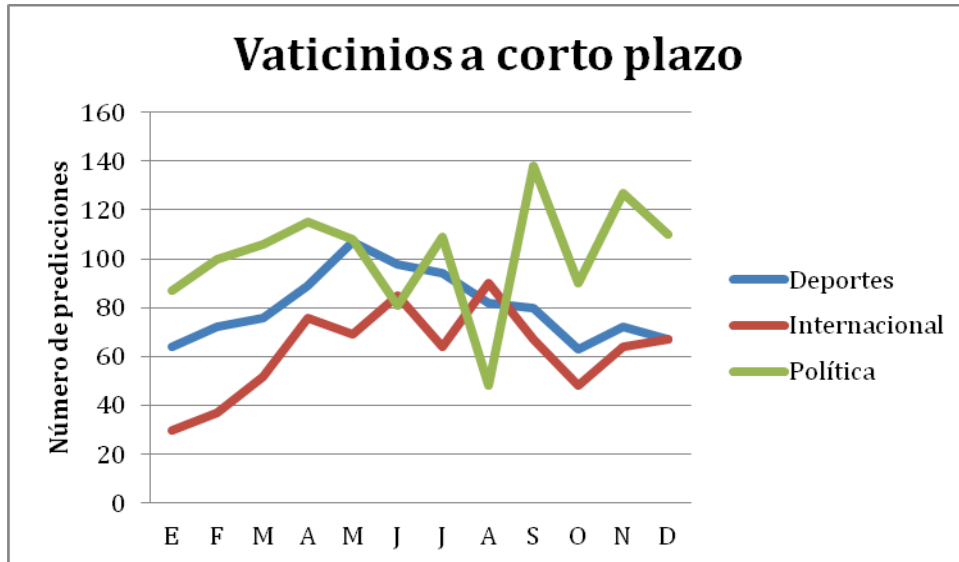
Una curva similar a la de *Política* experimenta la sección de *Internacional* durante las vacaciones estivales. En este caso es menos pronunciada y su *agosto* se produce en julio, que es cuando muchos países concentran sus vacaciones. Observamos también una bajada conjunta de las predicciones a largo plazo en las tres secciones durante el mes de diciembre, un momento también coincidente con otro periodo vacacional.

En cuanto a los vaticinios a medio plazo (los que hacen previsiones que deberían cumplirse en más de una semana pero en menos de un mes) observamos, por un lado, una tendencia decreciente a lo largo de los meses en la sección de *Política*, que registra los mayores niveles en enero y los menores a final de año. Asimismo, en la sección de *Internacional* se produce un llamativo pico de augurios a medio plazo durante el mes de agosto. No hemos encontrado explicación alguna a estos extraños comportamientos.

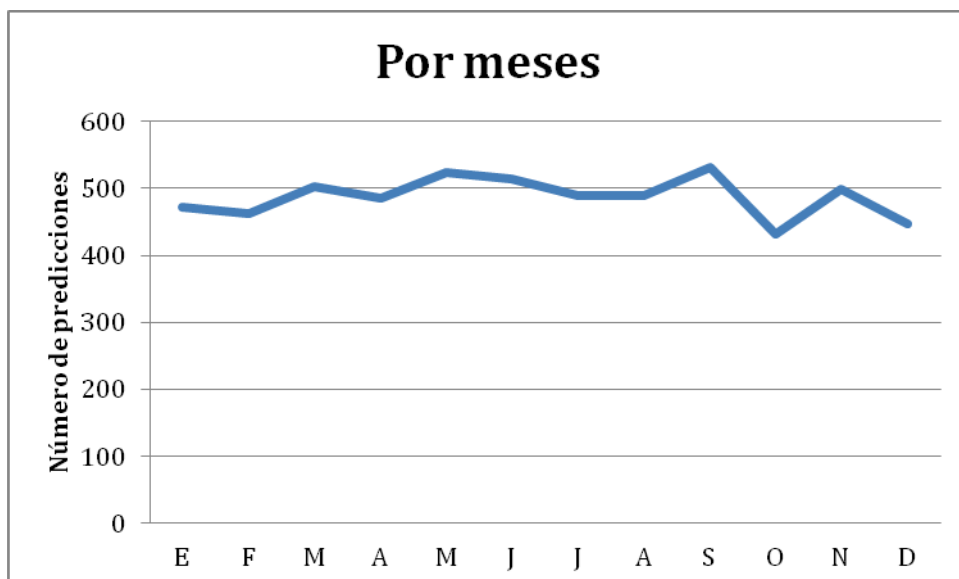


Los vaticinios a corto plazo (los que prevén las cosas a menos de una semana vista) resultan, como hemos dicho más arriba, especialmente interesantes debido a que concentran el mayor número de vaticinios. En este caso, observamos que la sección de *Política* experimenta una enorme irregularidad durante los distintos meses en este tipo de predicciones. Aunque dentro de esa inestabilidad sí encontramos un elemento común con el gráfico que mostraba los vaticinios a largo plazo. La constante es que se repite el mismo dibujo durante los meses de agosto y septiembre. Un llamativo bajón de augurios

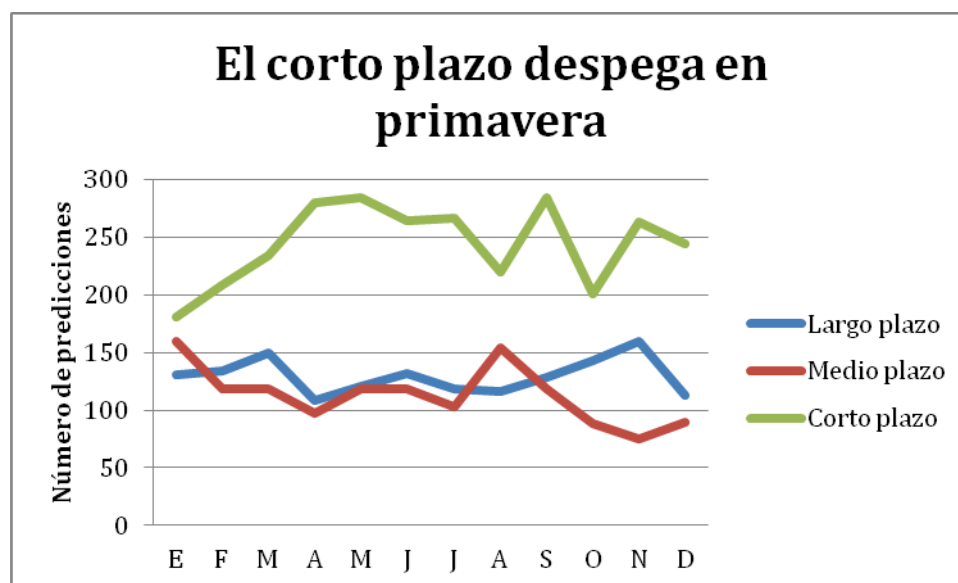
en el mes estival por excelencia (que vuelve a registrar el mínimo de vaticinios anual) da paso a un septiembre repleto de predicciones. De hecho, al igual que ocurría con octubre en el largo plazo, septiembre es en este caso el *octubre* del corto plazo, el mes en el que más se utiliza el futuro.



Creemos que también resulta interesante destacar que la curva de *Política*, *Internacional* y *Deportes* es muy similar durante los cinco primeros meses del año y son fundamentalmente los altibajos de *Política* los que rompen esa igualdad. *Deportes*, por su parte, experimenta su mayor esplendor precisamente en quinto mes, mayo, quizá porque se trata de un periodo especial para esta sección, ya que es entonces cuando empiezan a finalizar las principales competiciones deportivas.



El número de augurios total (uniendo las tres secciones, los tres periodos de tiempo estudiados y los tres plazos) ofrece este dibujo que estabiliza ligeramente los tres gráficos anteriores. El medio plazo (que experimentaba subidas en *Deportes e Internacional* durante los meses de agosto) contrarresta las bajadas señaladas durante ese periodo vacacional registradas en el largo y el corto plazo.



El gráfico de arriba muestra claramente de nuevo el predominio de la utilización del futuro para predecir acontecimientos a corto plazo por encima del largo y el medio. Esta representación tiene en cuenta las tres secciones en su conjunto y los tres periodos de tiempo analizados también de manera global.

En este caso, además de esa preminencia se observa que, en los primeros meses del año, los vaticinios a corto experimentan una tendencia creciente hasta abril. Desde ese mes se mantiene un número de augurios más o menos estable hasta agosto, que vuelve a crecer en septiembre, con el inicio del curso político. De hecho, entendemos que es ese tirón que da la sección de *Política* en ese sentido (descenso en agosto y aumento en septiembre) la que marca esta tendencia generalizada. No en vano, los vaticinios en *Política* y a corto plazo son los más numerosos y los que más peso tienen por lo tanto en las gráficas que unifican registros, como la de arriba.

Los augurios a largo plazo, por su parte, parecen experimentar una cierta estabilidad a lo largo del año. No se producen tendencias llamativas ni altibajos

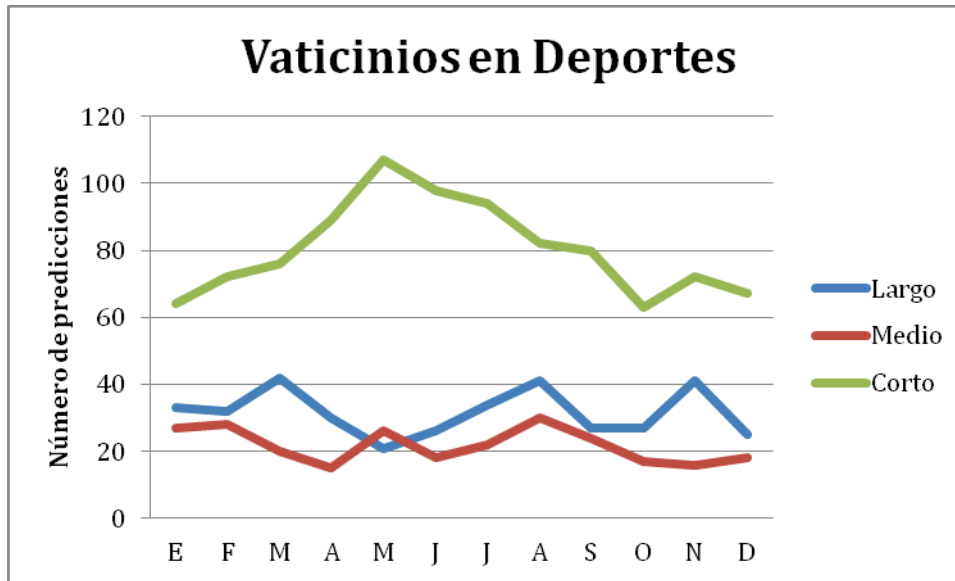
bruscos de un mes para otro. Tanto quizá en diciembre podemos resaltar un ligero descenso respecto a noviembre en el uso del tiempo futuro. Sin embargo, ni se trata de una bajada brusca sobre el mes anterior ni siquiera coincide con un mínimo muy diferenciado respecto a otros momentos del año. Estamos por lo tanto ante un dibujo muy regular de la línea del largo plazo.

El medio plazo, sí observamos algo más de inestabilidad, aunque ninguna cosa que se salga de la tendencia. Lo que parece más destacable en el dibujo de los vaticinios a medio es más bien el hecho de que marca una curva prácticamente contraria a las predicciones a corto comentadas más arriba. Estamos, por un lado, ante una curva prácticamente convexa, por la figura cóncava que formaba el corto plazo. Y, por otro, observamos que prácticamente cuando sube uno, baja el otro. Esta coincidencia se ve claramente en los meses de julio, agosto y septiembre. Cuando suben los augurios a medio, bajan los vaticinios a corto (agosto) y viceversa (julio y septiembre).

En este punto, como antes se indicaba, creemos ser capaces de argumentar la razón que explica la evolución de la utilización del futuro a corto, pero resulta más difícil aventurar una causa que aclare el comportamiento de la curva a medio. Al tratarse de predicciones que deben cumplirse a más de una semana vista pero a menos de un mes se escapa un poco dónde se encuentran el tipo de acontecimientos que se están aventurando, si en el mismo mes o en el mes siguiente. En cualquier caso, entendemos que la línea experimenta una tendencia contraria a la que marca el corto plazo debido precisamente a que adelanta hechos que pasarán en principio a lo largo del próximo mes (aunque como hemos señalado no necesariamente debe cumplirse).

Esto último explicaría que la misma razón que provoca el incremento de augurios a corto en septiembre (que se retoma la actividad política, sobre todo), podría aplicarse al hecho de que los vaticinios a medio experimenten su auge un mes antes, en agosto, porque se refieren a asuntos que sucederán más allá de una semana (aunque en menos de un mes); es decir, coincidiendo también con el inicio del curso.

*Deportes*, como en otras ocasiones, muestra una particular curva en lo referente a la división por el plazo en el que se cumplen las previsiones desglosado en meses.

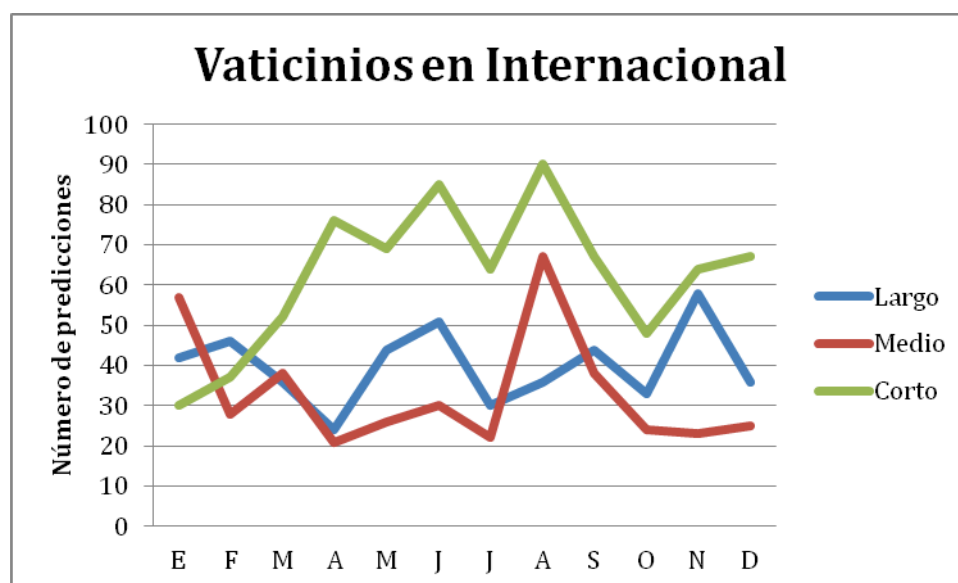


En el gráfico de arriba se observa algo mejor que en una representación previa ese pico experimentado por los augurios a corto plazo a lo largo del mes de mayo. Entendemos, como también decíamos antes, que el motivo son las fases finales de las competiciones deportivas que ya en ese mes comienzan a desarrollarse en las disciplinas más mediáticas. Este argumento creemos que también explica ese ligero auge experimentado también en los vaticinios a medio plazo, ya que algunos de estos eventos se alargan hasta finales de junio. En cualquier caso, el corto plazo es más revelador al mostrar una mayor cantidad de augurios analizados, algo normal por otra parte debido a que siempre es más prudente hacer una previsión cuando la fecha del acontecimiento está más cerca que cuando aún queda casi un mes para que se celebre. Cuando quedan menos días, los periodistas cuentan con más información que ayuda a perfilar mejor las previsiones (quién va a jugar, si la lesión de alguien está superada, si el pique entre el entrenador y un futbolista continúa, etc.). De ahí que el corto plazo lleve a cabo más augurios que el medio o largo. Probablemente, de hecho, incluso acertarán más veces debido a la aplicación de esta prudencia, aunque esto no es materia de este trabajo.

En cuanto a la curva marcada por el largo plazo, lo más destacado parece ser el hecho de que durante los meses de abril, mayo y junio dibuja una evolución precisamente contraria a la de los otros dos parámetros analizados. Bajan las previsiones en mayo y suben en junio, julio y sobre todo agosto. Entendemos que una explicación razonable para este asunto sería que, por un

lado, en mayo no tiene sentido hacer previsiones más allá de un mes vista, dado que aún no se han resuelto las competiciones deportivas, de las cuales depende el futuro de los clubes y de los jugadores de las distintas disciplinas. Por otro, en junio, julio y agosto se incrementan notablemente los augurios a largo plazo entendemos que debido a que se trata de un tiempo de continuos rumores sobre fichajes, cambios de equipo, etc. Los clubes negocian traspasos y se habla mucho de qué entidad se hará con los servicios de qué futbolista, del dinero que cobrará tal deportista en la próxima temporada o de lo que pagará un equipo a otro por determinado entrenador. Este argumento explicaría también que en julio y agosto los vaticinios a medio plazo se desmarquen del dibujo que hasta ese momento compartían con el corto y se equiparen a la tendencia del largo. Muchos de esos rumores sobre fichajes se irán resolviendo durante el mismo verano. Otros se alargarán hasta el comienzo de la temporada.

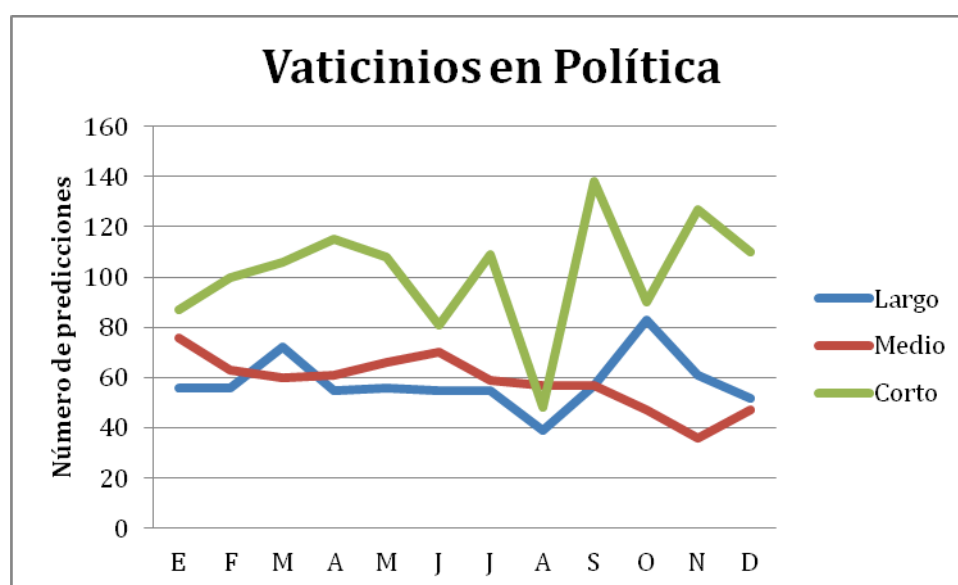
En la sección de *Internacional* llama la atención por un lado el hecho de que los primeros meses del año se producen muy pocos vaticinios a corto plazo. De hecho, enero es uno de pocos periodos en los que la curva del corto plazo se sitúa por debajo de las otras dos (medio y largo) en el conjunto de las gráficas estudiadas hasta el momento. A partir de abril ya se sitúa en sus niveles habituales, una tendencia que continúa durante todo el verano (con un punto álgido en agosto) y que refleja un desajuste en el mes de octubre, cuando se refleja una brusca caída del número de vaticinios a corto plazo.



Un dibujo similar muestran los augurios a medio: descenso en julio, subida repentina en agosto y de nuevo caída en septiembre y octubre. Más arriba sosteníamos, al comentar una curva similar en la sección de Internacional, que la política internacional suele experimentar un parón durante el mes de julio y que agosto es su *septiembre*. Esto explicaría que las predicciones que en *Política* (como veremos a continuación) explotan en septiembre, en *Internacional* lo hagan en agosto. Asimismo, también como en *Política* octubre experimenta su vuelta a la normalidad, en *Internacional* ese mes se adelantaría 30 días y se situaría en septiembre.

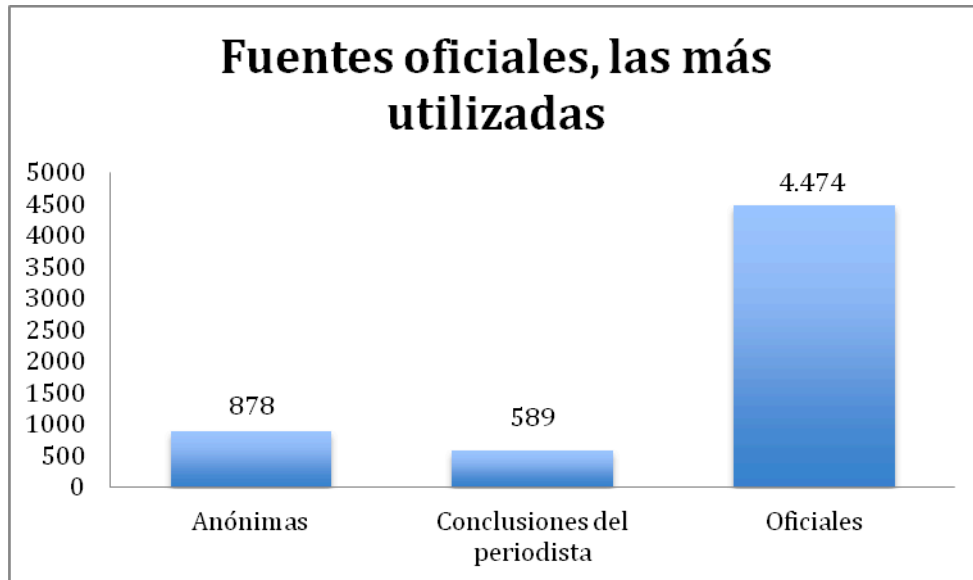
Por su parte, este descanso vacacional podría explicar también el hecho de que los vaticinios a largo registren un sustancial incremento durante los meses previos al periodo estival *internacional*. No en vano, es en mayo y junio cuando más se utiliza el futuro a largo plazo en la información de *Internacional*.

En *Política*, lo primero que hay que subrayar es precisamente ese punto mínimo que se marca en agosto en cuanto a vaticinios a corto plazo por las razones explicadas anteriormente y ese máximo que se señala un mes después. Las líneas que muestran la evolución del largo y del medio plazo, como también se ha señalado, parecen estar menos expuestas a esos periodos vacacionales, al menos en esta sección, y de ahí que muestren menos altibajos. No se explica si no la extraña estabilidad registrada por los vaticinios a medio plazo durante el mes de agosto.



#### 4.5. Los sujetos responsables de las predicciones informativas

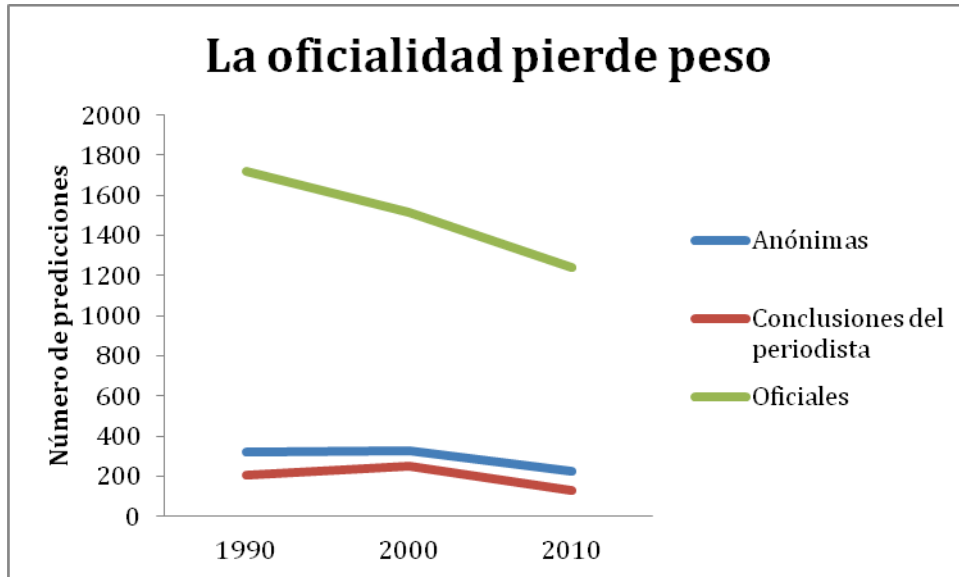
Como se aprecia en el siguiente gráfico, las fuentes oficiales han sido las más utilizadas con diferencia en los vaticinios registrados en el periódico.



Los periodistas, por lo tanto, basan sus profecías en fuentes oficiales, en instituciones, organismos o personas que hablan en nombre de un conjunto o que es fuente primaria de conocimiento de un asunto. Se trata, por otra parte, de una conclusión lógica teniendo en cuenta que no tiene mucho sentido perder credibilidad tratando de aventurar un asunto sin demasiado fundamento. Los periodistas prefieren por ello basar sus anticipaciones en fuentes sólidas, y no en fuentes anónimas (segunda categoría más utilizada) o mucho menos en conclusiones propias.

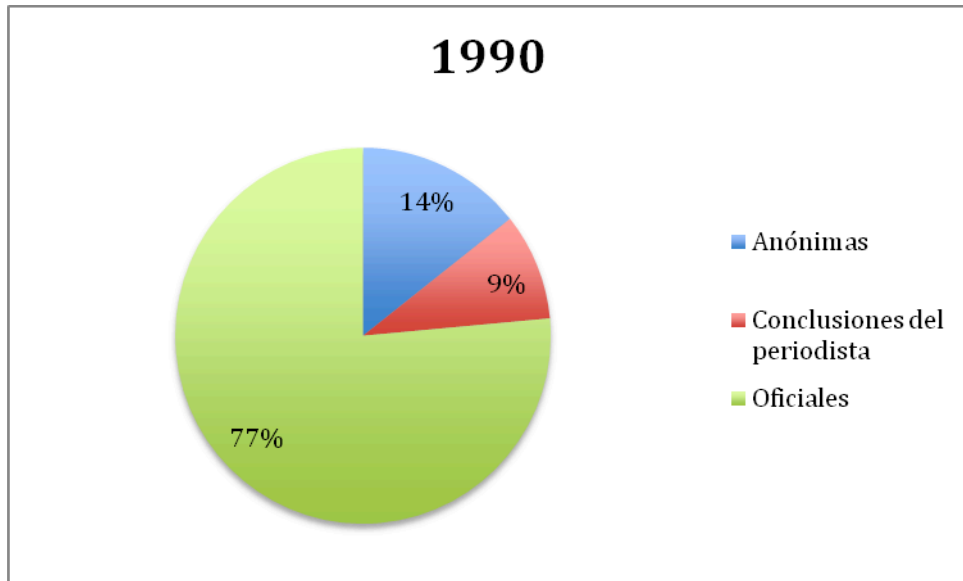
#### 4.5.1. Evolución temporal

A lo largo de los años, observamos un llamativo descenso del número de noticias que utilizan el futuro basándose en fuentes oficiales, como vemos en el siguiente gráfico.

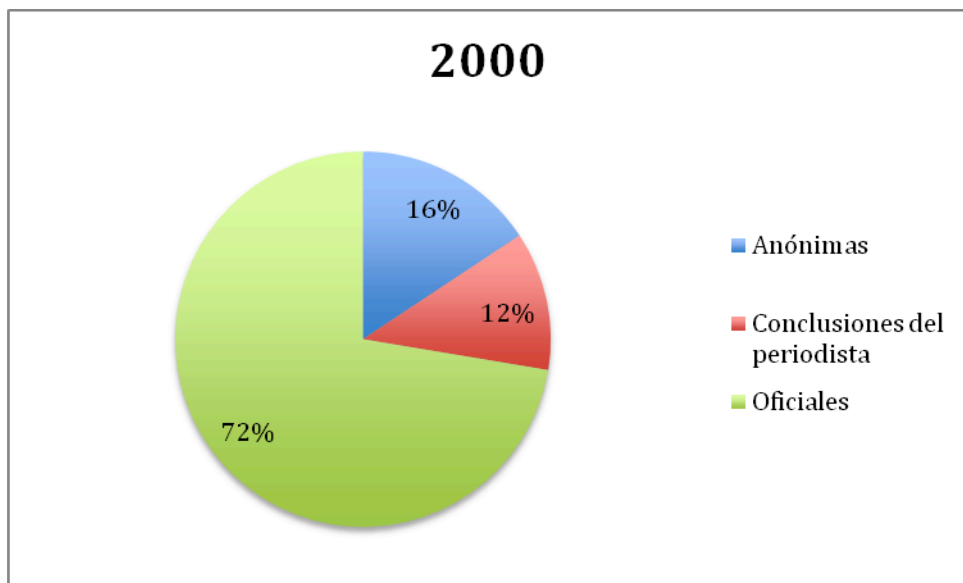


Las profecías que se basan en fuentes anónimas o en conclusiones del propio periodista, sin embargo, parecen no dibujar ninguna tendencia clara. Bajan en 2010, sí, como es lógico, puesto que en ese año se registran menos vaticinios en general, pero no lo hacen en 2000 y en ningún caso de modo significativo.

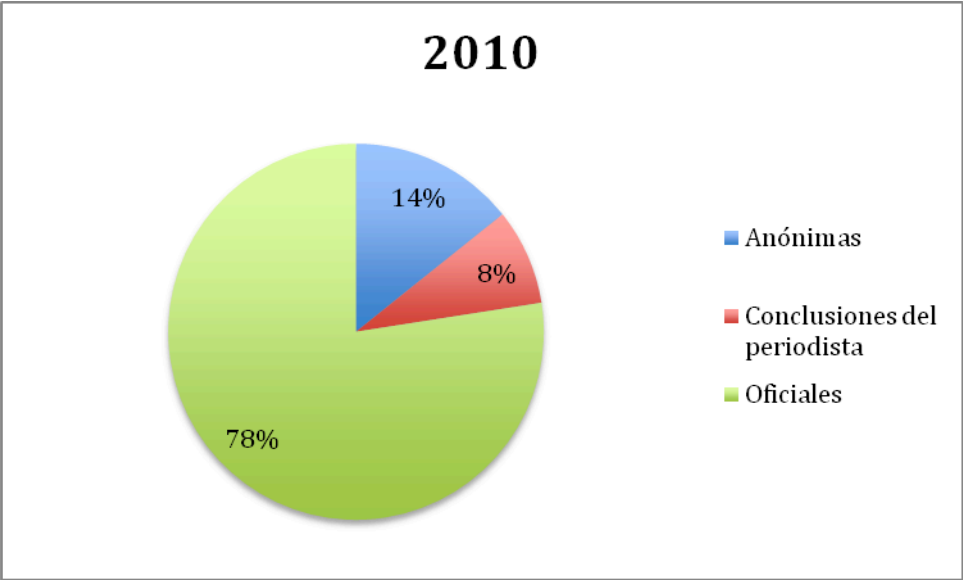
El descenso del año 2010, de hecho, provoca que haya que trasladar las cifras a porcentajes para averiguar si realmente han perdido peso las predicciones basadas en fuentes oficiales en comparación con el número total de augurios o si simplemente han descendido a causa de la disminución generalizada de anuncios experimentada en el último periodo analizado.



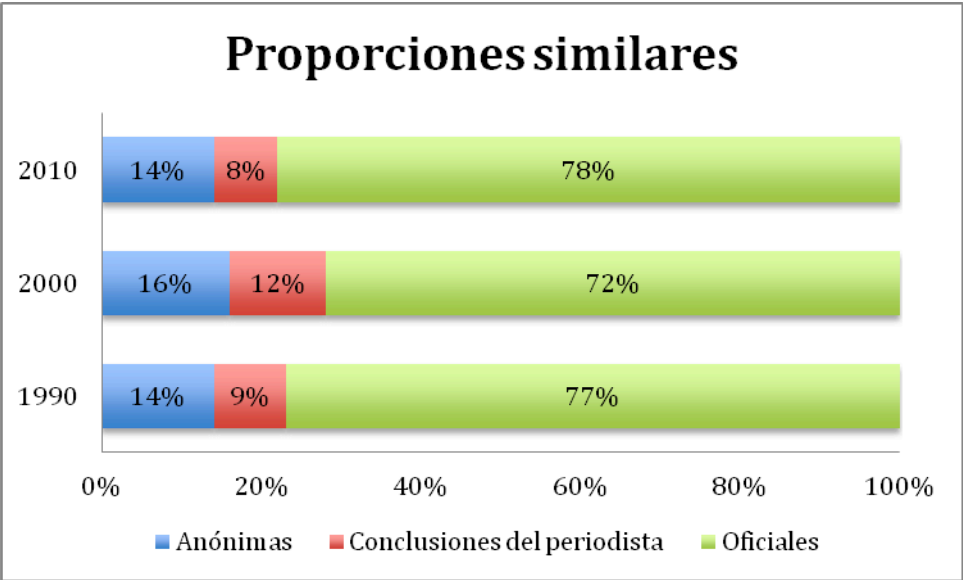
En 1990 observamos que tres de cada cuatro vaticinios estaban basados en fuentes oficiales.



Diez años después esa proporción cae ligeramente a favor de las predicciones basadas en fuentes anónimas y en conclusiones del propio periodista, aunque tampoco se trata de un cambio excesivamente llamativo, pues prácticamente podemos seguir afirmando que casi tres de cada cuatro augurios se apoyan en la oficialidad.

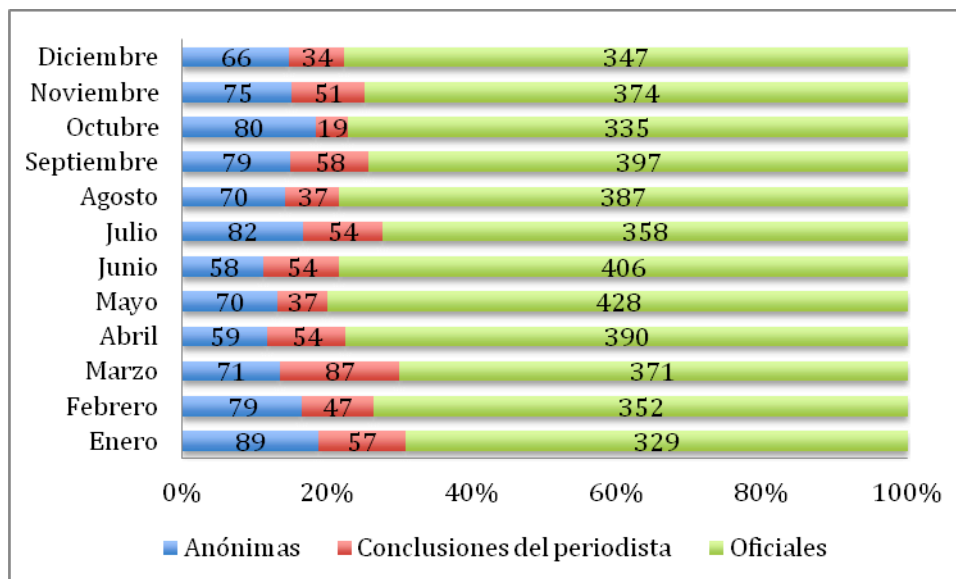


2010 en términos proporcionales vuelve a los mismos registros que se visualizaron 20 años antes. Los vaticinios basados en fuentes oficiales vuelven a superar el 75% que habían perdido en 2000.



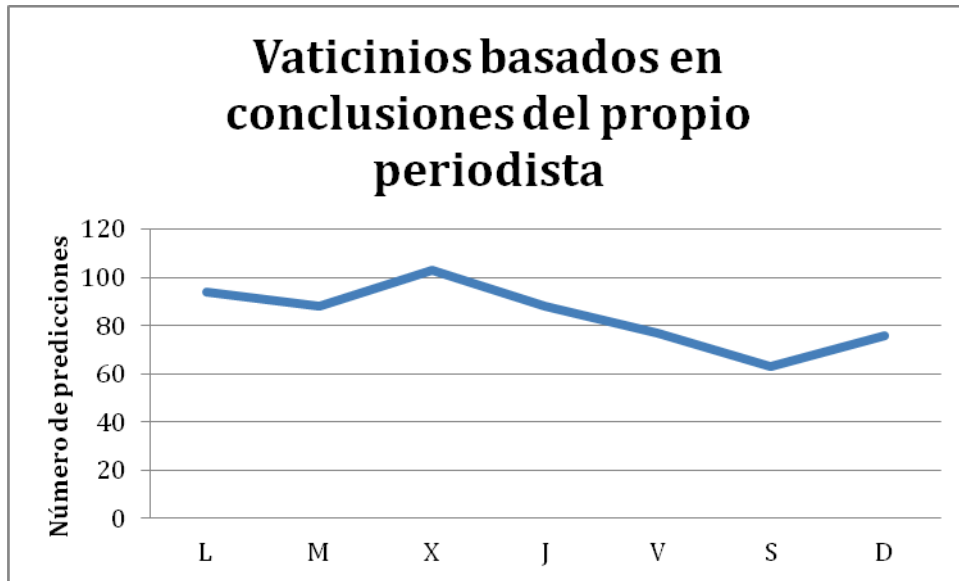
Se trata por lo tanto, como se ve en el gráfico de arriba, de proporciones similares las registradas a lo largo de los tres años estudiados. Apenas podemos resaltar cambios bruscos en estos periodos y tan solo sería destacable, como se ha indicado antes, esa variación experimentada en el año 2000, cuando las fuentes oficiales pierden peso a favor de las anónimas y, sobre todo, las conclusiones del periodista. La diferencia entendemos que no es sustanciosa y que por lo tanto no merece la pena buscar una explicación.

El siguiente gráfico aborda los vaticinios registrados divididos por el tipo de fuente que utilizan a lo largo de los distintos meses del año.

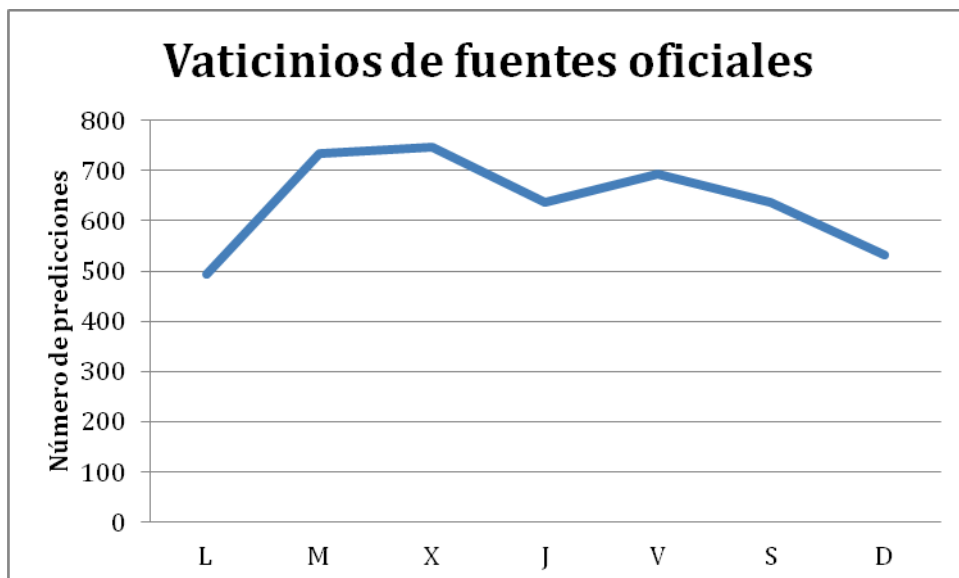


Como podemos observar, el mes de mayo es especialmente proclive a los augurios basados en una fuente oficial (428) mientras marzo resulta ser el más utilizado por los periodistas para hacer sus augurios con criterios propios (87). Por su parte, enero es el mes que ha tenido el mayor número de predicciones basadas en fuentes anónimas (89). A continuación vemos el mismo gráfico expresado en términos proporcionales y con el número de vaticinios por fuente indicado. Observamos que octubre es el mes que cuenta con menos profecías ancladas en fuentes oficiales y en conclusiones del periodista.

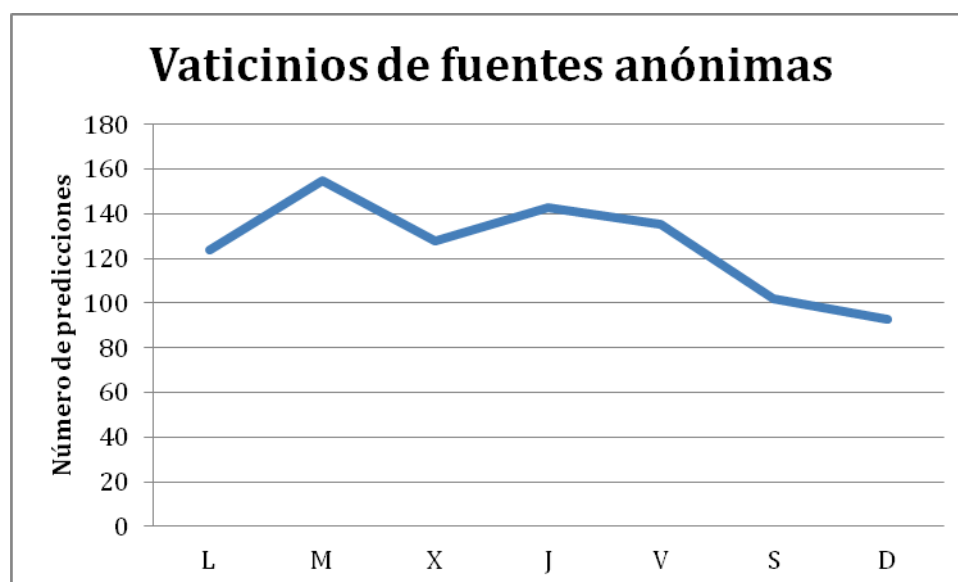
A continuación detallamos los augurios que se registraron a lo largo de los tres años estudiados en las secciones analizadas del periódico *ABC* divididos por fuentes y día de la semana. Hemos desglosado los datos en tres gráficos distintos atendiendo cada uno a un tipo de fuente debido a la diferencia que existía entre las oficiales y el resto de fuentes, con el facilitar la visualización de los datos y la tendencia.



En el primer gráfico observamos cómo el periodista se *moja* más de lunes a jueves que en el fin de semana; es decir, realiza más predicciones basadas en sus conocimientos y su propio criterio de lunes a jueves que de viernes a domingo. Esto parece tener lógica explicación. Por un lado, es posible que en el fin de semana entre un equipo de redacción distinto que el que existe de lunes a viernes, o al menos que se encarguen menos personas de más asuntos, lo que llevaría a que los especialistas no puedan abordar aquellos temas que más dominan porque tienen que hacer de todo esos dos días.



Las fuentes oficiales son, como hemos dicho más arriba, las más utilizadas para aventurar el futuro. En esta curva que dibuja la gráfica se puede apreciar algo similar a lo que ocurre en la de las predicciones basadas en el criterio propio del periodista, aunque con algunos matices importantes. La principal diferencia son los lunes. Es el día en el que menos augurios basados en fuentes oficiales se anuncian. Se trata también en este caso de una conclusión lógica, dado que el periódico de los lunes se hace con noticias que han ocurrido el domingo, día de descanso para la inmensa mayoría de políticos y actores de la actualidad. Al no haber tantas fuentes oficiales disponibles a hablar el domingo, el lunes resulta un día poco dado a las noticias que utilizan este tipo de contactos como base para sus augurios.

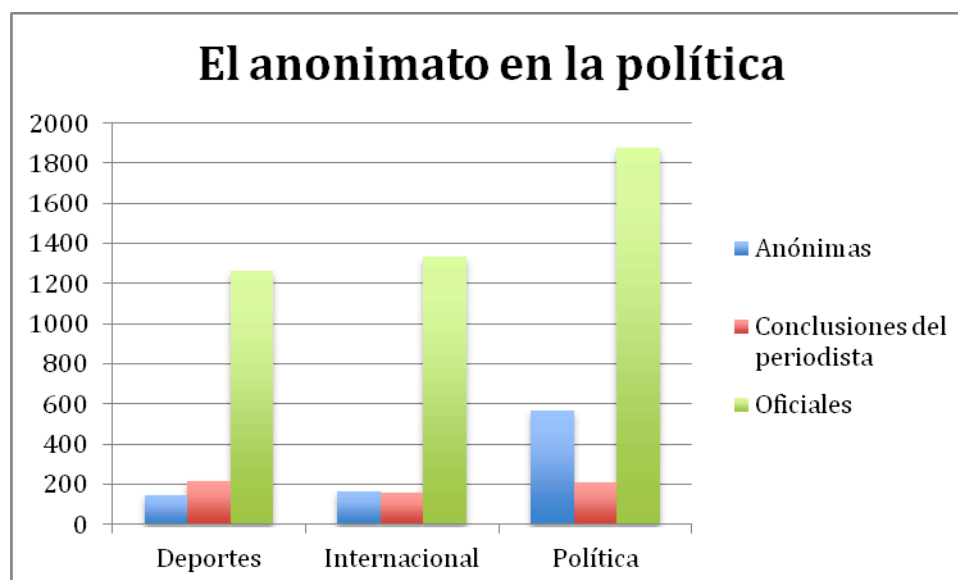


Las fuentes anónimas, en el fondo, suelen ser fuentes oficiales encubiertas, al menos en una gran mayoría de ocasiones, que se nombran de esta forma porque el informador prefiere mantenerse en la sombra para evitar represalias de su propio partido, por ejemplo, debido a que los datos que aporta perjudican a determinados dirigentes de su formación. Esos intereses provocan que haya que tener sumo cuidado con lo que se publica, ya que pueden ser fuentes que tengan muchas ganas de ver determinada información en la prensa y que, al esconderse tras el anonimato, podrían preocuparse menos por la veracidad de los datos que aportan. Pero, en definitiva, se tratan de fuentes oficiales encubiertas, oficiosas o simplemente concedoras de los asuntos que

ocurren en una determinada institución. De ahí que la gráfica se presente similar a la de las fuentes oficiales y se registren las cotas más bajas los fines de semana y los lunes, por los mismos motivos que en el gráfico anterior.

#### 4.5.2. Sujetos y ámbitos temáticos

En este punto abordamos qué fuentes han utilizado los periodistas al hacer sus augurios en función de la sección para la que trabajan. En el gráfico de abajo vemos cómo la sección de Política es la que más augurios basados en fuentes oficiales lleva a cabo. Se trata de algo lógico debido a que es esta sección que más vaticinios en términos generales realiza (2.662 por los 1.722 de Deportes, que se sitúa en segundo lugar).



Sí resulta más llamativo la importancia de las fuentes anónimas para aventurar lo que aún no ha pasado en la sección política. Casi 600 noticias utilizaron este tipo de fuentes para predecir el futuro, más del doble que los vaticinios basados en conclusiones del propio periodista. Esto es llamativo teniendo en cuenta que en las otras dos secciones (*Deportes e Internacional*) prácticamente tienen la misma fuerza los dos tipos de fuentes (las conclusiones del periodista y las fuentes anónimas). Incluso en *Deportes* se da la circunstancia de que las conclusiones del periodista se sitúan por encima de las fuentes anónimas en cuanto a base de las predicciones. Son los periodistas deportivos, por lo tanto, más proclives a lanzar augurios

basándose en su propio criterio que a hacerlo utilizando fuentes anónimas, algo que no ocurre en el resto de secciones.

Por su parte, la fuerza de las fuentes anónimas en las predicciones políticas entendemos que se debe a que se trata de contactos que prefieren estar escondidos por algún motivo (intereses, etc.) pero que suelen ser los mismos que en otras circunstancias son utilizados por los periodistas como fuentes oficiales. Es decir, en la sección de Política no es extraño que un diputado haga unas declaraciones en abierto, incluso lance un vaticinio dando la cara y que los periodistas así lo reflejen, como algo que alguien con nombre y apellidos dice que pasará, y que en otro momento lance la piedra pero esconda la mano. En estas últimas circunstancias, el político puede decir al periodista que publique la información pero que no revele la fuente, algo muy habitual por otra parte. Si esa información entregada hacer referencia al futuro, estaríamos ante una fuente anónima que el periodista convierte en vaticinio en su periódico. No tenemos datos para valorar hasta qué punto este tipo de fuentes anónimas son luego oficiales y viceversa, pero sí podemos decir que parece lógico pensar que esto debe ocurrir con frecuencia y de hecho la gráfica de arriba así lo pone de manifiesto.

No ocurre lo mismo, sin embargo, en la sección de Internacional y entendemos que también tiene su explicación lógica basada en este mismo argumento. Las fuentes de esta última área informativa suelen ser menos accesibles (tanto para los corresponsales, si el diario los tiene, como para los periodistas que trabajan desde Madrid, que solo llegan a ellas cuando estas visitan España o cuando ellos mismos hacen en algún viaje esporádico al extranjero), por lo que no se puede equiparar el trato que con ellas tienen los periodistas políticos que los que ejercen su función en Internacional. Los primeros están en continuo contacto personal con sus informadores y los segundos no. De ahí que las fuentes oficiales sean primordiales para los periodistas de Internacional y que las basadas en el criterio del periodista tengan casi tanta importancia como las anónimas.

El poco uso de las fuentes anónimas para vaticinar el futuro que hacen los periodistas de *Deportes*, sin embargo, no encaja demasiado en este argumento, ya que estos profesionales también están en continuo contacto

con las fuentes primarias y se dan circunstancias similares a lo que ocurre en *Política*. Los informadores oficiales podrían utilizar a los periodistas deportivos para lanzar sus predicciones tras la ocultación del anonimato. Sin embargo, esto no ocurre. Al menos no al mismo nivel que pasa en *Política*. Creemos que se debe a una cuestión meramente formal, basada en que los periodistas deportivos simplemente hacen suyas las tesis de sus informadores anónimos y se lanzan a la aventura de adivinar lo que va a pasar con más alegría. Las formas y el estilo del área de *Deportes* podrían estar detrás de esta cuestión, ya que en el fondo la diferencia entre una noticia que se publica con base en fuentes anónimas tiene la misma repercusión y consecuencias sobre la opinión pública e incluso sobre posibles represalias jurídicas que una información que no nombra ningún tipo de fuentes y que parece deducida por el periodista.

## 5. El uso informativo del futuro desde la perspectiva de los periodistas: resultados de la investigación cualitativa

Con el fin de evitar que fueran las conclusiones personales del autor de este trabajo las únicas que valoraran los resultados cuantitativos obtenidos de la realización del trabajo de campo y de palpar la experiencia de los que han elaborado algunas de las noticias que aquí se han analizado, decidimos contar con el testimonio de esos protagonistas. Entendimos que la visión de algunos de los que formaron parte de esos equipos de la redacción de *ABC* que en 1990, en 2000 y en 2010 redactaron esas noticias que predecían lo que iba a pasar podría resultar interesante para aportar contenido cualitativo a los datos meramente cuantitativos. Nos pareció que podía ser una forma de encontrar razones para esas tablas puramente objetivas, un modo de tratar de buscar por qué se llevaron a cabo esos vaticinios, qué pensaban los que los idearon, qué concepción tenían sobre el periodismo y sobre la utilización del futuro, qué les motivó entonces a buscar la prospección.

Entrevistando a un redactor, un redactor jefe o jefe de sección y un director de cada uno de los periodos analizados, pensamos, podríamos hacernos una idea de los motivos que llevaron a titular una información en futuro o de si esa concepción sobre la profesión fue evolucionando a lo largo de los años y si ese cambio de mentalidad pudo influir de algún modo en los resultados cuantitativos obtenidos, en que se experimentara una tendencia decreciente en el recurso a los augurios o en que antes de un evento se notara un incremento de los vaticinios.

En concreto, entrevistamos al jefe de la sección de *Sociedad* en el año 2000, Pablo Muñoz, que hoy ocupa el cargo de jefe de la sección de *Política*; con el actual jefe del área de *Deportes*, David Álvarez, que fue nombrado en abril de 2010 para este cargo y que venía de ser el responsable de Información de *ABC.es*; con el actual redactor jefe de *Internacional*, Alberto Sotillo, que lleva en ese puesto desde 2010 y que ha pasado la mayor parte de su vida profesional ligado a la información mundial; con la jefa de *Sociedad* en el año 1990, María Isabel Serrano, que fue fichada por el entonces director del diario Luis María Anson precisamente ese año, que provenía del extinto *Ya* y que actualmente ejerce

como redactora “todoterreno”, como ella misma explica; con el redactor de la sección de *Madrid* en el año 2000 Miguel Oliver, que también ha pasado por el suplemento de información inmobiliaria del periódico y por el área de *Deportes*; con el redactor de Sucesos y Tribunales de la sección de *Madrid* en 2010 y en la actualidad, Carlos Hidalgo, responsable de la cobertura de los acontecimientos del Madrid Arena o de la operación contra el jefe de la Policía de Coslada, entre otros asuntos; con el redactor de *Política* Javier Pagola tanto en el año 1990 como en la actualidad, que fue también contratado por Anson, y que se ha dedicado fundamentalmente a la información sobre terrorismo desde que llegó a *ABC*, primero desde San Sebastián y posteriormente en Madrid; con el actual director del rotativo madrileño Bieito Rubido, que llegó al cargo precisamente en el año 2010 y que se ha mantenido hasta la actualidad; el su predecesor, Ángel Expósito, que estuvo en el año 2010 a cargo del periódico hasta que fue sustituido por Rubido; con el director de *ABC* en 2000 José Antonio Zarzalejos; y con quien dirigió el periódico durante una época de esplendor para el rotativo de los Luca de Tena, Luis María Anson, actualmente miembro de la Real Academia de la Lengua, colaborador de *El Mundo* y presidente del diario digital *El Imparcial*.

Entendemos que la selección de estos profesionales que han pasado por el periódico y que en algunos casos todavía continúan trabajando en él es suficientemente representativa como para que sirva para apoyar nuestro trabajo y complementar el análisis cuantitativo a través de una visión cualitativa.

### **5.1. Asociación del término *predicción* al de rumor o especulación**

No ha sido frecuente, pero sí es cierto que en algunos casos el entrevistado ha relacionado los conceptos rumor, opinión, valoración, juicio o incluso previsión con el de predicción. De ahí que en este trabajo hayamos acotado todo lo posible el objeto de estudio y nos hayamos centrado en analizar exclusivamente los tiempos expuestos en futuro. Sin embargo, algunos de los entrevistados se han empeñado en mezclar los citados términos. Anson, por ejemplo, reconoce “alarmarse” cuando se le pregunta por las noticias que avanzan el futuro. “En mi época adelantamos más bien pocas cosas”, señala, cuando nuestro trabajo, sin embargo, detecta que es precisamente en el año 1990, con él como director,

cuando se producen más vaticinios en todos los años estudiados. Además, durante la entrevista, el exdirector de *ABC* continuamente se refiere a términos como rumor o especulación cuando se le pregunta por este tipo de noticias. “En todo ese mundo del corazón, que se van a casar, que se van a divorciar, que se van a unir, que va a pasar esto. Están permanentemente anticipando cosas que en el 90% de las veces no ocurren luego; no son nada más que especulaciones, porque hay que llenar unos espacios en televisión o en radio o en un periódico impreso y entonces se produce esa especulación, que no le da precisamente seriedad al periodismo. Comprendo que hay personas que lo hacen así, y hacen muy bien en hacerlo, cada uno es libre y para eso tenemos libertad de expresión, para hacer lo que se quiera, pero yo personalmente no creo ni en el periodismo de especulación ni en el periodismo de anticipación en el que no haya seguridad de que vaya a ocurrir lo que se anuncia”, apunta Anson.

Las previsiones, sin embargo, sí entrarían dentro del ámbito de lo noticiable para el exdirector de *ABC*. “Por ejemplo, tú tienes la noticia de que en el Consejo Europeo se va a analizar el problema español de los desahucios, pues lo introduces; en el Consejo Europeo se hablará de esto; ahí estás dando una noticia, no estás especulando sobre si va a ocurrir o no va a ocurrir”, sentencia Anson. “Es que eso forma parte de una noticia actual, se ha anunciado que se va a hablar; es lo que se llama el orden del día; si tienes el orden del día, pues, hombre, puede ocurrir una catástrofe y que no pase, pero tú no has mentado, has recogido el orden del día; ahora, cuando tienes eso, noticias que son generalmente rumores y muchas veces son bulos de que se va a producir, pues no”, explica.

## **5.2. Cambios en el modelo organizacional**

La organización del trabajo cambió con la nueva disposición de la redacción: de Anson y Zarzalejos a Expósito y Rubido. Anson (director de *ABC* en 1990) organizaba una reunión por la mañana a las 13:00 horas con unas 20 personas, entre subdirectores, redactores jefe y jefes de sección. “Ahí cada uno iba diciendo lo que creía que podía tener importancia, la previsión de noticias que creía que podían llegar y se tomaba una decisión colectiva sobre qué iba a ir en portada y en el resto de secciones; era un trabajo en equipo”, explica el propio exdirector.

Por la tarde, lo que había era un pequeño encuentro a última hora entre los tres o cuatro máximos responsables del diario, aunque solo si la actualidad lo requería. “En mi despacho, a las 19:30 o a las 20:00 horas, si había alguna noticia o alguna información, ya venían los jefes de redacción y los subdirectores para estudiar qué modificación se podía hacer en el periódico”, relata Anson, que repetía esta rutina también durante todos los fines de semana del año.

Por su parte, Zarzalejos (director de *ABC* en 2000) “modificó totalmente” la organización del trabajo cuando llegó al cargo al entender que el anterior funcionamiento se basaba en un ordenamiento “desestructurado”. Asegura que durante su época como responsable del periódico había “un mínimo de dos reuniones diarias” a las que él asistía. La primera, que tenía lugar entre las 10:30 y las 11:00 horas, y la segunda, entre las 18:30 y las 19:30 horas, eran fijas todos los días. Según el exdirector de *ABC*, en la de la mañana se hacía “el análisis crítico del periódico”: “Yo reclamaba entonces que se hubiese leído el propio periódico, pero también que se leyese los de la competencia y que se hiciese un contraste: qué hemos hecho bien, qué nos ha faltado, qué es mejorable; luego teníamos la previsión del día: hoy, qué agenda tenemos de cosas que van a suceder, cómo las vamos a abordar y quién las va a abordar y dónde”, cuenta Zarzalejos. Por la tarde, “se decidía qué es lo más importante, cuál es la apuesta informativa del periódico para el día siguiente, ya que un periódico sin una apuesta informativa clara en su primera página o en su portada cae inmediatamente en la ambigüedad y por lo tanto despista”. Además, prosigue, “era una reunión de ajuste, de perfeccionamiento”.

Junto a estas dos reuniones diarias había otros encuentros semanales establecidos. Uno de ellos, apunta, “destinado a planificar el fin de semana”. Este tenía lugar habitualmente los martes o los miércoles con el objetivo, según el propio responsable máximo de la redacción, de que “hubiese tiempo para planificar y escribir las historias”. Esas historias, explica, consistían en “reportajes, entrevistas y análisis”, fundamentalmente. En esa reunión se decidía “qué temas se elegían, por qué se elegían, quién los hacía y dónde y cómo iban a aparecer”. Se hacía los martes precisamente para comenzar pronto la planificación del fin de semana, pero era normal, como cuenta Zarzalejos, que se fuera modificando durante los días siguientes, en los que se iba “corrigiendo el

tiro”: “Esto no funciona como una cadena de montaje; si viene un acontecimiento el viernes por la mañana, todo salta por los aires, porque nosotros lo que tenemos que hacer es estar preparados para que surja lo imprevisto, debemos ser muy expertos en el manejo de lo imprevisto”, asegura. Otro de esos encuentros añadidos a los diarios eran las reuniones “monográficas”. Según Zarzalejos, se trataba de momentos en los que se juntaba el equipo directivo; es decir, “el director, los subdirectores y redactores jefes fundamentalmente”. Estas reuniones monográficas, continúa, “servían para tratar temas más concretos” y se celebraban a veces semanalmente y otras veces cada 15 días. Además, cuenta el exdirector de *ABC*, los lunes se hacía una “planificación de la semana”. Estas reuniones, se esfuerza en explicar Zarzalejos, no hay que confundirlas con procesos asamblearios.

Por último, Bieito Rubido también lleva a cabo la matutina de modo similar a como lo hacía Zarzalejos. “Tenemos un consejo de redacción a las 11:00, que analiza el periódico del día y que además ya va a continuación planificando a través de cada jefe de área los contenidos del periódico del día siguiente; se hace un anticipo, se hace una puesta en común, de tal manera que todos escuchamos procurando no ser muy autocomplacientes, vemos lo que ha hecho la competencia y lo que hemos hecho nosotros”, describe. Sin embargo, la reunión de la tarde es algo distinta a la del exdirector vasco e incorpora llamativas novedades también respecto a cómo funcionan otros periódicos: “A partir de las 15:30 o 16:00 horas hay una reunión que es una especie de mesa permanente, que trabaja página a página, en la que ya se asigna el espacio a cada contenido; esta ya la hace un grupo reducido en el que participa el director adjunto, los subdirectores y cada uno de los redactores jefes en colaboración con el director de arte”, señala Rubido, quien añade que “a las seis de la tarde” hay una nueva cita, esta vez en el despacho del director y “para ver sobre una pantalla cómo van confeccionadas las páginas, qué lleva cada una”. “Ahí entonces vuelven a participar los jefes y vuelve a haber una puesta en común de todos los redactores jefes; es entonces cuando decidimos cuáles son nuestras apuestas de portada”, explica el actual director del diario de Vocento. Además de estas tres reuniones diarias, Rubido asegura que en el periódico tienen otros “tres comités distintos”. “Uno es el comité de lecciones aprendidas, que consiste en una reunión que

hacemos una vez al mes para analizar errores que hemos cometido y corregirlos y en la que participan todos los redactores jefes”, detalla. Otro, continúa, es un encuentro que nuevamente se hace una vez al mes y que Rubido denomina “de mestizaje”: “Ahí sí que se invita a redactores «normales» a hablar un día también del periódico”, dice. Por último, concluye, existe lo que denominan un “minicomité”. Éste se hace, según explica, “una vez a la semana”, los lunes, y reúne a “los cuatro subdirectores más los adjuntos al director”, que planifican “cosas de futuro”. El *ABC* de Rubido no tiene una reunión específica para abordar el fin de semana, sino que ese trabajo se hace a lo largo de los encuentros de cada día. “Ya el mismo lunes empezamos a planificar el fin de semana, aunque el fin de semana se planifica durante toda la semana; hay un responsable, un subdirector y un redactor jefe dedicados solo al fin de semana”, detalla.

Vemos, por lo tanto, que el número de reuniones diarias que se llevan a cabo en el periódico ha ido incrementándose conforme han avanzado los años. El sistema de organización se ha ido haciendo más complejo, fruto de ese aumento del número de encuentros fundamentalmente, pero también de las reuniones semanales y mensuales que los directores después de Anson han ido incorporando. En la última época, además, se introduce esa denominada “mesa permanente”, que es como una reunión continua que dura media tarde. Según explica el propio Rubido, “el subdirector que lleva la apertura va convocando por orden a las secciones, al redactor jefe de cada sección; ambos se sientan y van viendo los temas; un responsable de diseño está también allí sentado con ellos para ver cómo se va dibujando la página”. “Van pasando las secciones por orden, empieza a las 15:30 horas la de *Política* y así sucesivamente hasta que en torno a las 18:00 está todo el periódico dibujado”, concreta. Rubido señala que este diseño de la redacción conformado en torno a la denominada mesa permanente “es mucho más operativo”: “Obedece a que no hay despachos, esa figura del subdirector en un despacho ha desaparecido; y esto favorece que haya una mayor circulación, un tráfico de la toma de decisiones y de la información mucho más eficaz; funciona mucho mejor y lo hemos comprobado”, detalla el director de *ABC*, que entiende que con este sistema se puede hacer más con menos personal. Asegura que ya “no hay jefes de sección”, que hacían la función de número dos de

cada área, sino “solo redactores jefes”: “Hemos simplificado todo lo que hemos podido y yo creo que además que tenemos que simplificar todavía más”, anuncia.

### **5.3. Las secciones favoritas de los directores de ABC**

Anson fue un firme defensor de continuar con la tradición cultural de *ABC*. Así de hecho lo expresa en la entrevista. “El periódico siempre fue así, ahora no, pero siempre fue así; era, junto con *Le Figaro*, el único periódico literario que quedaba en Europa”, explica. “Durante los más de 14 años que yo lo dirigí, *ABC* apostó fundamentalmente por la cultura”, ahonda. “Se atendía la política, se atendía la economía, se atendía la política internacional, se atendían los sucesos, se atendía el deporte, se atendía todo, porque un gran periódico debe ser completo; pero predominaba la atención por el mundo cultural; había aspectos de la cultura a los que los demás periódicos no hacían ni caso, que marginaban o que ni siquiera publicaban, y que en *ABC* se encontraban siempre”, concreta Anson, quien recuerda que este modo de funcionar “respondía a la línea tradicional” que había seguido el diario. “El *ABC*, desde que lo fundó don Torcuato Luca de Tena en 1905, fue un periódico literario, que tenía una primera página que generalmente reflejaba un artículo literario, un artículo que se encuadraba dentro de la actualidad periodística, dentro de la actualidad cultural, pero que también era una artículo literario; por eso por *ABC* han desfilado los grandes, grandes escritores del siglo XX, desde Pérez Ayala a Azorín y desde Rafael Alberti a Juan Ramón Jiménez”, resume Anson, quien considera que ese carácter literario ya se ha perdido, “se ha separado al *ABC* de esa tradición”. El exdirector, actualmente responsable del diario digital *El Imparcial*, recuerda con añoranza cómo el rotativo de Vocento fue el primero en sacar una revista literaria. “Cuando hicimos *El Cultural* como revista aparte, no había ningún periódico que lo hiciera; luego nos siguió todo el mundo”, rememora Anson, que también se jacta de haber dado la que él denomina “la máxima exclusiva cultural de toda la prensa europea en los últimos 50 años”, en referencia a la publicación de *Los sonetos del amor oscuro*, de Federico García Lorca. “Y lo digo con rotundidad; eso fue en marzo de 1984”, sentencia quien también se enorgullece de haber sido el primer diario en introducir la ciencia en el mundo de la cultura. “El gran acierto

de *El Cultural* fue que unir a las tres patas clásicas de las letras, las artes y la música, la ciencia, porque se trata de parte ineludible de la cultura”, concluye.

En la época de Zarzalejos, la cultura pasó a compartir peso con la política, aunque considera que ambas secciones son las dos patas fundamentales del periódico. “La política no dejan de ser la gestión y los intereses colectivos; cuando hablo de política, hablo de política en términos amplios”, relata el exdirector, quien argumenta, por otro lado, que también considera la cultura como la otra pata básica porque “es una aportación esencial de los medios de comunicación”: “Tenemos la labor de influir, la labor de enseñar y la labor de contrapesar; y todo eso se puede hacer mejor desde la política y desde la cultura”, razona.

Rubido, por su parte, se limita a señalar que la gran apuesta de su *ABC* es “la información de política nacional”. Argumenta que la razón es que, “en contra de lo que digan, es la gran demanda de los lectores y de los ciudadanos”.

#### **5.4. La influencia de los recortes**

El actual director de *ABC* anuncia su intención de “simplificar” aún más la redacción. Lo dice en un contexto en el que habla de la reducción de cargos, aunque bien podría significar un nuevo mal augurio para los redactores. En este sentido, Zarzalejos valora la actual situación de la prensa de un modo muy negativo. “No estamos en el mejor momento, sobre todo porque el mayor problema es que los periódicos han perdido talento, y esto solo se hace con talento”, reflexiona en voz alta al mismo tiempo que trata de responder a la pregunta de por qué se ha perdido ese talento. “Se ha descapitalizado la redacción desde un punto de vista humano, pero no solo la de *ABC*, sino la de todos los periódicos, sin distinción”, resalta. “Ha habido ERESs en los que, como los periodistas sénior cobraban más, pues lógicamente eran los que primero salían; y esto ha provocado que algunos géneros muy importantes hayan quedado verdaderamente lesionados; por ejemplo, todo lo que se trata en la materia de tribunales, donde había grandes especialistas”, afirma Zarzalejos, quien pone como ejemplo al redactor de *El País* Pepe Yoldi y a la periodista de *ABC* Susana Nieves. “Por poner simplemente dos casos que me vienen a la cabeza”, añade.

La visión de Rubido al respecto es distinta. No en vano, se trata de un director que ha tenido que afrontar el trago de despedir a gente. “Es cierto que en algunas redacciones se ha descapitalizado, pero en algunas, no en todas; además, en ocasiones lo que se ha hecho no ha sido una descapitalización, sino una cirugía necesaria; había mucho anquilosamiento y había gente que venía aquí a cumplir un horario; digo aquí, pero me refiero a todas las redacciones”, apunta el director, que añade que “los buenos-buenos uno nunca deja que se vayan.

### **5.5. El tratamiento de las exclusivas**

Las exclusivas, por tratarse de noticias especialmente características, han sido tratadas con mención aparte en este trabajo. No existe en principio ningún lazo entre este tipo de informaciones y las que aventuran el futuro más allá de que ambas podrían buscar una diferenciación, pero hemos querido abordarlas precisamente por este último aspecto singular que comparten con los vaticinios.

Anson, por ejemplo, cuidaba especialmente este tipo de noticias. Lo recuerda Javier Pagola, cuando dice que el exdirector de *ABC* “cogía un tema y lo seguía y lo seguía”, lo cual facilitaba, en opinión del redactor, no solo anunciar las cosas antes que otros, sino también adelantarte, predecir, “porque era tu tema”. Este modo de funcionar, valora, “hacía que te pudieras adelantar a muchos acontecimientos relativos a esos temas, porque tenías muchas claves”. Esto, continúa el periodista, que sigue en el mismo puesto que entonces, hoy no se hace tanto. “Hay temas que se sueltan y al día siguiente ya nos ponemos con otra cosa”, explica.

El propio Anson cuenta cómo trataban las exclusivas: “Siempre que algún redactor o algún jefe de redacción o yo personalmente habíamos accedido a alguna exclusiva, ese tema normalmente no se debatía en el consejo de redacción, porque siempre había peligro de filtraciones y de que llegase a la competencia”, recuerda. “Se quedaba para por la tarde”, relata en referencia a la reunión que a última hora se celebraba en su despacho. “No pasaba todos los días, pero sí a lo mejor una o dos veces a la semana”, asegura Anson, quien entiende que “cuando tienes la suerte de conseguir una exclusiva [...], aunque haya noticias más importantes ese día, casi estás obligado a darle un tratamiento

especial, con una titulación especial, una colocación especial o un énfasis si se trata de la radio o la televisión también especial”. Si esa exclusiva, además, se prolonga a lo largo de los días y se realiza un seguimiento sobre ella, también en otros medios de comunicación y en la propia sociedad “pues naturalmente se le da un relieve por encima de lo normal, porque es la información que han conseguido los redactores del periódico”.

Al igual que en la época de Anson, cuando Zarzalejos ocupó el sillón del director de *ABC* ordenó funcionar del mismo modo en relación con la discreción respecto a las exclusivas. Tampoco solía comentar las exclusivas en las reuniones. “Yo recuerdo dos exclusivas muy, muy delicadas, que tuvieron mucha repercusión y que se hablaban en un ámbito restringido [en referencia al encuentro del dirigente de Esquerra Republicana de Catalunya Josep Lluís Carod Rovira con miembros de ETA en Perpignan, y al texto del estatuto de Euskadi como comunidad libre asociada]; tan solo estaban presentes el subdirector, el redactor jefe, el jefe de sección y yo; no se socializaba la exclusiva”.

## **5.6. La visión sobre las noticias que abordan el futuro**

Curiosamente, el director que tiene menos reparo en hablar del futuro –aunque en todo momento lo hace con prudencia– es precisamente Bieito Rubido, quien ha ejercido durante el periodo en el que se han producido menos vaticinios, el año 2010. Él hace una distinción entre tres tipos de informaciones que hablan sobre cosas que aún no han pasado. En primer lugar, se refiere a “prospecciones que se hacen sobre qué puede ocurrir en determinadas áreas geográficas, como Irak, por ejemplo”. En segundo término, asegura que en ocasiones los medios de comunicación se hacen “eco de trabajos científicos serios, rigurosos sobre cuestiones de la naturaleza, de la salud del hombre, estudios científicos en general”. Por último, señala “la capacidad que hoy tienen los medios, sobre todo los periódicos [...] de contar un poco más”, y no quedarse únicamente “en lo que ha pasado”.

Este último tipo de informaciones es el que le parece más interesante a Rubido: “Yo tenía un profesor que decía que en el periódico de hoy hay que empezar a contar un 25% de ayer, un 25% de hoy y un 50% de mañana”, recuerda a modo de ejemplo. “Uno de los valores por los que nos van a premiar o

a castigar los lectores en los próximos años es precisamente si podemos o anticiparles cosas, ¿por qué si no nos van a dar un euro treinta si no les aportamos valor?”, se pregunta. El director de *ABC* entiende que en ocasiones se busca esa anticipación con el fin de diferenciarse del resto de periódicos: “Hoy por hoy, para mí es la obsesión más importante que tengo en *ABC*, que el periódico sea diferente, que tenga agenda propia; como decía otro viejo profesor mío, es mejor acertar solo que equivocarse con todos”, reflexiona Rubido, que ve cómo “cada vez más los periódicos de papel anticipan el hecho que va a ocurrir”. “Que empiece el curso, pues cuáles son los diez grandes retos del presidente del Gobierno; este tipo de contenidos tienen más sitio”, afirma. En cualquier caso, Rubido también pretende ser prudente, y por eso dice también que ante estas noticias que adelantan el futuro “hay que aplicar el mismo criterio que con las noticias del pasado”. “Lo más importante es que lo que cuentes sea verdad”, añade. “En ocasiones, cuando hablamos del futuro estamos hablando de la no noticia, de meras especulaciones; no cabe duda de que si tu tienes información de algo que con certeza va a ocurrir, lo tienes que dar, pero en muchas ocasiones lo único que estás haciendo es intentar que ocurra algo que no ha ocurrido”, sentencia.

Por su parte, Anson es el que se muestra más tajante contra el recurso a estas noticias que avanzan hechos, a pesar de que fue durante su época cuando hubo más vaticinios de los tres años estudiados. “Los periodistas no somos profetas”, pontifica. “Cuando uno está completamente seguro, porque te ha llamado el presidente del Gobierno y te lo ha dicho, de que el día 1 es cuando comparecerá en el Congreso, pues está muy bien decirlo, pero hay que andar con mucho cuidado sobre las cuestiones esas de predicción del futuro, de lo que va a ocurrir, de lo que se va a hacer, hay que medir muy bien, porque se puede confundir al lector; lo de las profecías hay que dejárselo a otros estadios”, afirma. Conforme avanza la conversación, sin embargo, sí admite el exdirector que existen ocasiones en las que se pueden contar noticias sobre cosas que aún no han pasado, como veíamos antes. Ahora bien, continúa, “cuando tienes noticias que son generalmente rumores y muchas veces incluso bulos de que se va a producir algo... por ejemplo, en el mundo del corazón, donde están permanentemente anticipando cosas que en el 90% de los casos luego no

ocurren; no son más que especulaciones, porque tienen que rellenar unos espacios en televisión o en radio o en prensa”. “No creo en el periodismo de especulación ni en el periodismo de anticipación en el que no haya seguridad de que vaya a ocurrir lo que se anuncia”, resume Anson, quien exige que se haya comprobado la información por al menos dos fuentes antes de lanzarse a contar un vaticinio.

La reflexión de Anson se hace además en un contexto en el que, según dice él mismo, “se hacen muchas más especulaciones que antes”, cosa que achaca a la proliferación de “comentaristas”, pero también a la explosión de blogs, diarios digitales, redes sociales, etc. “Lo más grave que tiene hoy la información es que están excesiva que se hace muy difícil discernir entre información y desinformación”, apunta. “El 80% de lo que se dice hoy en Twitter no es ni siquiera un rumor, porque un rumor tiene cierta consistencia, son bulos, cosas que se ha inventado la gente; y se lanzan como si fueran una realidad”, asegura. “Hemos llegado a eso que se llamaba antes el patio de vecindad, de que cada vecina cuenta una historia y dices, bueno, cuál es la verdad de todo esto”. “Las nuevas tecnologías, las redes sociales, han introducido algo que es lo que ha producido es el rumor”. “Ese periodismo serio, universitario, que responde a una deontología profesional, lo tiene muy difícil hoy”, agrega.

Zarzalejos deja claro que una noticia es “un hecho relevante que repercute sobre un grupo de personas” y que “ha ocurrido o que está ocurriendo”. “Lo que va a pasar no es noticia”, sentencia el exresponsable del diario, que entiende que abordar “lo que va a pasar es un ejercicio periodístico de prospectiva y, por lo tanto, de análisis”. “El periodismo no es solamente contar las noticias que se conocen, sino también contextualizarlas, explicar el por qué se producen esos hechos relevantes y qué consecuencias tienen”, explica Zarzalejos, que encuadra de este modo las piezas que vaticinan el futuro solo dentro del concepto de análisis periodístico, excluyéndolas del de noticia, a pesar de que en nuestro trabajo solo hemos contabilizados estas últimas. El periodismo, profundiza en su línea, “tiene una función que se llama prospectiva y que yo denomino de adivinación documentada; es decir, en función de las variables que hoy se dan, pueden ocurrir determinadas cosas en el futuro; es lo que también se llama periodismo de anticipación y que solo se hace dentro del periodismo

analítico”. “No son meras opiniones, son opiniones documentadas; es el periodismo más difícil y yo diría que el que tiene futuro”. La noticia, argumenta, “se ha convertido en una *commodity*; se conoce al minuto a través de las redes sociales, de la digitalización, y por varias vías”. La única salida que tienen los medios es apostar por otro “valor añadido”, que para Zarzalejos es “explicar” la noticia y “adelantarle al lector por dónde van a ir los acontecimientos”. “La gente no quiere saber solo lo que ha pasado, sino también lo que va a pasar”, afirma. El exdirector de *ABC* entiende que este “es el periodismo más difícil, más arriesgado y el que exige la mayor preparación”, pero que “no se trata de un periodismo de noticias”, sino “de análisis”. Considera que las nuevas tecnologías, “lejos de ser un problema para este propósito, se convierten en una ventaja, porque son fuente de conocimiento, fuente de consulta, fuente de contraste” y que lo que sí está “lesionando seriamente el análisis periodístico y la crónica prospectiva es el desprecio por parte de los editores de los periodistas sénior”, aquellos que tienen “gran experiencia” y “muy buenas fuentes”, que han “vivido de primera mano acontecimientos anteriores que sirven para explicar el presente y que se proyectan en el futuro” y que han desarrollado “capacidad de diagnóstico”.

Entre los redactores y redactores jefes, sin embargo, parece no haber problema en hablar de las noticias que aventuran hechos venideros ni en reconocer que a veces recurren a ellas. Miguel Oliver, por ejemplo, es rotundo. “Yo claro que titularía el futuro”, asegura, aunque deja claro que lo haría siempre que previamente una fuente hubiera hecho una predicción, que fuera ella la que se mojara. “Siempre tienes que citar quién es el que predice eso para que después el lector pueda darle credibilidad o no”, argumenta después de sentenciar que el uso del futuro, no solo es posible, sino que en ocasiones resulta la opción más ética. “Utilizar el tiempo futuro es lo más justo y lo más fiel a la realidad”, dice Oliver, quien ejemplifica que, “si tenemos un informe del Banco de España que predice que la economía caerá un porcentaje determinado el año que viene, hay que titular en futuro, hay que decir que *La economía subirá un equis por ciento en 2014 según el Banco de España*”. “Va implícito en el oficio de periodista analizar el cómo, el cuándo, el por qué y también el hasta cuándo y las consecuencias”, considera María Isabel Serrano, por su parte. “La palabra predicción no tiene por qué ser peyorativa, ni mucho menos; muchas veces son

pálpitos, tenemos pálpitos, porque oímos, estamos en los sitios, escuchamos a las partes, vamos a los lugares, vemos, hablamos con todos... para los que estamos todos los días en la calle, nuestras fuentes son la propia calle... y hablas con un empresario, con un policía, con un juez y ves la visión que tiene cada uno y valoras todas ellas, te empapas bien de todas, y finalmente, claro, sacas tu propia conclusión”, asegura la redactora, quien compatiblemente parte de la convicción de que no le gusta “la ciencia ficción”.

Javier Pagola, por otro lado, admite que *ABC* lleva años haciendo predicciones. Después de cada tregua de ETA, recuerda, “todos vaticinábamos el fin de la banda terrorista”. “Al final, efectivamente, vemos que esto se acaba, y parece que será por la vía policial como dijimos desde *ABC*”, añade. “Veinte años después, nos damos cuenta de que aquello que estábamos contando, lo que traslucían las informaciones de *ABC*, ya iba en esa línea; nos equivocamos en la precisión del momento, pero sí predijimos que al final ETA sería derrotada y que lo sería por la vía policial”, rememora. “Yo creo que esa es la gracia del periodismo”, subraya Pablo Muñoz en la misma línea. “El periodismo es contar lo que pasa y anticipar los debates”, añade. “Nosotros fuimos los primeros que dimos en Sociedad todo el asunto de la Ley de Dependencia, que formaba parte de la economía del futuro y que era uno de los debates clave que se iban a plantear en los siguientes años”, evoca. “Pero tienen que ser debates muy concretos, que interesen a la gente; no tiene sentido especular”, añade Muñoz, que pone como ejemplo las “proyecciones demoscópicas” que se realizan en la sección de *Política*. “Puedes hablar con expertos electores... con mucha gente e ir viendo y anticipando cómo van a ser los movimientos sociales; en el año 2000, por ejemplo, era bastante sencillo prever que el felipismo se estaba acabando; además, en los movimientos sociales hay ciertas tendencias de vaivén, por eso era natural que en aquella época hubiese un cambio”, recuerda Muñoz.

David Álvarez, por su parte, admite por un lado que el futuro es “el terreno más inseguro para el periodismo”. Sin embargo, por otro, considera que “siendo un poco incómodo el futuro, muchas veces tiene bastante sentido usarlo y además no es tan futuro como pueda parecer”. En ocasiones, explica, “en el mercado de fichajes hay operaciones que está absolutamente cerradas a falta de una firma, de concretar la comisión del agente; ahí uno se plantea si debe esperar

a que esté firmado el papel o se adelanta cuando el acuerdo es suficientemente firme”. Lo cierto, prosigue, es que “en muy pocos casos se ha roto ese pacto”. “Yo no recuerdo ninguno”, añade Álvarez, quien cree que en esa coyuntura contar la noticia es correcto, puesto que el acuerdo “está prácticamente hecho”. Si no lo cuentas, reflexiona, “cuántos lo van a contar antes, cuántos días debes esperar, cuánto de viejo vas a parecer cuando lo cuentes y todos los lectores lo hayan visto ya en todos los informativos”. El jefe de *Deportes* de *ABC* reconoce que también se utiliza el futuro al hacer lo que denomina “predicciones de resultados”. Recuerda una información que hicieron el anterior verano que contaba la “previsión de cuántas medallas va a ganar España en los Juegos Olímpicos”. “Al principio me incomodaba un poco, pero luego le encontré sentido”, confiesa Álvarez, que entiende que “hay elementos para apoyar” esa predicción: “los resultados anteriores, las conversaciones con muchos deportistas, con técnicos, con el entorno del protagonista, que te indica el estado real de forma de los jugadores, las bajas que pudiera haber en sus oponentes, etc.”. “En el fondo, muchas veces no es una predicción basada en adivinar el número exacto de medallas que conseguirá España, sino una estimación sobre cuál es el lugar del deporte español en el mundo en ese momento”, analiza el jefe de *Deportes*, que por otra parte ve lógico que esa estimación luego se traduzca luego en un número de medallas concreto. “Al lector le interesa que se le cuente, con datos y con conocimientos de expertos, cuál es la posición que ocupa el país en el mundo antes de empezar la competición”, observa. “Aunque esa información se venda en futuro, lo importante no es tanto adivinar cuántas medallas se van a conseguir, sino hacer la fotografía de ese día”, reflexiona. “Hay un apetito cierto; yo por lo menos me lo encuentro cuando salgo de aquí, incluso aquí entre mis compañeros, cuando va a empezar una competición; la gente llega y te pregunta si va a ganar Nadal [el torneo de tenis de] Wimbledon esta vez”, apunta. “Recuerdo el caso de Contador respecto al último Tour de Francia; todos los resultados del año y todas las informaciones que nosotros teníamos de su entorno y de gente que lo conocía decían que no estaba bien; no podíamos decir que no iba a ganar, pero dar esa información sí ayudaba a la gente a modular, medir o componerse sus expectativas”. Por ejemplo, continúa, “al periodista que sigue la Fórmula 1, que viaja a las carreras, que está en contacto con los

profesionales, se le pregunta mucho si va a poder remontar Alonso, si puede evolucionar bien; bueno, pues intentando no ser tajantes respecto a si va a pasar esto o lo otro, sí creo que estas informaciones tienen mucho interés para el lector". Para Álvarez, el secreto de las buenas predicciones son los periodistas especializados, "que llevan años" haciendo un tipo de información especializada y "tratando con esas fuentes".

Los redactores de la sección de *Internacional*, por su parte, muchas veces titulan en futuro más por la necesidad que por cualquier otro motivo. Según su redactor jefe, Alberto Sotillo, en ocasiones "no te queda más remedio". Sotillo explica que los tiempos "te obligan", en referencia al resultado de unas elecciones en otro país o cualquier otro acontecimiento que se produce de noche en España y sobre el que solo se saben algunos datos. "El cambio de hora es muy fastidioso en América; hay que hacer a veces una noticia de madera, más o menos que refleje por dónde va a ir la decisión que se va a tomar; intentas pillarte lo menos posible los dedos; tienes que jugar con los verbos apunta, se perfila, se dirige hacia, etc.; y luego ya en segunda edición pues lo cambias; pero no te queda más remedio que abrir a veces por lo que va a ocurrir". "En un viaje, por ejemplo, yo no pongo que ha llegado hasta que no aterriza; imagínate que se estrella el avión; pongo más bien que Obama tenía previsto llegar a Venezuela...", puntualiza con prudencia. Admite también que en su sección se ha adelantado muchas cosas sobre acontecimientos que no estaban concluidos. Pone el ejemplo de las negociaciones de Bruselas. "Uno o dos días antes ya sabes más o menos por dónde va a ir el acuerdo y a la gente que sigue esa información le interesa mucho saberlo antes de que esté hecho", narra Sotillo, quien también cuenta que *ABC* dio que "Chávez estaba mucho más enfermo de lo que decía el régimen e incluso que le quedaba un año de vida". "Era un futurible que por desgracia se cumplió", asegura el jefe de *Internacional* del diario, que cuenta una información que se esperaba que se produjera a lo largo de la noche en la que se hizo esta entrevista. "Ahora mismo, por ejemplo, estamos esperando una sentencia de Berlusconi que a lo mejor sale esta noche, pero que lo más seguro es que salga mañana; pero desde este momento ya estás obligado a ver cuál va a ser el futuro; no te queda más remedio que plantear la noticia en futuro", explica.

## 5.7. Las fuentes del futuro

¿Citar las fuentes? Miguel Oliver es partidario de hacerlo siempre. “Creo que hay que citar, es lo más correcto”, aseguró. Carlos Hidalgo también piensa igual. “Si la fuente es fiable, das por buena la predicción”, asegura. “Evidentemente, que se cumpla o no ya no es responsabilidad del periodista, sino de la fuente; de hecho, así ocurre en cualquier noticia”, explica. “Lo que es noticia, es noticia según la fuente que te lo haya contado y los síntomas de veracidad y de verosimilitud que tenga”, resume, que tiene claro que nunca es el periodista el que se tiene que mojar. “No es labor del periodista contar lo que va a pasar, es labor del periodista contar lo que está pasando; lo que ocurre es que en ocasiones lo que está pasando es que alguien dice que van a suceder determinadas cosas en el futuro”, afirma. “Si un periodista tiene el pálpito de que se ha tomado una decisión, un acuerdo, y de que eso va a propiciar que pase una u otra cosa, pues por qué no”, se pregunta Serrano, quien describe la posición del periodista como un árbitro privilegiado que aglutina una gran cantidad de información. “La habilidad del periodista está en poner en duda eso que dice la fuente, buscar otra fuente que lo contraste y encontrar su propia percepción con los distintos testimonios; es que tampoco se puede fiar uno a pies juntillas de las fuentes; el periodista tiene que ser suficientemente ético y profesional para buscar otras fuentes; se ha preparado, ha investigado y ha consultado con varias fuentes antes de hacer esa predicción”, agrega.

Sin embargo, Pablo Muñoz considera que a veces no es necesario citar determinados tipos de fuentes, como las que se nombran sin concretar, apelando a una generalidad (fuentes consultadas, fuentes de la investigación, etc.). “El público sabe qué compra y sabe qué periodista tiene credibilidad y cuál no; ¿por qué tengo que andar yo con según las fuentes consultadas y fórmulas similares?”, se pregunta Muñoz. En línea similar se expresa David Álvarez. “Cuando hay una persona que cubre la información de tenis, por ejemplo, y que está permanentemente con los tenistas y su entorno, pues es verdad que muchas veces, teniendo en cuenta las peculiaridades de la crónica periodística, que es muy personal y valorativa, no se explicita de dónde vienen los juicios”, reconoce. “También es verdad que esos juicios suelen ser bastante atinados”. “El 80% del jurado de la Fundación Príncipe de Asturias está formado por periodistas; el

resto son deportistas y exdeportistas”, ejemplifica Álvarez, quien considera que el periodista especializado en ocasiones puede ser considerado un “analista”.

El concepto de fuente no está claro. En ocasiones, detrás de las fuentes anónimas están las oficiales y en ocasiones no lo están. A veces, detrás de ese no nombrar fuentes y basar el vaticinio en el criterio del periodista hay muchas fuentes consultadas que no se mencionan y hay mucho trabajo y experiencia previa del redactor, que está en continuo contacto con muchas personas bien informadas. En el mundo del periodismo de tribunales, por ejemplo, se utiliza el término fuentes jurídicas para mencionar algún dato dicho por una fuente oficial que no quiere ser citada pero que todos los periodistas conocen, porque además esas fuentes suelen hablar para todos los medios abiertamente bajo el citado pacto de ocultar el origen de la información. En ese caso, hablamos de fuentes anónimas, porque se esconden tras un término general como es el de fuentes jurídicas, sin embargo en el fondo se trata de fuentes oficiales. Así lo relata Pagola: “Cuántas veces el Ministerio del Interior, no este pero sí otros, me ha dicho algo y a continuación me comenta ‘no digas nada de que he sido yo quien te ha dicho eso’; no deja de ser entonces una fuente oficial, porque sale en representación del Ministerio del Interior, pero tampoco quiere dar la cara”, cuenta.

En otras ocasiones, las fuentes anónimas son más lo que su nombre indica, personas que conocen determinada información sin ser portavoces autorizados y que la lanzan porque quieren que se sepa algo, pero que esconden su verdadera identidad por temor a represalias de sus superiores. Pagola, que ha utilizado estas últimas en multitud de ocasiones a lo largo de su trayectoria profesional, entiende que son las que más realidad aportan: “Yo no dudo en utilizar fuentes anónimas, ya que son igualmente fiables, porque ya las conoces desde hace tiempo; incluso aportan más que las oficiales, ya que no tienen por qué ser políticamente correctas como sí debe ser un portavoz oficial del Ministerio, por ejemplo; hablan con más libertad y siempre te van a decir lo que piensan, mientras ese portavoz oficial te puede decir lo que le interesa que se conozca”, apunta. En definitiva, concluye Pagola, él se fía “mucho más, sobre todo de cara a adelantar acontecimientos, a saber lo que pasará basándose en lo que

realmente está pasando y no en lo que se dice desde la oficialidad, de las fuentes anónimas”.

El periodista trabaja con previsiones. Tiene continuamente en la cabeza qué es lo que puede pasar, el futuro, cómo se desarrollarán los acontecimientos, aunque solo sea para estar en el sitio adecuado cuando se produzca la noticia. ¿El futuro es más noticia? Según Hidalgo, “el futuro suele ser más noticia que el pasado”, aunque la noticia lo es no por el momento en que ocurra, sino por su relevancia, su fuente y sus “síntomas de veracidad”. Y en cuanto al papel de la competencia, Oliver señala que “a veces forzamos para diferenciarnos de la competencia y titulamos en futuro”, y reconoce que esa lucha por la exclusiva, por la primicia, por la noticia distinta puede provocar que el periodista trate de aventurar el futuro con el fin de ofrecer algo distinto a lo que da el resto.

María Isabel Serrano cree que “va implícito en el oficio” el analizar el futuro, “las consecuencias”. “No hace falta que nadie nos presione para que hagamos eso, porque es parte de nuestro trabajo”, considera Serrano, quien sin embargo sí cree que la competencia influye en que los periodistas titulen en futuro. “Como lo de hoy ya lo sabemos, a las ocho de la mañana ya se conocen las cosas, pues claro, tendemos un poco a ir más allá, a adelantarnos para captar la atención del lector”, argumenta. “Todo lo que puedas adelantar y pasarte dos pueblos más respecto a la competencia, pues mejor”, sentencia Pagola.

## 6. Conclusiones de las investigaciones cuantitativas y cualitativas

### 6.1. El futuro en la agenda informativa

**13% de noticias con predicciones o vaticinios.** De las 46.692 noticias observadas en *Política, Internacional y Deportes* de *ABC* durante los años 1990, 2000 y 2010, 6.048 contenían formulaciones en futuro. Estas más de 6.000 noticias presentan el futuro en su titular, su subtítulo o su entradilla. Es decir, el 13% de las noticias realizan algún tipo de vaticinio en alguno de los tres niveles de lectura destacados. Eso, por exclusión, significa que en **el 87% de los casos se expresaron en tiempos en presente o en pasado**. En números absolutos, 40.644 noticias estaban expresadas en un tiempo distinto al futuro. Estas primeras afirmaciones sitúan al diario *ABC* en un nivel razonable de predicción, especialmente si se compara con los periódicos impresos de otros países más problemáticos en su vida diaria –como Israel (NEIGER, 2007)– o con otros medios de comunicación, como los informativos de televisión en España (PAZ y MONTERO, 2010).

**El análisis diacrónico pone de manifiesto otra cuestión de gran interés: cada vez se usa menos el futuro.** Lo paradójico en este caso es que el uso del futuro se presenta como un indicio y resultado del buen ejercicio profesional del periodismo para los redactores jefes y directores del medio estudiado. Esta relación sobre la publicación de predicciones y el buen ejercicio profesional la basan los periodistas y altos cargos del diario en la percepción de que el periodista necesita tiempo para analizar a fondo las cuestiones y que, cuando lo tiene, se considera legítimo suponer –deducir, después de analizar– lo que puede ocurrir y, en consecuencia, vaticinar.

A lo largo del periodo estudiado se observa una tendencia decreciente en la utilización del futuro en el conjunto de los tres niveles de presentación analizados (título, subtítulo y entradilla) de *ABC*. En concreto, se han encontrado 2.249 vaticinios en 1990, 2.201 en el año 2000 y 1.598 en 2010. Esto ocurrió a pesar de que José Antonio Zarzalejos, que dirigía el diario en el 2000, defiende el uso de la prospección, mientras Luis María Anson, que era el responsable en 1990, el año con más vaticinios, reniega de esta forma de hacer periodismo. Los datos, además, no permiten corroborar nuestra primera hipótesis (H1), que

preveía que las noticias que informan sobre acontecimientos futuros se fueran incrementando a lo largo de los años. En la misma línea, por lo tanto, también contradicen nuestra séptima hipótesis (H7), que se basaba en la primera y que entendía que si se incrementaban los vaticinios también lo harían otros parámetros.

La periodista de *ABC* María Isabel Serrano desarrolla un argumento para explicar este descenso. Para la jefa de sección de *ABC*, las inmensas posibilidades de información que aportan las nuevas tecnologías han provocado que el periodista esté excesivamente pendiente de multitud de detalles, de relevancia muy escasa en la mayor parte de los casos, que sólo se descubren sin interés tras haberlos tenido en cuenta y haberlos valorado. Esto dificulta el análisis de la realidad y el estudio y deducción de las posibles consecuencias. “El periodista siempre ha ido un poco más allá [...], como analista de las claves por donde pueden ir las cosas, como predictor de lo que puede suceder”, señala Serrano, que considera que en los últimos años ha cambiado la forma de trabajar de los redactores. “Ahora tienes que estar pendiente de 27.000 teletipos, 27.000 agencias, las redes sociales, Twitter... No te da tiempo a investigar ni a ir un poco más allá, como hemos hecho anteriormente; ahora tenemos muy poquito tiempo”, asegura. “Por darle más cancha a la inmediatez [...], no hay tiempo para investigar cuáles pueden ser las causas de una determinada acción política, legislativa, judicial, relacionarlas con otros elementos y ver qué consecuencias podrían traer esas actuaciones en los próximos días o semanas”.

Otro dato tiene especial interés en esta argumentación. Se ha producido un **descenso brusco de la publicación de noticias de futuro en 2010**. Hay efectivamente un llamativo descenso en el número de predicciones halladas en el año 2010 con respecto a los dos anteriores (1.598, 603 menos que en 2000 y 651 menos que en 1990). Una de las razones que explican este desajuste es que *ABC*, en 2010 y en las secciones abordadas, publicó menos noticias. En concreto, ese año y en esas áreas emitió 13.288 informaciones, 4.668 menos que en 2000 y 2.160 menos que en 1990. Sin embargo, no es el único argumento, ya que en 1990 se registraron menos noticias que en 2000 (15.448 por 17.956) y en el primer año hubo más predicciones (2.249 por 2.201).

Existe, por lo tanto, un componente de tendencia claro que no tiene más explicación que el hecho de que cada vez se utiliza menos el futuro en los periodos estudiados y en las secciones del diario abordadas. El periodista Miguel Oliver, entrevistado para este trabajo, achaca ese descenso a la crisis. Entiende que en 2010 España ya llevaba dos años en plena recesión económica y que a los ciudadanos no les apetece leer noticias negativas –por aquel entonces todas las predicciones económicas eran agoreras– tanto como positivas. “En ese momento, no había perspectivas de un futuro mejor”, argumenta Oliver, que entiende que “lo que a la gente le gusta en general, y particularmente más en este momento de negatividad, es que le cuenten noticias positivas y optimistas”. “Creo que esas ganas de dejar de contar cosas negativas de lo que iba a pasar pudieron estar contagiando entonces y aún ahora a los periodistas, que hemos podido dejar de volcarnos tanto en ese futuro pésimo que se nos venía encima y limitarnos a contar la realidad, que ya era suficientemente dura”, agrega. “La gente deja de comprar periódicos ya no solo por la crisis económica y la del sector, sino porque está cansada de leer cosas negativas y noticias que alientan el pesimismo”, insiste. “Hemos notado que ese interés de la gente por saber cuándo se arreglará todo ha podido llevar a que se lean menos periódicos”, subraya OLIVER, que admite haberlo vivido en sus propias carnes. “Yo mismo también dejo de leer webs que cuentan cómo va el sector del periodismo, noticias negativas, eres, etc. para no hacerme mala sangre”, reconoce el redactor de la sección de *Madrid*, quien recuerda que ni en 1990 ni en 2000 había tantas perspectivas negativas. “Ahí no sabíamos lo que se nos venía encima”, dice.

También Serrano subraya en parte esta reflexión de Oliver cuando afirma que la sociedad está “muy necesitada de buenas noticias”. “Si esas conclusiones que los redactores conseguimos después de haber hablado con todas nuestras fuentes, después de haber contrastado las informaciones, son positivas, pues mejor”, subraya. Javier Pagola, por su parte, introduce un nuevo elemento. Rememora cómo en la época de Anson (desde 1983 a 1997) “ABC hacía auténticas campañas con cada tema que lideraba; cogía un asunto y lo machacaba, lo estrujaba; sacaba algo en exclusiva e iba con ello hasta el final”. En ese contexto, según el periodista, “es más fácil que se produzcan predicciones, ya que es tal el dominio sobre el asunto...”. “Cuando los temas eran nuestros, había

más posibilidades de hacer predicciones [...], te podías adelantar a muchos acontecimientos con esa actitud, con ese seguimiento de los temas, porque conseguías tener muchas claves; y luego salía gente que te respaldaba con sus datos”, asegura.

## **6.2. La relevancia estructural del uso del futuro**

**Los augurios se concentran en los titulares.** En concreto, 2.806 (el 46,4%) se han encontrado en este nivel de lectura por los 1.671 vaticinios hallados en los subtítulos (27,6%) y los 1.571 (25,9%) localizados en las entradillas. El dato reafirma nuestra hipótesis número dos (H2), que preveía que las anticipaciones destacaran fundamentalmente en los titulares.

En cualquier caso, es importante tener en cuenta que no todas las informaciones analizadas tenían subtítulo, aunque sí título y entradilla. Según Oliver, es lógico que predominen los vaticinios en el titular. “La información sobre el futuro es un caramelo muy jugoso para los lectores”, asegura. “Si tienes un dato importante sobre lo que va a pasar, necesariamente debes situarlo en el título, ya que querer titular con la principal clave de la información es normal”, añade Oliver. En el mismo sentido se inclina Carlos Hidalgo, para quien “si la noticia es que va a ocurrir algo en unos cuantos meses, pues evidentemente lo pones en el titular, porque es en los titulares donde está lo fundamental; si lo que anuncia una conjugación verbal planteada en futuro es la noticia, pues va en el titular”, sentencia.

Este conjunto de consideraciones de los periodistas que han gestionado en *ABC* la publicación de noticias y sus modos de resaltarlas coincide en un hecho que no mencionan explícitamente: el vaticinio no es una mala práctica (al menos en las estructuras redaccionales del diario analizado), sino más bien lo contrario: cuando se pueden trabajar los datos y las noticias con tranquilidad y profundidad, pueden deducirse consecuencias que se traducirán no solo en noticias probables, sino en noticias que habrán de resaltarse en titulares y subtítulos. Hay que tener en cuenta que ambas categorías agrupan el 74% de las predicciones.

**Bajan los titulares predictivos, bajan las predicciones.** El descenso de los augurios en los titulares en 2010 es el factor clave en el descenso general de

vaticinios de ese año. De hecho, la utilización del futuro en los titulares en 2010 es inferior a la mitad del nivel correspondiente al año 2000 (de 1.157 títulos predictivos en este año de cambio de milenio se pasa a apenas 546 en 2010). Es el menor con gran diferencia de los tres años que se analizan aquí (en 1990 se publican 1.103 titulares que aventuran acontecimientos). Ni en los subtítulos ni en las entradillas el mínimo de vaticinios se da en 2010, sino en otros años. Es claro por lo tanto que el descenso general de predicciones se debe a la caída que reflejan los titulares.

Este dato está en consonancia con lo anterior. Para esta última fecha, la crisis se había situado con gran fuerza en el diario y se preparaban los fuertes reajustes de personal que posteriormente renovaron la plantilla: desaparecieron periodistas experimentados que fueron sustituidos por personas jóvenes no siempre con experiencia profesional contrastada, a veces con escasas fuentes propias, que recurrían a informaciones de agencias y de gabinetes de comunicaciones de instituciones y empresas. La reducción de páginas disminuye igualmente las posibilidades de ofrecer noticias. Muy probablemente estos dos factores limiten las posibilidades de análisis y la capacidad de predicción fundada. Primero, porque el tiempo posible de dedicación a la elaboración de noticias –redacción con menos personal– disminuye. Segundo, porque también se reducen las posibilidades de profundizar con redacciones más novatas: hay menos tiempo y menos posibilidades de acudir a otras fuentes independientes por falta de agenda propia. Por último, por la escasez material de soporte (menos páginas) da también menos oportunidades de atender en profundidad a noticias y procesos de análisis de la actualidad, que suelen necesitar una mayor extensión y suelen ser la base de las predicciones. No es que la ausencia de vaticinios bien fundados (tanto como para ocupar titulares) cause la crisis del periodismo actual en papel, sino que simplemente es un indicador que se hace eco de la misma. Y es indudablemente un valor.

**Los subtítulos solo ganan en *Internacional*.** Tanto en *Política* como en *Deportes* hay más entradillas predictivas que subtítulos. La primera sección registró 749 entradillas que aventuraban el futuro por solo 680 subtítulos que lo hicieron. La segunda, por su parte, contó con 458 entradillas predictivas por 442 subtítulos que anunciaban lo que aún no había pasado. *Internacional*, sin

embargo, registró más subtítulos que utilizaban el futuro que entradillas (550 por 364). Los subtítulos constituyen una primera explicación o concreción del titular principal. Las previsiones en este nivel exigen una cierta seguridad en las informaciones, más si se tiene en cuenta que **las entradillas de *Internacional* son las que menos arriesgan, las que menor número de predicciones ofrecen**: tan solo 346 noticias trataron de adelantar hechos que aún no se habían producido (o sencillamente no se produjeron nunca). En fin, esta sección se muestra prudente. Quizá porque *ABC*, salvo muy contadas ocasiones, no podía contar con fuentes directas solventes y específicas a pesar de su red de corresponsales.

### 6.3. Las secciones de los vaticinios

**La sección de *Política* es la más aventurera.** *Política* es la sección en la que más se utiliza el futuro. En concreto, en los tres años analizados se ha recurrido a este tiempo verbal en 2.662 ocasiones (44%), por las 1.722 que se ha hecho en Deportes (28,4%) y las 1.664 del área de Internacional (27,5%), conclusión que va en la línea de nuestra hipótesis número 3 (H3), al menos en líneas generales, ya que nosotros entendíamos inicialmente que lo más probable es que *Deportes*, sobre todo, y *Política* contuvieran un mayor volumen de predicciones, sobre todo porque son áreas que destacan por una mayor cercanía entre el periodista y la fuente, además de por un superior nivel de libertad narrativa, al menos más que estos mismos factores en la sección de *Internacional*.

Sin embargo, y quizá también paradójicamente, *Política* no es la sección que más noticias publica en los periodos estudiados (15.873 piezas informativas por las 17.624 de *Deportes* o las 13.195 de *Internacional*). La conjunción de estas dos cifras subraya aún más esta tendencia a la predicción en *Política* y la convierte en una sección más propia al vaticinio que el resto. El periodismo Miguel Oliver piensa que es normal que esta sección sea la que más usa el futuro: “La mayor parte de las decisiones importantes que se producen en el país se toma en la política”, argumenta. Esto, continúa, hace que “los periodistas estemos siempre muy pendientes de qué va a pasar en ese terreno, de cuál va a ser el siguiente movimiento”. “Sabemos que los lectores están a la expectativa de esas

decisiones, de qué ocurrirá con esta ley o con este problema social” y por eso tratamos de mirar a ver “cómo acabará todo”, razona.

María Isabel Serrano, por su parte, introduce otro elemento propio de esta área. Considera que “la política es muy cambiante [...] absolutamente inestable [...] y efímera”, lo que provoca que continuamente sus protagonistas estén en la cuerda floja y “se busquen sustitutos, aunque el personaje no haya caído todavía”. Además, apunta que es en la sección de Política donde se cuentan las elecciones y la campaña electoral, con todas las implicaciones de augurios que esta conlleva. “En esos momentos sí se disparan los vaticinios; crean ambiente y hacen que el lector sienta la necesidad de ir viendo la televisión, oyendo la radio o leyendo el periódico... para comprobar si esas tendencias que les están contando los medios resultan finalmente ser verdad; funcionamos como un cebo en esos momentos, los periodistas tiramos la caña a ver si la gente pica, le decimos que va a pasar esto o lo otro y de ese modo creamos un determinado ambiente”, señala Serrano.

Javier Pagola, a su vez, sentencia que, tras 40 años de democracia, el marco político está bastante hecho y se vuelve muy “previsible”. “Cada vez los ciudadanos conocen más el funcionamiento de las instituciones políticas; sabemos cuándo un Gobierno está desgastado, cuándo la oposición está preparada para asumir el relevo o cuándo los nacionalistas tienen capacidad para hacer más vulnerable a un Ejecutivo”, analiza. “Tener una democracia más madura provoca que podamos prever más por dónde van a ir las cosas”, agrega Pagola, que pone un ejemplo de su propio periódico. “Si puedes adelantar que Rajoy comparecerá en el Congreso el día 1 y encima anunciar que rechazará las acusaciones de corrupción, pues más conocimiento aportas y esto a la gente le interesa mucho”, entiende Pagola, quien también señala que en Política suele haber más influencia de los superiores del periódico. “En la información sobre política, sobre partidos, sobre el Gobierno, por mi experiencia, siempre suele venir un director o un subdirector a decirle al redactor un poco cuáles son las claves, por dónde va a ir el editorial, cuál será la línea del periódico, le pregunta qué va a poner, le cuenta cuál es su idea del asunto, porque también ha hablado con algún ministro, con algún político; no es que el redactor no tenga margen, pero sí es cierto que lo que escribe a lo mejor es producto de un trabajo conjunto”, señala Pagola, quien

matiza que en otros asuntos como terrorismo o deportes los subdirectores y directores “no tienen tantos contactos” e intervienen menos.

Además, **los títulos de carácter político son los que más utilizan el futuro.** Desde luego, los títulos son el nivel de lectura que más utiliza el futuro en las tres secciones; pero en *Política* casi duplican a las entradillas, que son el segundo elemento más predictivo (1.234 anuncios por 749). Igual ocurre proporcionalmente en *Deportes*, donde se registran 822 vaticinios en titulares por los 458 del inmediatamente posterior, las entradillas. En Internacional también son superiores, aunque no por tanta diferencia (759 augurios en titulares por 550 en subtítulos, segundo elemento más vaticinador). Los titulares de *Política* se sitúan por lo tanto como el nivel de lectura y la sección que más apuestan por el futuro.

**La sección de Internacional supera a la de Deportes en proporción de predicciones.** En proporción al número de noticias totales publicadas en cada sección, Política vuelve a ser la que más anuncios realiza (el 17% de sus informaciones adelantan acontecimientos que aún no han sucedido). Sin embargo, no es *Deportes* la que le sigue, sino *Internacional*, sección en la que un 13% de las noticias utilizan el futuro, por solo el 10% del área deportiva. Esta conclusión chirría un poco con el argumento que utilizábamos al principio para formular nuestra hipótesis número 3 (H3), ya que a mismo número de noticias, Internacional superaría a *Deportes*, un área que a nuestro entender inicial era más proclive a los vaticinios.

**Deportes sube y baja.** A lo largo de los tres años abordados, *Política* e *Internacional* han experimentado una tendencia decreciente. La primera ha pasado de 1.036 augurios en 1990 a 935 en 2000 y 856 en 2010. La segunda, de 815 el primer año a 656 el segundo y 512 el tercero. *Deportes*, sin embargo, no ha experimentado la misma evolución. De 631 predicciones realizadas en 1990 subió a 715 en 2000 y descendió nuevamente hasta las 587 en el siguiente año analizado.

Otra cosa muy distinta es en qué fundamentan las redacciones de cada sección sus predicciones. En este aspecto, **los periodistas deportivos son ‘los más lanzados’.** Los periodistas deportivos son los únicos que se basan más en su propio criterio para lanzar predicciones que en el de fuentes anónimas. Esta

conclusión, para Miguel Oliver, tiene una explicación clara. “Los periodistas deportivos son menos rigurosos que el resto”, asegura tajante quien pasó un tiempo por esa sección. “En verano estamos cansados de leer que el Madrid o el Barça van a fichar a tal futbolista y luego al final no le fichan”, arguye. Por eso, prosigue, “el periodismo deportivo tiene un problema de credibilidad importante”.

Sin embargo, Oliver disculpa a sus compañeros y achaca este problema no a la falta de profesionalidad de los periodistas deportivos, sino al concepto que de este tipo de información predomina en la sociedad. “Para el periodismo deportivo, la credibilidad o el rigor no son dos de sus pilares”, añade. “Creo que este periodismo apuesta más por el espectáculo, por el *show business* y por otro tipo de dogmas”, entiende Oliver, para quien esta idea explica por qué los periodistas deportivos son los más lanzados a la hora de predecir el futuro basándose en su propio criterio. Carlos Hidalgo, por su parte, cree que “no es labor del periodista contar lo que va a pasar”, sino “transmitir lo que dicen las fuentes”, aunque considera que el redactor sí está “capacitado” para aportar determinadas claves sobre por dónde irán los tiros en el futuro. “Debe estarlo, pero siempre dentro de su ámbito”, sentencia. María Isabel Serrano argumenta que “va implícito en el oficio del periodista analizar el cómo, el cuándo, el por qué y también el hasta cuándo y las consecuencias; es que tiene que ser así”. “Yo personalmente, después de llevar en esto más de 39 años, te puedo decir que cuando me da en la nariz que va a suceder algo y creo que es bueno, pues no me importa aventurarme; y no hace falta que me lo diga ninguna fuente oficial”, explica. “¿Riesgo? No. A veces puede ser incluso más riesgo fiarte de la fuente oficial, que siempre barre para su terreno y trata de transmitir la sensación de que todo va a ir bien, porque tiene sus intereses”, añade.

Por su parte, Pablo Muñoz entiende que es importante que los anuncios que se hagan luego se cumplan y eso es “mucho menos frecuente en el mundo del deporte”. “¿Cuántos futbolistas ha habido fichados por el Real Madrid esta temporada? Pues probablemente estaríamos hablando de una lista de unos 40 deportistas; si cogemos todos los periódicos deportivos y nacionales, el Madrid habría fichado a una lista de no menos de 40 jugadores y una docena de entrenadores”, subraya Muñoz, quien entiende –en consonancia con Miguel

Oliver- que esto se da en el periodismo deportivo porque es una disciplina “muy militante”, donde lo que gusta por encima de todo es “el espectáculo”. Esta información, afirma, va dirigida a “un tipo de lector al que le gusta este rollo”, porque “es motivo de discusión en el bar”. “Si luego el vaticinio no se cumple, tampoco importa”, añade Muñoz, quien cree que esta situación debe corregirse a la larga. “No se entendería que *ABC* denunciara cinco veces seguidas cinco cambios en un Ministerio y que no se cumpla ninguno; la gente diría, macho, estos de *ABC* qué demonios hacen”, sentencia.

Por su parte, David Álvarez defiende el uso del futuro. Asegura que no suelen lanzarse si no están todos los datos confirmados y que lo máximo que ocurre en este sentido es contar algo como hecho cuando quedan solo los últimos flecos. En los fichajes, por ejemplo, resalta que, a falta de determinar la comisión que se va a llevar un agente, el acuerdo está totalmente hecho y, si no lo haces, los demás se te pueden adelantar. Considera que la gente “tiene un apetito cierto” respecto a lo que aún no ha pasado y que los periodistas tratan de saciar ese apetito, pero no tratando de adivinar el futuro, sino contando cómo están las cosas en ese momento para que el lector saque sus propias conclusiones de lo que pasará. “Aunque a veces se titule en futuro”, afirma, en realidad no es tan futuro, sino que se trata más de una “fotografía” del estado de la cuestión en ese momento, que ayuda a la audiencia a hacerse una composición de lugar, a valorar mejor cómo están las cosas y qué es lo más probable que ocurra.

#### **6.4. El lapso de las predicciones**

**La mayoría de vaticinios son cortoplacistas.** El uso del futuro a corto plazo es el predominante en el periodo y las secciones estudiadas en el periódico *ABC*, en línea con lo que preveíamos en nuestra hipótesis número 4 (H4), donde entendíamos que el vaticinio a corto se realiza con más elementos de juicio y, por lo tanto, con más probabilidades de acertar. En concreto, hay más predicciones a corto plazo (2.932) que a medio y a largo plazo juntas ( $1.359 + 1.556 = 2.915$ ). Desde luego, es una manifestación de prudencia, como hemos indicado: es más seguro hacer una predicción a corto plazo que a medio y largo, ya que conforme se acerca la fecha del acontecimiento aumenta notablemente la posibilidad de disponer de más datos fiables. Así lo ve Miguel Oliver, para quien la

“credibilidad” de los redactores y del medio depende de que se cumplan o no los vaticinios. En ese contexto, explica, resulta más aventurado, menos prudente, lanzar una predicción a largo que a corto plazo. “En el corto plazo es más fácil informar sobre lo que va a ocurrir [...]; cuanto más lejanos están los hechos a los que nos referimos, menos elementos tendremos para predecir”. María Isabel Serrano, por su parte, entiende que las predicciones generalmente se llevan a cabo “más bien a corto y a medio plazo; a largo, nunca, porque la vida da muchas vueltas”. “El periodista debe ser prudente, la realidad es vertiginosa y veo difícil hacer predicciones a largo plazo”, sentencia.

**Conforme se acercan los eventos, aumentan los vaticinios.** Es una de las tónicas observadas durante el desarrollo de este trabajo. La hemos mencionado en varios ejemplos concretos. La cercanía de determinados acontecimientos con una especial relevancia dentro de cada sección provoca un interés previo y un incremento de los anuncios, sobre todo cuando el evento está a menos de siete días vista. Esta conclusión se mantiene en sintonía con los resultados obtenidos por PAZ y MONTERO (2010). Este análisis apunta que el momento en el que más noticias se anticiparon durante las semanas previas a la guerra coincidió con el periodo de mayor incertidumbre relativa a dos acontecimientos concretos. Por un lado, entre el 2 y el 7 de marzo, apuntan PAZ y MONTERO, “Sadam parecía colaborar, pero Estados Unidos insistía en presentar un futuro en el que la amenaza de Irak era inminente”. Fue entonces “cuando Sadam comenzó a destruir los misiles Alsamud”, momento en el que “se incrementaron las conjeturas sobre el futuro”. Por otro, entre el 14 y el 19 de marzo, “se sabía que el tiempo de la diplomacia había acabado y ya solo se especulaba sobre el comienzo del conflicto y su posterior desarrollo”. Fue, por lo tanto, durante los días previos a estos dos momentos críticos cuando se registró el mayor número de vaticinios. Carlos Hidalgo, por su parte, pone como ejemplo la Navidad, un acontecimiento que se repite cada año y que, según él, motiva que se produzcan una serie de vaticinios muy específicos antes de determinados acontecimientos vinculados a las fechas. “En Alcorcón hay un adivino que predice cuál va a ser el número de la Lotería de Navidad todos los años; y los periodistas le damos pábulo, pero dentro de ese ambiente prenavideño que rodea a esos días y por aquello de que muchas noticias son distintas en función

de la época del año en que se produzcan (...); cuando se acerca un acontecimiento, se incrementa el interés del público por ese acontecimiento y, por lo tanto, aumenta el nivel de información que proporcionamos los periodistas”, apunta Carlos Hidalgo, quien considera que por ello “resulta lógico que también se produzcan más vaticinios”. “A mayor cantidad de información, más datos al alcance del periodista, la fuente es más rica y te aporta más, de ahí que se puedan adelantar más cosas sobre lo que sucederá”, resume.

### **6.5. La distribución temporal de los vaticinios**

Si se atiende a los días en que se dan las noticias, **el futuro parece ser cosa de días laborables**. Los vaticinios descienden notablemente los sábados, domingos y lunes; y experimentan un incremento de martes a viernes. Los domingos y los lunes, de hecho, son los menos propicios a asuntos de predicción, con tan solo 701 y 712 vaticinios respectivamente. Los martes y los miércoles, por su parte, son los días de mayor actividad predictiva, con 977 y 976 augurios respectivamente. Jueves y viernes desciende ligeramente la producción de predicciones respecto a estos dos últimos días, aunque mantiene el entorno de los 900, con 868 y 904 anuncios respectivamente. Para Miguel Oliver, esta conclusión responde a la “lógica”. “El periodismo que se hace el fin de semana tiende a ser más reportajeado, menos informativo; es lógico que se utilice más el futuro de martes a viernes, porque es que el periódico que hacemos entre semana es rigurosamente informativo, con los temas del día; sin embargo, el de los fines de semana experimenta un valle de temas, apenas hay temas”. Los lectores del fin de semana, además, según Oliver, saben que esos días apenas hay noticias y compran el periódico para “enterarse de todo lo que no han podido pillar durante la semana que acaba de pasar”.

En la misma línea, Carlos Hidalgo asegura que “los viernes, los sábados y los domingos es cuando menos actividad hay, de ahí que sea esos días cuando más información enlatada se da; es decir, reportajes de nevera, que se llama en el argot”. “Cuando menos actualidad del día a día hay, más se tira de reportajes”, dice Hidalgo, quien considera que esto se debe esencialmente a que “hay menos fuentes disponibles”. Sobre esto, Javier Pagola apunta que, “a partir del viernes por la tarde, a las fuentes oficiales no las coges ni en broma; a las anónimas, por

su parte, te da cosa llamarlas un sábado, salvo que sea una emergencia; por eso, nosotros ya llevamos una dinámica que prevé esto; durante la semana, te vas preparando las cosas del fin de semana; vas haciendo por adelantado lo que publicarás el sábado y el domingo, y esos adelantos rara vez serán una predicción”. “Los sábados, domingos y lunes, los periódicos son más de balance, reportajes, entrevistas, etc. y en ese tipo de formatos es difícil encajar la anticipación”, asegura también el periodista Pablo Muñoz, quien matiza que entre semana es distinto, porque el periódico busca “sorprender” al lector por la vía de las “novedades”. “Realmente el periódico del sábado y del domingo lo haces durante la semana, al menos en un porcentaje grande, porque no puedes dar el tostón a una fuente cuando sabes que está descansando”, subraya.

**Los lunes son peculiares: muchas noticias, pocas predicciones.** Los lunes resultan ser un día raro, que se sale de lo habitual en cuanto a relación entre número de noticias y vaticinios. Por un lado, se trata del día de la semana en el que se registran más informaciones en general. Nada menos que 8.159 noticias se publicaron en el conjunto de los lunes de 1990, 2000 y 2010 en las tres secciones analizadas, 1.557 más que el siguiente día en número de piezas informativas (el martes) y 2.027 más que el sábado (jornada con menos publicaciones). Sin embargo, curiosamente los lunes fueron los días en los que, junto a los domingos, menos vaticinios se registraron, tan solo 712, lejos de los 977 de los martes. De martes a domingo, además, se mantiene un equilibrio en cuanto al número de noticias publicadas. Todos estos días se sitúan entre 6.100 y 6.600 informaciones, mientras el lunes se dispara hasta las 8.159.

Se trata, por tanto, de un día excepcional, en el que apenas se apuesta por el futuro, quizá debido a que en la mayoría de redacciones gran parte del periódico que aparece los lunes se encuentra enlatado, hecho a base de piezas (reportajes, entrevistas, etc.) que estaban en nevera, preparados hace días para rellenar un día caracterizado por la falta de actualidad (el domingo apenas se produce actividad y el periódico del lunes cuenta lo que ocurre el domingo). Aunque hay otros matices en este extraño día que abordamos a continuación.

**Los lunes son para el deporte.** Gran parte de lo señalado en el párrafo anterior se explica por la idiosincrasia propia de la sección de *Deportes*. Las noticias deportivas experimentan un notable auge los lunes, debido a que la

mayoría de competiciones se han disputado el domingo. Según los datos observados, los lunes el área de *Deportes* ofrece en torno a las 4.500 noticias en el conjunto de los años analizados. Ni *Política* ni *Internacional* llegan a las 2.000 informaciones en esa primera jornada de la semana. La razón es clara, el domingo es un día de descanso para los actores que protagonizan las noticias de *Política* e *Internacional* y una jornada laboral normalmente muy intensa para los deportistas: por eso no hay noticias en las dos primeras y sí –y muchas– en la última. Sin embargo, esta explosión de informaciones deportivas no arrastra un incremento de vaticinios. De hecho, incluso se trata del día con menos predicciones de la semana tanto en la sección de *Deportes* como en el resto, con tan solo 199 augurios. Hasta *Internacional* y *Política*, a pesar de contar con menos noticias publicadas ese día, utilizan más el futuro; en concreto en 210 y 303 ocasiones respectivamente. Entendemos que esto se debe a la tipología de la información que ofrece *Deportes* los lunes, que prácticamente se circunscribe a noticias sobre resultados. No tienen mucha cabida en ese contexto de abundancia de información de datos los augurios que miran al futuro.

**A más actividad política, más predicciones.** Mientras tanto la sección de *Internacional* como la de *Deportes* experimentan una cierta estabilidad a lo largo de la semana, el área de *Política* registra una curva cóncava de lunes a domingo. Entre el martes y el viernes se producen la mayor parte de vaticinios en esta última sección, mientras el fin de semana y el lunes experimentan un bajón. Al ser el área que más utiliza el futuro, esta evolución propia de *Política* modifica el dibujo de las tres secciones cuando se tratan en conjunto y provoca que la curva de las tres sea también cóncava.

El tirón de las predicciones en *Política* de martes a viernes coincide con los días de la semana en los que se registra mayor actividad parlamentaria, gubernamental y de los partidos. En concreto, esos días se concentran los plenos del Congreso de los Diputados, las intervenciones mediáticas de los políticos y el Consejo de Ministros, entre otras apariciones de representantes del Gobierno y la oposición en distintos foros públicos. Existe por lo tanto relación entre el número de vaticinios y la actividad política. Esta última genera además un tipo de información muy distinta al resultadismo deportivo y más dada a los rumores y elucubraciones.

Esta conclusión se ve asimismo respaldada por los siguientes datos. *Política*, sección que cuenta con el mayor número de vaticinios realizados a menos de una semana vista (1.219), tiene en septiembre su particular primavera. Ese mes es en el que se registran más predicciones del año para esta sección (138), coincidiendo con el inicio del curso político: la vuelta al trabajo de partidos, cámaras y poderes ejecutivo y judicial. Se observa además una enorme diferencia entre el momento que cuenta con más augurios (septiembre) y el que menos (agosto), que apenas utiliza el futuro en 48 ocasiones y que curiosamente también coincide con el mes de menos actividad política.

**En vacaciones, no predecimos.** Los periodos de vacaciones suelen experimentar un ligero descenso en el número de augurios, sobre todo los que se llevan a cabo a menos de una semana vista; es decir, que deberían cumplirse en menos de siete días. “Supongo que en verano habrá menos noticias que predigan el futuro”, dice Carlos Hidalgo, quien argumenta que en esa época no hay tantas “fuentes disponibles”. Esta máxima, sin embargo, no es igual en todas las secciones. Se cumple en *Política* y en *Internacional*, que experimentan un notable bajón de predicciones en los meses de agosto y julio respectivamente. “En Francia, Bélgica, Alemania, Holanda las vacaciones suelen ser en julio argumenta Alberto Sotillos, redactor jefe de *Internacional* de ABC.

**El pico de septiembre, la vuelta al trabajo.** Mayo es el mes en el que se registran más predicciones (535) y octubre, en el que menos (434). Más de cien vaticinios separan a uno de otro. Pero la diferencia más llamativa se produce entre el mes de septiembre (el segundo con más augurios, con 534) y el de octubre. Tras el ligero descenso experimentado en julio y agosto (con 494 predicciones cada uno), septiembre sorprende con 40 anuncios más y luego octubre vuelve a desconcertar con 100 vaticinios menos. La vuelta a la actividad laboral (política, sobre todo) tiene que ver en este pico que muestra septiembre. Pablo Muñoz entiende que es lógico que haya más predicciones en septiembre, ya que es el “inicio del curso”. “Es cuando empezamos a planificar y por lo tanto cuando hay más cosas que anunciar o que adelantar”, asegura.

Comprobamos, por lo tanto, en virtud de todo lo narrado en este apartado, que se cumple estrictamente la hipótesis número cinco (H5) que lanzamos al inicio de este trabajo, ya que el uso periodístico del futuro

efectivamente “responde a determinados patrones temporales regulares, de manera que el recurso a este tipo de noticias se concentrará en determinados momentos de la semana y del año, revelando así un comportamiento estratégico, intencional y no meramente azaroso o causal”.

## **6.6. Los sujetos y las fuentes de las predicciones**

Al contrario de lo que suponíamos (hipótesis número seis, H6), el mayor número de predicciones se basan en fuentes oficiales (4.474) y no tanto en fuentes anónimas (apenas 878 noticias las utilizan). Argumentábamos en nuestra hipótesis que el basarse en fuentes no identificadas, como preserva el anonimato del informador, facilitaría la narración de cosas que aún no han sucedido. Parece, por lo tanto, que los periodistas son más prudentes, conservadores e incluso honrados de lo que en principio pudiéramos pensar, pues en la inmensa mayoría de ocasiones esperan que haya alguien fiable detrás para lanzar su vaticinio, una persona o institución que con nombre y apellidos respalde su predicción. Los augurios basados en las conclusiones del propio periodista (589), por su parte, se quedan en tercer lugar, cerca de aquellos que utilizan fuentes anónimas y muy lejos de los que se basan en la oficialidad.

**Las fuentes anónimas destacan especialmente en la sección de *Política***, donde casi triplican a las basadas en el criterio propio del periodista. En esta área informativa entendemos que este tipo de fuentes anónimas en el fondo son similares a las fuentes oficiales, ya que suelen ser los propios políticos, jueces o resto de representantes de organismos oficiales los que filtran la información, aunque con la diferencia de que por algún motivo –hay muchas causas: intereses, revelación de secretos, deslealtades, venganzas o simplemente que entienden que su papel no es la portavocía pero que es bueno que se sepan determinadas cosas– no quieren aparecer reflejados en la misma como fuentes. Javier Pagola, de hecho, reflexiona que “cuántas veces el Ministerio del Interior me ha dicho algo y a continuación me comenta ‘no digas que he sido yo quien ha dicho eso’; no deja de ser una fuente oficial, pero que tampoco quiere dar la cara”.

### 6.7. El uso del futuro en ABC: algunos *trivial data*

Un trabajo estadístico como el presente puede constar de mediciones y cruces de datos que no siempre tienen un significado y una causa precisa, por más que las correlaciones sean claras. Se presentan a continuación algunas de ellas. Coinciden en ser exactas en sus medidas y también en carecer de una explicación, al menos por el momento. Quizá, por otra parte, no pasen de ser datos curiosos que solo sirvan para presumir en un concurso.

**Los martes se predice más a corto; los miércoles, a medio y largo plazo.** Los miércoles es el día en que se producen más vaticinios tanto a largo como a medio plazo. A corto, sin embargo, sobresalen los martes como días con más actividad de los verbos en futuro.

**Los lunes y domingos, los días con menos predicciones.** El lunes es el día en que se registran menos predicciones cuando hablamos del largo plazo. En el medio y en el corto, son los domingos los que menos movimiento muestran en la utilización de los tiempos futuros. En *Política*, los días con más vaticinios son los viernes (124), para el caso del largo plazo; los miércoles (122), para el medio; y los martes (231), para el corto. En la sección de *Internacional*, los días en los que se registran más augurios son los martes (103), si nos referimos al largo plazo; los jueves (76), si hablamos del medio; y los miércoles (123), si nos centramos en el corto plazo.

Los miércoles son los días en los que se realizan más vaticinios (958) contabilizando tanto el largo como el medio y el corto plazo. Le siguen muy de cerca los martes (957). Los lunes aparecen como los más prudentes: son los días de la semana en los que se registran menos predicciones (706) en los tres periodos juntos.

Por meses, hay que destacar que enero ha sido en el que más se ha utilizado el futuro si hablamos del medio plazo en todas las secciones juntas (160 augurios) y noviembre el que menos (tan solo 75). Por el contrario, noviembre ha sido el mes que más vaticinios a largo plazo ha registrado en el conjunto de las tres secciones analizadas (160) y abril, el que menos (109). Noviembre, por lo tanto, pasa de ser el que más predicciones realiza a largo plazo al mes que menos vaticinios registra en el medio plazo. En el corto, noviembre se sitúa más o menos en la media con 263 augurios. El mes en el que más se usa el futuro en el

corto plazo en el conjunto de las tres secciones es septiembre (285) seguido muy de cerca por mayo (284). En el que menos se recurre a este tiempo verbal, enero, con 181 vaticinios en total a lo largo de los tres años analizados.

***Deportes apuesta por el corto plazo, sobre todo en mayo.*** La sección experimenta un importante auge en el corto plazo, cuando registra 964 vaticinios, más que las predicciones que se lanzan en esta área a largo y a medio plazo juntas ( $379 + 261 = 640$ ). Mayo es el mes en el que se hacen más vaticinios a corto en la sección de Deportes y el único que supera el centenar (107). Octubre, por su parte, es en el que menos se utiliza el futuro, con apenas 63 anuncios. Como decíamos más arriba, la cercanía de las finales de las competiciones deportivas aúpan a mayo a esta cumbre de la predicción.

## 7. Bibliografía citada

ABAD, M. (2013). "Intervención en el Meeting Point Periodismo 2.0". Disponible en <http://meetingpointbyono.com/blog/category/periodistas-2-0/>

ALARCOS LLORACH, E. (1977). *Lenguaje de los titulares*. En *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundación Juan March.

ALCOBA RUEDA, S. (1983). "El presente en los titulares de prensa: no deíctico, pro-tiempo anafórico", *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, n° 7/8, pp. 107-121.

BARNHURST, K. G. (2010). "The form of reports on US newspapers internet sites, an update", *Journalism Studies*, 11 (4), pp. 555-566.

BARNHURST, K. G. y MUTZ, D. (1997). "American journalism and the decline in event-centered reporting", *Journal of Communication*, 47 (4), pp. 27-53.

BELMONTE, E. (2012). "El porqué de este blog. El BOE nuestro de cada día". Disponible en <http://elboenuestrodecadadia.com/category/el-porque-de-este-blog/>

BERIAIN, D. (2013). "Historias grandes, ojos pequeños". Conferencia impartida en la Universidad de Navarra. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=eGYJ44ZlQbw&feature=youtu.be>

BURKE, K. (1973). *The philosophy of literary form: Studies in symbolic action*. Berkeley: University of California Press.

CASADO VELARDE, M (1992). "Aspectos del lenguaje en los medios de comunicación social". Lección inaugural del curso académico 1992-1993. La Coruña: Publicaciones de la Universidad de La Coruña.

- CASADO VELARDE, M. (1995). "El lenguaje de los medios de comunicación". En M. SECO y G. SALVADOR (eds.): *La lengua española hoy*. Madrid. Fundación Juan March, pp. 153-164.
- DADER, J. L. (1994). "Periodismo de precisión en España. Una panorámica de casos prácticos", *Telos*, 36 (cuaderno central).
- DAYAN, D. y KATZ, E. (1995). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DEUZE, M. (2005). "Towards professional participatory storytelling: mapping the potencial". Comunicación a la 4ª Conferencia del Massachusetts Institute of Technology (MIT). Disponible en <http://web.mit.edu/comm-forum/mit4/papers/Deuze.pdf>
- DIAZ SALGADO, L. C. (2000). "La decoración del drama", *Venezuela Analítica*, noviembre, p. 1
- EL PAÍS (2004). *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País.
- ELOSÚA, J. y BELMONTE, E. (2013) "Indultos vs. condenados. Prevaricación, malversación y delitos contra el medio ambiente, los más indultados". Disponible en <http://www.elindultometro.es/2013/06/30/relatividad.html>
- FISHER, D. (2006). *Stop writing in the past*. Columbia: University of South Carolina.
- FOWLER, R. (1991). *Language in the news. Discourse and ideology in the press*. Londres: Routledge.
- FRANCESCUTTI, L. P. (2009). "El tiempo de los titulares. Un análisis verbal de la titulación en la prensa española durante el periodo 1980/2005", *Estudios sobre el Mensaje Periodísticos*, 15, pp. 243-259.

- GEIS, M. (2006). *Present tense in journalism*. Columbus: The Ohio State University.
- GILLMOR, D. (2004). *We the media. Grasroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly.
- GÓMEZ MOMPART, J. L. (1982). *Los titulares en prensa*. Barcelona: Mitre.
- GOMIS, Ll. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- GRIJELMO, A. (1997). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- HERRÁN, M. T. y RESTREPO, J. D. (2005) *Ética para periodistas*. Bogotá: Norma.
- HURTADO GONZÁLEZ, S. (2003). *El uso del lenguaje en la prensa escrita*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- JAWORSKI, A.; FITZGERALD, R. y MORRIS, D. (2003). "Certainty and speculation in news reporting of the future: The execution of Timothy McVeigh", *Journalism*, 5 (2), pp. 183-202.
- KAFIRISTÁN, Á. (2004). "Una pulsera para agregar en Facebook a todo el que conozcas durante un festival". Disponible en <http://yorokobu.es/pulsera-todosamigus/>
- LA VANGUARDIA (2004). *Libro de redacción*. Barcelona: Ariel.
- LAPESA. R. (coord.) (1977). *Tendencias y problemas actuales de la lengua española. Comunicación y lenguaje*. Madrid: Karpos.

- MARTÍNEZ, L. (2005). "La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la Red". En G. LÓPEZ GARCÍA (ed.): *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València, pp. 269-332.
- MEYER, P. (1993). *Periodismo de precisión: Nuevas fronteras de la investigación periodística*. Barcelona: Bosch.
- NEIGER, M. (2007a). "Media oracles. The cultural significance and political import of news referring to future events", *Journalism*, 8 (3), pp. 326-338.
- NEIGER, M. (2007b). "News speculating the future". En D. CASPI (ed.): *Media and politics in Israel*. Jerusalén: Van-Leer Institute, pp. 75-90.
- PAZ, M. A. y MONTERO, J. (2010). "Las profecías son noticia. El uso del futuro en la información televisiva española sobre la crisis de Irak (24 de febrero-20 de marzo 2003)", *Comunicación y Sociedad*, XXIII (1), pp. 153-174.
- PORCENTUAL (2014). "Las familias españolas gastan, por primera vez, más de lo que ingresan". Disponible en <http://www.porcentual.es/index.php/economia/item/365-las-familias-espanolas-gastan-por-primera-vez-mas-de-lo-que-ingresan>
- RABIGER, M. (2001). *Documentary filmmakers decide how to present compelling evidence*. Disponible en <http://niemanreports.org/articles/documentary-filmmakers-decide-how-to-present-compelling-evidence/>
- RICHARDSON, K. y MEINHOF, U. (1999). *Words in common? Television discourse in a changing Europe*. Londres: Routledge.
- ROSEN, J. (2004). "Discussion notes for «What is journalism and what can weblogs do about it?»". Disponible en [http://archive.pressthink.org/2004/03/25/con\\_prep.html](http://archive.pressthink.org/2004/03/25/con_prep.html).

- RUIZ BALLESTEROS, R. (2009). *Las noticias sobre el futuro publicadas por ABC entre los años 2000 y 2008*. Trabajo de investigación del Diploma de Estudios Avanzados. Universidad Complutense de Madrid.
- SCHUDSON, M. (1982). "The politics of narrative form: The emergence of news conventions in print and televisión", *Daedalus*, 3 (4), pp. 97-112.
- TEBBEL, J. (1967). *Breve historia del periodismo norteamericano*. Barcelona: Montaner y Simón.
- TEJEDOR, L. y DADER, J. L. (2011). "El patrimonio del César ante el Perro Guardián: un análisis de Periodismo de Precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17 (2), pp. 431-455.
- VALLES, M. S. (1997): *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- VIGARA, A. (2001). *Libro de estilo de ABC*. Barcelona: Ariel.

## **8. Anexo. Transcripción de las entrevistas a periodistas del diario ABC**

### **8.1. Entrevista a Miguel Oliver**

Miguel Oliver es redactor de ABC en el año 2000 en la sección de *Madrid*, donde continúa ejerciendo el mismo cargo en la actualidad, aunque hoy en la práctica hace con relativa frecuencia labores de redactor jefe a pesar de no contar con ese reconocimiento en su contrato.

Durante el encuentro mantenido con Miguel Oliver en la sede central del diario ABC en Madrid, el redactor confesó que él no tenía ningún reparo en utilizar los verbos en futuro a la hora de presentar sus informaciones. “Yo claro que titularía en futuro”, afirmó con rotundidad. Sin embargo, a continuación añadió un matiz a su afirmación y es que no tendría ningún problema en hacerlo siempre que alguien hubiera hecho la predicción por él. “Siempre tienes que citar quién es el que predice eso para que después el lector pueda darle credibilidad o no, o tenga más interés por leer eso o no”, aseguró Miguel Oliver, que situaba así a la fuente como un elemento de autoridad, que en sí misma marcaba un determinado nivel de credibilidad para el público y que al mismo tiempo representaba un elemento que podía atraer el interés de la audiencia o que ésta se alejara de la información precisamente por desinterés. Asimismo, Oliver añadió que él siempre atribuiría la fuente. Al considerar a ésta tan importante, de hecho, parece lógico que así fuera. “Creo que hay que citar, es lo más correcto”, subrayó.

Respecto al uso del futuro, el redactor de la sección de Madrid no dudó ni un ápice. “Es lo más justo y lo más fiel a la realidad el utilizar el tiempo futuro”, sentenció. “Si, por ejemplo, tenemos un informe del Banco de España que predice que la economía caerá un porcentaje determinado el año que viene, hay que titular en futuro, hay que decir que *La economía subirá un equis por ciento en 2014 según el Banco de España*”, dijo el periodista.

Oliver vio con normalidad el hecho de que la sección de *Política* sea la que contenga el mayor número de vaticinios de las tres analizadas durante el presente trabajo. “La mayor parte de las decisiones importantes que se producen en el país se toman en la política”, argumentó. Esto, según continuó razonando, provoca que los periodistas “siempre estemos pendientes de qué va a pasar en ese terreno, cuál va a ser el siguiente movimiento”. “Esto creo que responde a

que la mayor parte de las predicciones se produzcan en esta sección, de la que todos estamos pendientes también como ciudadanos”, añadió. Los periodistas, continuó, “sabemos que los lectores están a la expectativa de esas decisiones, de qué pasará con esta ley o con este problema social”, y por eso miramos más “a ese cómo acabará todo”.

Respecto al pronunciado descenso notado por este trabajo en el recurso a los vaticinios en el año 2010, Oliver también tiene su propia teoría. Durante su encuentro con nosotros, aseguró que fue ese un año de crisis, “uno más” desde que en 2008 comenzó a dar sus primeros pasos esta galopante recesión económica experimentada tanto a nivel nacional como internacional. “La gente ya estaba empezando a cansarse de leer informes y predicciones negativas”, aseguró el redactor, que añade que “además no había una perspectiva de futuro mejor”, sino todo lo contrario. “Las cosas iban a peor”, resumió *grosso modo*. “Lo que a la gente le gusta en general, y particularmente más en ese momento de negatividad, es que le cuenten noticias positivas y optimistas”, agregó. Y los periodistas, continuó, no somos distintos al resto de los ciudadanos.

En ese momento que, como el actual, la crisis lo impregna todo, analizar los vaticinios en estos términos no resulta descabellado para Oliver. “Creo que esas ganas de dejar de contar cosas negativas de lo que iba a pasar pudieron estar contagiando entonces y aún ahora a los periodistas, que hemos podido dejar de volcarnos tanto en ese futuro pésimo que se nos venía encima y limitarnos a contar la realidad, que ya era suficientemente dura”, reflexionó. “Aquí en *ABC* lo hemos comentado muchas veces; la gente deja de comprar periódicos ya no solo por la crisis económica y la crisis del sector, sino porque está cansada de leer noticias negativas y noticias que alientan el pesimismo”, añade Oliver, cuyo argumento casa con el hecho de que los periódicos deportivos multipliquen su tirada cuando España gana la final de la Copa del Mundo, cuando el Real Madrid gana la Liga o Rafa Nadal o Fernando Alonso logran alguno de sus míticos triunfos.

“Estamos en una época en la que nos situamos con la soga al cuello. Llevamos muchos años de crisis y la gente quiere saber cuándo acabará esto, qué ocurrirá ahora: conocer las predicciones de los informes de la OCDE, del Banco de España... Y en el tema político ocurre prácticamente lo mismo, porque la

política decide la situación económica del país”, señaló Oliver. Sin embargo, reiteró, “hemos notado también que ese interés por saber cuándo se arreglará todo ha podido llevar a que se lean menos periódicos”, ya que lo que en ellos ha venido apareciendo durante estos años atrás han sido todo malos augurios. “Notábamos que la gente deja de comprar periódicos cuando sacamos noticias negativas; yo mismo, de hecho, también dejo de hacerlo, dejo de leer webs que cuentan cómo va el sector, noticias negativas, eres, etc. para no hacerme mala sangre”, añadió.

En 2000, sin embargo, aseguró Miguel Oliver, “no sabíamos lo que nos venía encima” y eso quizá influyó, según el redactor de la sección de Madrid, en que el ritmo de producción de vaticinios continuara siendo prácticamente el mismo que diez años antes. La crisis por lo tanto estaría en el origen –o al menos habría influido bastante– de ese descenso pronunciado notado por el autor de este trabajo en el año 2010, ejercicio que se sitúa en el centro neurálgico de esa recesión a la que aún hoy en 2013 no se vislumbra un fin claro.

Oliver, que también ha pasado por la sección de *Deportes* a lo largo de su trayectoria profesional desarrollada casi íntegramente en *ABC*, dedica también palabras a analizar esta área del periódico, que para él tiene unas particularidades muy definidas. Ve esta sección como un departamento diferenciado del resto de secciones del diario, principalmente en todo lo relativo al tratamiento de la información y a su presentación, pero también en lo referente a la publicación de noticias y sobre todo de noticias que se refieren al futuro. Para este redactor, que ha apoyado al área de *Deportes* del rotativo de Vocento durante muchos fines de semana, los periodistas especializados en temas deportivos son “menos rigurosos” que el resto.

Oliver ve comprensible que los periodistas deportivos sean los que más basan sus predicciones en el propio criterio del informador y no en fuentes oficiales o anónimas, como ocurre en el resto de las secciones analizadas. “Creo que esto se debe a la falta de rigor que hay en el periodismo deportivo”, señaló durante la entrevista. “En verano estamos cansados de leer que el Madrid o el Barça van a fichar a tal futbolista y luego al final no le fichan”, recordó. “En este sentido, el periodismo deportivo tiene un problema de credibilidad muy importante”, añadió. Sin embargo, para Oliver esto no se debe a la falta de

profesionalidad de los redactores que trabajan en esta sección, sino más bien al concepto en sí que existe de la información deportiva. “No es que los periodistas deportivos no se tomen en serio su trabajo, todo lo contrario”, afirmó. Sin embargo, continuó, “a lo mejor tienen más facilidad para inventar operaciones de mercado, que un jugador pase a este equipo y otro se vaya a tal club”. “Lo acabamos de ver con el fichaje del entrenador del Barça”, ejemplificó. “TV3 estuvo anunciando ayer o antes de ayer que iba a ser Luis Enrique con toda seguridad; sin embargo, al final ha sido otro”, visualizó. Para Oliver, esto muestra “que para el periodismo deportivo la credibilidad o la rigurosidad no son dos de sus pilares”. “Yo creo que ellos apuestan más por el espectáculo, por el *show business* y por otro tipo de dogmas”, explicó el periodista de ABC, quien añadió que esta ligereza respecto a lo que va a ocurrir puede ser el argumento que explique que sean estos informadores deportivos los que más se basen en su propio criterio a la hora de aventurar cosas que aún no han pasado. Además, Oliver apuntó que también hay que tener en cuenta la cantidad de intereses económicos que se mueven alrededor de los deportes con más seguidores y que en muchas ocasiones las fuentes oficiales (presidente, jugadores, etc.) cuentan cosas a los periodistas con la condición de mantener oculta su identidad y con el fin de lanzar determinados globos sonda. Incluso se da la circunstancia de que los propios medios deportivos lancen sus apuestas para generar un determinado clima de opinión pública contra un entrenador, por ejemplo. En resumen, reiteró Oliver, todo esto podría ocurrir porque “el periodismo deportivo quizá da más importancia al espectáculo que al rigor”.

El periodista de la sección de información local ve normal que durante los fines de semana y los lunes el periódico arroje menos predicciones que de martes a viernes. Considera que entre semana hay un nervio informativo distinto al que se registra los sábados y los domingos, cuando baja considerablemente la actualidad y, de hecho, los periódicos suelen elaborarse con piezas enlatadas o que abordan los asuntos importantes desde un punto de vista diferente, fijándose en aspectos complementarios o historias del contexto. “El periodismo que se hace el fin de semana tiende a ser más reportajeado, menos informativo”, explicó Oliver, que entiende que las predicciones suelen ir vinculadas más a las noticias que a los reportajes. “Es lógico que se utilice más el futuro de martes a

viernes, porque es que el periódico que hacemos entre semana es rigurosamente informativo, con los temas del día”, afirmó. En cambio, continuó el redactor, “el periódico que se hace los fines de semana (sábados, domingos y lunes) experimenta un valle de temas, apenas hay temas”. En esas circunstancias, según dijo, no es fácil hacer predicciones, ya que el concepto es distinto, no hay fuentes con las que hablar sobre lo que va a ocurrir (ya sean oficiales o anónimas), porque todas están descansando, e incluso los lectores tienen otro ritmo, quieren “enterarse de todo lo que no han podido pillar durante la semana que acaba de pasar”. El fin de semana, agregó, “permite reportajear un poco la actualidad de la semana anterior, interpretarla, dar más opinión, pero sobre todo más reportajes”. “No hay prácticamente información y creo que eso explicaría el hecho de que disminuyan las predicciones, que tienen lugar principalmente durante la semana”, concluyó.

Por otro lado, Oliver observó que, aunque los periodistas tienen la obligación –comentada anteriormente– de abordar el futuro, éstos también deben ser cautos en sus predicciones, prudentes en sus augurios. De que se cumplan o no esos vaticinios, explicó, pende “la credibilidad” del redactor. No solo de la fuente en la que se basa esa predicción de futuro, que también, sino del propio periodista que se fía, le da importancia o no y la utiliza para generar sus elucubraciones. En este sentido, el redactor de *ABC* ve más prudente aventurar lo que va a ocurrir dentro de pocos días que lanzarse a averiguar lo que pasará a largo plazo. “La mayoría de las predicciones adelantan cosas que van a ocurrir en el corto plazo, ya sea en el próximo Consejo de Ministros o en determinada cita política”, aseguró. “En el corto plazo es más fácil informar sobre lo que va a ocurrir”, dijo Oliver, quien añadió que “cuanto más lejanos están los hechos a los que nos referimos, menos elementos tendremos para predecir” el modo en que se desarrollarán. Esta reflexión del periodista de Madrid del diario de Vocento, de hecho, coincide con los resultados obtenidos en el presente trabajo, que concluye que las predicciones a corto plazo son las más frecuentes, por encima de las que se producen a medio o a largo plazo.

“La información sobre el futuro es un caramelo muy jugoso para los lectores”, reflexionó Oliver, quien entiende que es lógico pensar que cuando tenemos datos sobre lo que va a ocurrir y muy bien contrastados, tenemos que

presumir de ellos y la mejor forma de hacerlo es colocarlos en el lugar donde más se vean de la noticia. De ahí que los titulares, aseguró, sean el lugar elegido preferentemente por los periodistas de *ABC* para lanzar sus augurios. “Tiene que aparecer en el título”, afirmó con rotundidad Miguel Oliver durante la entrevista que nos concedió. “Si tienes un dato importante sobre lo que va a pasar, necesariamente debes situarlo en el título”, añadió. Es lógico, dijo, “querer titular con la principal clave del informe en cuestión” en el que se basa una información, por ejemplo. “En ese tipo de informes que predicen lo que puede ocurrir... Debes buscar las claves y titular con ellas”, concluyó Oliver, quien admitió que en ocasiones lo que hacen otros periódicos también influye en el modo en que planteas tus informaciones. “A veces forzamos para diferenciarnos de la competencia y titulamos en futuro”, señaló Oliver, quien reconoce que esa lucha por la exclusiva, por la primicia, por la noticia distinta puede provocar que el periodista trate de aventurar el futuro con el fin de ofrecer algo distinto a lo que da el resto.

## 8.2. Entrevista a Carlos Hidalgo

Carlos Hidalgo es redactor de Sucesos y Tribunales del área de *Local* de *ABC* en 2010. Entró en 2003 en el diario y ha pasado por distintas secciones, aunque es en la que se encuentra en la actualidad en la que ha pasado la mayor parte de su trayectoria profesional.

Carlos Hidalgo es perfectamente consciente de que los periodistas en muchas ocasiones utilizan el futuro al titular una noticia o al desarrollarla, pero entiende que son las propias fuentes las que en la mayor parte de ocasiones promueven esa mirada hacia delante. “Son los propios políticos y los especialistas en economía los que advierten de que España crecerá o decrecerá un determinado porcentaje en el próximo semestre. Hoy mismo hemos conocido que España caerá una décima el año que viene. Son predicciones de agencias económicas, de organismos, de los propios gobiernos, de la Unión Europea, etc. En el terreno económico y de la política económica es donde más he notado que se dan esas predicciones, pero también en temas sociales”, aseguró durante la entrevista. “Si la fuente es fiable, lo das por bueno”, sentenció el periodista argumentando que es suficiente con que ese contacto tenga tu credibilidad. “Das por buena la predicción que se hace en ese momento; evidentemente, que se cumpla o no ya no es responsabilidad del periodista, sino de la fuente; un poco como en cualquier noticia”, subrayó. Hoy por hoy, continuó, “se predicen datos macroeconómicos de aquí a seis meses, normalmente se habla por semestre, pero también muchas veces se predice que la Fiscalía va a recurrir el auto de prisión de tal o cual personaje, o que va a recurrir la libertad de alguien”. Hidalgo incluso repasó alguno de los casos en los que recordaba que se habían predicho acontecimientos basándose en lo que decían determinadas fuentes. “Se dijo en su día, cuando se condenó a Isabel Pantoja, que, como la condena no superaba los dos años de prisión y ella no tenía antecedentes penales, pues que la Fiscalía se iba a plantear recurrir la sentencia, basándose supuestamente en fuentes judiciales consultadas por los periodistas que en esos momentos estaban cubriendo esa información”, afirmó. Hay otras predicciones, prosiguió, “que no concuerdan tanto; yo recuerdo a finales de 2008 o principio de 2009 que hubo una delegada del Gobierno que predijo que durante todo el año 2009 se iba a incrementar notablemente la delincuencia como consecuencia de la crisis

economica, de forma llamativa además, y se refería principalmente a delitos patrimoniales, robos, hurtos familiares, etc.". Sin embargo, añadió, "parece ser que a la luz de los datos oficiales no fue tanto así, al menos a la luz de los datos oficiales, insisto", remachó el redactor de Sucesos del diario.

Según el periodista, "la crisis" está marcando mucho a este tipo de noticias. Asegura que no tiene datos ni sensación de que ahora se estén produciendo más o menos vaticinios que hace unos años, porque además no trabajaba en la profesión en los 90, cuando comienza el análisis de nuestro trabajo, pero sí afirma que los vaticinios que él más percibe en la actualidad son aquellos que tienen que ver con la situación económica del país y con las consecuencias de esta recesión financiera que estamos viviendo. "Creo que la crisis está afectando mucho y que la gente no solo piensa en el ahora, sino que también se preocupa por el futuro; se dan cifras de cuánta gente estará por debajo del umbral de la pobreza en unos años o incluso en unos meses, se dan datos demográficos de la población, se dice que en 2050 habrá tantos millones de personas en el mundo... pero en general son muchas cosas relacionadas con la crisis; aunque también con los temas que yo llevo, como todo lo relativo a los sucesos y la seguridad", aseguró.

Mientras se desarrollaba la conversación con Hidalgo, iban saliendo otro tipo de temáticas en las que se adelantaban acontecimientos que se supone que más adelante sucederían. Entre ellos, el redactor se fijó en un tipo de vaticinios más ligeros, menos serios, pero que todos recordamos. En concreto, contó que "en Alcorcón hay un adivino que predice cuál va a ser el número de la Lotería de Navidad, todos los años; y los periodistas le damos pábulo; por todo ese ambiente prenavideño que rodea a esos días y por aquello de que muchas noticias son distintas en función de la época del año en que se produzcan, se le da un poco de cancha, pero siempre dentro de lo que es ese contexto que hemos descrito".

Hidalgo entiende que las noticias que vaticinan el futuro son como el resto de noticias, que tienen una fuente y que revelan algo, y que se valoran de igual modo que las demás. "Primero se mira si es noticia o no en cuanto a la fuente que cuenta la información y la relevancia de eso que está contando, eso es lo primero; luego, si esa noticia resulta que anuncia el futuro, pues bienvenida

sea; pero lo principal es que sea noticia”, resaltó el periodista de *ABC*, que antepone así el criterio informativo a cualquier otro aspecto. En este sentido, prosiguió, “lo principal es dar una noticia que no de el otro, este es el mejor modo de diferenciarse de la audiencia” y no tanto que esa información adelante o no lo que va a ocurrir en los próximos días o semanas. “Yo creo que lo que es noticia, es noticia según la fuente que te la haya dado y los síntomas de veracidad y verosimilitud que tenga”, resumió.

El redactor de *Local de ABC* sí admitió que parece lógico que la predicción sea en muchas ocasiones el dato más importante de la noticia, la cuestión nuclear de la información, y que por lo tanto el periodista sienta la necesidad de resaltarla al presentar esa pieza. “Si la noticia es que va a ocurrir algo en unos cuantos meses, pues evidentemente lo pones en el titular, porque es en los titulares donde está lo fundamental; si lo que anuncia una conjugación verbal planteada en futuro es la noticia, pues va en el titular”, afirmó Hidalgo con rotundidad antes de admitir que “el futuro suele ser más noticia que el pasado”. Suele poseer, por lo tanto, dijo, más elementos noticiosos. A no ser, matizó, “que una noticia sobre el pasado esté revelando un escándalo”.

Respecto al mismo tema, añadió, pueden producirse de hecho noticias tanto en pasado como en futuro. Se refirió el periodista de *ABC* aquí a las distintas caras que ofrece la realidad. “Lo estamos viendo con el caso Bárcenas”, ejemplificó. “Estamos asistiendo a noticias sobre declaraciones tuyas en un pasado reciente que revelan pagos que se produjeron incluso hace 20 años; y eso está siendo noticia; pero es que también lo está siendo por ejemplo lo que hemos publicado hoy en *ABC*, hemos adelantado, ofrecido en primicia, que el presidente del Gobierno va a comparecer el próximo 1 de agosto en el Congreso; es algo que va a ocurrir en un futuro cercano, pero que es noticia, aunque vaya a suceder en el futuro, y nos hemos adelantado tanto a la competencia como a que el propio presidente lo anuncie y a que se produzca esa comparecencia”, relató. “Era algo que estaba esperando la gente, que se preguntaba cuándo va a comparecer Mariano Rajoy para hablar de Bárcenas”, dijo Hidalgo, que dejó claro que se trata de “dos ejemplos de cómo el pasado y el futuro relativos al mismo tema pueden ser noticia”.

Hidalgo reconoce que en ocasiones puede que se busque el futuro como modo de diferenciarse de la competencia, de aportar algo distinto y que para ello a veces incluso se fuercen ligeramente las cosas. Admite que no siempre se tienen todos los datos, pero que en ocasiones los periodistas se tiran a la piscina para adelantar lo que ocurrirá respecto a determinadas decisiones políticas. “Si forzar es llevar a categoría de verdad lo que todavía es media verdad, hay un peligro muy grande...; y eso ocurre, hay casos en los que ocurre, en los que se mete la pata; por ejemplo, cuando un gobierno gana las elecciones y se dice que Pepito o Menganito se postulan como ministros de Sanidad e Interior; luego puede ser así o no y no se sabe con seguridad hasta que el presidente de ese nuevo ejecutivo lee la lista de ministros definitiva”, subrayó.

En relación con el periodismo deportivo y con el hecho de que los profesionales de esta área informativa sean los que más se basan en su propio criterio para adelantar acontecimientos, Hidalgo cree que los enormes intereses que se mueven alrededor de determinadas disciplinas influyen en que se lleven a cabo estas predicciones sin fuente. Esto, aseguró, “tiene que ver mucho con el tipo de periodismo que es el periodismo deportivo”. “En épocas como el verano se mantiene mucho tiempo abierto el denominado mercado de fichajes, en el que se producen muchísimos rumores”, afirmó. “Me imagino que como son temas en los que hay unos intereses económicos muy importantes, pues se producen muchas especulaciones, y sin embargo hasta que el momento en que se firma no hay nada seguro, todo puede pasar”, dijo en relación con que en ocasiones nadie, ni siquiera las fuentes, sabe lo que sucederá, ya que no depende de una sola parte, sino de al menos dos. De hecho, aseguró, se producen “muchas especulaciones por supuesto muy interesadas, porque se mueven muchísimos millones; hablar de un entrenador por ejemplo para el Barça ahora o hablar de otro me imagino que será un poco dependiendo de la fuente a la que acudas y de los intereses que tenga esa fuente; si a tu contacto le conviene, por ejemplo, lanzar un globo sonda para que el equipo en el que está determinado entrenador pues a lo mejor le haga una contraoferta... Todo puede pasar, se mueven muchos intereses y las fuentes pueden ser bastante interesadas”.

Sin embargo, Hidalgo dejó claro que el periodista no es el que se tiene que mojar en asuntos de futuro. “No es labor del periodista contar lo que va a pasar,

es labor del periodista contar lo que está pasando; lo que ocurre es que en ocasiones lo que está pasando es que alguien dice que van a suceder determinadas cosas en el futuro; puede estar ocurriendo ahora, y yo por eso lo cuento, que el Ministerio de Economía está ofreciendo una predicción; o que la Delegación del Gobierno ofrece datos sobre una manifestación que va a haber dentro de una semana, y yo cuento que hay ese vaticinio por parte de la fuente, pero yo no soy el encargado de predecir nada; no debería serlo, desde luego; soy el encargado de transmitir lo que dicen las fuentes”, aseguró.

Sí admitió, sin embargo, que el periodista está “capacitado” para dar determinadas claves sobre lo que sucederá en el futuro. “Debe estarlo, de hecho, pero siempre dentro de su ámbito”, concretó Hidalgo, quien incluso se atrevió a inventarse un ejemplo de análisis prospectivo sobre un tema político. “Ahí entramos en el periodismo de análisis o incluso de tertulias políticas; si hay seis millones de parados y tenemos el dato de que ha bajado la economía un 0,1%, pues un periodista experto en economía podrá hacer su propia predicción en función de su experiencia y también en función de su conocimiento y de lo que hable con sus fuentes, podrá saber cómo van a estar las cosas en los próximos meses; qué nivel de paró habrá aproximadamente dentro de dos años, cuando se convoquen elecciones generales, por ejemplo; e incluso puede ir viendo cómo podría influir esa situación de futuro en el voto de la ciudadanía; es decir, si la crisis sigue siendo devastadora, probablemente, puede decir ese periodista-analista, los dos grandes partidos políticos no van a tener tantos votos, uno porque ya demostró su incapacidad para gestionar la crisis y el otro porque, al ir las cosas igual dentro de dos años, también habrá demostrado lo mismo; ¿qué puede generar eso? Y entramos aquí ya en un análisis más profundo. Pues que, como de hecho se está diciendo y se está observando como tendencia, el voto se vea más disgregado: en vez de estar dividido en dos grandes partidos, se divida entre otros partidos nacionales, como UPyD o IU, y otras formaciones nacionalistas; de ahí se derivaría también –continuó el análisis improvisado de Hidalgo– que en ese nuevo Parlamento no hay tampoco una mayoría suficiente para ninguno de los dos grandes partidos, que se verían en la necesidad de llegar a un acuerdo para conformar un gobierno de concentración o de pactar con UPyD, IU, CiU, etc.”.

En la misma línea que Miguel Oliver, Carlos Hidalgo ofrece la misma explicación cuando se refiere al hecho de que la mayoría de las predicciones se producen durante la semana, de martes a viernes, y que los fines de semana (más el lunes) destacan por registrar pocos vaticinios. “Es que viernes, sábado y domingo es cuando menos noticias hay y, teniendo en cuenta que un periódico se publica al día siguiente de tener la noticia, pues parece lógico... Coincide que los viernes, sábados y domingos es cuando menos actividad hay, de ahí que sea esos días cuando más información enlatada se da; es decir, reportajes de nevera que se llama en el argot”, contó el periodista de *Sucesos*, que entendió que el fin de semana es cuando “se meten en página no solo esos reportajes que has ido preparando durante los días anteriores y que tienes ya hechos, sino también cosas atemporales”, en referencia a piezas informativas que pueden ser publicadas en cualquier momento, que no deben ser lanzadas un día determinado porque lo requiere la actualidad, sino que pueden esperar porque tratan asuntos más generales, que esa actualidad está abordando aunque sea tangencialmente prácticamente a diario. “Igual en verano también se ve que hay menos noticias que predigan el futuro”, reflexionó acertadamente Hidalgo, que sin querer adivinó otra de las conclusiones de nuestro trabajo con esta frase, ya que precisamente este estudio ha notado que en el mes de agosto bajan sustancialmente el número de vaticinios, sobre todo en la sección de *Política* (la de *Internacional* tendría su propia idiosincrasia, ya que las vacaciones de los políticos a nivel global se dan más en julio y esto se refleja también en los datos obtenidos). En verano, dijo Hidalgo durante nuestra entrevista, “también hay menos noticias”. En definitiva, resumió, “cuando menos actualidad del día a día hay, más se tira de reportajes”, pieza informativa muy poco dada a hacer predicciones. El redactor también resaltó que durante los días estivales y los fines de semana, en los que la mayoría de personas está de descanso, “hay menos fuentes disponibles” y esto, en su opinión, también podría influir en que se ejecuten menos augurios.

En su esfuerzo por localizar ejemplos para todo, Hidalgo también los encuentra cuando le preguntamos por las predicciones que se lanzan cuando se acercan determinados eventos de mayor envergadura. “Cuando se acerca un acontecimiento, se incrementa el interés del público por ese acontecimiento y,

por lo tanto, aumenta el nivel de información que proporcionamos los periodistas y resulta lógico que también se produzcan más vaticinios; a mayor cantidad de información, hay más datos al alcance del periodista, la fuente es más rica y te aporta más datos, de ahí que se puedan adelantar más cosas sobre lo que sucederá” en el transcurso del evento en cuestión, resaltó. Por ejemplo, añadió, “la Jornada Mundial de la Juventud que se está celebrando ahora en Río de Janeiro... evidentemente se ha dado mucha más información durante la semana previa, mucha más que los meses antes o hace un año, entre otras cosas para ir calentando el ambiente, pero también porque están las cosas más claras, los organizadores tienen más datos; y se los proporcionan a los periodistas, que saben así más cosas de cómo se desarrollarán los acontecimientos y pueden adelantarlas, predecirlas, vamos”.

### 8.3. Entrevista a María Isabel Serrano

María Isabel Serrano es jefa de la sección de *Educación* en 1990. Entró en abril de ese mismo año procedente del diario *Ya*, donde también ejercía como jefa de Educación. La fichó Luis María Anson y en *ABC* ha ejercido también desde entonces como jefa de la sección de Sociedad y responsable de los temas de Medio Ambiente. Antes de comenzar la entrevista, Serrano se define a sí misma: “Soy una todoterreno, hago casi de todo, reportajes, noticias del día y sobre todo mucho de estar en la calle, pisar el terreno, que es lo que a mi me gusta, aunque sigo manteniendo mi categoría de jefa de sección”.

Cuando comenzamos a abordar el tema de la entrevista, las primeras palabras de María Isabel Serrano muestran mucha seguridad. “A mí nunca me ha gustado la ciencia ficción, vamos a partir de ahí; no me ha gustado nunca”, aclara respecto a la información relativa a los asuntos que aún no han ocurrido. Sin embargo, acto seguido, se muestra muy receptiva y muy proclive a hablar de ello e incluso resulta ser una de las personas entrevistadas que se ha posicionado más a favor de que el periodista analice el futuro. “Ha habido asuntos y temas que, según se han legislado, según se han ido programando y según los políticos, los legisladores y la sociedad entera iba respondiendo, en los que sí te podías imaginar entre comillas cómo podría ser el futuro”, reflexionó de partida. “Tampoco a largo plazo, sino más bien a corto y a medio plazo; a largo, nunca, porque la vida da muchas vueltas”, insistió antes de poner relatar algún caso concreto para hacernos ver lo que quería decir. “Te voy a poner un ejemplo”, dijo. “Yo me acuerdo que me tocó hacer el trámite parlamentario de dos leyes, de las dos primeras leyes socialistas de educación, las de Maragall como ministro, como el primer ministro de Educación de Felipe González, que eran la LODE y la Logse; por aquel entonces, ya sabíamos todos que con aquella primera ley, la LODE, pues se terminaría asfixiando a la entonces denominada enseñanza subvencionada, luego llamada concertada, porque según las condiciones que ponía no ya la ley, que era una ley marco, sino el desarrollo de esa ley, se veía que era como ir apretando un grifo, ir cerrando poquito a poquito, con una nueva vuelta de tuerca cada año, para que las subvenciones a los colegios concertados fueran cada vez más pequeñas”, relató la periodista. Porque es que, continuó, “la bandera de la política de aquel momento, en los años 83, 84, del recién estrenado

Gobierno socialista, era esa, la universidad pública única y laica; al ser esa la bandera y, claro, según íbamos viendo que se desarrollaba la legislación en esa primera norma relativa al derecho a la educación, pues íbamos dándonos cuenta por dónde iban las cosas y más o menos cómo podrían desarrollarse en los meses siguientes”. “Veíamos que, pues sí, ese derecho a la educación que propugnaban te garantizaba el derecho a la educación, pero no te garantizaba el derecho a la libertad de enseñanza, que es la de elegir; no te garantizaba el derecho que tienen las familias a elegir en el tramo que es obligatorio y gratuito el centro en el que quieren que estudien sus hijos. ¿Por qué? Porque te estaban poniendo muchas pegas, para que los colegios concertados cada vez tuviesen menos subvenciones y por lo tanto menos plazas, de modo que no fuese fácil acceder y por ello no pudiese ser sencillo elegir el colegio que muchos querían; y eso al final se ha cumplido, por ejemplo”, explicó la ex redactora de *Ya* y empleada de *ABC* desde 1990, que observó como algo normal el uso del futuro. “Es que no creo que sea malo”, sentenció. “Es que va implícito en el oficio del periodista; analizar el cómo, el cuándo, el por qué y también el hasta cuándo y las consecuencias; es que tiene que ser así, no hace falta que nadie nos presiones para que hagamos eso, porque es parte de nuestro trabajo actuar de ese modo”, destacó.

Pero también existe un elemento clave para entender esa tendencia de los medios por adelantar el futuro: la competencia. Una de las causas que provocan que los profesionales de la información intenten aventurar las cosas que aún no han sucedido, dijo la jefa de sección de *ABC*, es que los periodistas quieren diferenciarse del resto. A su juicio, esto ocurre con frecuencia. “Como lo de hoy ya lo sabemos, a las ocho de la mañana ya se conocen las cosas, no tienes que desayunarte las noticias en el periódico, sino que ya sabes la mayoría de ellas, pues claro, tendemos a ir un poco más allá, a adelantarnos para captar la atención del lector”, razonó durante nuestro encuentro.

Serrano aborda con gran sentido común las razones que llevan a los periodistas a lanzar predicciones e incluso esboza argumentos que podrían explicar por qué actualmente se estarían produciendo menos vaticinios que hace 20 años, como de hecho este trabajo ha concluido. Según Serrano, el profesional de la información desde hace muchísimos años ha sentido esa necesidad de

adelantar un poco el futuro. “El periodista siempre ha ido un poco más allá; no como inventor de la realidad o como adivino, pero sí como analista de las claves por donde pueden ir las cosas, como predictor de las cosas que pueden suceder”, aseguró con convencimiento la redactora, quien también señaló que ese espíritu prospectivo se ha ido perdiendo en los últimos años a causa probablemente del bombardeo informativo facilitado por las nuevas tecnologías, que han multiplicado la lluvia de datos y de historias. “Ahora tienes que estar pendiente de 27.000 teletipos, 27.000 agencias, redes sociales, Twitter... No te da tiempo a investigar ni a ir un poco más allá, como hemos hecho anteriormente; ahora tenemos muy poquito tiempo, porque tenemos que estar muy muy pendientes de todos los focos informativos; tenemos que estar pendientes de todo lo que se dice sobre cada cosa hoy, en el día de hoy; y, bueno, lo de mañana, pues ya verenos”, argumentó Serrano, quien agregó que “por darle más cancha a la inmediatez, no a la calidad, sino a la inmediatez, pues no hay tiempo para ponerse a investigar cuáles pueden ser las causas de una determinada acción política, legislativa, judicial, relacionarlas con otros elementos y ver qué consecuencias podrían traer esas actuaciones en los próximos días o semanas”.

Añora por lo tanto Serrano otros tiempos en los que quizá se podía analizar más pausadamente la realidad e incluso prever con más tacto lo que iba a suceder. “Yo personalmente, después de llevar en esto más de 39 años, te puedo decir que cuando a ti te da en la nariz y en el olfato que va a suceder algo y crees que es bueno, pues a mi no me importa aventurarme; y no me hace falta que me lo diga una fuente oficial”, explicó. “Hombre, si te lo confirman, mejor, pero es que tampoco; si un periodista tiene el palpito de que se ha tomado una decisión, un acuerdo y eso va a propiciar que pase esto otro y lo de más allá... pues ¿por qué no?”, se preguntó antes de negar que ese lanzarse a la piscina suponga algún tipo de osado atrevimiento. “¿Riesgo? No. A veces puede ser incluso más riesgo fiarte de la fuente oficial, sí, porque ella siempre barre para su propio terreno y trata de transmitir la sensación de que todo va a ir bien, porque tiene sus intereses y nadie se los quita; y ahí de hecho es donde debe estar la habilidad del periodista para decir que eso que dice esa fuente tampoco es palabra de Dios, y entonces busca a otra fuente que lo contraste y busca su propia percepción con el nuevo testimonio”, afirmó. “Es que tampoco se puede

fiar uno a pies juntillas de las fuentes; el periodista tiene que ser suficientemente ético y profesional para buscar otras fuentes; el periodista se ha preparado y ha investigado y ha consultado con varias fuentes antes de hacer esa predicción”, añadió. De hecho, subrayó, “la palabra predicción no tiene por qué ser peyorativa, ni mucho menos; muchas veces son pálpitos, tenemos pálpitos, porque oímos, estamos en los sitios, escuchamos a las partes, vamos a los lugares, vemos, hablamos con todos... para los que estamos todos los días en la calle, nuestras fuentes son la propia calle... y hablas con un empresario, con un policía, con un juez y ves la visión que tiene cada uno y valoras todas ellas, te empapas bien de todas, y finalmente, claro, sacas tu propia conclusión”. “Ni faroles ni verdades a medias, y mucho menos mentiras, por supuesto, pero dar un poquito de vidilla a esto del periodismo sí hay que dar”.

La política, argumentó Serrano por otra parte –cuando le hablamos de que la mayoría de predicciones se producen en esta área–, “es tan cambiante como el mundo”. “Está cambiando cada dos por tres, es una de las secciones –tanto en los periódicos como en la misma sociedad y en la vida misma– que más varía constantemente; la política está resultando efímera; por hache o por be, por la corrupción, por los líos internos que tienen, es efímera; la gente se cae; en la política nadie está a salvo; es absolutamente inestable; de un momento a otro te pueden decir que Fulanito se va a caer, porque está pendiente de una querrela o está metido en tal o cual investigación judicial y vete tu a saber”, analizó. “Y en ese momento pues ya se buscan sustitutos, aunque no haya caído todavía; los partidos ya empiezan a hacer sus movimientos, la oposición lo empieza a poner en entredicho y, bueno, todo el mundo está continuamente en el aire, nadie... no se echan raíces”, contó. Ahora mismo, prosiguió, “está habiendo tantos casos de corrupción, está todo tan liado que al final dices: esto va a salpicar a todo el mundo y, como va a salpicar a todo el mundo, pues Fulano tiene los días contados”. “Y todo el mundo tiene los días contados, el proyecto tiene los días contados, tal persona también...”, añadió Serrano, quien puso como ejemplo la actual aprobación que no termina de llegar de la denominada Ley de Transparencia. “Hasta hace muy poco contaba con el apoyo de todos los grupos, pero pasa una cosa y se bajan algunos de ellos; es que está todo muy cambiante; no damos tiempo a la sociedad y nosotros los periódicos también transmitimos

esa inestabilidad; lo hacemos incluso sin querer, damos la sensación de que nada es seguro, de que todo cambia, que es inestable, de que estamos en un clima de inestabilidad”, concluyó.

Serrano, como algún otro entrevistado, también considera que las noticias negativas tienen menos aceptación y que los periodistas a veces pecamos de dar este tipo de informaciones. “Si esas conclusiones que los redactores conseguimos sacar después de haber hablado con todas nuestras fuentes, después de haber contrastado las informaciones, son positivas, pues mejor; estamos muy necesitados de buenas noticias”, aseguró.

Por otro lado, la jefa de sección del diario de Vocento destaca que las elecciones son un acontecimiento suficientemente importante como para provocar que se generen predicciones respecto a cuál será el resultado durante los días o semanas previas a la votación. “Creo que en esos momentos sí se disparan los vaticinios; crean ambiente y hacen que el lector sienta la necesidad de ir viendo la televisión, oyendo la radio o leyendo el periódico... para comprobar si esas tendencias que les están contando los medios resultan finalmente ser verdad; es como un cebo; funcionamos como un cebo en esos momentos, tiramos la caña a ver si la gente pica, le decimos que va a pasar esto o lo otro y de ese modo creamos un determinado ambiente”, reflexionó Serrano.

#### 8.4. Entrevista a Javier Pagola

Javier Pagola es redactor de la sección de *Política* tanto en 1990 como en la actualidad. Comenzó siendo corresponsal del diario en San Sebastián para luego pasar a la sección de *Política* ya en la sede de Madrid, donde ha permanecido hasta el momento.

Pagola, en la misma línea que Serrano, es de los periodistas que se muestran más partidarios de que los profesionales de la información se lancen a la aventura de contar cuáles serán las claves que marcarán el futuro. De hecho, también al igual que la jefa de sección de Educación en 1990, incluso pone ejemplos de cómo lo que *ABC* ha ido anunciando a lo largo de los últimos años se ha ido tornando en realidad. “Al final las noticias se acaban cumpliendo”, sentenció en una frase que consideramos clave para entender el modo de pensar de algunos de los periodistas más veteranos del periódico de Vocento. “La realidad es muy tozuda y se acaba imponiendo”, destacó. “Antes, cuando estaba en San Sebastián, abarcaba más asuntos, pero, desde que estoy en Madrid, mi monotema ha sido el terrorismo y fundamentalmente el terrorismo de ETA”. En los años 90, recordó, “había un cúmulo de noticias sobre la banda terrorista –atentados, decisiones políticas, operaciones, etc.– que era casi imposible de abarcar, te veías desbordado y tampoco te podías parar mucho a analizar las cosas, porque los acontecimientos iban tan rápido que te superaban”. Sin embargo, matizó, “sí es cierto que uno de los debates que existía sobre el terrorismo por aquel entonces era que cada nueva tregua que declaraba ETA era la definitiva; como en cada una había elementos nuevo respecto a la anterior, ahí sí es cierto que todos acabábamos engañados; unos más que otros, pero entonces todos vaticinábamos el fin de ETA; el fin de ETA, el fin de ETA, el fin de ETA, nos decíamos unos a otros”. “Y otro tema importante sobre el que se elucubraba era el de si ese final iba a venir por la vía policial o por la vía política de una negociación”, rememoró. Al final, contó Pagola, “hemos visto que efectivamente esto ya se acaba, que no se trataba de un fenómeno natural aquello del terrorismo, que no era normal que la humanidad estuviera desbordada por él, que como el mismo muro de Berlín al final se acabaría y que, como entonces anunciaba el periódico, ese final sería por la vía policial”, señaló el periodista de *ABC*, quien recordó que “ese tipo de final era el que había anunciado el

periódico”. “Veinte años después, nos damos cuenta de que aquello que estábamos contando, lo que traslucían las informaciones de *ABC*, ya iba en esa línea; no sé si nos adelantamos con la rapidez o la minuciosidad que anunciábamos, pero sí predijimos que al final ETA sería derrotada y que lo sería por la vía policial”. “Nos equivocamos quizá en la precisión del momento”, insistió Pagola, quien justificó que había un elemento que resultaba muy difícil de predecir y que era precisamente el político más que el terrorista. Con cada Gobierno, relató, prácticamente había una nueva “tregua” y una nueva “esperanza”, que sin embargo no se clarificaba precisamente por “la decisión de ETA”, sino más bien “cuando posteriormente se escenifica la respuesta del Gobierno”. “ETA siempre ha hecho muchas treguas y era su estrategia”, dijo Pagola, que reiteró que se trataba del siguiente paso que daba el Gobierno el que resultaba fundamental para concretar la predicción y que nunca era igual al que había dado el anterior ejecutivo. “En el momento en que en el año 98 el Gobierno de Aznar da el visto bueno para hablar con ETA, en ese momento ya vemos que sea da un nuevo elemento que no se había dado antes”, concretó. Antes de las conversaciones de Argel, añadió, “nunca se había producido ese anuncio, no había habido una declaración pública del Gobierno diciendo que iba a hablar con la banda terrorista; era obvio que siempre habían hablado, pero no había habido ese anuncio público hasta ese momento; con Aznar se produjo (y luego con Zapatero incluso el propio Congreso de los Diputados lo aprueba)”. En ese momento, aseguró, “ya empezamos a pensar con más convicción que todo podía terminar...”.

Sin embargo, todo se alargó unos años más y, como rememoró Pagola, la predicción falló por falta de precisión. “La prueba está en que por aquella época, con Aznar, se hizo la ley de víctimas del terrorismo e incluso se le puso fecha de caducidad; hasta 1998 para las víctimas; luego hubo que alargarlo, claro, cuando se vio que ETA siguió matando”, rememoró el periodista especializado en terrorismo, que es plenamente consciente de que “la política lo marca prácticamente todo”. “En el caso de *ABC*, se trata de la sección puntera y la que asume prácticamente la vida... también en el tema económico, que también está salpicado por la política, sobre todo ahora”, afirmó Pagola, quien entiende que ya llevamos casi 40 años de democracia y que esto significa que contamos con un

marco político bastante hecho y “previsible”. En la Transición, recordó, “no era tan así, pero ahora cada vez los ciudadanos conocen más el funcionamiento de las instituciones políticas; sabemos cuándo un Gobierno está desgastado, cuándo la oposición está preparada para asumir el relevo o cuándo los nacionalistas tienen capacidad para hacer más vulnerable a un Ejecutivo”. “Tener una democracia más madura provoca que podamos prever más por dónde van a ir las cosas”, sostuvo. “Yo creo que hoy ya todo el mundo habla de política, que la gente está más preparada que antes y que sabe cómo funcionan las cosas; recuerdo que antes había muchas anécdotas de la típica señora que decía ‘yo quiero votar a Felipe González’, pero no, señora, si esto son las municipales y usted vota en Alicante; eso hoy no pasa, al menos no tanto”, remarcó Pagola.

De hecho, continuó, se ve a través de los propios medios, de las redes sociales cómo la gente tiene grandes conocimientos sobre la vida política. Estas últimas, además, muestran muy bien qué es lo que interesa a las personas tan empapadas de actividad política. “Lo estamos viendo con Rajoy”, aseguró el redactor de *Política* de *ABC*. “Si puedes adelantar que Rajoy comparecerá en el Congreso el día 1 y encima anunciar que rechazará las acusaciones de corrupción que se van a verter sobre él y su partido durante esa jornada parlamentaria, pues más conocimiento aportas y a la gente le interesa mucho”, argumentó Pagola, para quien todo lo que sea adelantarte a los demás es terreno ganado a la competencia, y eso conlleva en ocasiones coger ventaja por la vía temporal. “Todo lo que puedas adelantar y pasarte dos pueblos más respecto a la competencia, pues mejor”, sentenció.

No está tan en la línea de sus compañeros –ni incluso quizá tampoco de los resultados obtenidos– el reportero de *ABC* en el siguiente punto. Para él, las fuentes anónimas son algo sagrado, muy fiable y representan la base del criterio que el propio periodista debe ir cultivando. No en vano, han sido este tipo de fuentes las que mayoritariamente ha utilizado a lo largo de su carrera profesional. De hecho, son muy usadas por los periodistas dedicados a la información sobre terrorismo (fuentes de la lucha antiterrorista, fuentes policiales, fuentes de la investigación, etc.). “Yo puedo tener mi criterio, a lo mejor no por que me lo haya contado una fuente concreta, sino porque después de haber hablado con varias de ellas e incluso tras contrastarlo con la fuente

oficial, a lo mejor puedo tener yo más base para adelantar algo”, explicó. “En mi caso, yo no dudaría en utilizar fuentes anónimas, ya que son igualmente fiables; tu ya las conoces, has hablado con ellas antes, sabes de su credibilidad o falta de credibilidad, tienes experiencia con ellas, sabes si te han jugado una mala pasada y en qué terrenos, etc. Aparte de que tienen credibilidad, ellas no se señalan porque son anónimas, ni tienen porqué ser políticamente correctas como sí debe ser un portavoz oficial del Ministerio, por ejemplo”, dijo. “Anónimas no quiere decir que te fies de ellas la primera vez que te dicen algo y al cien por cien, no; yo entiendo como anónimas aquellas fuentes sobre las que ya tengo cierta referencia respecto a si me van a fallar o no; evidentemente, siempre hay un margen en el que se pueden equivocar y ahí está el criterio del periodista para contrastar, conocer el contexto, entender los argumentos, etc.”, señaló. “Pero yo creo que estas fuentes hablan con más libertad y siempre te van a decir lo que ellos piensan, mientras, como decía, un portavoz oficial te puede decir lo que él piensa o lo que le han dicho que diga o lo que le interesa que se conozca”, avanzó. “Yo sí que veo –agregó– mucha inducción ahí en la cosa política; cuántas veces el Ministerio del Interior, no este pero sí otros, me ha dicho algo y a continuación me comenta ‘no digas nada de que he sido yo quien ha dicho eso’; no deja de ser una fuente oficial, porque sale en representación del Ministerio del Interior, pero que tampoco quiere dar la cara”. “Por eso digo que yo me fio mucho más, sobre todo de cara a adelantar acontecimientos, a saber lo que pasará basándose en lo que realmente está pasando y no en lo que se dice desde la oficialidad, de las fuentes anónimas”, concluyó.

Pagola entiende perfectamente que las predicciones disminuyan los fines de semana. A partir del viernes por la tarde, justificó durante la entrevista, “a las fuentes oficiales no las coges ni en broma; o las coges ya de malas maneras, poniéndose la chaqueta para irse de fin de semana; a las anónimas, por su parte, te da cosas llamarlas un sábado, salvo que sea una emergencia, claro, que en ese caso llamas a cualquiera; pero en general te da cosa molestarles”. “De hecho, nosotros ya llevamos una dinámica que prevé esto; durante la semana te vas preparando las cosas del fin de semana; vas haciendo por adelantado lo que luego publicarás el sábado y el domingo; a menos que ocurra algún acontecimiento extraordinario el fin de semana, lo que se publica el domingo e

incluso el lunes te lo has currado el martes, el miércoles y el jueves; y esos adelantos rara vez serán una predicción”, aseguró Pagola, quien siempre ve esos vaticinios como augurios a corto plazo. “El periodista debe ser prudente, la realidad es vertiginosa y –aunque haya algunos temas más estables– veo difícil hacer predicciones a largo plazo”, dijo. “Ahora, por ejemplo, en el caso Bárcenas más o menos se puede hacer algún vaticinio a corto o medio plazo, a largo yo creo que nunca; con el tema del anuncio definitivo de alto el fuego por parte de ETA, por ejemplo, tu tienes muchos elementos para pensar que eso lo van a respetar durante mucho tiempo o que incluso podría durar para siempre, que es más difícil de prever, pero bueno; tienes esos elementos, ese comunicado distinto a todos los anteriores; pero es una excepción”, detalló el redactor de *ABC*, que sí diferenció entre la información estrictamente política y la relativa al terrorismo en cuanto al tratamiento de las noticias y al interés que pone la cúpula del periódico. “Cuando se está haciendo información sobre política, Rubalcaba, Rajoy, el Gobierno, el PSOE... por mi experiencia, siempre suele venir un director o un subdirector y le dice al redactor un poco cuáles son las claves, por dónde va a ir el editorial, cuál será la línea del periódico, le pregunta qué va a poner, le cuenta cuál es su idea del asunto porque también ha hablado con algún ministro, con algún político... Entonces... no es que el redactor no tenga margen, pero sí es cierto que lo que escribe a lo mejor es producto de un trabajo conjunto elaborado después de haber hablado con el subdirector, el redactor jefe, el director; en cambio, en el tema del terrorismo yo no he visto eso, salvo que sea ya algún tema muy político dentro del terrorismo, como cuando están hablando ETA y el Gobierno, por ejemplo, en cuyo caso, hombre, pues tampoco te puedes salir de la línea editorial”, explicó Pagola, quien observó claramente “más influencia de la cúpula directiva en el ámbito político que en el de terrorismo o en otras disciplinas como deportes”. “Yo creo que a mi nunca se me ha acercado un director a darme claves de algo; hombre, saben también por dónde voy yo, pero nunca me han dicho que ahora convendría matizar o que ahora deberías elevar un poco el tono en este punto, no; yo veo que los directores tienen más claves en el ámbito político, porque hablan con mucha gente, pero en terrorismo o deportes no tienen esos contactos; no porque no les den importancia, porque muchas veces abren el periódico con algo de deportes o de terrorismo, qué duda

cabe, sino porque no tienen esos contactos... salvo que quieran politizar el tema, que también ha ocurrido, aunque ya estaríamos de nuevo en el ámbito político”, resaltó.

Pagola aseguró que desde que él comenzó “el periodismo ha cambiado muchísimo”. “Yo me acuerdo aquí en los noventa cuando estaban Anson, por ejemplo; *ABC* hacía auténticas campañas con cada tema que lideraba; cogía un tema y... lo que hace *El Mundo* hoy de forma maestra, en mi opinión; cogía un tema y lo machacaba, lo hace, lo hace, lo estruja... y en ese contexto yo entiendo que es más fácil que se produzcan predicciones, ya que es tal el dominio sobre el asunto que... Ahora con lo de Bárcenas, por ejemplo, pues salpica a toda la política, pero no es un tema nuestro; estamos todos metidos ahí; sin embargo, Anson cogía el típico tema que sacaba en exclusiva e iba con él hasta el final; recuerdo, por ejemplo, la suscripción con las víctimas del terrorismo o la escultura de don Juan... No era simplemente una suscripción para apoyar a las víctimas del terrorismo, sino que era arrearle al Gobierno de Felipe González por despreciar a las víctimas; estuvimos con eso casi un año”, señaló el periodista, que recordó también el caso de la impunidad en la que vivían los etarras en Sudamérica. “Hasta ese momento, era tal el desbordamiento de atentados que no cabía más información en las páginas de los periódicos, pero de todos; sin embargo, en *ABC* cogimos y dijimos ‘hay que empezar a denunciar la corrupción que supone el hecho de que el brazo político de ETA apoye tan descaradamente a los asesinos’; y empezamos la campaña de ilegalización de Herri Batasuna cuando aún no se le consideraba el brazo político de ETA; estoy hablando de finales de los 80 y principios de los 90; y en ese contexto se encuadran los etarras que estaban cobijados por los regímenes sudamericanos, que vivían ahí impunemente; con ese tema estuvimos varios años”. “Y cuando los temas son nuestros había más posibilidades de hacer predicciones; ahora yo lo reprocho un poco aquí, lo digo... joder, que hay algunos temas que hemos soltado demasiado pronto; no digo que sean temas de envergadura, como para que los sostengamos durante varios meses, pero sí creo que se sueltan pronto y que al día siguiente nos ponemos con otra cosa... Te podías adelantar a muchos acontecimientos con esa actitud, con ese seguimiento de los temas, porque conseguías tener muchas claves con todo eso, y había gente que te respaldaba; yo utilizaba ahí muchas

fuentes anónimas, que nunca sabremos quiénes era pero donde podía haber agentes del CNI bien apoyados por sus mandos, que nos daban muchos datos relativos a gente que vivía en Sudamérica, sus negocios, sus cosas, este vive en tal sitio... Y, claro, acertábamos, porque decíamos que ETA vivía en la impunidad y luego venía este tipo de gente y te decía más datos, en qué ciudad, en qué calle, qué negocio regentaban... Y, claro, ibas allí y efectivamente, existía ese negocio”, rememoró.

### 8.5. Entrevista a Pablo Muñoz

Pablo Muñoz jefe de la sección de *Sociedad* en 2000 y actualmente jefe de la sección de Política. Periodista especializado en sucesos y temas policiales.

Muñoz no tiene ningún reparo en apostar por el futuro como una de las líneas que deben trabajar los periodistas. “Yo creo que ahí está la gracia del periodismo; el periodismo es contar lo que pasa y anticipar los debates, y ahí ABC ha sacado muchas cosas; por ejemplo, nosotros fuimos los primeros que dimos en *Sociedad* todo el asunto de la Ley de Dependencia, dijimos que formaba parte de la economía del futuro y que era uno de los debates claves que se iban a plantear en los años siguientes; o todo el tema del cambio climático, también ahí hicimos un trabajo amplio; o las técnicas policiales de investigación con todo el asunto del ADN, la investigación criminal con ADN, donde también lanzamos muchas cosas; lo que pasa es que, claro, los debates tienen que ser muy concreto, y que lleguen muy pronto al público...”. “A nosotros nos pagan por vender periódicos”, reconoció Muñoz, quien argumentó que “esos debates deben ser cosas que interesen a la gente, porque si no, no tiene sentido; especular sobre las grandes cuestiones de la humanidad en un periódico no tiene sentido”. “A la gente le gusta saber lo que va a pasar a medio plazo, porque lo que ha pasado el día anterior ya todo el mundo lo conoce, al menos en términos generales; pero realmente el anticipar lo que va a ocurrir es lo que más le puede gustar a un lector”, afirmó.

En *Política*, además, notó el periodista, es donde se pueden hacer “más proyecciones demoscópicas”. “Puedes hablar con expertos electorales, con mucha gente involucrada que hace predicciones... y vas anticipando un poco cómo son los movimientos sociales”, dijo. Evidentemente, continuó, “en el año 2000 era bastante sencillo prever que el felipismo se estaba acabando; no sabíamos si iba a durar mucho o poco, pero lo que era el caudal de confianza hacia Felipe González... estaba trufado en esos momentos por problemas de corrupción impresionantes, por lo que era lógico pensar...”. Además, añadió, “no solo por eso, sino porque en los movimientos sociales hay unas ciertas tendencias de vaivén”, cíclicas. “Después de 16 años de Felipe, era natural que hubiese un cambio, y eso era fácil de ver; como también es muy fácil ver que los debates sociales de aquella época giraban en torno a abortos y otro tipo de cosas

relacionadas con derechos sociales... Luego se vio que en la etapa de Zapatero ya se fueron confirmando”, dijo. “Pero en política es mucho más sencillo; si tu lo miras de forma desapasionada, simplemente te coges una colección de periódicos suficientemente amplia y entonces sí que te puedes hacer una idea e ir anticipando por dónde pueden ir los tiros; siempre, claro está, teniendo en cuenta que nunca podrás decir que esto ocurrirá en este momento determinado; tu puedes saber que va a ocurrir, que tarde o temprano pasará, y lo vas anticipando, pero quizá sin decir la fecha concreta”, afirmó. Por ejemplo, profundizó, ahora mismo una de las grandes historias que interesaría saber es cuándo va a hacer Rajoy la crisis de Gobierno; todos sabemos que la va a hacer y que la va a hacer en un plazo medio como máximo; el problema es situar cuándo exactamente se va a producir; ¿será después de comparecer en el Congreso por el caso Bárcenas para retomar la iniciativa política? ¿será después? Pues no lo sabemos y es desde una de las preguntas que nos hacemos, el momento exacto”.

“En aquella época, en el ámbito de la justicia, era obvio que se estaban produciendo una serie de debates; por ejemplo, con todo el tema de los asesinatos y violaciones de niñas, el tratamiento de la violencia juvenil, la ley del menor, el tratamiento del crimen organizado; por aquel entonces no teníamos una visión exacta del asunto, pero sí es cierto que ya todo el mundo anticipaba que estaba empezando a ser un tema preocupante, porque además nos lo corroboraban muchas fuentes de información. “En política creo que las cosas son un poco distintas, porque es un ámbito que se basa en un juego político y todo juego político es un juego de ventajas”, sentenció Muñoz, que observó cómo en esta última sección hay más intereses contrapuestos y menos transparencia de las fuentes. “Te pueden estar dando una información que parece buena pero que tienes que poner en entredicho porque la fuente que te la pasa es una fuente muy interesada; puede ser cierta, pero esa fuente siempre va a aplicar su filtro de forma interesada”, arguyó. En cualquier caso, ahondó el periodista de asuntos policiales y sociedad, “con el tema de las fuentes yo creo que estamos haciendo una cosa realmente rara; en mi opinión, tendríamos que reducir mucho esa fórmula de ‘según las fuentes consultadas’; pues naturalmente que son fuentes consultadas, no a ser según las fuentes no consultadas; lo que ocurre es que, para darnos empaque, citamos fuentes que tal,

pero no tiene ningún sentido”. “Según dijeron a *ABC* fuentes de la Policía... que no, ¿por qué? El público sabe de sobra qué compra y sabe qué periodista tiene credibilidad y cuál no”. “¿Por qué tengo que andar yo constantemente con fuentes consultadas, etcétera? Pues naturalmente que consulto fuentes, porque si no, vaya periodistas que estaríamos hechos; esto se puso muy de moda sobre todo con temas de terrorismo, para ocultar, pero es que además no se oculta nada ni se trata de ocultar nada, porque el periodista tiene derecho de reserva de sus fuentes, no hace falta decir nada”, declaró el jefe de sección de *ABC*, que después de estas afirmaciones matizó ligeramente algún aspecto. “Creo que esa es la línea, lo que pasa es que, como en todos los ámbitos, lo que tu dices luego se tiene que cumplir; y eso en cambio es mucho más relajado en el mundo del deporte; ¿cuántos futbolistas ha habido fichados por el Real Madrid en esta temporada? Pues probablemente se podría dar una lista de unos 40; si cogemos todos los periódicos deportivos y nacionales, el Madrid habría fichado a una lista de no menos de 40, y a una decena de entrenadores”, aseguró.

El periodismo deportivo, argumentó, “es que además es un periodismo muy militante, un periodismo muy de yo soy del Madrid, del Atleti o del Barcelona; son otras reglas; a la gente que sigue estas noticias le gusta el espectáculo; si se cumplen o no las predicciones, tampoco importa demasiado”. Para Muñoz, esta situación tan arraigada a la prensa deportiva no puede mantenerse mucho en el tiempo. “Eso, a la larga, se irá corrigiendo; porque yo creo que lo que hay es un exceso; no se entendería que *ABC* denunciara cinco veces seguidas cinco cambios en un ministerio y que no se cumpliera ninguno; la gente diría, macho, estos de *ABC* qué demonios hacen; en cambio, el *Marca* o el *As* o el que sea pueden anunciar cinco fichajes y que no se cumpla ninguno y el periódico seguirá teniendo la misma credibilidad; y eso hay que corregirlo”, advirtió, que en cualquier caso no lo veo como algo fácil. “También es verdad, insisto, que es un tipo de lector al que le gusta ese rollo, porque, bueno, pues es motivo de discusión en un bar, de conversación entre amigos; en esos ambientes uno no se va a poner a discutir si es mejor Margallo o Abel Matutes para ministro de Exteriores; no es una conversación habitual al menos; por eso la información de deportes va dirigida a un sector de público y un aspecto del público muy

definido; si se cumple o no... pues mira, tu estás generando un debate, que es lo que al final pretendes”, puntualizó.

Respecto al papel de los directores y los subdirectores en el trabajo rutinario del periódico, Muñoz dejó claro que éstos “no” intentan direccionar el enfoque de la información hacia algún sitio. “Los directores lo que hacen normalmente es sugerir; oye, me cuentan que, me dicen que las cosas pueden ir por aquí, trabajarlo a ver qué encontráis, mirar por este lado, yo creo que puede ser verdad esta versión, a mi me parece que va en serio... te ponen sobre la pista, porque ellos también hablan con otras personas; otras veces, las menos, incluso te vienen con la información hecha, o parte de ella, pero... hombre, el director puede tomar estas decisiones, para eso es el director, pero normalmente no ocurre; además, el que pone la firma soy yo y... no sé, se suele respetar bastante, al menos en *ABC*”, expuso Muñoz.

El jefe de sección de Sociedad, además, ve lógico que esas miradas hacia el futuro tengan menos cabida durante los momentos en los que disminuye la actividad política, judicial, etc. “Sábados y domingos son días en los que el periódico hace mucho más balance de la semana, reportajes, entrevistas en profundidad, etc. y en ese tipo de formatos la anticipación es mucho más difícil, tiene quizá menos cabida; el periódico de entre semana, en cambio, lo que busca es sorprender, pero por la vía de las novedades; tienes que dar la actividad del día anterior, como es lógico, pero también tienes que intentar anticiparte”, aseguró Muñoz, quien, al igual que muchos de sus compañeros, explicó que “realmente el periódico del sábado y del domingo lo haces durante la semana, en un porcentaje grande; porque, claro, tu puedes molestar a las fuentes un fin de semana, pero tiene que ser por algo importante, no puedes dar el tostón a una persona que sabes que está descansando porque se te ha ocurrido no sé qué majadería, no, eso lo haces entre semana”. Y lo mismo ocurre durante los periodos vacaciones en opinión de Muñoz. “Probablemente en septiembre, octubre y enero sea cuando más información se produce y también cuando más noticias que hablan del futuro hay; es cuando se planifican más cosas y por lo tanto cuando se producen más asuntos que anunciar, que adelantar”, subrayó el jefe de sección de *ABC*.

## **8.6. Entrevista a Luis María Anson**

Luis María Anson es director de *ABC* entre 1983 y 1997.

**- ¿Cómo se organizaba el trabajo en *ABC* cuando usted era el director del periódico?**

- En el año 90, *ABC* ya tenía un equipo formidable tanto de redactores, con sus jefes de sección, sus directores, como de colaboradores. Y la manera como funcionábamos pues es bien sencilla. A la una en punto, todos los días había un consejo de redacción o consejo de dirección al que asistían los subdirectores, los jefes de redacción y todos los jefes de sección. Éramos unas 20 personas. Y ahí cada uno iba diciendo lo que creía que podía tener importancia, la previsión de noticias que creía que podían llegar y con eso se tomaba una decisión colectiva sobre qué iba a ir en portada, qué iba a abrir las páginas de hueco, que entonces llamábamos así, aunque en realidad ya estábamos en *offset*, y el resto de las informaciones. Era un trabajo en equipo. Yo siempre me precié de haber construido un equipo que era sin duda en ese momento el mejor de España. Y prueba de ello es que recortábamos ejemplares a todos los periódicos, incluido El País. La reunión terminaba entre las dos y las dos y media. Luego, por la tarde, dependiendo de las circunstancias, hacía yo ya otra reunión en mi despacho. La del consejo de dirección o de redacción a la una se hacía en una sala de la redacción, pero luego a las 19.30 o a las 20 horas nos citábamos en mi despacho. Si había alguna noticia o alguna información que tratar ya venían los jefes de redacción y los subdirectores para estudiar qué modificación se podía hacer en el periódico, qué se podía introducir.

**- Entre las noticias que se planteaban, había algunos asuntos que primaban sobre el resto porque eran propios de *ABC*. ¿Qué tratamiento tenían esos temas y cómo los organizaba con el resto de la redacción?**

- Hombre, siempre que algún redactor o algún jefe de redacción o yo personalmente habíamos accedido a alguna exclusiva, ese tema normalmente no se debatía en el consejo de dirección, porque siempre había peligro de filtraciones, de que llegase a la competencia. Eso se quedaba para por la tarde. No pasaba todos los días, pero sí a lo mejor una o dos veces a la semana. Y esos temas a veces los traía un redactor, que había obtenido una información por los

motivos que sea; a veces era un colaborador; a veces era yo personalmente, por una comida, una cena, que había obtenido una información. De manera que eso no se debatía en líneas generales, sino que a última hora, cuando ya no nos podían robar la exclusiva, pues se introducía. La organización del periódico siempre fue así en el *ABC*, aunque ahora ya no lo es tanto. *ABC* era junto con *Le Figaro* los dos únicos periódicos literarios que quedaban en Europa. Y *ABC* apostó, desde luego durante los 14 años y pico que yo lo dirigí, fundamentalmente por la cultura. Se atendía la política, se atendía la economía, se atendía la política internacional, se atendían a los sucesos, se atendía el deporte, se atendía todo, porque un gran periódico es un periódico completo. Pero en *ABC* predominaba la atención por el mundo cultural. Aspectos de la cultura que los demás periódicos no hacían caso, que marginaban o que ni siquiera publicaban, en *ABC* los encontrabas siempre. Y esto respondía además a la línea tradicional que siempre había seguido este diario. El periódico, desde que lo fundó don Torcuato Luca de Tena en el año 1905, fue un periódico literario, que tenía una primera página que generalmente era un artículo literario, un artículo dentro de la actualidad periodística, dentro de la actualidad cultural, pero un artículo literario al fin y al cabo. De hecho, por *ABC* han desfilado los grandes, grandes escritores del siglo XX. Desde Pérez Ayala a Azorín y desde Rafael Alberti a Juan Ramón Jiménez.

**- ¿Ese carácter literario se ha perdido después de su paso por *ABC*?**

- Sí, seguramente porque yo me he equivocado ahí. Y los que me sucedieron acertaron al separar al *ABC* de esa tradición, de esa tradición sobre todo cultural. Cuando nosotros hicimos *El Cultural* como revista aparte, no había ningún periódico que lo hiciera. Luego nos siguió todo el mundo, pero fuimos nosotros los primeros que lo hicimos. También fuimos los primeros, y creo que nos hemos quedado casi los únicos... En Europa hay otros dos suplementos culturales de periódicos que han introducido la ciencia en el mundo de la cultural. Yo creo que el gran acierto de *El Cultural* fue que a las tres patas clásicas de las letras, las artes y la música, le unimos la ciencia, como parte ineludible de la cultura. Y yo creo que eso le dio a *El Cultural* unas características especiales. También es cierto que tanto en *El Cultural* como en el periódico algunas de las grandes

exclusivas que se ha apuntado el *ABC* pues han sido culturales. Por ejemplo, la publicación de *Los sonetos del amor oscuro* de Federico García Lorca ha sido la máxima exclusiva cultural de toda la prensa europea en los últimos 50 años. Y lo digo con rotundidad. Aquello fue en marzo de 1984.

**- Cuando cogíais un tema en exclusiva y tratábais de ir por delante con él, ese asunto primaban sobre los demás, aunque esos otros que tenía todo el mundo fueran más importantes.**

- Claro. Cuando tienes la suerte de conseguir una exclusiva... Hombre, una exclusiva que tenga envergadura. Pero es lo mismo, una exclusiva en las secciones a lo mejor no era un asunto de portada, pero sí para abrir una sección sobre otras cuestiones. Por ejemplo, la sección deportiva, donde Enrique Ortego, yo recuerdo, consiguió algunas exclusivas excelentes del fichaje de un jugador y dimos la información nosotros. Pero a mi me parece que esa es una tradición del periodismo, que concierne a todos los periódicos, tanto al periódico impreso como al periódico hablado como al periódico audiovisual como al periódico digital. Una exclusiva, aunque haya noticias más importantes en ese día –si tienes la exclusiva de la noticia más importante pues todavía mejor–, pues casi estás obligado a darle un tratamiento especial, con una titulación especial, una colocación especial o un énfasis en la radio y en la televisión también especial.

**- ¿En el seguimiento también ocurría lo mismo? Aunque ya no lo teníais solo en *ABC*, pero era un tema vuestro, porque en un primer momento lo habíais sacado vosotros.**

- Eso es así. Sí. Eso es así. En el momento en que hay una exclusiva que luego tiene un seguimiento en otros medios de comunicación y que además tiene un seguimiento en lo que importa, que es en la sociedad, en los lectores, pues naturalmente se le da un relieve que está por encima de lo que sería normal, porque es la información que han conseguido los redactores del periódico, la exclusiva que ha levantado un jefe de redacción, un subdirector.

**- ¿En esos temas en los que ABC iba por delante, notaba también una mayor capacidad de análisis de los periodistas que llevaban esa información y de los propios miembros y colaboradores de ABC? ¿Al haberse adelantado en un primer momento, tenían las claves antes que el resto?**

- Son dos cosas distintas. Yo desde luego me esforcé y lo sigo haciendo aquí (en *El Imparcial*) en separar lo que es la información de la opinión. Por lo tanto, cuando ABC conseguía una exclusiva o tenía una información que por las circunstancias que fuera se quería tratar especialmente, pues esa información se daba con asepsia completa y buscando la máxima objetividad posible. Después, naturalmente, venía el análisis, que unas veces lo hacía el propio periódico a través de los editoriales, y entonces ahí la redacción intervenía poco, quien interviene es el criterio de la empresa, que conoce el director y es el director quien tiene la obligación de hacerlo bien él personalmente, bien a través de colaboradores conocedores a fondo del asunto; y otras veces lo hacía incluso alguien dentro de la propia redacción, donde había a veces expertos como Jesús María Zuloaga, que era el mayor experto de España en temas de ETA. Pero nunca se mezcló el análisis de la noticia con lo que era la pura información. Ni siquiera, yo me acuerdo, cuando murió don Juan de Borbón. Durante los días previos a su muerte, yo pedí un análisis de la figura de don Juan a las gentes que por su tradición política, por su conocimiento, etc. podían hacerlo de forma más certera. Pero nunca confundimos eso ni adelantamos ninguna información sobre su enfermedad y cuándo se produce la muerte, que fue el 1 de abril de 1993. Eso es muy importante. Y yo creo que uno de los problemas que tiene hoy el periodismo es que hay muchos profesionales jóvenes que confunden la opinión con la información. Cuando uno hace una información, lo que hay que procurar es adaptarse a lo que ha ocurrido. Luego, en un artículo aparte, en una crónica o lo que sea se podrá opinar y analizar y valorar esa información. Pero lo que no se puede hacer es introducir análisis y opinión en la información. Eso lo rechaza el lector. Salvo en periódicos de extrema derecha o de extrema izquierda. Ahí sí se puede hacer.

**- Supongo que en ocasiones también os llegaban informaciones sobre cosas que iban a pasar. ¿Cómo tratabais este tipo de noticias?**

- Cuando uno está completamente seguro, porque te ha llamado el presidente del Gobierno y te ha dicho 'sí, el día 1 es cuando comparezco', pues está muy bien decirlo, pero los periodistas no somos profetas, hay que andar con mucho cuidado. Me alarma un poco cuando me lo preguntas. En mi etapa de *ABC* anticipábamos más bien pocas cosas. Cuando las sabíamos, se daban como exclusiva, pero salvo cuestiones de esas que dices, pues mire usted, he hablado con el entrenador del equipo de fútbol y me ha dicho pues sí, el domingo va a jugar Ronaldo; estaba lesionado, pero bueno, resulta que va a jugar. Pero en fin, son pequeñas cosas. También es muy pequeño el que vaya a comparecer el día 1, el 2 o el 3, es una noticia pequeña. Hay que andar con mucho cuidado sobre las cuestiones esas de predicción del futuro, de lo que va a ocurrir, de lo que se va a hacer, en eso hay que medir muy bien, porque se puede confundir al lector. Yo siempre digo que el periodista no es un profeta. Eso hay que dejárselo a otros estadios.

**- Sin embargo, sí hemos detectado en nuestro trabajo que hay un porcentaje de informaciones en *ABC* que cuentan cosas que van a pasar.**

- Bueno, pero a lo mejor es que eso es noticia. Por ejemplo, tú tienes la noticia de que en el Consejo Europeo se va a analizar el problema español de los desahucios, pues lo introduces. En el Consejo Europeo se hablará de esto. Ahí estás dando una noticia, no estás especulando sobre si va a ocurrir o no va a ocurrir. Es que eso forma parte de una noticia actual, se ha anunciado que se va a hablar. Es lo que se llama el orden del día. Si tienes el orden del día, pues, hombre, puede ocurrir una catástrofe y que no pase, pero tu no has mentado, has recogido el orden del día. Eso sí. Ahora, cuando tienes eso, noticias que son generalmente rumores y muchas veces son bulos de que se va a producir... Por ejemplo, en todo ese mundo del corazón, que se van a casar, que se van a divorciar, que se van a unir, que va a pasar esto. Están permanentemente anticipando cosas que en el 90% de las veces no ocurren luego; no son nada más que especulaciones, porque hay que llenar unos espacios en televisión o en radio o en un periódico impreso y entonces se produce esa especulación, que no le da

precisamente seriedad al periodismo. Comprendo que hay personas que lo hacen así, y hacen muy bien en hacerlo, cada uno es libre y para eso tenemos libertad de expresión, para hacer lo que se quiera, pero yo personalmente no creo ni en el periodismo de especulación ni en el periodismo de anticipación en el que no haya seguridad de que vaya a ocurrir lo que se anuncia.

**- ¿Cómo deben ser las fuentes para que podamos hacer este tipo de noticias?**

- Por lo menos tiene que haber dos. Si puedes tener tres fuentes, mejor. Eso donde mejor se aprende es en una agencia de noticias. Yo le debo muchísimo a mi paso por la agencia *EFE*. Aprendí muchas cosas allí, porque se trabaja la noticia pura y dura. El periodismo más serio que hay es el de la agencia de noticias. Además, hay una competencia internacional cuando tienes un idioma como el español, tan extraordinario. No te puedes resbalar. La única noticia que yo he dado con una sola fuente de importancia fue la muerte del Papa Pablo VI. Pero, claro, me la dio el que luego fue portavoz en el Vaticano y, si no la dábamos, perdíamos la exclusiva. Y dije, bueno, aunque no la tengo contrastada, pero vamos a soltarla. Y salió bien. Pero hay que procurar no hacer eso. ¿Sabes? Tienes que procurar ir a dos y, si pueden ser tres fuentes, mejor.

**- ¿Incluso cuando la fuente es tan buena como el portavoz del Papa? ¿No hay ocasiones en las que basta con una sola fuente?**

- No era el portavoz del Papa en ese momento, lo fue luego. Era una persona que ya sabía yo que conocía muy a fondo todas las interioridades vaticanas. Y por lo tanto, sí. Hombre, es evidente que las fuentes también hay que discernirlas. Hay fuentes mejores y peores, pero si se puede contrastar por tres fuentes una noticia, mejor. En la agencia de noticias, yo lo pedía siempre. En la agencia *EFE*, les decía a todos 'la tenéis que contrastar, qué contrastes tenéis'. Y decían 'este y este'. No es suficiente, busca un tercero. Eso lo he dicho centenares de veces. Antes de soltar la noticia, que sale al vuelo y que te la van a desmentir inmediatamente las otras agencias de noticias si te has equivocado, hay que contrastar bien. Ya pasó en la agencia *EFE*, no conmigo, pero antes de que yo llegara. Se dio la muerte de López Michelsen, que era presidente de Colombia.

Pero no es que se diera. Hubo mala suerte. Un señor que estaba haciendo prácticas redactó esa noticia como si fuera de prácticas y esa noticia vino a través de otra agencia de noticias, entró y la persona que estaba en ese momento que tenía que decidir si se daba o no. Y se la creyó, porque venía de otra... Pero no venía realmente de otra agencia, venía de un becario que estaba haciendo prácticas y dijo eso y se dio la noticia. Eso son cosas que le pasan a cualquiera y son problemas que ocurren en la profesión; pero, claro, si tienes muchas cautelas, los evitas. Yo tuve la suerte en la agencia EFE, que es el sitio donde juegas con la inmediatez, como pasa ahora en un periódico digital, que tienes que soltar la noticia inmediatamente, tuve la suerte de que nada de envergadura –no digo que no se deslizase alguna cosa, pues eso, deportiva, menor–... de que todas las noticias fueron contrastadas y nadie pudo desmentir a la agencia.

**- Nota más especulaciones ahora que antes.**

- Se hacen muchas más, porque hay muchos más comentaristas. El problema que tenemos en estos momentos en el periodismo es que antes los periódicos diarios que tenían dos o tres comentaristas políticos, ahora tienen siete u ocho. Además, hay comentaristas económicos, sociales, deportivos, los hay en manadas. Y también está el fenómeno de los tertulianos. Entonces, claro, antes en televisión no había comentaristas. Ahora pues cada televisión tiene una o dos docenas de tertulianos. Con un agravante. A lo mejor hay un tertuliano que es muy serio, que está especializado en una cuestión y cuando interviene pues es muy valiosa esa opinión. Pero no está ocurriendo eso, porque el tertulio es citado un día y por lo tanto va ese día. Y si ese día han ocurrido cosas completamente ajenas a lo que conoce, se siente obligado a opinar. Yo recuerdo, cuando he ido a alguna de esas tertulias con Luis del Olmo, que me lo pidió y fui unos meses, y luego a algún sitio que he ido, cuando me hacen una pregunta, doy una respuesta que les deja atónitos a todos. Digo 'es que no tengo información para contestar a esa pregunta'. Y eso les deja atónitos, porque todo el mundo opina de todo, que es una cosa formidable. Con lo difícil que es esta profesión. Esta profesión nuestra es muy difícil. Pues sí, ahora hay mucha más especulación de la que ha habido nunca en la historia del periodismo español, pero nace de ahí. Nace de que los medios, sobre todo hablados y audiovisuales, que antes no

disponían de comentaristas, no había comentarios, y que ahora han encontrado esa veta, que es muy barata por otra parte, porque llena mucho espacio y mucho tiempo.

**- En nuestro trabajo hemos notado que en 1990 había más noticias que hablaban sobre el futuro que ahora. No nos referimos a especulaciones, sino a noticias que trataban el futuro.**

- No estoy seguro de lo que me dices, puede ser que sea así. A lo mejor en algún periódico como ABC es así, pero no estoy seguro de que en líneas generales sea así. Eso es muy complicado. ¿Sabes? El periodismo se ha multiplicado por mil en los últimos 20 años. Es que hoy tienes las redes sociales, tienes Twitter, tienes Facebook, tienes otra serie de blogs, que no te digo que sean infinitos, pero casi. Es decir, está todo el mundo informando, todo el mundo está opinando, todo el mundo está especulando. ¡Cuántos blogs firmados hay en estos momentos en España! ¡De cuánta gente! Millares y millares y millares. Pero es que antes había 50 comentaristas en toda España. En los años 60, había en los principales periódicos y nada más. Y hoy tienes blogs de millares y millares de personas que opinan y que, además, cuando ha ocurrido algo que puede estar relacionado con lo que dice esa persona, pues se va a consultar esos blogs. Es decir, si se dice que Ronaldo tiene una novia o no sé qué historias, pues la gente consulta el blog de Ronaldo y lo lee. Lo más grave que tiene hoy la información es que es tan excesiva que se hace muy difícil discernir lo importante de lo que no lo es. Y yo creo que en los grandes periódicos, tanto en los digitales como en los impresos y en algunas emisoras de radio y de televisión, la labor más difícil que tenemos que hacer es precisamente la de discernir entre la enorme cantidad de información que hay. Las agencias producen seis u ocho veces más información que antes.

- ¿También hay mucha desinformación?

- Claro, todo eso produce desinformación. Es que estamos hablando de información, pero no de información exacta. La información que se produce a través de todos los medios que hay no es exacta. Muchas veces se trata de rumores y, en muchas ocasiones, de bulos. Tú coges hoy Twitter y, yo me quedo asombrado, porque el 80% de lo que se dice no son ni siquiera un rumores, que

un rumor tiene una cierta consistencia, sino que son directamente bulos. Son cosas que se ha inventado la gente, que ha supuesto que eso va a ser así, que ha supuesto que Rajoy va a decir esto, que ha supuesto que la Pantoja va a hacer no sé qué o ha supuesto que el señor Mas va a tomar esta posición. Y la lanza como si fuese una realidad. No, ahí yo creo que, desde ese punto de vista, el periodismo se ha hecho mucho más difícil. Yo creo que hoy, para la gente joven que está empezando, resulta muy difícil. ¡Qué problema tan terrible tiene! Primero, porque aquí todo el mundo hace de periodista y todo el mundo informa y todo el mundo dice cosas. Mientras, ese periodismo contrastado, serio, ese periodismo universitario que responde a una deontología profesional, ese periodismo de calidad que es la clave de nuestra profesión, ese lo tiene muy difícil hoy. El que sale de una facultad para ejercer periodismo de verdad lo tiene muy difícil.

**- Una buena información, una información contrastada, aporta claves de cómo es la realidad, incluso de hacia donde puede ir esa realidad. ¿Puede ser que el hecho de que haya muchos rumores y estemos en esa situación tan difícil que describe esté llevando a que los periodistas tampoco sepan identificar claramente esas claves que nos ayudan a saber por dónde van las cosas y qué va a pasar? ¿Puede ser que antes, cuando en su opinión era más fácil hacer un periodismo serio, se podían identificar mejor esas claves?**

- Menos claves, no. Lo que pasa es que son más difíciles de discernir. Yo creo que ahora, por ejemplo, los jefes de redacción de aquí [en referencia a *El Imparcial*] me plantean cosas que digo 'pero qué barbaridad, cómo pueden existir 20 versiones de una sola cosa'. Pero, claro, son versiones que sacan de los confidenciales digitales, de los blogs de la gente. Pero es que, claro, es muy difícil llegar cuando tienes tanta información. Hemos llegado un poco a eso que se llamaba antes el patio de vecindad, en el que cada vecina contaba una historia y tú decías, bueno, 'cuál es la verdad de todo esto'. Porque ahí no tienes una fuente, tienes 50 fuentes hablando sobre el mismo suceso y por eso es tan difícil. Hacer periodismo de gran calidad hoy es muy difícil. En la época en la que yo era joven era más fácil.

- **¿Había menos ruido?**

- Mucho menos.

- **¿Qué otras diferencias había?**

- Se hacía de otra manera la información. Hombre, hoy tenemos la suerte de contar con facultades de Ciencias de la Información, en las que hay gente que sabe lo que es la deontología profesional. Todo eso se ha mejorado muchísimo. El periodista ha pasado de ser el chico de la prensa al estar reconocido como el doctor en Ciencias de la Información. Lo que pasa es que las nuevas técnicas, las redes sociales, Internet, ha introducido algo que lo que ha producido es el rumor. El rumor, porque lo introduce cualquiera. Es que cualquiera mete el rumor. Unas veces con algún fundamento y otras veces sin fundamento ninguno. Pero siempre, al leerlo, ya te confunde. Porque en principio tendemos siempre a pensar que hay algo ahí detrás. Se ha hecho muy difícil el ejercicio del periodismo serio. El dar hoy una información veraz sobre las cuestiones se ha hecho muy complicado y yo creo que por eso, por el exceso de información vertida a través de Internet. La televisión ha aumentado mucho y la radio también, los periódicos no tanto, el periódico impreso menos, y los periódicos digitales yo creo que son serios en líneas generales. Yo creo que el problema es la red. Sí. El problema es la red. Lo que se vuelca ahí a lo largo del día.

- **¿Es más difícil hoy el acceso a las fuentes primarias, a las que quizá es más complicado incluso identificar con tanto ruido?**

- Sí, yo creo que tienes razón. Es más difícil. Muchos se conforman y dicen 'pues yo ya tengo mi información y con eso ya monto mi columna, mi página, mi titular'. Por lo tanto, no se va a la fuente real. Más que a la fuente primaria, tendríamos que decir a la fuente seria. Es decir, al final, después de oír tantos rumores de que si viene un jugador u otro, pues dices, bueno, 'pero a este señor Bale se le ficha o no se le ficha'. Y hay una fuente segura, que se llama Florentino Pérez. Si Florentino Pérez te da la información, pues esa será una información segura. A veces te puede engañar y eso lo tienes que detectar, pero es la única fuente seria. Y después será Ancelotti, que es el entrenador, y después a lo mejor algún compañero suyo. Ahí están las fuentes serias para dar esa información, que

es una información completamente menor, pero que interesa a muchísima gente, porque el deporte interesa a muchísima gente. En cualquier caso, sí, efectivamente, tienes razón en que hoy llegar a las fuentes se hace más complicado. Y, a parte, que las fuentes se cansan. Antes a lo mejor pues yo, presidente de esta compañía de automóviles, podía contestar a cuatro o cinco jefes de la sección de motor de los periódicos y a dos o tres directores que me llamaban, pero es que hoy me llaman cien. Y por eso esas Fuentes serias tienden a no contestar.

**- ¿Hay muchas fuentes que parecen fuentes pero que son el conducto por donde circula el rumor?**

- Eso también pasa, aunque eso siempre ha pasado.

**- Pero a las fuentes también les interesa este juego.**

- Muchas veces, sí. Y hay ocasiones en las que introducen noticias falsas o noticias para que se especule o para que se las crea el otro. Por eso nuestra profesión es tan difícil, porque se juega con infinidad de circunstancias, que hay que saber dilucidar. Lo que acabas de decir ahora es una de las claves. Cuando una persona viene a verte a tu despacho, come contigo y lo que te está dando es una información que no es verdad y que lleva un objetivo determinado, pues tienes que saberlo.

**- ¿El periódico del fin de semana era distinto cuando usted era director de ABC? ¿Cómo lo planteaba?**

- No, no. Sustancialmente el periódico era igual, lo que pasa es que el fin de semana en lugar de tener un 10% de entretenimiento, pues tenía un 30%. Es decir, la diferencia era esa. El periódico tiene una parte de información, que es la sustancial; una parte de formación, que es la opinión, los columnistas, los editorialistas; y una parte de entretenimiento, que siempre la ha habido y que incluye pues desde que pones un crucigrama hasta que, en fin, hablas sobre el contenido de una película o lo que sea. Y ese entretenimiento, en el periódico impreso siempre es menor que en el periódico audiovisual. El entretenimiento en el periódico audiovisual a lo mejor es del 70%. Pero, claro, cuando llega el fin

de semana pues la gente tiene más tiempo y les puedes dar un cuento, por ejemplo. *La Vanguardia*, de hecho, dio *Tarzán*, la novela de Tarzán, por entregas. Cuando llega el verano, donde la gente tiene más tiempo para leer, pues le das eso, le das un cuento, le das unos crucigramas determinados, recetas de cocina. En fin, haces una serie de secciones como el sábado o el domingo. El sábado era un día en el que antes se trabajaba, pero ahora no se trabaja y es fin de semana. Esos días la gente tiene más tiempo para entretenerse. No es nada más que eso. Pero no es que se haga deliberadamente. Lo sustancial, el periódico, se hacía igual el lunes, el martes o el miércoles que el sábado o el domingo. Lo que pasa es que el domingo en el *ABC* teníamos 30, 40 o 50 páginas más para dar entretenimiento y para que una serie de lectores se sintiesen muy contentos con el periódico.

**- ¿No bajaba también la cantidad de información quizá por el hecho de que, por ejemplo, no había fuentes que estuvieran hablando esos días (fines de semana o vacaciones)?**

- No. No bajaba. Porque te bajaba a lo mejor la información política. En cambio tenías mucha más información cultural, mucha más información deportiva. La información de sucesos se generaba igual en cualquier día de la semana. Los domingos también había información religiosa, por ejemplo.

**- ¿Se guardaban cosas para el fin de semana?**

- De entretenimiento, sí. De noticias, no. Las noticias yo creo que hay que soltarlas en cuanto las tienes contrastadas.

**- ¿Asistía usted a las reuniones de los fines de semana también?**

- Hombre, claro. Yo soy el único que asistía siempre.

**- ¿También en verano?**

- Sí. Yo no me he tomado ni un día de vacaciones en mi vida, porque estoy de vacaciones todos los días, porque estoy haciendo lo que me gusta. Yo he trabajado los sábados, los domingos... Menos el día de Nochebuena, el día de Nochevieja y el día de Viernes Santo, que es una vieja tradición de que el

periódico impreso no salía. Por eso, aunque esté en un periódico digital, que sí sale esos días, o en la agencia de noticias, yo esos tres días son los únicos tres días al año que no trabajo. Los demás he ido sin faltar ninguno. Yo no me he tomado nunca eso que se llama vacaciones de verano, que es un rollo impresionante. Ni vacaciones de Semana Santa ni de Navidad ni sábados ni domingos.

**- En agosto sí disminuía la cantidad de información. ¿En qué temas pensaban en ese mes?**

- En agosto lo primero es que no hay publicidad y tienes muchas menos páginas y mucho menos sitio para la información. Te digo en el periódico impreso, pero también pasa eso en el periódico audiovisual. Tienes menos información y esa es una de las cuestiones más debatidas. Yo he creído siempre lo contrario. Yo creo que en agosto hay que estar al pie del cañón más que nunca. Porque tienes a la gente de vacaciones y de pronto te suceden las grandes noticias en agosto. Hemos tenido el golpe de estado en Rusia, en Hungría, hemos tenido la muerte de Pablo VI, que se murió, yo me acuerdo, el día 26 o 27 de agosto, en pleno agosto. Porque la gente se muere y se muere igual en enero que en agosto, y por lo tanto se te puede morir el gran personaje ese mes. Agosto es un mes delicadísimo. Puede haber atentados de ETA, fíjate, en la época de ETA, terribles. En agosto hay que estar muy ojo avizor. Tienes menos gente, tienes menos páginas en el periódico impreso. Es verdad que ocurren menos cosas en el ambiente político nacional, pero, como digo, se puede morir alguien o pasar otra cosa. Eso si no hay Juegos Olímpicos en el mundo deportivo. Por otro lado, en agosto puedes tener una información internacional de primer orden. Ten en cuenta que, claro, nosotros hablamos de nuestras vacaciones como si todo el mundo estuviera de vacaciones. Oye, que es que en Chile en agosto es invierno. Yo he cubierto la campaña electoral de Chile en el mes de agosto, que se las elecciones celebran el 4 de septiembre. Lo mismo ocurre en Argentina, etc. Para qué te voy a contar en Sudáfrica.

**- ¿Usted se involucraba en la búsqueda de información?**

- Sí, porque yo siempre he sido un periodista y nunca he querido ser otra cosa. Cuando yo escribía como director del periódico desde algún sitio y enviaba una crónica, siempre ponía *Crónica de nuestro redactor*. Ahora ponen el director de no sé qué. Fui a cubrir la muerte de Vicente Zabala, que era un gran amigo mío, el jefe de la sección, y si buscas en la hemeroteca encontrarás mi crónica fechada en Bogotá firmada como *Crónica de nuestro redactor*, Luis María Anson. ¿Porque qué es el director? Además de dirigir, redacta. ¿Por qué nos llamamos redactores? Porque redactamos el periódico. Yo no he dejado de ser nunca un redactor del periódico.

**- ¿Qué indicaciones daba a sus redactores y redactores jefes en la búsqueda de información?**

- Lo mismo que te diría a ti. A todos les he dicho siempre lo mismo. Tenéis que hacerlos una agenda. Hay gente que lo hace con más facilidad, porque es más simpática. A otros les cuesta más trabajo por su seriedad. Las agendas además hay que ir cambiándolas, porque la persona que ha tenido información durante un tiempo luego deja de tenerla. Pero hay que tener una agenda con teléfonos. Y que la gente se te ponga al teléfono. Eso requiere visitas simpáticas, tomar un café con esa persona, ir un día a comer con ella, invitarla a comer, etc. Hasta que tienes de pronto gente situada en aquellos sitios que forman parte de lo que tienes encomendado en el periódico, de la sección que tienes, que son los que te van a dar la información. Eso es clave. Periodista que no tiene una agenda... Claro, no es lo mismo la agenda del subdirector o del jefe de redacción que la del jefe de sucesos o que la del cronista deportivo de fútbol. El de fútbol tendrá una agenda, como es lógico, en la que estén desde el secretario de Estado del Deporte hasta el último entrenador. Esa será su agenda. La del director, por su parte, debe tener el contacto de los grandes líderes políticos, sociales, religiosos, económicos, financieros, etc.

**- ¿Contrastaba también con la información que llegaba a los redactores?**

- Sí, eso se hacía en el consejo. Evitando las exclusivas. El consejo es una cosa muy pesada. Yo tengo memoria de muy pocos periódicos que lo hacen. Lo hace

por ejemplo *The New York Times*. Porque lo normal es que el director se reúna con las cuatro o cinco personas que llevan el periódico y ya está. Pero a mi personalmente eso me parecía que no formaba equipo y por eso yo me reunía con 20 personas a la una de la tarde. Jefes de sección y a veces alguna persona que llevaba una sección determinada que en ese momento interesaba. Pero desde luego siempre jefes de redacción, jefes de sección y algún redactor.

**- ¿Qué le parece que los periodistas utilicen fuentes anónimas?**

- Si son verdad, me parece serio. Si la fuente es de verdad, sí. Te digo esto *off the record*; lo puedes decir, pero respeta el anonimato. Pues claro que lo puedes decir entonces, pero respetando ese anonimato que te han pedido, poniendo de fuentes anónimas. Cuando das la información, ya se sobreentiende que esa fuente es existente. No es que te la estés inventando. Si te llega una información de alguien que no conoces, de un anónimo, entonces lo tienes que investigar. Pero tienes que respetar cuando alguien te da una información y te dice que no quiere que se difunda su nombre. Tú puedes no dar la información si quieres, pero lo que no puedes hacer es decir el nombre del que te la ha dado.

**- Estas fuentes incluso no tienen esos intereses que sí tienen las fuentes oficiales.**

- La fuente anónima es mucho más complicada que la fuente que puedes citar. Si es anónima a lo mejor es porque te ha mentado, por eso tienes que contrastar siempre por algún lado. Ahora, si la fuente es buena, esa información llega. Y llega a todos los periódicos. Y de repente te llega una persona que te dice que lo que está ocurriendo en Telefónica es esto, esta es la pura verdad. Te das cuenta en seguida. Y este tío a lo mejor lo hace por venganza, pero resulta que te está dando una información de verdad.

**- Muchas veces esa información que te transmiten es la auténtica información y te ayuda mucho a saber por dónde van a ir las cosas.**

- Es así. Es así. Hay cuestiones de esas, las que son muy delicadas, que la persona que te las dice no quiere dar la cara. Eso es muy complicado, pero ahí se distingue el gran periodista que es capaz de discernir los motivos por los cuales

le están dando esa información. Si la información por ejemplo se da por venganza, a veces es exacta, pero la tienes que contrastar más, porque hay una deformación, que es la venganza.

## 8.7. Entrevista a David Álvarez

David Álvarez es actualmente el jefe de *Deportes* de *ABC*. En 2010 era jefe de Información de *ABC.es*, puesto que ocupó hasta abril de ese mismo año, mes en el que pasó a ocupar su cargo actual. En la sección de *Deportes* del diario de Vocento no hay en estos momentos redactor jefe, por lo que Álvarez, a pesar de ser jefe de sección (que generalmente es el segundo de abordo), en la práctica actúa como si fuera redactor jefe, el número uno del área.

### - ¿Qué concepto tienes de las noticias que utilizan el futuro? ¿Las usas con frecuencia?

- Como regla general, yo creo que es el terreno igual más inseguro para el periodismo. Sin embargo, llevado a la práctica, muchas veces tiene bastante sentido. Por ejemplo, y según lo que yo estoy viendo en el tiempo que llevo en esta sección, es habitual que se produzcan este tipo de noticias en relación con el mercado de fichajes, que es una cosa muy frecuente, sobre todo en verano. Hay muchas operaciones que están absolutamente cerradas a falta de una firma, de un último pacto de un 1% de una comisión. En esa tesitura, claro, uno se plantea: 'Espero a que esté firmado el papel o lo adelanto cuando el acuerdo está alcanzado de palabra pero podemos considerar que es suficientemente firme'. La verdad es que hay muy pocos casos, yo de hecho no recuerdo aquí ninguno, en los que se haya roto ese pacto verbal estando tan avanzado. En esas circunstancias, por lo tanto, yo creo que redactarlo en futuro no es ninguna locura. De hecho, es que ya no es futuro, porque está prácticamente concluido. Ahora pasa con el traspaso de Soldado al Valencia, por ejemplo. La operación lleva una semana acordada. Ahora, están viendo cuál será la comisión del representante, qué pasa con ella. Entonces, claro, cuántos días esperas, cuántos lo van a contar antes que tu si no te lanzas, cuánto de vieja va a parecer tu información cuando lo cuentes si ya todos los lectores lo han visto en todos los informativos. Bueno, ahí, en fin, siendo un poco incómodo el uso del futuro, me parece que tiene mucho sentido utilizarlo, porque además, como te digo, no es tan futuro.

**- ¿Alguna otra clase de predicciones?**

- La verdad es que no me había parado mucho a pensar sobre esto, pero otro tipo de noticias en las que se usa el futuro que me vengan ahora a la cabeza podrían ser las predicciones de resultados. Recuerdo, por ejemplo, cuando el verano pasado hicimos una información relativa a los Juegos Olímpicos. Era una cosa que a mí particularmente también me incomodaba un poco hacer, pero que tuve que hacer y que ahora a posteriori sí le encuentro sentido. Se trata de esa previsión de más o menos cuántas medallas ganará España en los Juegos Olímpicos. ¿Qué elementos había para hacer esa predicción? Bueno, pues sí que había elementos para apoyarla. Siempre hay un componente de azar, como se demostró el año pasado respecto a la previsión que nosotros estimamos y lo que sucedió realmente, aunque hay aunque estuvimos bastante cerca, pero también existen argumentos para sostener el vaticinio.

**- ¿Cuáles fueron esos elementos?**

- Los resultados anteriores, pero, sobre todo, las conversaciones con muchos deportistas, con los técnicos, con el entorno de los deportistas acerca de cuál era el estado real de forma de esos atletas; pero también las bajas que pudiera haber de alguno de los oponentes y otros aspectos relacionados. Todos esos son elementos en los que más o menos se puede apoyar una predicción, que muchas veces no solo es ver qué número exacto de medallas conseguirá España, sino conocer una cuestión más de fondo: una estimación de cuál es el lugar del deporte español en el mundo. Esta foto fija de la situación del deporte español, aun siendo una predicción, en el fondo se trata de una estimación, una localización puntual, un poner en su sitio y en su dimensión el deporte español. Por supuesto, este análisis luego se tiene que reflejar en el resultado de los juegos. Digamos que, al final de las Olimpiadas, se mide el mismo parámetro, cuál es tu posición en el mundo, pero a través del número de medallas conseguidas. Previamente, antes de empezar, yo entiendo que al lector le interese conocer, con los datos existentes y con los conocimientos de los expertos que hay aquí, cuál es esa posición que antes de empezar ocupa su país en el mundo. Eso es información, que se traduce o que se cuenta en futuro, pero que en el fondo no es una predicción en sentido estricto. De esa información que hicimos sobre los

Juegos Olímpicos, lo más importante, aunque no lo pareciera, no era tanto el adivinar cuántas medallas iban a conseguir los deportistas españoles en las semanas siguientes, sino la fotografía de ese día de dónde se situaba España.

**- ¿El matiz del futuro era una especie de guinda para adornar un trabajo más serio?**

- Bueno, puede ser una guinda o puede ser una realidad en sí misma. Hay un apetito cierto por el futuro, y creo que no solo en la sección de deportes, sino que pasa en muchas secciones. Yo por lo menos me encuentro, cuando salgo de aquí, incluso aquí con muchos compañeros, con que está a punto de empezar [el torneo de tenis de] Wimbledon y la gente llega y te pregunta si va a ganar Nadal en esta ocasión o no. ¿Yo qué sé si lo va a ganar? ¿O puede ganar Contador el Tour? Tampoco lo sé. Pero sepamos o no si va a ganar, que no lo sabemos, lo que más o menos sí que podemos hacer es un mapa en el que se sitúe dónde está exactamente en el momento actual tanto Nadal como Contador en comparación con sus competidores y eso qué significa a efectos de la competición que se dispongan a disputar. Ahora recuerdo ese caso, el de Contador respecto al Tour de Francia. Todos los resultados del año y todas las informaciones que nosotros teníamos de su entorno y de gente que lo conocía decían que no estaba bien. Con esos datos, por lo tanto, no podíamos decir que no fuera a ganar, pero bueno, sí se trataba de una información valiosa, que a lo mejor no era precisamente una información de futuro, pero que a la gente sí le permitía modular o medir o terminar de componerse sus expectativas. Pero sí que noto ese apetito en mucha gente. Otro ejemplo es la fórmula 1. Al profesional que cubre la fórmula 1, al periodista especializado que está en contacto con sus protagonistas, que viaja a las carreras, que habla todos los días con los ingenieros, con los pilotos, se le pregunta mucho si está o no está mejor el coche de Fernando Alonso ahora que durante la temporada anterior, si va a poder remontar de aquí al final del Mundial, si va a evolucionar lo suficiente. Bueno, pues de vez en cuando, intentando no ser tajantes respecto a si va a pasar esto o lo otro, yo creo que elaborar este tipo de informaciones sobre el estado de la cuestión tiene mucho interés para el lector. Porque estas informaciones le ayudan a modular sus

expectativas y a saber exactamente dónde está un deportista, dónde está un equipo, dónde está un país.

**- ¿Cómo notas ese apetito de la gente por saber qué va a pasar? ¿Cartas al director, mensajes, comentarios en la web u otras herramientas?**

- Lo notas desde cuando subes al ascensor de casa hasta cuando hablas con los compañeros de redacción o vas a cualquier sitio. Se percibe muy bien durante el verano, por ejemplo, en las noticias que en la web tienen más visitas, que son habitualmente –salvo que ocurra una catástrofe– las relativas a traspasos de jugadores de fútbol, el 80% de las cuales son la antesala del fichaje. El rumor, el interés y los primeros movimientos provocan que aumente el interés de la gente y eso se percibe. De hecho, los datos de venta de los periódicos deportivos durante el verano son muy interesantes.

**- ¿Por qué?**

- Porque crecen, debido fundamentalmente al mercado de fichajes. Hay un interés cierto de la gente por ese tipo de noticias. Y los ciudadanos saben que pueden satisfacer ese apetito por medio de los periódicos, que son los que tienen acceso a la información, para saber antes o cuanto antes qué es lo que va a suceder o por lo menos tener una aproximación cierta sobre eso.

**- A veces es arriesgado y se falla.**

- Se falla, claro. Y siempre es arriesgado, sí, siempre hay un porcentaje de riesgo. Sin embargo, por lo menos en lo que a nuestra sección atañe, esos riesgos o son controlados o se explican explícitamente en la información. El análisis sobre cuántas medallas va a ganar España en los Juegos Olímpicos, por ejemplo, se planteó como una estimación y, de hecho, la suma final que arrojaba cada una de las disciplinas deportivas tenía su explicación, que venía en función del pasado y que apuntaba a lo que podía suceder. En general, yo creo que solemos ser bastante transparentes en el periódico con qué nivel de certeza tiene la predicción o bien porque es evidente o bien porque se explica cuál es el procedimiento que nos ha llevado a realizar esa predicción.

- **¿Muchas fuentes tienen sus propios intereses y pueden exagerar o resaltar determinados datos para conseguir otros fines distintos del puramente informativo?**

- Hombre, la gente que se dedica a elaborar esa información lleva años haciéndola y tratando con esas fuentes, a las que en general conoce bastante bien. Y, al revés, ellas también nos conocen bastante bien. Yo creo que nosotros entramos menos al juego que los periódicos deportivos. Y somos también menos importantes y tenemos menos peso que ellos, al menos en cómo termina el proceso y en el poder de decantarlo hacia un sentido u otro. Yo creo que nos damos bastante cuenta de esos intentos de manipulación, pero también nos tratan de utilizar menos, porque no tenemos tanto peso en ese tipo de negociaciones finales como lo pueden tener los periódicos deportivos.

- **¿Con vosotros son menos interesadas esas fuentes?**

- Yo creo que sí, pero por el puro cálculo que realizan las propias fuentes. La influencia que pueda tener en el precio de un jugador una portada de Marca o una página de ABC es muy distinta. Por razones obvias.

- **¿La competencia es importante? Si los demás se adelantan, a ver si vamos a ser los últimos que lo damos.**

- No, pero no porque lo diga la competencia. Sabiendo que esa información está prácticamente hecha... A ver, por ejemplo, el asunto de cuando Gonzalo Higuaín estaba a punto de irse al Arsenal. Casi todas las televisiones decían que estaba prácticamente fichado por el Arsenal, pero nosotros teníamos nuestras fuentes que decían que no había habido ninguna oferta. Y así lo contamos, dijimos que se hablaba de eso, pero que no estaba hecho. El ecosistema informativo en el que vive el público o cada una de las personas que componen el público es muy rico. Pero no es directamente la competencia, porque yo creo que hay un porcentaje muy pequeño de personas que leen *ABC* y que leen también *El País*. Yo me refiero más a si un asunto está todos los días en la televisión. Por ejemplo, que Soldado va a fichar por el Tottenham. Pues contarle cinco días tarde, lógicamente, genera en tu lector una sensación de retraso, de que estos tíos no se enteran. Que es posible que no nos hayamos enterado, también puede pasar, pero cuando tienes

elementos suficientes para indicar que el asunto va a ir por ahí, pues lo intentamos hacer, explicando además en qué punto está y qué es lo que falta y lo que no. Nosotros somos bastante transparentes en todo esto.

**- ¿Cómo es la organización del trabajo en el día a día de vuestra sección?**

- Nos organizamos como cualquier sección de cualquier periódico. Hay campos que nos interesan más que otros. Nos interesa bastante la información relativa al Real Madrid y nos interesa muy poco la referente al Granada, por poner un ejemplo. Te puedo decir el Granada u otro equipo del estilo o el lanzamiento de jabalina. El fútbol tiene mucho más peso que el bádminton y que bastantes otros deportes, como el balonmano. En definitiva, hay una serie de campos que parece que son también los que más interesan no solo a nuestros lectores, sino al ciudadano más o menos medio. Además, siendo un periódico generalista, con el espacio que tenemos, hay que elegir y se elige aquello que parece más imprescindible.

**- Al estudiar las fuentes que utiliza cada sección para hacer sus predicciones, hemos detectado que la mayoría de las veces se acude a fuentes oficiales, pero que en Deportes, aunque también predominan estas raíces informativas, se producen más vaticinios basados en el propio criterio del periodista.**

- Creo que pasa mucho de eso que dices, que cuando hay una persona que cubre la información de tenis, por ejemplo, y está permanentemente con la gente que rodea a los tenistas, con los propios deportistas, pues es verdad que muchas veces, teniendo en cuenta también las peculiaridades de la crónica periodística –que es bastante personal y bastante valorativa–, es posible que todo eso esté implícito y que no se explicite de dónde vienen los juicios. También es cierto que los juicios del propio periodista sobre asuntos deportivos, si se ciñen al área que cubre, suelen ser bastante atinados. Por ejemplo, la Fundación Príncipe de Asturias, antes de dar sus premios, elige a un 80% del jurado entre periodistas. Luego, el otro 20% los escoge entre deportistas y ex deportistas. Muchas veces pasa también que no hay estudios de datos sobre el deporte. Empieza a ver ahora cada vez más, aunque no en todos los deportes. Solo en algunos. Pero durante

muchísimos años no ha habido estudios en España de eso. Por otro lado, el deportista no siempre sabe explicarse bien. No todos. Hay algunos que sí, pero hay muchos que no saben explicarse. No se dedican a eso, además. Y no existe todo el aparataje académico que hay en muchas otras disciplinas o no está tan desarrollado. Sí que creo que el periodista, quizá no en todos los casos, pero en muchos casos sí, es una autoridad.

**- ¿Puede considerarse incluso analista?**

- Sí, yo creo que sí. Ya digo, no todos, no todos con el mismo grado, no todos con el mismo acierto. Pero, volviendo a este punto del tenis, el periodista que está al final del año a lo mejor dos meses fuera de la redacción, en torneos por todo el mundo, hablando con tenistas, entrenadores, ex tenistas, y que está viendo el destilado de todo puede hacer un análisis bastante atinado. No digo que siempre sea atinado y no digo que siempre esté justificado, pero bueno... me parece muy comprensible por todas estas razones. A veces, por lo tanto, no es llamar a una fuente para tener una cita, sino que basta con su criterio.

**- Hemos notado también que la cercanía de determinados acontecimientos provoca el incremento de predicciones, que se hacen más frecuentes conforme se acerca la fecha.**

- El apetito. ¿Va a pasar este año España de cuartos por fin? ¿Va a ganar la selección el mundial de fútbol? Yo creo que esto te lo encuentras cuando vas a tomar café en cualquier bar, sin ser periodista. Y lo que hacemos es intentar satisfacer una necesidad cierta del público, comprobada. Yo creo que es lógico.

**- Hemos detectado también que los lunes se disparan las noticias de deportes, pero no las predicciones.**

- Normal, el domingo es día de competición. No hay expectativas hasta el miércoles. De lunes a miércoles se mastica, se rumia lo pasado, salvo que haya Champions, y el miércoles se empieza a mirar hacia la siguiente estación. Yo creo que es una consecuencia simple y pura del calendario. De hecho, si analizas semanas en las que hay Champions League y las comparas con otras en las que no hay, es probable que el ciclo relato-previsión sea más corto en las que hay

Champions que en las que no se juega esta competición. Pero es por un asunto puramente de calendario. El lunes toca contar y analizar y el viernes toca analizar para saber dónde está cada uno y ver qué puede pasar.

## **8.8. Entrevista a Alberto Sotillos**

Alberto Sotillo es hoy el redactor jefe de *Internacional* de ABC. Fue nombrado para ese puesto en 2010. Antes, estaba en el suplemento *Los domingos de ABC*. La mayor parte de su trayectoria profesional ha estado ligada a la información de internacional.

### **-¿Se plantea en ocasiones poner un título en futuro? ¿Considera al diseñar sus informaciones adelantarse a lo que va a suceder?**

- Sí, en el día a día, sí, se hace constantemente, pero constantemente, entre otras cosas, porque a veces es que no queda más remedio. Ahora mismo, por ejemplo, estamos esperando una sentencia sobre Berlusconi. A lo mejor sale esta noche, pero lo más seguro es que salga mañana. Por lo tanto, ya estamos obligados por la actualidad. Es la propia información la que te obliga a ver cuál va a ser el futuro. En este caso que comentaba de Berlusconi, ¿qué vamos a hacer? Si sale esta noche la resolución, pues hay que estar preparados. Pero, como lo más seguro es que salga mañana, pues no te queda más remedio que plantear esa noticia como un futurible. Generalmente la información te obliga. Otras veces, si tu tienes datos que más o menos acreditan que la información de futuro que vas a dar está suficientemente contrastada, pues se da. Esto ocurre, yo qué sé, en negociaciones. Cuando ya ves que se está acercando un acuerdo, por ejemplo. Yo recuerdo que, cuando fui corresponsal en Bruselas, pues ya veía más o menos un día o dos antes por dónde va a ir un acuerdo. Hombre, siempre te puedes llevar una sorpresa, pero lo tienes que hacer. Lo tienes que hacer para informar a tus lectores de cómo va ese acuerdo, porque les interesa. Sobre todo, en las negociaciones que se hacen en Bruselas. Al que siga esa información le interesa mucho saber por dónde va a ir ese acuerdo antes de que esté hecho. Es una información importante. Otro futurible que me viene a la cabeza. Nosotros estuvimos dando que Chávez estaba mucho más enfermo de lo que decía el régimen, y que le quedaba un año de vida. De alguna manera era un futurible, que por desgracia se cumplió.

**- ¿Algún otro tipo de predicciones?**

- Otras predicciones que se hacen mucho son las quinielas. Quiénes van a ser los ministros de fulano y de mengano. Ahí sí que juegas con que siempre tienes un margen de equivocación.

**- ¿En ese caso cuáles suelen ser vuestras fuentes?**

- Ahí nosotros sí que tenemos que jugar con los medios de prensa y con las agencias. Hay excepciones, donde puedes tener mayor cercanía a las fuentes directas. En Bruselas, por ejemplo, tienes mayor cercanía a las fuentes directas y puedes hacer mejor esas quinielas de quiénes van a ser los comisarios de esto, de aquello, de tal. Incluso en Iberoamérica puedes jugar también un poco con esto, pero hasta cierto punto. Luego ya, en Estados Unidos, para nada. En Estados Unidos tienes que jugar con las agencias y la prensa y demás.

**- ¿Se puede decir que en Iberoamérica tiene cierto prestigio ABC y que por ello se puede acceder más fácilmente a determinadas fuentes?**

- Sí, claro, claro. Tienes un mayor acceso a las fuentes directas. Incluso en EEUU tienes acceso a fuentes norteamericanas vinculadas con Iberoamérica. Eso también es importante. Tienes acceso a las fuentes directas en Bruselas, en algunos casos de Iberoamérica y en EEUU cuando se trata de temas relacionados con Iberoamérica. Y luego puedes tener acceso a fuentes directas en conflictos, cuando va el enviado especial. El enviado especial viaja a Siria y, según en qué momento y circunstancia, pues puede tener también acceso a unos u otros y obtener determinada información de cosecha propia.

**- ¿Cuando uno se mete en un avión está en igualdad de condiciones que el resto de medios?**

- Bueno, hasta cierto punto. Si viajas con el secretario de Estado de EE.UU. tiene más ventaja el del *The New York Times* que tu. Nuestro acceso es el que te comentaba: Bruselas, ciertos lugares de Iberoamérica, EE.UU. en lo relacionado con Iberoamérica y los sitios en conflicto. Si tu vas a una guerra y te metes allí, donde está todo el tomate, pues tienes acceso, a veces, al que manda pegando tiros. Todo dependerá ahí de la habilidad del periodista.

**- ¿El hecho de que las fuentes a las que acudís los periodistas de internacional estén en otros países puede influir de alguna manera en el tratamiento de este tipo de información?**

- Claro, nosotros dependemos siempre del corresponsal. Y hay corresponsales que tienen una mayor o menor cercanía con las fuentes de la información. En los dos casos que te he contado sí necesitas tener más o menos contrastada la noticia. En el de las negociaciones de Bruselas en las que esté implicada España y en una noticia fuerte como la de Chávez. Si tú estás adelantando algo muy fuerte, necesitas tener la información muy contrastada. En este caso, eran fuentes tan cercanas como las que puedan tener los periodistas de *Política* o *Economía*. Tanto en lo de Bruselas como en lo de Venezuela eran fuentes cercanas a los acontecimientos. En los demás casos, claro, dependes de lo que cuenten los medios de prensa locales y las agencias de noticias. En esos casos, juegas más en segundo plano y tampoco das el supertitular. No le sueles dar la importancia que a lo mejor le das a los otros dos casos.

**- ¿Cómo incide el cambio de hora que sufrís los periodistas de información internacional en el tratamiento de este tipo de noticias?**

- Sí, esto es muy fastidioso. En América, sobre todo. Es lo que te contaba antes del caso Berlusconi, pero aún más acentuado. Esta casuística en Estados Unidos ocurre constantemente. Hay que hacer a veces una noticia de madera, más o menos intentar saber por dónde va a ir la decisión que se va a tomar. Tratas de pillarte lo menos posible los dedos. Siempre tienes que jugar con los verbos apunta a, se perfila como, se dirige a. Y luego ya en la segunda edición, si te da tiempo, pues el apunta ya lo cambias por otro verbo más rotundo. Pero, claro, no te queda más remedio que abrir unas veces las posibilidades de lo que va a ocurrir. Más o menos ves por dónde van a ir los tiros y luego titulas. Un viaje, por ejemplo. Alguien que tenía previsto viajar ayer. Pues hasta que no aterriza yo no le pongo que ha llegado. Imagínate que se estrella el avión. En ese caso, por ejemplo, titularía de la siguiente forma: Obama tenía previsto visitar ayer Venezuela.

**- ¿Intentáis también fijaos en otros aspectos?**

- Bueno, a veces no te queda más remedio que hacer la pirueta con el tema central, porque lo importante es lo importante. Y todo el mundo espera que le cuentes esa noticia: el resultado de las elecciones, la reacción de un presidente de un país a la visita de otro líder político, etc. Que estás esperando el resultado de unas elecciones, pues los sondeos dicen que tal partido aventajaba al otro. Que estás esperando que Obama llegue a Venezuela, pues dices que Obama tenía previsto llegar a determinada hora.

**- A veces el apunta a también implica que te estás mojando.**

- Claro, sí, sí. Tienes que hacer una apuesta.

**- Pero, si la cosa no está nada clara, ¿qué haces?**

- Cuando no lo ves muy claro, se hace lo que tú dices también. Vas a lo mejor a algo secundario, desvías el tiro y apuestas sobre otras cosas. Con América es un póker a ciegas. Tienes que hacer una apuesta y depende de lo temerario que seas pues dirás una cosa u otra. Yo tiendo a ser conservador.

**- ¿Soléis proponer vosotros temas a los corresponsales o siempre son iniciativa de ellos?**

- Es un diálogo continuo con los corresponsales. Ellos te tienen que hacer propuestas y tú les pides historias. De ese diálogo sale un poco el periódico. Por la mañana es cuando tenemos una primera toma de contacto, pero más que nada es para organizarnos nosotros, porque lo cierto es que se trata de una sesión continua. Por la mañana, como decía, se establece la rutina de hablar con todos ellos. He visto esto, has visto tu algo de ahí, esto tira por aquí, esto tira por allá. Pero el contacto se mantiene a lo largo de toda la jornada. Ocurre algo a las siete de la tarde, pues a las siete de la tarde te llaman o tú lo has visto y les llamas, y se toman decisiones. Además, ahora con la web, más. Un periódico tiene el espacio limitado, pero en la web hay que darlo todo.

- **¿También sois responsables vosotros de la información de internacional que aparece en la web de ABC?**

- También estamos con la web, si.

- **Hemos notado que en agosto disminuyen bastante las predicciones de Política, pero no en Internacional, que sin embargo sí se reducen en julio. ¿Tiene esto alguna explicación?**

- En Internacional en general no existe el verano. Hombre, en Europa quizá se nota algo más. Quizá en Francia, Bélgica, Alemania, Holanda sí, las vacaciones son más en julio.

- **Hemos detectado que los fines de semana disminuyen bastante las predicciones en la sección de Internacional.**

- Claro, porque el fin de semana siempre el periódico es más reportajeado. Se intentan dar reportajes un poco más en profundidad, reportajes sobre el terreno. El periódico cambia mucho de sábado para domingo.

## **8.9. Entrevista a José Antonio Zarzalejos**

José Antonio Zarzalejos es director de *ABC* entre septiembre de 1999 y septiembre de 2004 y entre diciembre de 2005 y febrero de 2008. De septiembre de 2004 a diciembre de 2005 ocupa el cargo de secretario general del Grupo Vocento. Antes de llegar a *ABC*, dirigió *El Correo Español-El Pueblo Vasco* en Bilbao. Tras salir de Vocento se vinculó a la consultora de comunicación Llorente y Cuenca.

### **- ¿Qué es para usted una noticia?**

- Una noticia es un hecho relevante. Es un hecho que repercute sobre un grupo de personas y que afecta a una serie de intereses. ¿Las personas? Pueden ser de muy distinta condición. Y los intereses pueden ser también muy diferentes, pueden ser económicos, pueden ser culturales, pueden ser políticos. Lo importante es que el hecho tenga una relevancia. Pero no solamente que tenga relevancia sino que salga de los hechos que se llaman rutinarios o normales. Es decir, lo rutinario y lo normal no es noticia. Es relevante porque, aunque no sea patológicamente, se aparta de la rutina, se aparta de lo cotidiano, se aparta de lo normal. Y tiene una repercusión, insisto, sobre intereses de distinta naturaleza. A mi juicio, eso es una noticia.

### **- ¿Entrarían dentro de ese concepto cosas que han pasado, cosas que están pasando e incluso cosas que podrían pasar o que pasarán?**

- No. En absoluto. La noticia es un hecho que ha ocurrido o está ocurriendo. Siempre y cuando no haya sido previamente conocido. Si es del pasado pero no es conocido, eso viene a la actualidad como un hecho relevante del pasado que puede tener consecuencias. Pero lo que va a pasar no es noticia. Lo que va a pasar es un ejercicio periodístico de prospectiva. Por lo tanto, de análisis. El periodismo no es solamente contar las noticias que se conocen, sino también contextualizarlas, explicar el por qué se producen esos hechos relevantes y qué consecuencias tienen. El periodismo es mucho más que eso. El periodismo tiene una función que se llama prospectiva y que yo llamo de adivinación documentada. Es decir, en función de las variables que hoy se dan... puede ocurrir en el futuro... en el ámbito político, cultural, económico, social,

deportivo... esto. Y eso es lo que se llama un periodismo de anticipación. Y esto se hace a través del periodismo analítico. Y esto no son meras opiniones. Esto son opiniones documentadas. Y es el periodismo más difícil y yo diría que es el periodismo que es el que tiene futuro.

**- ¿Por qué?**

- Porque la noticia se ha convertido en una *commodity*. La noticia, a través de las redes sociales, de la digitalización de la información se conoce al minuto, y se conoce por varias vías. Lo importante para un medio de comunicación es darle un valor añadido a esa noticia; es decir, explicarla. Y algo todavía más importante, adelantarle por dónde van a ir los acontecimientos. Ese es el periodismo más difícil, más arriesgado y el que exige la mayor preparación. Pero ese no es un periodismo de noticias. Hay un periodismo de noticias y un periodismo de análisis.

**- ¿Ese periodismo de análisis se ha incrementado durante los últimos años?**

**¿Cómo han influido las nuevas tecnologías en ese tipo de periodismo?**

- El mundo se ha hecho más imprevisible y por lo tanto la crónica del análisis prospectivo también es más difícil y exige una mayor documentación. Las nuevas tecnologías, lejos de ser un problema para este propósito, se convierten en una ventaja, porque son fuentes de conocimiento, fuentes de consulta, fuentes de contraste. Por lo tanto, no creo que las nuevas tecnologías tengan una importancia negativa o que incidan negativamente sobre el análisis de la prospectiva. A mi juicio, lo que está lesionando seriamente el análisis periodístico y la crónica prospectiva, el periodismo que se llama periodismo de anticipación, es el desprecio por parte de los editores de los periodistas senior; es decir, aquellos periodistas con una gran experiencia, experiencia que se traduce en disponer de una agenda con muy buenas fuentes, haber vivido de primera mano acontecimientos anteriores que sirven para explicar el presente y que se proyectan en el futuro, que tienen técnicas narrativas perfectamente aprendidas y que además, por experiencia, por puras razones empíricas, tienen capacidad de diagnóstico. La desaparición de estos periodistas senior, sustituidos por generaciones de periodistas que son *mediaworker*, esto que

llamaba Kapuscinski, que lo mismo pueden estar en una redacción, pero que podrían estar en otro tipo de negocio o en otro tipo de elaboración intelectual, hace que el periodismo de anticipación, el de contar historias que pueden suceder verosímilmente haya disminuido de una manera importante. La gente no quiere saber lo que ha pasado y solo lo que está pasando, quiere saber también qué es lo que va a pasar. Eso se lo podemos contar de forma solvente los periodistas que ya tenemos años de experiencia, que tenemos fuentes, por lo tanto posibilidades de documentación y de diagnóstico.

**- ¿Usted daba indicaciones a los periodistas respecto al tratamiento de esas fuentes cuando era director de ABC?**

- La dirección del periódico es una función extraordinariamente compleja, porque tiene muchas teclas que tocar. Es como, en cierto modo, el director de una orquesta que tiene que procurar que distintos instrumentos se ajusten a una partitura, que entren y salgan cada cual en su momento. Y una de las funciones del director es el análisis crítico diario de su periódico. Es decir, en términos de aportación informativa en concepto de medios. Es decir, nosotros qué aportamos hoy al mercado de las noticias, al mercado de la opinión y al mercado de la prospectiva. Esta es la primera cuestión. La segunda cuestión es el estímulo para una buena praxis periodística a los redactores que forman parte de la plantilla o a los colaboradores. Y ese estímulo se tiene que hacer pautadamente bien en las reuniones que existen a lo largo del día, la reunión de la mañana, la reunión de la tarde, las reuniones de planificación semanales, bien a través de conversaciones personales con los redactores y también delegando esta función en los equipos de dirección. Porque el periodismo es un oficio en permanente formación, en permanente adquisición de valores y de capacidades y de habilidades. Y el director que no hace esa función pedagógica de enseñar a sus redactores cómo pueden ser buenos periodistas, mejores periodistas de lo que son... si no lo hace, desde luego tiene un grave fallo en una concepción integral de la dirección. El director no es una figura para controlar. Es una figura para estimular y para orientar y para diagnosticar y para llevar el periódico a un buen terreno de solvencia informativa, para llevar a sus periodistas al terreno de una buena praxis profesional. Y sobre todo para llevar a sus periodistas a un ejercicio

permanente de superación y eso es una labor que se tiene que hacer con los más jóvenes. Y hay otra labor que se tiene que hacer con los que son más sénior, que es la de apoyarles, porque a medida que se es más sénior pues se adquiere más autonomía, más personalidad, más criterio propio, por lo tanto todas esas virtudes hay que incardinarlas dentro de un proyecto común que es el periódico. Esa es la función del director.

**- Ha nombrado varias maneras de organizar la redacción, entre ellas la reunión de la mañana y la reunión de la tarde. ¿Qué se hacía en esas dos reuniones?**

- Hay varias fórmulas. En mi época yo tenía mínimo dos reuniones diarias a las que yo asistía. La primera es la de la mañana en la que se hace el análisis crítico del periódico y por lo tanto yo reclamaba que se hubiese leído el propio periódico pero también que se leyese los de la competencia y que se hiciese un contraste: qué hemos hecho bien, qué nos ha faltado, qué es mejorable. Y después teníamos la previsión del día. Hoy, qué agenda tenemos de cosas que van a suceder, cómo las vamos a abordar y quién las va a abordar y dónde se van a abordar. Esa era la reunión de la mañana. Y la reunión de la tarde es la reunión en la que se decide qué es lo más importante, cuál es la apuesta informativa del periódico para el día siguiente. Un periódico sin una apuesta informativa clara en su primera página o en su portada cae inmediatamente en la ambigüedad y por lo tanto despista. Saber cuál es la apuesta informativa y los elementos relevantes con los que tiene. Y es una reunión de ajuste también, de perfeccionamiento. Después, además de esas reuniones, hay reuniones semanales. Una de ellas es de planificación del fin de semana, donde...

**- ¿Los viernes?**

- No. En mi caso yo la adelantaba a los martes o miércoles para que hubiese tiempo para planificar y escribir las historias. Son las historias del fin de semana que normalmente van por los reportajes, las entrevistas y los análisis. Qué temas se elegían, por qué se elegían, quién los hacía y dónde iban a aparecer y cómo iban a aparecer. Y después había unas reuniones menos pautadas, que podían ser semanales, que podían ser quincenales, con el equipo directivo, subdirectores y

redactores jefes, fundamentalmente, que eran para tratar temas más concretos o monográficos. Eso digamos que es la plantilla general en la que se colectivizan un poco los criterios.

**- ¿Quién acudía a las reuniones de la mañana y de la tarde?**

- Yo siempre acudía. Y toda la dirección del periódico. Es decir, los directores adjuntos, los adjuntos al director, los subdirectores, los redactores jefes y los jefes de área, normalmente.

**- ¿Redactores no?**

- Los redactores no, los redactores no tienen participación en estas reuniones. Lo que pasa es que cada redactor jefe tiene que recoger los criterios de su propia sección. Y se supone que él transmite o debe transmitir esas reuniones. No hay que confundir nunca las reuniones con asambleas.

**- ¿A qué horas eran esas reuniones?**

- Entre 10:30 y 11:00 horas la reunión de la mañana y entre 18:30 y 19:30 horas la de la tarde.

**- ¿La reunión de planificación semanal se refería solo al fin de semana? ¿Había alguna otra reunión destinada a planificar los días entre semana que se celebrara por ejemplo el lunes?**

- No, no. Lo que va a pasar la semana normalmente era... la agenda de la semana era efectivamente los lunes. La planificación del fin de semana era del fin de semana, aunque normalmente podía irse a los diez o quince días. Aunque hay que contar con que en un periódico el espacio es limitado. No se pueden incluir todos los contenidos que tú tienes en la agenda o en cartera. Tienes que ser también proporcional. Es decir, tanto espacio tengo en función de tanta publicidad, tantas historias puedo publicar, cada una de tanta extensión, en función de su importancia, de interés o de la apuesta editorial o informativa que quiera hacer el periódico.

**- ¿No es un poco pronto hacer una reunión un martes para ver los temas del fin de semana?**

- No, porque después en las reuniones de la mañana de los días siguientes se va corrigiendo el tiro. Y después, vamos a ver... Esto no funciona como una cadena de montaje. Si viene un acontecimiento el viernes por la mañana, todo salta por los aires, porque nosotros lo que tenemos que estar es preparados para que surja lo imprevisto. Nosotros somos personas que debemos ser muy expertas en el manejo del imprevisto.

**- ¿Los temas propios, las exclusivas, se hablaban en las reuniones?**

No. Depende de qué tipo de exclusivas, pero normalmente si eran exclusivas... Yo recuerdo exactamente dos exclusivas muy, muy delicadas que tuvieron mucha repercusión que se hablaban en un ámbito restringido. En el ámbito restringido del subdirector, del redactor jefe y jefe de sección, pero no se socializaba la exclusiva. Yo recuerdo dos concretamente. Recuerdo cuando tuvimos la exclusiva de que [Josep Lluís] Carod Rovira se reunía en Perpignan con la plana mayor de ETA. Esa es una información que yo conozco un sábado por la tarde fuera ya de posibilidad de publicarla el domingo y que el domingo la trabajo solamente con tres personas.

**- ¿Que fueron?**

- El redactor jefe del área de *Política*, el jefe de la sección y el redactor que se encargó de su redacción material y de su encaje en página.

**- ¿Y la otra exclusiva?**

- La otra muy llamativa fue cuando nosotros dimos en exclusiva el texto completo del estatuto de Euskadi como comunidad libre asociada. Lo dimos en un cuadernillo central y esa sí tuvo que conocerla más gente porque tenía una gran extensión y además hubo que modificar la distribución del periódico.

**- ¿Por qué secciones sentía predilección?**

- *Política y Cultura*.

- **¿Por qué?**

- Yo creo que porque la política no deja de ser la gestión y los intereses colectivos. Cuando hablo de política hablo de política en términos amplios. Y porque creo que la cultura es una aportación esencial de los medios de comunicación. Tenemos la labor de influir, la labor de enseñar y la labor de contrapesar. Y esto se podía hacer mejor desde la política y desde la cultura.

- **Usted distingue entre las noticias y el periodismo prospectivo, que es un periodismo de análisis. Sin embargo, durante su época al frente de ABC, se publicaron muchas noticias que adelantaban lo que iba a pasar, como la que dio recientemente el periódico que anunciaba cuándo comparecería Rajoy en el Parlamento.**

- Pero eso no es exactamente un periodismo de prospectiva. El periodismo de prospectiva va a los grandes acontecimientos. Es decir, el caso Bárcenas: en qué va a desembocar, qué consecuencias reales va a tener y por qué. Que comparezca o no Rajoy en el Congreso puede ser tener una buena fuente o no. Cuando hablo de un análisis prospectivo me refiero a grandes temas. No a hechos menores, puntuales, concretos, de que comparece o no comparece. Eso es adelantar una información que será de agenda.

- **El ejemplo que le he puesto era de agenda, pero en otras ocasiones la noticia que predice el futuro tiene más calado.**

- Sí, sí, claro.

- **En su opinión estamos en mejor situación que antes para llevar a cabo esos análisis.**

- No, no estamos en mejor situación porque el problema es que los periódicos han perdido talento. Y esto solo se hace con talento. ¿Por qué han perdido talento? Porque se ha descapitalizado desde el punto de vista humano la redacción. Pero no solamente la redacción de ABC. La redacción de todos los periódicos, sin distinción. Ha habido eres en los que, como los periodistas sénior cobraban más, pues lógicamente era más importante hacer recortes en los sueldos más altos. Y por eso algunos géneros muy importantes pues han

quedado verdaderamente lesionados. Por ejemplo, todo lo que se trata en la materia de tribunales, donde había grandes especialistas que prácticamente han salido... Los de *El País* y *ABC* han salido... Susana Nieves, que era una gran especialista, ha salido de *ABC*. Pepe Yoldi ha salido de *El País*. Por ejemplo. Por poner simplemente dos ejemplos que me vienen a mano.

- **¿Modificó usted la organización del trabajo cuando llegó?**

- Sí, totalmente.

- **¿Cómo era antes?**

- Antes es que estaba desestructurada.

- **¿Volvió a cambiar cuando usted se fue?**

- Sí, pero bueno, la verdad es que cuando me voy de un sitio no suelo mirar atrás.

- **¿Cambió la organización del periódico en los 15 meses que usted estuvo fuera?**

- En esos 15 meses la verdad es que la estructura que yo hice se mantuvo. La mantuvo Ignacio Camacho. Primero porque Ignacio Camacho entró en el periódico cuando yo era director del periódico y segundo porque me unía una gran, no solo amistad personal, sino que teníamos una gran afinidad profesional en los puntos de vista, también organizativos. Por lo que prácticamente entre 1999, que yo entré, hasta febrero de 2008 se mantuvo un modelo de organización.

- **¿Por qué se fue entre septiembre de 2004 y diciembre de 2005?**

- Fui secretario general de Vocento. Me pidió la empresa que me hiciese cargo de la secretaría general de Vocento para hacer un cambio en la dirección después de cinco años. A mi me gusta estar en las direcciones de los periódicos cinco años. Lo mismo que estuve cinco años en la dirección de *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, de Bilbao, estuve cinco años de director de *ABC*. Porque yo creo que más tiempo es inútil, empieza a ser un tiempo basura a partir del quinto año. Y volví

porque el consejo de administración me pidió que volviera. Y después fui destituido, como es conocido, en el año 2008.

## **8.10. Entrevista a Bieito Rubido**

Bieito Rubido es director de *ABC* desde septiembre de 2010 hasta la actualidad. Anteriormente, fue director de *La Voz de Galicia* 2000 y 2006.

### **- ¿Cómo concibe las noticias que se pronuncian en futuro?**

- Por un lado, creo que hay situaciones muy concretas y puntuales de prospecciones que se hacen sobre qué puede ocurrir en determinadas áreas geográficas... qué se hace en Irak, por ejemplo. Por otro lado, el eco que nos hacemos los medios de comunicación de trabajos científicos, serios, rigurosos sobre cuestiones de la naturaleza, de la salud del hombre, estudios científicos en general. Y, finalmente, el tercer apartado, que a mi me parece el más interesante, que es la capacidad que hoy los periódicos, todos los medios de comunicación, pero sobre todo los periódicos en papel, en su competencia con el online, con la radio, con la televisión, con la inmediatez de los otros medios, tienen de intentar ir siempre... en lugar de contar lo que pasó, contando un poco más... Yo tenía un profesor que decía que hay que empezar a contar un 25% de ayer, un 25% de hoy y un 50% de mañana en el periódico del día.

### **- El futuro, por lo tanto, debe ser muy tenido en cuenta por los periodistas. ¿Cómo afrontan en ABC las noticias que prevén cosas que aún no han pasado?**

- Yo tengo experiencia, en ocasiones, de que cuando intentamos hablar del futuro estamos hablando de la no noticia; es decir, de cosas que no han ocurrido y que muchas veces son meras especulaciones. Te voy a contar una anécdota que ocurrió aquí en ABC. Alguien vino diciendo que en una emisora de radio que colaboraba con nosotros dijeron que se iba a celebrar una manifestación antiespañola con motivo de la final de la Copa del Rey entre el Athletic de Bilbao y el Barça. Yo me negué a publicarla. Me negué porque no le encontré... Es decir... ¿Qué es noticia? Noticia es un dato novedoso y relevante de algo que ha ocurrido y que el público no conoce. No cabe duda de que si tú tienes información de algo que con certeza va a ocurrir, lo tienes que dar. Pero en muchas ocasiones lo único que estás haciendo es intentar que ocurra algo que no ha ocurrido; es decir, que no... El caso concreto. Se va a celebrar una manifestación antiespañola. Coño,

¿quién lo dice? No... Lo convoca no sé quién... Mire usted, es la no noticia. No ha ocurrido y lo único que estamos es convocando nosotros. Pasaron unos meses y me dijeron que ahora ya era seguro, que estaba más cercano, dentro de quince días. Que no, que no la publico. El día que ocurra la voy a publicar. Quiero decir... Es que hay un riesgo muy serio de estar intentando...

**- Pero sí publicasteis que Rajoy comparecerá en el Congreso el 1 de agosto.**

- Porque eso era un dato que teníamos contrastado que iba a ocurrir. Como así ocurrió.

**- Hay que contrastar.**

- Sí. Probablemente aquí hay que aplicar el mismo criterio que con las noticias pasada. Es decir, uno de los rasgos más importantes o si no el rasgo más importante es que lo que cuentas sea verdad. Es lo más importante. Por ejemplo, aquí en Madrid hay un periódico que se edita en Madrid, que yo lo... vamos, tengo que seguir todos. Pero yo creo que debe llevar en un año 30 noticias importantes en portada, en primera página, que no son ciertas. Eso es espectacular. Decir que se ha robado el sumario de un gran caso y que no se haya robado o decir que un etarra está en un sitio y está justo en otro o decir que el fiscal llega a un acuerdo con el abogado defensor y no ocurre. Coño, eso son... Es que es acojonante. Porque yo pienso que si lo que cuenta no es cierto... de poco sirve.

**- Ha insinuado antes de la entrevista que sí es verdad que hay cierta competitividad por buscar esa última novedad y que muchas veces se incide en lo que va a pasar para diferenciarse. ¿Eso ocurre?**

- Sí, la diferenciación es lo más importante. Es muy importante que lo que cuentas sea verdad y también que eso que cuentas sea diferente. Hoy por hoy para mi es la obsesión más importante que tengo en *ABC*, que el periódico sea diferente, tener agenda propia y no seguir a rebufo. Como decía también un viejo profesor mío, es mejor acertar solo que equivocarse con todos. De ahí esa justificación de 'me equivoqué, pero como es lo mismo que dice El País o La

Razón'... Yo prefiero... Lo que pasa es que a mucha gente le tiemblan las piernas cuando vas con una línea que no van los demás, parece que eres un marciano.

**- ¿Una manera de diferenciarse es mirar hacia el futuro?**

- Sí. Hacer... Pero yo creo que efectivamente cada vez más los periódicos de papel, cada vez más anticipan el hecho que va ocurrir. El hecho cierto que va a ocurrir, pero que está ya... Las famosas historias... las previas... Empieza el curso político, pues cuáles son los diez grandes retos que se le plantean al presidente del Gobierno en este curso. Ese tipo de contenidos cada vez tienen más sitio y sobre todo en el periódico de papel.

**- ¿El comienzo de curso es un periodo especialmente dado a hablar del futuro?**

- Es un momento donde se hace prospección, donde se hace... El especialista que tienes... dice 'en el Parlamento puede ocurrir esto y esto o lo otro'. En economía, también.

**- Hemos notado un incremento de noticias que utilizan el futuro en septiembre, de hecho.**

- Es que yo creo que hay inflexiones en el año. Un momento puede ser septiembre, otro puede ser final de año y principio de año. Hay mojones a lo largo del año en los que se producen ese tipo de situaciones de balance y de prospección.

**- ¿Cómo organiza usted el trabajo en la redacción? ¿Cuántas reuniones convoca y quién acude a ellas? ¿Cambió el modo de organizar la redacción cuando usted llegó?**

- Yo creo que sí ha cambiado el modo de organizar. No sé muy bien cómo lo hacía mi antecesor. Yo lo he puesto en marcha por lo que yo siempre he conocido. Nosotros tenemos un consejo de redacción a las 11:00, que analiza el periódico del día y que además ya va a continuación planificando a través de cada jefe de área los contenidos del periódico del día siguiente. Se hace un anticipo, se hace una puesta en común, de tal manera que todos escuchamos procurando no ser

muy autocomplacientes las críticas que se hacen al periódico del día, lo que ha hecho nuestra competencia. Se pone en común entre todos los contenidos. Y a continuación, a partir de las 15:30-16:00 horas hay una reunión que es una especie de mesa permanente que está trabajando sobre página a página, donde ya se asigna el espacio a cada contenido. Eso ya lo hace un grupo reducido donde participa el director adjunto, los subdirectores y cada uno de los redactores jefes con el director de arte. A las seis tenemos una reunión para ver sobre una pantalla las páginas cómo van confeccionadas, qué lleva cada una. Ahí entonces vuelven a participar y vuelve a haber una puesta en común de todos los redactores jefes y ahí decidimos cuáles son nuestras apuestas de portada. Después, a parte de eso, tenemos tres comités distintos. Uno es el comité de lecciones aprendidas, que es una reunión que hacemos una vez al mes para analizar errores que hemos tenido y corregirlos. Ahí participan todos los redactores jefes.

**- ¿Jefes de sección no?**

- No hay jefes de sección. Aquí hay solamente una figura que es el redactor jefe, el jefe del área. Pero no hay redactor jefe y jefe de sección. Hay un redactor que es un jefe que manda en Economía o en Nacional o que manda en Deportes. No hay más. Hemos simplificado todo lo que hemos podido. Y yo creo que además tenemos que simplificar más todavía.

**- ¿Más reuniones?**

- Y después tenemos otra reunión que se hace también una vez al mes, que es un poco de mestizaje y ahí sí que invitamos a redactores normales a hablar un día también del periódico. Eso es básicamente lo que hacemos. Después hay un pequeño minicomité, que lo hacemos una vez a la semana, que es de los cuatro subdirectores más los adjuntos al director, que planificamos cosas de futuro.

**- ¿Los lunes suele ser?**

- Sí, los lunes.

- **¿Hay alguna reunión para planificar el fin de semana?**

- Sí, lógicamente. Es en la reunión de todos los días... Ya el lunes empezamos a planificar el fin de semana. El fin de semana se planifica toda la semana. Porque hay un responsable, un subdirector y un redactor jefe dedicados solo al fin de semana.

- **¿A qué obedece el diseño de la redacción?**

- Porque es mucho más operativo. Este diseño obedece a que no hay despachos. Esa figura del subdirector en un despacho ha desaparecido.

- **¿Los subdirectores están en la mesa del centro?**

- Sí, sí. Y entonces hay una circulación, un tráfico de la toma de decisiones y de la información mucho más eficaz. Funciona mucho mejor y lo hemos comprobado. De hecho, nosotros somos mucha menos gente que antes y estamos haciendo yo creo que un periódico muy bueno, por lo menos yo pienso que desde luego un periódico competitivo.

- **¿Cómo funciona esa mesa central en el día a día? ¿Los subdirectores van recibiendo gente continuamente?**

- El subdirector que lleva la apertura va convocando por orden a las secciones, al redactor jefe de cada sección. Y se sientan y van viendo los temas. Y un responsable de diseño está allí sentado con ellos para ver cómo se va dibujando la página. Y va por orden. Empieza a las 15:30 horas el de *Nacional* y así sucesivamente hasta que en torno a las 18:00 horas está todo el periódico dibujado entero.

- **¿La reunión de las 18 horas es allí también?**

- No, es aquí [en su despacho].

- **¿Cuál es para usted la sección más importante del periódico?**

- Para *ABC* la más importante sigue siendo la información nacional, lo que es política nacional.

**- ¿Por qué?**

- Porque, en contra de lo que digan, es la gran demanda de los lectores y de los ciudadanos.

**- ¿En las reuniones que tienen se habla también de las claves por donde pueden ir las cosas en el futuro?**

- Sí, sí. Vamos, yo... Abrimos mucho debate. Yo favorezco mucho que haya debate. Entonces, hemos tenido sesiones memorables. Por ejemplo, yo recuerdo cuando empezó el movimiento 15M nosotros hicimos sesiones intensas sobre si de verdad... Que conste que acertamos los que dijimos que no había nada debajo de eso. Pero había gente que creía que no, que había un gran movimiento. Ya han pasado dos años y se ha demostrado que no había nada. Ese tipo de análisis y de debates sí los tenemos.

**- Os podéis equivocar.**

- Sí, claro.

**- Y hay que reaccionar.**

- Sí. Un periódico es algo que se supera a sí mismo permanentemente. Mañana será otro periódico que supera al de hoy. Estamos siempre haciendo... No hay un ejercicio de más superación que el periodismo.

**- ¿Es parte de la función del periodista considerar las cosas que pueden pasar?**

- Sin duda alguna. Es más, yo creo que ese es uno de los valores por los que nos van a premiar o a castigar en los próximos años. Si podemos o no podemos anticipar cosas que el ciudadano... ¿Por qué te va a dar un euro treinta el ciudadano si no es por que le aportes valor? Y el valor va a estar en gran parte en esa capacidad de anticipación.

- **¿Influyen los recortes, la expulsión de periodistas sénior de las redacciones o el apabullamiento tecnológico en que el periodista tenga menos capacidad de análisis que antes y por lo tanto de prospección?**

- Los redactores sénior... Es cierto que algunas redacciones se han descapitalizado. Algunas, no todas. Dicho sea de paso, en ABC se ha descapitalizado en ocasiones y otras veces lo que se ha hecho es una cirugía necesaria; es decir, había mucho anquilosamiento y había gente que venía aquí a cumplir –vamos, digo aquí, a las redacciones– un horario y se marchaban. Las cosas como son. Los buenos-buenos uno nunca deja que se vayan. Yo no creo que haya... Sí quizá hay una inmediatez que genera una cierta ansiedad, que es esto de la inmediatez de Internet, de las redes sociales, de que tenemos que estar contando inmediatamente... Y que ahí probablemente falta más pausa y más reflexión. Pero no soy especialmente apocalíptico al respecto. No creo que vaya a pasar nada especial.

- **También tiene cosas buenas esta situación.**

- Claro que sí.

- **¿Usted exige a sus periodistas que contrasten su información cuando ésta habla de futuro de algún modo especial? ¿Se mete en su trabajo para asegurarse de que eso está bien contrastado?**

- Nosotros trabajamos con un principio que se llama el principio de confianza. Es decir, tú te fías de la gente que está trabajando en la redacción. Lo que sí insistes mucho evidentemente es en que cuando son informaciones muy vidriosas, muy críticas, con una enjundia y una trascendencia tu exiges que hay por lo menos un doble contraste, cuando no un triple. Y se insiste mucho en eso. Tú piensa que un periódico a lo largo del año son miles y miles de actos periodísticos, de decisiones que se toman y solo trascienden algunos que salen mal. Pero de aquí y para hacer un periódico de 86 páginas o más de 90 o 120 todos los días hay mucha gente tomando decisiones. El 95% de lo que sale, sale correctamente. Hay un margen inevitable porque manejamos algo tan caótico como es la actualidad. Y la actualidad como te digo es caótica, no tiene horas, es complicado a veces ser muy riguroso con la inmediatez.

