

Carta a nuestros lectores

La revista latinoamericana de comunicación aborda ahora en su artículo de portada el comportamiento de los medios durante las elecciones presidenciales de noviembre de 2004 en los Estados Unidos. La coyuntura permitió a la ecuatoriana María Helena Barrera-Agarwal -desde Nueva York- reflexionar sobre el papel que jugaron prensa, radio, televisión y la web en una elección que, aunque no fue controvertida como la de hace cuatro años, despertó interés universal. Junto con los candidatos en lisa, los medios volvieron a ser protagonistas en un contexto en el que las nuevas tecnologías les asignaron formas inéditas de comunicar y transmitir mensajes.

El argentino José Steinsleger -desde México- contribuyó a la tribuna abierta por Chasqui desde hace algunos números, para recoger diferentes criterios sobre la labor cumplida por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en sus primeros 45 años de vida. El autor destaca el papel trascendental jugado por el CIESPAL a lo largo de su vida académica, en la comprensión de la importancia de la comunicación para el desarrollo, y la necesidad urgente de hacer prensa, radio y televisión con calidad suprema.

Tras 14 años de democracia en Chile, la figura del exdictador Augusto Pinochet vuelve a los titulares, pero ahora como consecuencia de su responsabilidad en la violación de los derechos humanos durante el régimen que encabezó, así como por los recién descubiertos entretelones de corrupción durante su mandato. Los medios de comunicación han tenido un papel protagónico en este "baño de verdad", y el periodista ecuatoriano Juan Jacobo Velasco -desde Santiago de Chile- desarrolla el tema con precisión.

Abordamos el accionar de la prensa escrita desde dos vertientes disímiles: el crecimiento de los diarios sensacionalistas de Perú y el fenómeno de EL PAÍS de España, que desde 1978 no abandona su posición de liderazgo en una sociedad exigente en cuanto al material impreso que diariamente lee.

En cuanto a la radio, ponemos a consideración un tema de enorme actualidad: el de su moderno desempeño, en lo que tiene que ver con los instrumentos y rutinas de trabajo, como consecuencia de la aplicación de las nuevas tecnologías.

Por fin y en lo relacionado con la televisión, analizamos el repentino "boom" de los documentales como mecanismo para transmitir a enormes audiencias, no solo información sobre una gran variedad de temas, sino sobre cuestiones políticas, a fin de influir en los electores mediante un crudo realismo y un ataque directo, lejos de la reverenciada imparcialidad y objetividad.

Otros temas de este número se refieren al futuro de las organizaciones como fenómeno comunicacional, las nuevas realidades del cine digital que ha archivado usos y costumbres que estuvieron vigentes durante casi un siglo, y el potencial de la autopista de la información para facilitar la gestión pública y municipal en favor de los usuarios.

En el pliego central de esta edición de Chasqui aparece un cuestionario dirigido a los lectores de nuestra revista. Anticipamos nuestros agradecimientos a todos quienes nos lo remitan con las respuestas correspondientes.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

N° 88 Diciembre 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigüe,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la Red de Revistas Científicas de América Latina y

el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

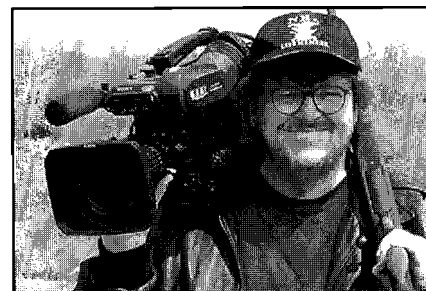
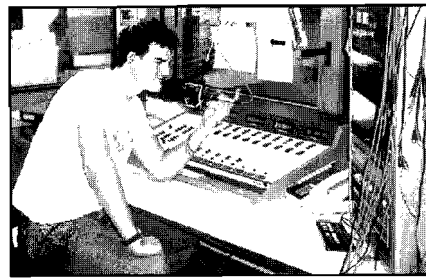
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



Contenido

Portada

- 4** **Elecciones en Estados Unidos, Telenovela de los medios**
María Helena Barrera-Agarwal

Opinión

- 14** **CIESPAL, 45 años**
José Steinsleger

Ensayos

- 18** **Pinochet frente a los medios**
Juan Jacobo Velasco
- 26** **Información, comunicación y globalización, El quinto poder**
Ignacio Ramonet
- 31** **Sobre el quinto poder y el Observatorio de Medios**
Mauro Cerbino

PRENSA

- 32** **La prensa “chicha” en Perú**
Mónica Cappellini
- 38** **Circuló la edición número 10.000, EL PAÍS de Madrid y su liderazgo**
Juan Varela

RADIO

- 46** **El trabajo del periodista de radio**
Jon Murelaga Ibarra

TELEVISIÓN

- 56** **El boom de los documentales**
Ángel Rodríguez Kauth

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

- 62** **Las organizaciones redefinen su futuro**
Marcelo Manucci

INFORMÁTICA

- 68** **Descubriendo el cine digital**
Carlos Cortés
- 74** **Internet en la gestión pública y municipal**
Francisco Ficarra

LENGUAJE

- 80** **Errores comunes en el lenguaje periodístico: De roles, mitos y términos**
Juan M. Rodríguez

- 82** **Periscopio Tecnológico**

- 86** **Bibliografía sobre Comunicación**

- 92** **Actividades del CIESPAL**

Circuló la edición número 10.000

EL PAÍS de Madrid y su liderazgo



Juan Varela

EL PAÍS de Madrid acaba de publicar la edición 10.000, luego de más de 28 años como líder indiscutible de la prensa en España y altavoz y lucero corporativo de un grupo de comunicación que dispone un universo propio de productos e ideas para una audiencia fiel como pocas.

Desde su aparición el 4 de mayo de 1978 como *diario independiente de la mañana* (al que se añadía

la *muletilla que sale por las tardes*, dado sus problemas con el cierre) ha sido el gran renovador del periodismo en España y un referente imprescindible para toda la información en español.

Con *EL PAÍS* nació una forma nueva de hacer periodismo: sobria, de calidad, informativa, profesionalizada, que ha marcado a periodistas y lectores.

“*EL PAÍS* se esfuerza por presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, in-

Juan Varela, español, periodista, consultor y editor del portal de comunicación Periodistas 21 (www.periodistas21.blogspot.com), weblog Premio Deutsche Welle.

Correo-e: juan-varela@telefonica.net

Con *EL PAÍS* nació una forma nueva de hacer periodismo

terezante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio”, dice su Libro de Estilo.

Guiño europeísta

Con esas ideas, sumadas a la separación nítida de información y opinión, arrancar por la sección de Internacional en un claro guiño europeísta, o abrir un espacio al área de Sociedad separado de la política, fueron sus primeras señas de identidad y supusieron la gran renovación del periodismo español.

Nació como *intelectual colectivo*, tal como lo definiría el filósofo José Luis Aranguren, y se ha convertido en líder y motor de una de las industrias culturales más importantes del mundo hispano.

Surgió de las profundidades del tardofranquismo como tribuna de los aperturistas del régimen y se convirtió en el diario político por excelencia, intérprete y vocero de la voz de los políticos y del grito de los ciudadanos. Fraguó una tan estrecha relación con los políticos, especialmente los socialistas, que muchos de sus periodistas se han sentido y se sienten no ya informadores, sino coautores y protagonistas de la transición política y de la vida pública española de estos años.

EL PAÍS se colocó en el centro de la transición y ordenó el tráfico de las ideas y de la renovación democrática.

Su misma existencia fue noticia en aquellos años convulsos, que van de la muerte de Franco a las primeras elecciones democráticas de 1977. El resto de

los medios españoles comenzó a observar y a hablar de *EL PAÍS* cuando informaban de las idas y venidas de sus accionistas. A través de esas mudanzas relataban los cambios de peso de unos y otros —falangistas, derecha burguesa, democristianos, liberales— en la evolución del Régimen (como se llamaba entonces a la dictadura), y desde entonces no han dejado de atender a los vaivenes y existencia del diario.

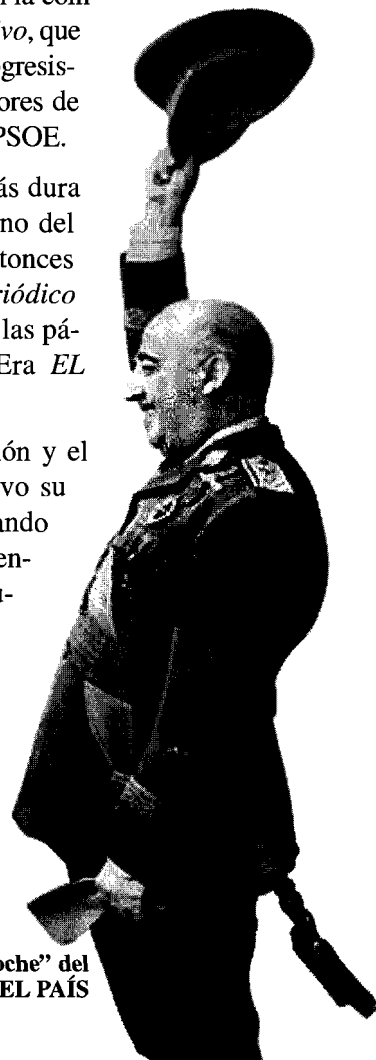
Filiación política

La faceta más controvertida de *EL PAÍS* es su filiación política. Muchos piensan que en la relación entre el PSOE y el diario, quien lleva las riendas no es el partido, sino el periódico. Los años, las relaciones entre unos y otros, que han llegado a su culmen con el actual gobierno de Rodríguez Zapatero, en el que casi todos los responsables de prensa provienen de Prisa, avalan la tesis.

Otros, siguiendo las palabras de Aranguren, no la niegan, pero atribuyen la coincidencia a ese *intelectual colectivo*, que estaría nutrido de las clases progresistas bien pensantes que son lectores de *EL PAÍS* y votantes o afines al PSOE.

El diario vivió su época más dura durante los 14 años de gobierno del socialista Felipe González. Entonces se labró su sambenito de *periódico gubernamental* alimentado en las páginas de sus competidores. Era *EL PAÍS* contra todos.

La crisis entre la publicación y el resto de la prensa nacional tuvo su peor momento en 1985, cuando publicó un informe sobre la prensa, en el que desvelaba las deudas del resto de medios nacionales —nacidos antes de la democracia— con Hacienda y la Seguridad Social. Todos lo tomaron como una traición y acusaron de *soberbia* al diario dirigido por Cebrián.



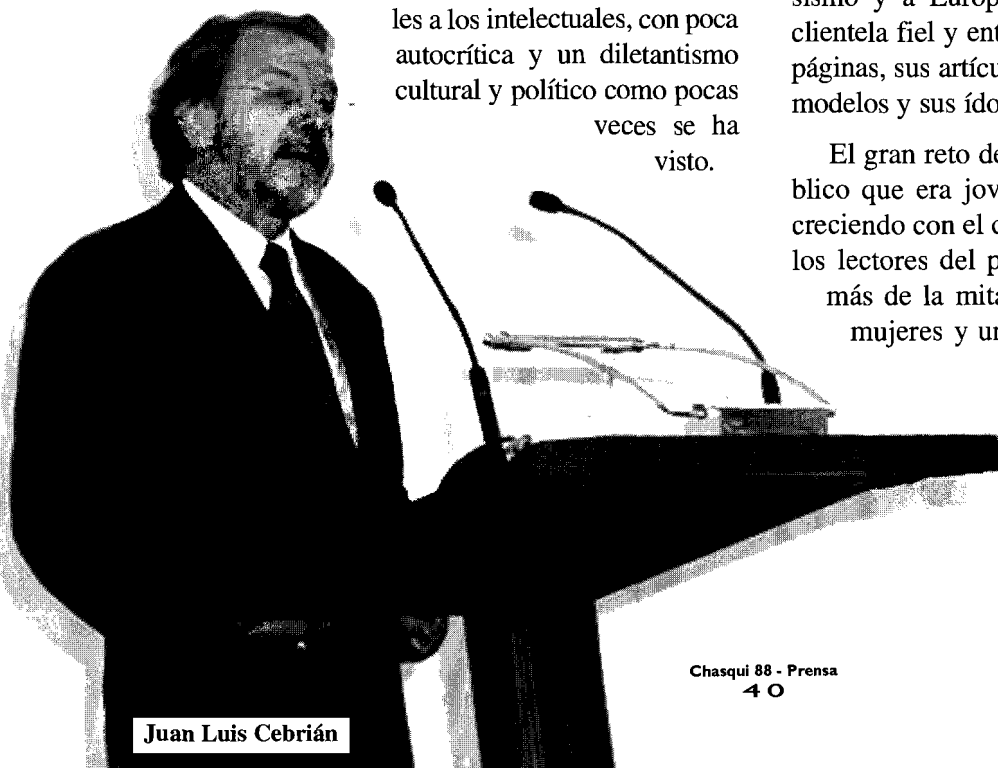
EL PAÍS se amplía

Durante esos años, Prisa compraría la *Ser*, la cadena de radio entonces líder y que ha seguido ganando audiencia, lanzaría la televisión de pago Canal Plus después de no haber logrado una licencia en abierto y ampliaría sus suplementos temáticos, su revista dominical y sus ediciones regionales.

El escándalo de la guerra sucia contra el terrorismo acabaría con el *felipismo*, derrotado en las urnas en 1996, y daría paso a un duro enfrentamiento del diario con el Partido Popular y los gobiernos de José María Aznar, que acabaría con Polanco y Cebrián declarando ante los tribunales por el caso Sogecable, una causa por irregularidades contables de la que quedarían absueltos años después.

Un lector típico de *EL PAÍS* vive hoy en el universo Prisa: escucha la *Ser*, ve *Canal Plus* (televisión convencional de pago), es muy posible que esté abonado a *Canal Satélite* (televisión satelital de pago), muchos leen el diario deportivo *As* y algunos, el económico *Cinco Días*. Pero sobre todo leen los libros de Santillana, Alfaguara o Alianza (muchos han sido educados con sus libros de texto), ven las películas y escuchan la música que produce y distribuye este gran leviatán de la comunicación en España.

Esos lectores fieles son los que forman una clientela que consume a gusto todos los productos Prisa, de los materiales a los intelectuales, con poca autocrítica y un diletantismo cultural y político como pocas veces se ha visto.



Juan Luis Cebrián

Un diario que es referencia

Jesús Polanco y Juan Luis Cebrián, el empresario y el periodista que se hicieron con el poder del diario tras su fundación por un grupo heterogéneo de accionistas, pueden estar contentos. Los logros son muchos y el mayor es que un par de generaciones de españoles han crecido con *EL PAÍS* como referencia periodística, política y vital imprescindible.

Actor político y oráculo sociocultural. Son las dos caras de este Jano de la comunicación que subió pronto al Olimpo de la prensa española. Apenas dos años después de su lanzamiento ya era líder y no ha dejado ese puesto desde entonces.

Lo mejor de *EL PAÍS* es la fidelidad de sus lectores. Su íntima relación con el diario, el núcleo del éxito comercial y editorial de un periódico. Nadie como *EL PAÍS* ha conseguido nunca en España crear una comunidad tan poderosa, un maridaje vital y periodístico tan íntimo y fuerte con una generación de ciudadanos.

El diario ha sabido representar, como pocos, la reforma y el futuro de los que hablaba en el editorial de su primer número para aunar lectores y ciudadanos en su derredor. Una relación que Prisa ha sabido exportar con éxito al resto de su multimedia.

EL PAÍS nació para abrir los ojos de los españoles a la transición democrática, a las libertades, al progreso y a Europa. Hoy batalla por mantener una clientela fiel y entregada, que se ha formado con sus páginas, sus artículos, sus firmas, sus referencias, sus modelos y sus ídolos a lo largo de estos 28 años.

El gran reto del diario es evolucionar con un público que era joven cuando apareció y que ha ido creciendo con el diario. En 1978, el 71 por ciento de los lectores del periódico tenía menos de 35 años, más de la mitad eran solteros; el 38 por ciento, mujeres y un 45 por ciento era favorable a un socialismo moderado.

Hoy, solo el 30 por ciento de los lectores es menor de 35 años y casi un 40 por ciento tiene más de 45 años. Las mujeres son algo menos del 41 por ciento. Sus

lectores son todavía más jóvenes que la media de los de prensa y atrae a algunas mujeres más.

Lectoría fiel

El dato más extraordinario es la fidelidad. El 45 por ciento de los lectores de *EL PAÍS* dice leerlo desde el primer día.

Entre esos fieles está el ejemplo del actual presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, que públicamente ha recordado que lee el diario desde su lanzamiento. Con *EL PAÍS* bajo el brazo conoció a su mujer en sus años universitarios y desde entonces ambos son fieles al periódico.

Pocos diarios pueden presumir de una relación así, rayana en el fetichismo.

Jesús Polanco, dueño y presidente del imperio, es el único auténtico *media mogul* español pese a los intentos de José María Lara, dueño de la poderosa editorial Planeta, *Antena 3 TV*, la radio *Onda Cero* y el diario *La Razón* por alcanzarle. Otros lo intentaron antes y nadie lo ha logrado.

Ningún empresario de la comunicación español tiene la proyección de a quien se ha llamado con sorna y metáfora religiosa *Jesús del Gran Poder*, a imitación del Cristo del mismo nombre, una de las imágenes más veneradas de la Semana Santa sevillana. El mote se atribuye a Alfonso Guerra, líder socialista y ex vicepresidente del Gobierno.

El diario de Jesús Polanco, presidente de Prisa, y de Juan Luis Cebrián, fundador, primer director y consejero delegado, transita en estos primeros años del nuevo siglo en la mejor de las tesituras:

- Es el líder de la prensa de información general en difusión y audiencia con más de dos millones de lectores y 475 mil ejemplares vendidos. Supera en más de 170 mil ejemplares al segundo: *El Mundo*, el diario que nació como anti *EL PAÍS*.
- Ha consolidado su posición de diario de referencia y modelo de calidad entre la prensa española. Si *EL PAÍS* tiene una clientela fiel son los periodistas. La *paisitis* es



PRISA en la web

**El 45 por ciento
de los lectores
de EL PAÍS dice
leerlo desde
el primer día**

EL PAÍS

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

El mundo a los 10 años
Alemania, quince años después
Visita por el aniversario de Al Qaeda

Al Qaeda usó la red española para sus grandes ataques en todo el mundo

La célula peruana de Bin Laden estuvo cerca a los sucesos del pasado 11-M

El atentado de la Gran Gota en Filipinas



EL PAÍS

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

Todos los indicios señalan a Al Qaeda

La policía destaca en Madrid a los surocoreanos y otros indios en relación con el 11-M

Los indios coreanos fueron los principales sospechosos del atentado del 11-M. La policía ha destacado a los surocoreanos y otros indios en relación con el 11-M. Los indios coreanos fueron los principales sospechosos del atentado del 11-M. La policía ha destacado a los surocoreanos y otros indios en relación con el 11-M.

EL PAÍS

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

Zapatero acusa al Gobierno de Aznar de un "engaño masivo" tras el 11-M

El ministro de Justicia, Juan José López Ufarte, acusa al Gobierno de Aznar de un "engaño masivo" tras el 11-M.

El ministro de Justicia, Juan José López Ufarte, acusa al Gobierno de Aznar de un "engaño masivo" tras el 11-M. El ministro de Justicia, Juan José López Ufarte, acusa al Gobierno de Aznar de un "engaño masivo" tras el 11-M.



Un juez ordena el arresto domiciliario de Pinochet por secuestro y asesinato

Un juez ordena el arresto domiciliario de Pinochet por secuestro y asesinato. Un juez ordena el arresto domiciliario de Pinochet por secuestro y asesinato.

vota bajo me atentado oria



FUNERALES

una enfermedad propia del informador español, cuyos síntomas son la ansiedad por leer lo que publica el diario y estar alerta a las noticias de la *Ser*. La *paisitis* conduce a una concepción unívoca del periodismo, a la aceptación ciega de un solo modelo de diario y la convicción de que la única verdad aparente viene publicada cada mañana en el diario de la calle Miguel Yuste.

• *EL PAÍS* ha superado a algunos de sus modelos en influencia, éxito comercial y adaptación a los tiempos: *Le Monde*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *The Guardian* ... luchan por el liderazgo y la supervivencia mirando al alumno aventajado y crecido de reojo.

• Ha consolidado una estructura multimedia poderosísima que domina la radio convencional (*Ser*) y la radiofórmula musical (Los 40), la televisión de pago (Canal Plus y Canal Satélite), explota una cadena de televisiones locales (Localia) y es el principal grupo

editorial español (Grupo Santillana), posee el segundo diario deportivo nacional (As) y el segundo económico (Cinco Días) y ha intentado montar, sin éxito, una cadena de diarios locales.

Fiesta por partida doble

Los 10.000 primeros números de *EL PAÍS* se celebran con el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el poder. Los votos de uno y la difusión y audiencia de los otros tuvieron su último empujón con los meses finales del gobierno del conservador José María Aznar.

El ejecutivo del Partido Popular comenzó a hundirse con el Prestige, el petrolero naufragado frente a las costas de Galicia que provocó la mayor marea negra de la historia. Siguió con una polémica reforma de la educación, que acentuaba aspectos como la enseñanza de la religión en las aulas y recibió su puntilla final con los atentados terroristas del 11 de marzo en Madrid, después de la tensión de participar

en la invasión de Irak con una gran mayoría de la opinión pública (más del 80 por ciento, según diversas estadísticas) en contra.

PSOE y periódico aprovecharon la ola cívica que desalojó a los populares del poder el 14 de marzo pasado. El PSOE de José Luis Rodríguez Zapatero fue el partido más votado y *EL PAÍS* rompió todas las marcas de difusión de la prensa en España.

Las simpatías mutuas comenzaron pronto, ya en las elecciones del 77, cuando el diario se decantó claramente por los socialistas. Después fue el martillo de los gobiernos de Adolfo Suárez y recibió la mayor alegría con la victoria del PSOE de Felipe González en el año 82, tras el intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, cuando una edición especial del diario titulada *EL PAÍS con la Constitución* llegó hasta el Congreso, donde los diputados estaban secuestrados por los golpistas.

Siempre se ha identificado al diario como conservador en economía, de centro izquierda en lo político y más radical en los temas sociales

La gente se arremolinaba en la calle para leer el periódico y en los estados mayores de los cuarteles se supo entonces que la intentona involucionista había fracasado.

Muchos creen que no hay vida artística, intelectual o en el mundo del espectáculo fuera de Prisa. Incluso algunos de sus referentes intelectuales y accionistas se quejan de este monopolio de las ideas. El catedrático y accionista José Luis Abellán se quejaba hace unos años de que “muchos libros importantes no aparecen y ello en función de las editoriales que los publican”.

Lo que ha querido ser

Ni libros, ni películas, ni música, ni personas, ni ideas. *EL PAÍS* ha querido ser siempre dos cosas sobre cualquiera otras:

- una institución, como ya adelantaba en su primer editorial;
- y la referencia *progre*.

Las referencias *progres* —como se ha dado en llamar a una cierta izquierda socialdemócrata, burguesa y correcta políticamente— han estado siempre en

el lado de las ideas, los asuntos de la sociedad y la vida cotidiana, y en la cultura. Y allí las situó *EL PAÍS* desde el principio. Dos secciones se convirtieron en sus faros y amplificadores: Sociedad y Cultura.

Siempre se ha identificado al diario como conservador en economía, de centro izquierda en lo político y más radical en los temas sociales y en las ideas. Comenzó defendiendo los estertores del 68 y a la izquierda intelectual de aquellos años. Después fue el diario de la *beautiful people* —las nuevas clases adineradas de la democracia que unían a tecnócratas, arribistas y ricos de siempre remodelados— y se ha instaurado como el órgano oficial de funcionarios y clase media.

EL PAÍS surgió identificado con una nueva España y unos nuevos lectores que han ido creciendo con el diario. Pocos diarios tienen tal identificación con su público como la que el diario de Prisa mantiene.

La prensa ha dejado gran parte del camino expedito al diario de Polanco y Cebrián. Hace ya mucho tiempo que no hay ninguna iniciativa de diario nacional de centroizquierda. Mientras el territorio de la derecha está competido, *EL PAÍS* disfruta desde el año 1992 (cierre de *El Sol*, último intento nacional de competencia progresista) de un territorio virgen.

Solo en Barcelona y en alguna otra capital existen medios de centroizquierda. Pero son locales o regionales, ninguno con ambiciones nacionales.



Jesús Polanco, dueño y presidente del imperio PRISA, es el único auténtico *media mogul* español, llamado *Jesús del Gran Poder*



Tras el 11M, EL PAÍS y los diarios de la competencia condenaron el crimen

Paraíso de audiencia

El territorio de *EL PAÍS* es un paraíso de audiencia, comercial y editorial en el que solo esporádicamente se introduce *El Mundo* en uno de sus bandazos tácticos. Pero los tiempos de la pinza pasaron y ya casi nadie cree al periódico de Pedro J. Ramírez cuando se pasea por su lado izquierdo.

El Mundo nació como anti *EL PAÍS* y ahí sigue. Son dos diarios, nacidos con 13 años de diferencia (*El Mundo* salió en 1989) que pelean por el mismo puesto de referencia periodística, política y sociológica. Uno a la izquierda, el otro a la derecha. Uno desde el *establishment* democrático y el otro con la bandera del inconformismo y la agresividad informativa.

EL PAÍS ha hecho muchas cosas bien. De ahí el seguidismo y las envidias. Y también muchas mal.

- Fracaso en Internet: solo 40.500 suscriptores de pago en dos años y muchos de ellos producto de suscripciones corporativas y promocionales con otros medios del grupo.

- Impotencia en la prensa local, donde no ha conseguido montar la cadena de diarios que ha intentado en varias ocasiones. Sus ediciones regionales tampoco han dado grandes resultados.

- Marcha atrás en la expansión internacional del diario: ediciones de México, Argentina, etc., mientras avanza con los libros de Santillana y la radio, sobre todo en Colombia y los Estados Unidos.

- Maridaje del periódico con el PSOE, que ha llevado al absurdo de que prácticamente todos los puestos de comunicación del nuevo Gobierno de Rodríguez Zapatero estén ocupados por periodistas de Prisa.

- Incapacidad para regenerarse: enterramiento de las conclusiones de la investigación interna de hace un par de años, esclerosis en la dirección, escaso avance del modelo periodístico y un inmovilismo que pesa en las ideas y todavía no en las ventas, gracias a los éxitos de las promociones y la coyuntura política.

- Falta de independencia política y editorial.

- Y, sobre todo, sometimiento y uso del diario como bastión de un monopolio cultural y mediático.

¿EL PAÍS, una amenaza?

Lo peor de *EL PAÍS* es que hoy es una amenaza para el pluralismo informativo y cultural. El diario está atrapado en un universo propio, donde solo existe su cultura, sus pensadores afines, sus escritores que publican en sus editoriales, sus directores y actores de sus productoras y televisiones, sus cantantes y músicos de sus discográficas.

Y sigue la lista.

El desafío de *EL PAÍS* es reinventarse sobre lo mejor que tiene para no anclarse en lo peor.

Necesita una fuerte reconversión, como la que en su día hizo *The Manchester Guardian* para llegar

EL PAÍS ha hecho muchas cosas bien y también muchas mal

a ser *The Guardian*, la reinención de *The Washington Post* de un diario local a un gran diario de capital con proyección internacional, la agitación de *La Repubblica* sin Eugenio Scalfari en la dirección, la dura lucha de *The New York Times* por ser el mejor diario del mundo a golpe de error y autocrítica.

EL PAÍS tuvo éxito rápidamente porque se encontró en el lugar adecuado en el momento oportuno, decía el editorial de aniversario. *EL PAÍS* tuvo su momento y lo aprovechó. Apostó por todo lo que entonces era necesario tras la dictadura: reforma política, integración en Europa, democratización y avance hacia una sociedad civil moderna, y acertó.

La defensa de la libertad de información frente a la tendencia del poder a condicionarla fue otra señal de identidad fundacional que cada día nos esforzamos por aplicar.

Comunión EL PAÍS -PSOE

El tiempo ha dado la vuelta a la frase. La comunión entre el diario y una parte de la izquierda aglutinada alrededor del PSOE es tan fuerte que los dirigentes del partido de hoy ven a *EL PAÍS* como su inspiración y su oráculo.

EL PAÍS ya no teme al resto de la prensa, a la que domina y, sobre todo, controla desde una cómoda posición de liderazgo. Solo en su territorio, como un rey antiguo, ve las luchas de la otra orilla con tranquilidad y satisfacción.

Sus dos grandes pesadillas: Internet y los gratuitos.

Desde ambos medios se tambalea el futuro de *EL PAÍS*. Ambos conectan con los jóvenes, son incontrolables por el entramado PRISA y los grandes grupos y desafían las viejas convenciones de la prensa y la información.

Por eso son el monstruo bicéfalo que ha atormentado a Juan Luis Cebrían los últimos años.

Lo más difícil es conectar simultáneamente con lectores pertenecientes a distintas generaciones.

Lo saben. Está por ver cómo afrontarlo en los próximos 10.000 números. ●

¿EL PAÍS se autocensura?

En diciembre de 2004 los medios especularon sobre la posibilidad de que el diario de Madrid haya ejercido una muy común forma de censura, al interior de sus filas, en este caso, en contra de quien escribió la reseña de un libro publicado por una de las filiales del gran conglomerado empresarial PRISA del cual forma parte EL PAÍS.

Todo comenzó luego de que el escritor vasco Bernardo Atxaga publicara *El Hijo del Acordeonista* con el sello de la editorial Alfaguara perteneciente al Grupo PRISA. Ignacio Echevarría comentó el libro para Babelia, el suplemento cultural del diario y entre otras cosas dijo: "resulta difícil sobreponerse al estupor que suscita la lectura de esta novela. Cuesta aceptar que, a estas alturas, se pueda escribir así".

Carta de Echevarría

La crítica de Echevarría fue publicada el 4 de septiembre de 2004. Desde entonces, no apareció ningún otro comentario suyo en el suplemento. Echevarría consideró el hecho como un acto de censura y el 9 de diciembre envió una carta a Lluís Bassets, director adjunto de EL PAÍS, señalando:

"La publicación de la reseña provocó en la dirección del periódico una fuerte conmoción, que se tradujo de inmediato en un pautado despliegue de artículos, entrevistas y crónicas que, en conjunto, apuntaban tanto a paliar y neutralizar los posibles efectos de la reseña como a compensar a Bernardo Atxaga por los perjuicios de todo tipo que ésta pudiera acarrearle.

"Yo mismo quedé consternado, y más expuesto que nunca a las dudas de siempre, que me asaltaron con especial crudeza. ¿Tiene sentido ejercer la crítica en un medio dispuesto a desactivar los efectos de la misma y a desautorizar a su propio crítico? ¿Tiene sentido tratar de hacer una crítica más o menos exigente e independiente en un medio que parece privilegiar y defender a ultranza, sin el mínimo decoro, los intereses de una editorial que pertenece a su mismo grupo empresarial?"

"Pero lo que me preocupa de verdad es que EL PAÍS... pueda ejercer de un modo abierto la censura y vulnerar interesadamente el derecho a la libertad de expresión, del que tan a gala tiene ser defensor y valedor. Eso, y no otra cosa, es lo que se desprende de la resolución de vetar a un antiguo colaborador por el solo motivo de haber manifestado contundentemente, sí, pero también argumentadamente, su juicio negativo acerca de una novela".

Concluyó manifestando que tomaba la iniciativa separarse del diario y despedirse de los lectores de EL PAÍS que habían seguido su empeño del ejercicio de la crítica.

Respuesta de Bassets

En una escueta respuesta reseñada el 19 de diciembre por Periódistas21, Bassets dijo: "un periódico tiene la credibilidad que le dan sus lectores. Que la crítica está mediatizada por los intereses editoriales del grupo empresarial es una opinión que no comparto".