

EN PLÁTICA CON LA JORNADA
ANALIZA LA SITUACIÓN DE CRISIS QUE
ENFRENTA LA PRENSA ESCRITA,
PARTICULARMENTE EL PAÍS Y AUGURA LA
MUERTE DEL GRUPO PRISA, MAS
NO DE LAS MARCAS

Internet es una nueva ocasión para estar cerca de los lectores

UN ERROR, ESTAR MÁS ATENTOS AL PODER O AL CAPITAL DE LOS MEDIOS

CLAUDIA HERRERA BRITÁN

La entrevista con Gumersindo Lafuente se pactó en Twitter, nada de llamadas telefónicas ni correos electrónicos. A principios de octubre aún era director adjunto de *El País* y junto con su equipo llevó a *elpais.com* a ser el número uno en España, lo mismo que hizo con *elmundo.es* unos años atrás. Es un excelente historial que no es obstáculo, al contrario, parece ser la característica, para que se mueva en el periodismo y en las redes sociales con la agilidad de esas arañas en las que —asegura— tienen que matar los dinosaurios de la prensa.

En la plática con *La Jornada* analiza la situación de crisis que enfrenta la prensa escrita, particularmente *El País* y augura la muerte del Grupo Prisa, más no de las marcas, entre las que se encuentra el diario que dejó el 4 de octubre tras tres años de coordinar el puntocom. "El drama de *El País* es que ha sido un periódico que ha ganado mucho dinero y ahora cuando necesita reinventarse en cinco años no lo tiene por las torpezas de gestión de la compañía propietaria del periódico. *El País* se merecía poder tener ese dinero para poder hacer la travesía en el desierto, pero no lo tiene y es una pena. Ese dinero se ha esfumado en otros negocios del Grupo Prisa".

Símbolo de la libertad

Lafuente participó en la ciudad de México en el Encuentro nuevos cronistas de Indias 2, organizado por la Fundación Nuevo Periodismo de Gabriel García Márquez, y en un receso, el viernes pasado habla abiertamente de sus diferencias con la política editorial de *El País*, sobre todo del tratamiento de algunos temas de la monarquía española y de la política en América Latina. "Es probable que *El País* se haya institucionalizado tanto que se haya convertido en un periódico muy alejado de lo que fue en su nacimiento. Era un símbolo de libertad, de progreso, de la alegría por estar en una sociedad nueva, algo con lo que mucha gente se quería identificar. Incluso lo llevaban debajo del brazo como una bandera".

Al principio de la conversación aborda el período de incertidumbre, la "crisis de identidad", como define el período que viven los grandes medios en el mundo, en España y en Latinoamérica y más que plantear un panorama desolador, lo ve como una oportunidad para acercarse a los lectores más que a los poderes, con los que dice se está más cómodo. Su apuesta es por Internet, aunque el modelo de negocios no está resuelto, porque implica aprovechar escenarios muy poderosos para comunicar los mensajes.

"En México probablemente los procesos están más retrasados pero no se pueden engañar los empresarios de la prensa. Lo que ha pasado en Estados Unidos y lo que está pasando en Europa va a ocurrir en México antes o después". A continuación algunos extractos:

—En México algunos consideran que la crisis no ha sido tan fuerte por el fuerte subsidio que dan los políticos a la prensa y que provoca la existencia artificial de diarios.

—En España los medios convencionales han vivido los pasados 20 años en la misma burbuja económica e inmobiliaria que ali-

mentaba a los diarios a través de las cajas de ahorros, los ayuntamientos y los gobiernos regionales controladas por políticos.

"En el ámbito digital los medios son más económicos que mantener. No sé si en México ocurre, pero en España se dio una situación que provocaba muchas peleas entre los medios. En el gobierno de turno daba las licencias de televisión y de radio, y eso ha desprestigiado mucho a la prensa en España, porque las peleas por conseguir esas licencias han provocado una pérdida de prestigio de los periódicos que mantenían esas pugnas."

—Algunos se asustan con este escenario de incertidumbre.

—Tuviéramos una época antes de la llegada de las redes en la que los periodistas estábamos más cerca del poder que de la gente por muchos motivos. Ni siquiera son todos negativos, algunos son simplemente por pura comodidad, se está mejor, se está más caliente. Es menos complicado estar cerca de los poderes y me refiero a una multiplicidad, son poder político, económico, etcétera; en México supongo que el poder de los delincuentes. Ahora en Internet todo es mucho más abierto. Los medios han perdido la exclusividad de la intermediación, muchas historias se ponen en la agenda, porque nacen en las redes sociales.

—¿Qué del periodismo tradicional supiere conservar?

—Hay que conservar la obsesión por el rigor, la comprobación de las fuentes y no perder nunca el sentido de servicio público del oficio del periodista. No sé qué ocurre en sus medios, pero la información en tiempo real se ha puesto en manos de periodistas muy jóvenes, con poca experiencia y normalmente muy mal pagados. Cuando hacer información en tiempo real de calidad es algo extremadamente complicado que necesita de periodistas con mucha experiencia. Eso no lo puede hacer por muy listo que sea un chaval de 24 años.

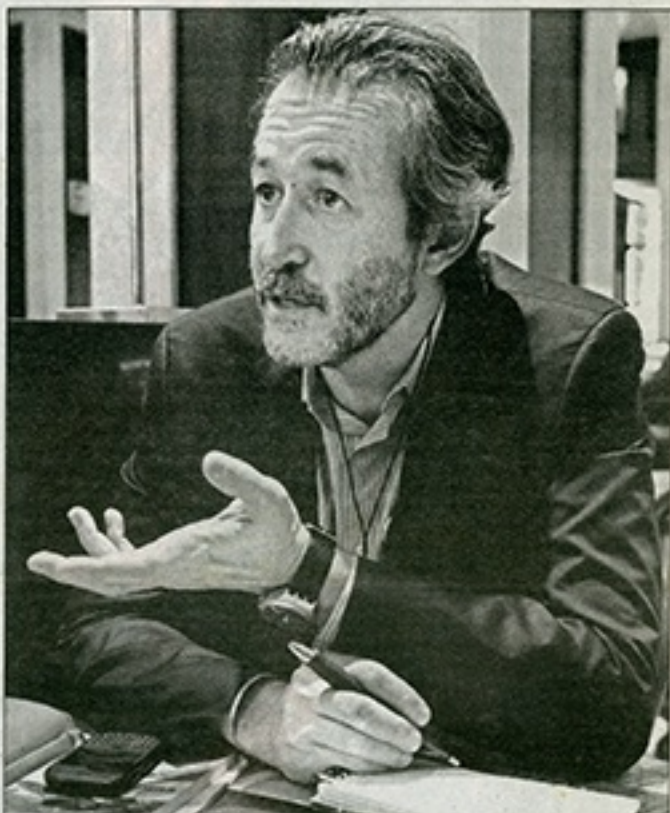
Evolución del periodista

—Habla de los dinosaurios periodísticos versus las arañas. ¿Se extinguirán o podrán transformarse?

—Apuesto por la mutación. Si un dinosaurio siente la amenaza de este nuevo escenario los primeros pasos que da es contratar asesores, empresas que le expliquen lo que está pasando, invertir en que el papel se venda más y mejor, optar por modas defensivas. Se colocan capas para protegerse y eso le hace ganar en tamaño y en peso, pero cuánto más peso y tamaño tiene en este fango e incertidumbre más se hunde. Mutar es muy complicado, sólo empresas dirigidas con mucho criterio y valentía son capaces de hacerlo. Y no es lo que distingue a los ejecutivos de las grandes empresas de comunicación, por lo menos a los que yo conozco.

—El diario británico *The Guardian* lo ha intentado y tiene pérdidas.

—*The Guardian* pasó en pocos años de ser un periódico local a ser de referencia mundial. Van a encontrar el camino y sé que en algún momento van a encontrar un retorno, pero es verdad que hay una especie de travesía en el desierto en la que no hay una solución mágica. No la tengo y no la tiene nadie. Estamos trabajando so-



Responsable del éxito de la versión en línea de *El País*, Gumersindo Lafuente se despidió en septiembre de ese cargo con el propósito de "seguir aprendiendo". Foto Francisco Olvera

bre el acierto y el error.

—Un artículo atribuía parte de la crisis a que no cobraban por el acceso a la página y por eso disminuyó la venta del periódico

—Eso es una visión de la realidad absolutamente desvirtuada, muy poco inteligente. *El País*, antes de nuestra intervención, estaba más abierto que ahora. Por mi experiencia, aseguro y puedo demostrar con datos que el cerrar la información no da más venta en el papel.

—¿Cerrar el acceso a Internet es una solución para esta etapa de crisis de *El País*?

—No, porque puede ser un suicidio. Porque vas a perder la relevancia en el kiosco, en el impreso la vas a perder de todas maneras y te arriesgas a perder la relevancia en Internet que es el futuro de tu cabecera y de tu medio.

—La columnista Elvira Lindo se queja de los despidos de periodistas mayores de edad de *El País*.

—Pero ese no es el problema. Para hacer información en tiempo real hace falta gente muy experta. Es un problema de actitud y no de edad. Hay jóvenes de 30 años que no sirven para esto, que son ya viejos, que están pasados y hay gente de 55 que es imprescindible para este viaje. No es un problema de edad. El que pone la edad como problema es el que no tiene criterio.

—En un medio español se definió la estra-

tegia de Grupo Prisa como política de casino.

—La estrategia seguida por el Grupo Prisa en cuanto a su crecimiento y a cómo han manejado los asuntos financieros no ha sido acertada. Cuando los periódicos empiezan a hacer más caso a la cotización de su acción en bolsa que a lo que les demandan sus lectores no me parece un camino sensato para el periodismo.

—En la política editorial y en el caso de México tomaron partido por uno y criticaron demasiado a la izquierda. ¿Su crisis se deberá también a eso?

—Eso forma parte de las cosas que a mí no me gustan, pero ha pasado en España. El lector de *El País* se supone que es de centro-izquierda, progresista, más bien republicano que monárquico y cuando *El País* se lanza a defender a la monarquía por encima de todos sin expresar la más mínima crítica ante determinadas cosas el lector de *El País* se siente incómodo. Te matino. No me agrada mucho algunas cosas, otras sí.

—¿Qué opina de los periodistas que se niegan a firmar en *El País* como muestra de inconformidad por los despidos?

—Como periodista no me gusta como sistema de presión a la empresa. Si como periodista quiero presionar a la empresa tengo que ponerme en huelga. Esto de dejar de firmar me parece una posición, diría, hasta cobarde del periodista.