

La industria del periodismo en la era digital.

Entrevista a Juan Luis Cebrián. Consejero de Grupo PRISA, exdirector y fundador de El País de España

Juan Luis Cebrián nació en Madrid, España, en 1944. Estudió Filosofía en la Universidad Complutense y se graduó por la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid en 1963. En ese mismo año, incursionó en el mundo periodístico como miembro fundador de la revista *Cuadernos para el diálogo* y de 1963 a 1975. Desde 1976 y hasta 1988 fungió como director-fundador de Diario El País, y desde el término de su dirección es consejero delegado del Grupo PRISA y presidente de su Comisión Ejecutiva. Es consejero delegado de Diario El País y de Sociedad Española de Radiodifusión, así como vicepresidente de Sogecable, todas partes del grupo que preside. De 1986 a 1988 desempeñó además el puesto de presidente del Instituto Internacional de Prensa (I.P.I). Desde 1996 es escritor y miembro de la Real Academia Española. Dirigió los Servicios Informativos de Televisión Española.

Entre los premios periodísticos con los que cuenta destacan: “Director Internacional del Año”, concedido por la publicación *World Press Review* de Nueva York (1980); Premio Nacional de Periodismo de España en 1983; la Medalla a la Libertad de Expresión de la F. D. Roosevelt Four Freedoms Foundation; la Medalla de Honor de la Universidad de Missouri (1986); y el Premio Internacional Trento de Periodismo y Comunicación (1987). Es también caballero de las Letras y las Artes de Francia.

Juan Luis Cebrián también se ha desempeñado como articulista y conferenciante. Entre sus numerosas publicaciones destaca su ensayo *La red*, unos de los primeros libros sobre las implicaciones de Internet en la vida cotidiana y en la industria editorial; *El futuro no es lo que era* (Taurus, 2001), una larga conversación con el ex presidente del Gobierno español Felipe González. En junio 2009, lanzó la colección de ensayos *El pianista en el burdel* (Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores).

MEM. Juan Luis has dicho que si volvieras a fundar El País lo harías en el soporte digital ¿En dónde quedarán los periódicos impresos?

JLC. Yo creo que los periódicos impresos van a permanecer por lo menos durante muchos años, diría que tantos como 10. Luego lo que pasó no lo sé... el periódico es un producto muy especial. La comunicación se hace por los sentidos, y hay dos sentidos que por lo que sea tienen poco prestigio en la comunicación, salvo la comunicación erótica o estrictamente humana, que son el tacto

y el olfato, y el periódico es un objeto que tiene que ver mucho con el tacto y con el olfato, su olor a tinta en las redacciones. Entonces eso pertenece a una cultura centenaria y creo que va a permanecer por mucho tiempo. Pero hay otras cosas del periódico que están desapareciendo ya. Yo no creo que el periódico sea ya el vértice o la piedra declame de la generación de la opinión pública. Creo que sigue siendo muy importante para la generación de la opinión de las elites o de las clases dirigentes, pero no para la opinión pública, ésta se genera más a través de la radio o

* Profesora e investigadora del Departamento de Estudios Culturales, Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México.

de la televisión y desde luego ahora a través de Internet si acaba la gente en internet generando eso que conocemos como opinión pública. Por lo tanto uno de los elementos esenciales del periódico va a desaparecer o por lo menos lo va a compartir con otros medios. Luego esta idea de que el periódico, como decía Lenin, es el mejor agitador revolucionario o agitador social, tampoco. Es mucho más agitador el celular, tiene mucha más capacidad de convocar a manifestaciones que el periódico. Y como organizador social finalmente las comunidades virtuales como MySpace o Facebook son mucho más poderosas. Por lo tanto hay funciones del periódico que las realizan mejor otros sistemas. El periódico tiene más de doscientos años de vida, se fabrica de manera anticuada, es muy pesado y costoso de distribuir, es por eso que no me niego a la idea de que desaparezca el periódico como soporte, otra cosa es el contenido del periódico y lo que el periódico significa a la hora de la socialización de quienes lo leen.

MEM. En la era de YouTube, en la era de los ciudadanos que pueden participar reportando hechos con sus teléfonos celulares, ¿dónde queda el papel que las democracias le otorgaron a los periodistas de ser “el mediador” entre sociedad y poder político?

JLC. Yo creo que eso se va a recuperar. Primero estamos en un periodo de transición y andamos un poco a ciegas. Digamos es un poco la discusión entre la famosa democracia directa y la democracia representativa. El periódico tiene que ver con la creación de la democracia representativa, eso no cabe la menor duda, pero es que yo creo además que es muy difícil imaginar otro tipo de democracia. Yo creo que la democracia directa, tal y como la entiende la gente, mucho más si es asamblearia, acaba haciendo cualquier cosa menos la democrática y también hay que decir que hay experiencias de supuesta democracia directa como la suiza que primero ni es tan

directa y segundo, cuando lo ha sido, ha servido a para retrasar el derecho del voto a las mujeres mediante la democracia directa con el referéndum con los hombres. Hay que tener cuidado con el significado de las palabras. Entonces creo que ese papel de mediador del periodista entre la opinión pública y el poder o entre la realidad y el individuo se va a seguir manteniendo, pero transformándose. Hay 3 cosas esenciales para mí en la red que no son comprendidas suficientemente. Por un lado su globalidad y no me refiero a la globalidad planetaria de mercado, como su capacidad de dirigirse a ella, sino a una especie de globalidad interna, de asunción de la globalidad, todo lo que pasa en todas partes a la vez y a su vez dentro de mí por así decirlo, una cosa un poco complicada de explicar, pero hay aspectos totalitarios en la red en ese sentido, un poco complejos. Segundo la convergencia verdaderamente, es una convergencia de la demanda, esto que conversábamos acerca de un adolescente de 14 años ahora se encierra en su cuarto y tiene en su ordenador conviviendo a la vez elementos de su vida doméstica y privada, temas de estudio, música que está oyendo y mientras chatea con sus amigos... es decir eso forma parte un poco de esa globalidad interna de la red a la que yo me refería, es la convergencia. Pero esas dos cosas no se aceptan suficientemente, sólo teóricamente. La tercera es que fruto de la participación y la interactividad es que el proceso productivo se construye justamente a partir de la demanda y estamos acostumbrados a construirlo a través de la oferta. Todos los planes económicos que ha conocido el mundo, los hechos por los países socialistas o por los poderes centrales de los Estados, o los hechos por la compañías privadas también, se han construido necesariamente a partir de la oferta, incluida la creación literaria y la producción artística. Hay una frase de Machado: “al cabo nada debo me debes cuanto escribo.” Es la oferta perfecta yo hago estos esfuerzos, si me queréis me leéis y si no allá vosotros, peor para vosotros si no me leéis.

Yo creo que eso va a afectar al periodismo extraordinariamente. En dónde está el límite entre lo que publicamos o contamos porque es lo que quiere la gente oír y lo que publicamos o contamos aunque le moleste a la gente saberlo. Esto nos devuelve a los venecianos cuando cobraban por pasar noticias que halagaban al personal. Ya la misión de los periodistas es contar las cosas no sólo si le molestan al dueño del periódico, sino incluso si le molestan al lector del periódico.

MEM. ¿Cómo toma la industria a empresas como Google, emblemas de la supuesta economía de la gratuidad que publica noticias y no paga derechos?

Yo creo que es un problema muy complicado y hasta el momento no hemos vivido más que pequeños símbolos. Por un lado el problema de la propiedad intelectual en la red es un problema mayor que afecta a los periódicos en la red pero afecta al concepto de propiedad misma. En el capitalismo desarrollado sólo hay propiedad para los bienes tangibles pero no para los intangibles. Por lo tanto no hay propiedad intelectual sobre el software de Google; Microsoft sí la ha defendido porque sabe que es una manera de proteger su software. Esto es un problema mayor. Algunos periódicos como los belgas litigaron judicialmente con Google y le ganaron. Los franceses han llegado a un pacto con ellos y en España hemos tenido relaciones similares. Hay una paradoja y una contradicción interna. Por un lado los periódicos se quejan de que Google no les pague la propiedad intelectual de los materiales que utiliza, pero por otro lado de ninguna manera están dispuestos a desaparecer de los motores de búsqueda ni de los índices de referencia porque desvía mucho su presencia en la red. En España hemos tenido un diálogo muy abierto y explícito con Google en esta materia y he descubierto una cosa. Ni Google ni los periódicos reclaman cuestiones de dinero, en España los periódicos piden el pago de un dinero simbólico por los derechos y Google está dispuesto a pagar mucho dinero en un acuerdo,

pero lo que está discutiendo es una cuestión de principios, si esos derechos merecen protección jurídica o no y sobre eso es sobre lo que Google no se pone de acuerdo. Creo que en la medida que no avancemos en ese terreno los problemas serán mayores en el futuro.

MEM. ¿Cuáles son los asuntos pendientes y urgentes para proteger los derechos de autor en la era digital?

JLC. Primero hay un debate que es viejo entre dos conceptos sobre los derechos diferentes a uno y otro lado del Atlántico. Está el derecho europeo continental más centrado en la idea de la propiedad intelectual, de los derechos de autor, que incluye los derechos morales del autor y demás y por otro lado está lo que emana de las sociedad anglosajonas, Estados Unidos, Inglaterra, Australia, que es la idea del copyright que no es estrictamente equiparable a la idea de la propiedad intelectual. Sobre eso no nos hemos puesto de acuerdo todavía, el derecho de autor pertenece al autor, el copyright pertenece a la compañía. Por lo menos en España todavía hay muchos conflictos internos entre los periodistas y los gestores de las empresas que son más elocuentes o evidentes en el caso de los fotógrafos y dibujantes, que reclaman mucho más sus derechos de autor por la reproducción en la web que los autores de artículos o noticias. Yo creo se ha avanzado muy poco en esto y que en un futuro tendremos dolores de cabeza mayores aunque se irá resolviendo como se está resolviendo en parte en el tema de la música.

MEM. Uno de los síntomas o rasgos de la Sociedad de la Información es la abundancia de información. ¿Los ciudadanos están mejor informados por ello? ¿Abundancia es igual a calidad? ¿Cómo abordar este debate?

JLC. Evidentemente más información a seas no significa mejor información sino simplemente más información. Lo que pasa es que más datos

acumulados uno tras de otro no tienen por qué significar una mejor participación de los ciudadanos en la toma de decisiones o una mejor configuración de la opinión pública. Por lo tanto, más información puede significar más confusión si no hay un análisis o una comprensión mejor de la información que se facilita. Yo creo que por ejemplo hay mucha información sobre conflictos internacionales, etc. Y hay poca comprensión de cómo esos conflictos globales afectan a la vida diaria del ciudadano de a pie de cualquiera de nuestras sociedades. O sea ¿hasta qué punto la actividad de un inversionista en Londres está condicionando el salario mensual de un brasero en México? No hay conciencia suficiente ya no en las clases menos letradas, sino en las clases dirigentes.

MEM. Otro de los rasgos en la Sociedad de la Información es la concentración de las marcas periodísticas, Prisa es un ejemplo de ello ¿Acaso no implica una estrechez en términos de pluralidad, de diversidad de voces?

Los medios se están concentrando y se van a concentrar más, creo que estamos al principio del proceso. Yo viví mayo del 68 activamente en La Sorbona, estaba trabajando como periodista. Pero en Estrasburgo primero en mayo 68 estudiando un curso sobre concentración de empresas periodísticas, ya hace cuarenta años esta era una cuestión que estaba sobre la mesa. El curso estaba simbolizado por el hecho de que dos periódicos franceses se concentraban en uno solo. Yo creo que es inevitable, es una ley coherente con la evolución del capitalismo post-industrial que tiene que ver con la generación de capital bruto y la generación de rentabilidades de otro género, más con las nuevas tecnologías. Para atender al mercado global es preciso contar con empresas globales. En el caso de Prisa nos queda muy claro que si no hacemos nosotros una empresa global la harán los gringos y eso tendrá consecuencias finalmente. Es muy costoso hacer una empresa global, Prisa en este momento está muy endeudada fruto del esfuerzo

que estamos haciendo, y gana mucho dinero en este momento Prisa como empresa, pero todo el crecimiento lo hemos hecho con deuda, fruto de que creemos preciso contar con grupos globales que por lo menos sean más afines a la cultura latina o la cultura hispana. Por lo tanto creo que es un proceso que desde hace ya cuarenta años discutimos y que va a progresar. Que esto afecta o puede afectar a la pluralidad inicialmente no existe ninguna duda porque la democracia implica la difusión del poder y la separación de poderes como ya explicó Montesquieu, por lo tanto la concentración del poder genera un riesgo sobre el pluralismo democrático. A veces no es tan así, a veces la pertenencia a un grupo de medios mayor provoca una mejor defensa de algunos medios locales que no pueden defender su independencia, quiero decir, para un periódico local de una ciudad pequeña es muy difícil resistirse a los poderes locales de esa ciudad mientras que si está incluido en una organización mayor le puede resultar más fácil el amparo de esa organización. Esto pasó por cierto en Nueva York con el Village Voice, el periódico de The Greenwich Village que estaba en la quiebra, éste lo compró Rupert Murdoch, no soy un entusiasta de sus métodos, pero la voz de la Village Voice era una voz pequeña. Por lo tanto puede y debe haber pluralismo en el interior de los conglomerados de medios pero claro, es preciso que no quede a la buena voluntad de los propietarios sino que es preciso trazar reglas que garanticen la autonomía de las redacciones y la capacidad de decisión autónoma de los periodistas.

MEM. En la Sociedad de la Información no hay un modelo ideal para ejercer el periodismo en los conglomerados, ponías el ejemplo del Chicago Tribune que tiene prácticamente periodistas multiusos y otros mantienen sus líneas de producción por medios separados, ¿tú por cuál te pronuncias?

Chicago Tribune tenía, porque ya acabó con todos ellos. Podrían decir las mujeres que los hombres no pueden hacer dos cosas a la vez, y

suele ser verdad, pero incluso si es hombre, yo creo un periodista puede hacer varias cosas a la vez, aunque sea un poco más complicado. Para mí todo es un problema conceptual. Comunicar significa decirle algo a alguien o contarle algo alguien, entrar en relación con otro. Las tecnologías ni las técnicas son inocentes, ni respecto a los contenidos ni respecto a los objetivos de la comunicación, por lo tanto yo creo que un periodista puede hacer una tarea para el periódico y volverla a hacer para la red, sin embargo yo no creo que uno se comunique igual a través del periódico que a través de la radio que a través de la red. Además creo que el periodista individual es un personaje que rara vez existe, tiene que ver más bien con el columnista o con el articulista. Es decir los periódicos y los sistemas de información son obras colectivas que tienen una personalidad colectiva también. Por lo tanto incluso para decir lo mismo uno no escribe igual si es para El País que si escribe Reforma o la ABC porque va a un público diferente aunque uno diga lo mismo, por lo tanto estos aspectos interactivos de la comunicación hay que tenerlos en cuenta. Esto me lleva a la conclusión de que hay que tener una coordinación en las redacciones pero que el hombre orquesta del periodismo que hace todos para todos los medios o esta idea también de la factoría central de las noticias como el *plastic foot* que luego se va repartiendo, yo no creo en ellas. Hay una teoría muy vieja que dice que si uno tiene una cadena de restaurantes hay una parte de restaurantes de lujo, otros de medio pelo etc., al final la cocina puede ser la misma y el filete el mismo pero cuidando un poco la diferencia de matices de calidad digital. Yo dudo que esto sea posible, creo que eso más que la concentración en sí de la propiedad de los medios conspira contra la pluralidad de los contenidos.

MEM. Finalmente te pregunto, ¿cómo miras tú el ecosistema mediático en este siglo XXI y cómo miras a los periodistas del futuro?

JLC. Yo creo que hay una tendencia a suponer

que la importancia de los medios en la configuración social es cada vez mayor. Lo que pasa es que también hay una extensión de los medios mismos. Yo lamento mucho que McLuhan no viva en esta época porque creo que es la persona que mejor ha conceptualizado y ha entendido el mundo de los medios. Sobre todo fue el primero que nos avisó que los medios de comunicación son muchos y muy variados y habló del dinero y del automóvil como medios de comunicación tan importantes o más que los medios de comunicación tradicionales que llamamos "media". Es verdad que la centralidad que están ocupando los medios tradicionales y ahora internet es muy fuerte y yo desde luego no tengo la respuesta ni el modelo incluso pienso que no hay un modelo probablemente, pero me gusta fijarme en lo que ha hecho Obama en su campaña electoral. Él ha sabido utilizar como ningún otro internet a la hora acercarse a las generaciones jóvenes a los que nunca habían votado, a los sectores minoritarios o marginados de la sociedad y a los individuos también a la hora de reclamar individuo por individuo diez, ocho, cinco dólares para la campaña. Yo creo que ha sido de una genialidad tan absoluta, ha dado prioridades a la comunicación por la red frente a la comunicación en los medios tradicionales, fue la red la primera que dio la noticia de la victoria de Obama antes de su comparecencia en una rueda de prensa. Bueno, yo debo decir que estoy completamente entusiasmado y alucinado porque he visto que efectivamente hay gente que piensa que entiende y que comprende que el mundo de la red es un mundo diferente y por lo tanto debemos saber integrarnos en él, aprender las lecciones del mundo de la red. Esto no lo estamos haciendo los periodistas de los medios tradicionales, probablemente porque tenemos miedo, los empresarios tenemos todavía más miedo y los dueños de las empresas ellos tienen un pánico cerval porque una de las grandes mentiras que se han contado a través de la historia es que la prensa era un negocio al que había que ayudar y proteger, etc. La prensa ha constituido uno de

los negocios más formidables en la historia de la humanidad y puede dejar de serlo, y al bajar además los márgenes se necesita más tamaño y nuevamente volvemos al tema de la concentración pero en el tema de la concentración desaparece la propiedad unifamiliar o unipersonal y aparecen grandes conglomerados con inversores de todo género. Cambia el ecosistema en definitiva de los medios de comunicación y cambia el ecosistema de los periodistas. Primero tenemos que saber que está cambiando, segundo tenemos que aceptar que en principio los cambios si se controlan y saben dirigir son a mejor aunque todo puede empeorar también pero en fin, y tercero no debemos resistirnos al cambio, tenemos que saber dirigirlo, controlarlo, pero nunca resistirnos a él.

La entrevista con Juan Luis Cebrián tuvo lugar el 2 de diciembre de 2008 en la Ciudad de México, luego de ofrecer un curso sobre Periodismo en la era digital en el Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México a invitación de la Cátedra Alfonso Reyes.

La industria del periodismo en la era digital.
Virtualis No. 1, Enero - Junio 2010
<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis>
ISSN: 2007-2678