

# ¿Quién cerró el diario español Público?

26/02/2012

Pascual Serrano/



Finalmente el diario Público ha desaparecido en su versión en papel, aunque se mantiene la digital. Público llegó a los quioscos el 26 de septiembre de 2007, editado por Mediapubli, y hoy llevaba perdidos unos 80 millones de euros con una deuda total actual que ronda los 21 millones<sup>1</sup>. Jaime Roures, principal impulsor del rotativo, anunció a la plantilla que la empresa necesitaba unos nueve millones de euros para mantener la edición impresa en las actuales condiciones, por lo que él y sus socios estaban buscando inversores. Tenían alrededor de un mes para reunir el capital, plazo que marca la ley para presentar un plan de viabilidad tras la suspensión de pagos, pero las gestiones llevadas a cabo —tanto en España como en América Latina— no prosperaron.

Según la empresa, la suspensión de pagos se hacía debido a “la intensificación de la crisis publicitaria, la profunda transformación que está sufriendo el sector de la prensa escrita y las dificultades para acceder a nueva financiación”. Roures dijo, desde un hotel de Beverly Hills en los Ángeles, que las razones eran “la crisis económica, la del papel frente al medio digital y la de la política de izquierdas en España”<sup>2</sup>

¿Por qué ha resultado inviable Público? Su director, Jesús Maraña, en una despedida repleta de lanzamientos de balones fuera, aporta razonamientos demasiado imprecisos: “La agudísima crisis económica, la publicitaria, la del papel... son factores decisivos que han hecho inviable el proyecto de ‘Público’, como también lo son los propios errores desde la dirección del diario o desde la empresa editora”<sup>3</sup>. Hasta el último momento la dirección del periódico alardeaba de ventas y lectores; y si de errores de la dirección y de la empresa se trata, podría el director precisarnos algo más.

El colaborador Antonio Avendaño reconoce en su columna de despedida<sup>4</sup>, con metáfora sanitaria incluida, que él no entiende muchas cosas:

“de la muerte de *Público*, que se hace efectiva hoy 24 de febrero del año de desgracia de 2012, apenas sabemos nada. Por no saber, ni siquiera sabemos si se ha muerto o lo han matado (...). No se sabe muy bien qué pasó allí dentro ni quiénes eran los especialistas llamados a salvar a *Público*, pero sí sabemos que fracasaron, aunque no por qué se produjo ese fracaso: si por falta de fe, por falta de pericia o, simplemente, porque no hubo forma humana de acopiar esas pocas pero cruciales bolsas de sangre que había que transfundir con urgencia al enfermo, aunque también es verdad que la sangre que gastaba el puñetero es de un tipo muy poco usual y muy difícil de encontrar en los bancos (de plasma sanguíneo).

¿Nos morimos solos o nos matan? De algún modo, todos los que mueren antes de tiempo mueren porque los matan. *Público* se ha muerto antes de tiempo. Y si es así, ¿quién lo ha matado? Es cierto que también se puede morir de muerte natural antes de tiempo, pero cuando se producen tales muertes todos tenemos la impresión de que no han sido muertes naturales en sentido estricto. Con *Público* nos pasa algo de eso: muere tan joven que nos cruza velozmente por la cabeza el mismo pensamiento que cuando muere una muchacha en el esplendor de su juventud: por qué diablos vivirán tantos años algunos que no lo merecen y tan pocos años estos otros que nos hacían la vida tan interesante”.

Mi admirado Isaac Rosa tampoco aporta muchas claves de lo sucedido, en parte por su estado de ánimo: “Otro día, si quieren, discutimos sobre qué hay que hacer (y qué no hay que hacer) para tener un medio crítico, y qué lecciones hay que aprender de *Público*. Hoy, como comprenderán, no tengo humor para ello”. Aunque sí insinúa que *Público* ha estado funcionando gracias a la heroicidad de sus trabajadores: “Ni la independencia, ni la voz crítica, ni la libertad ni la valentía surgen espontáneamente por fundar una cabecera, ni aparecen de la nada porque así lo quiera la empresa o porque figuren en una declaración de principios. Hay que pelearlos día a día, dejándose horas, esfuerzo, nervios y no poca salud, atreviéndose a mirar donde otros no miran y a preguntar donde otros asienten; hay que dar la cara como la han dado todos estos trabajadores hasta el último día (...)”. Pero Rosa también insinúa soledad por parte de ellos: “Ya sé que hoy es día de lamentar el daño a la pluralidad informativa, la pérdida de una voz crítica, la orfandad de tantos lectores o el hueco que queda en el lado izquierdo del kiosco cuando más falta hace tenerlo cubierto, en tiempos de ofensiva reaccionaria. Pero me permitirán que no gaste mi última columna en repetir tópicos, pues ninguno de ellos ha salvado el periódico, ni tampoco han sido esos lugares comunes y afectados los que han hecho posible que el diario esté en la calle cuatro años y medio”.<sup>5</sup>

Por último, los trabajadores en su comunicado hablan de “mala gestión de la empresa”, sin ahondar más en el asunto.

Según los últimos datos de la OJD, el periódico tenía un promedio de tirada de 129.679 ejemplares, y 87.983 de difusión<sup>6</sup>. Si uno consulta el listado de diarios de información general auditado por la OJD, descubre que, de casi un centenar, *Público* se encontraba el séptimo en tirada y octavo en difusión. Es verdad que los regionales se pueden permitir menos tirada porque conllevan menos coste en distribución y en elaboración, pero es indiscutible que la acogida de lectores de *Público* no era mala. Es evidente por tanto que los datos de ventas y lectores no justifican por sí solos la inviabilidad del proyecto.

Pero creo que la izquierda debería reflexionar sobre lo sucedido con Público y aprender algo de la experiencia. Lo primero a destacar es que, aunque se presentaba como una propuesta informativa de izquierdas, sus propulsores, o mejor dicho su propulsor, era un empresario adinerado que asumía económicamente la iniciativa, Jaume Roures. Un financiador que intentó jugar simultáneamente a dos cartas: seducir a la ciudadanía más radical presentando sin ambages un periódico de izquierdas y prestar un leal servicio a un sector del entonces gobernante partido socialista, excesivamente dependiente del grupo PRISA. Los primeros servían como caladero de lectores en un panorama huérfano de medios que se posicionaran en la izquierda nacional e internacional, y los segundos para conseguir unas buenas relaciones con un poder político que le garantizaran acceso a adjudicaciones a su productora (RTVE), licencias de emisión, acceso a diferentes servicios lucrativos (fútbol), etc... El plan parecía estratégicamente acertado pero incluía una grave contradicción: te unías a los rebeldes por un lado y aceptabas las reglas de juego por otro. Es decir, como se diría en castellano antiguo, querían estar en misa y repicando.

Como resultado de este doble juego aparecían cosas curiosas que resultaban imperdonables para los lectores de la izquierda (la de verdad, no la que gobernó en nombre de los mercados). No se comprendía que se le concediese el artículo estrella de opinión al embajador israelí, que se uniese al final al discurso de hostilidad contra los gobiernos progresistas latinoamericanos, que tuviese tres directores en tres años y uno terminara en la nómina del gobierno socialista, que incorporase analistas oportunistas de El País (Ernesto Ekaizer) o que la presencia de líderes del PSOE fuera constante. Ahora leo algún twitter de periodistas de Público quejándose “las interferencias constantes de Roures en el trabajo de la redacción”. Por otro lado, la pata de “apoyo político” se le quebró cuando el PSOE pierde las elecciones generales y el sector del partido más cercano a Público pierde el congreso. El resultado es que quisieron jugar a dos bandas y se quedaron en tierra de nadie.

Además, en su diseño y forma Público jugó a ese periodismo moderno de urgencia y brevedad, es decir, se fue a jugar a un terreno que no es el del periodismo escrito, sino que es el de internet y perdió, sin que su buena selección de DVD's y libros de regalo lo pudieran evitar. Las películas y los libros sirven para vender ese día -aumentar la tirada y poder contratar la correspondiente publicidad- pero no te garantiza fidelidad diaria que es lo que necesita un periódico.

Por último, cuando los directivos y accionistas de Público veían que se acercaban al abismo pidieron ayuda a los lectores, apelaron a nuestro compromiso con un medio de izquierdas. Era lógico que así lo hicieran, pero para pedir ayuda a los “camaradas” hay que poner las cartas sobre la mesa: compartir la contabilidad, hacer públicos los sueldos y honorarios de todos los que trabajan, ofrecer cauces de participación para la selección de los contenidos, firmas y sueldos; y probablemente cambiar el modelo de

accionariado. En Italia, Il Manifesto también ha declarado recientemente suspensión de pagos, pero ellos llevan años explicando su política salarial y exponiendo a los lectores su contabilidad.

Pero sería injusto, desde la izquierda, limitarnos a criticar a Roures y al resto de accionistas de su proyecto. Antes de Público, con todos sus errores y contradicciones, estábamos peor, su aparición tampoco obstaculizaba ningún otro plan mediático más radical. Basta observar cómo molestaba a la derecha mediática montaraz, la fauna de “intereconomía” no dejaba de embestir contra ellos y se jactaron de un modo miserable de su cierre<sup>7</sup>. También toca hacer alguna autocrítica de los lectores y audiencias de izquierda. La mayoría sigue esperando el “mirlo blanco” millonario o empresario: Roures con Público, Teodulfo Lagunero con La Voz de la Calle. Un medio de izquierdas con un contenido valioso y verdaderamente alternativo sólo puede existir si hay una audiencia que le apoya y le promueve, en realidad es lo mismo que sucede con un sindicato o un partido político, nadie va a hacer el trabajo que sólo la colectividad puede hacer. No podemos poner la esperanza mediática de la izquierda en manos de un empresario que le pilló el cierre de su periódico en un hotel de Beverly Hills con motivo de los Óscar.

Y así llegamos al terreno de la economía. La izquierda no puede estar pidiendo información gratis, reportajes gratis y periodismo gratis y luego quejarse con tristeza cuando ve cómo las iniciativas terminan arruinadas. O pagamos nosotros o pagan los poderes públicos. La derecha no tiene ese dilema porque cuenta con grupos económicos dispuestos a poner -y perder- el dinero que haga falta: como accionistas, como anunciantes, como patrocinadores. Por eso Libertad Digital gana dinero aunque tenga menos lectores que muchos medios digitales alternativos de izquierda, o La Gaceta no cierra aunque su cifra de difusión sea la mitad que Público (según la OJD 45.835 respecto a 87.983 de Público). Se juegan la defensa ideológica del mantenimiento de su modelo, es lógico que estén dispuestos a pagar por ello. Por el contrario, la izquierda, o logra que los gobiernos colaboren como lo hacen con otros servicios públicos como la sanidad o la educación, o lo pagamos entre todos para que se mantengan. Si observamos el panorama de medios de prensa verdaderamente de izquierda que hay en el mundo, ninguno se mantiene gracias a un millonario. Detrás hay lectores que se creen el proyecto y lo pagan: Le Monde Diplomatique, Il Manifesto, El Viejo Topo, Diagonal. U organizaciones que asumen las pérdidas, en el caso de Mundo Obrero con el Partido Comunista. Pueden tener algunos textos gratuitos en internet pero ninguno se encuentra íntegramente en la red. Es curioso, El País, ABC o La Gaceta sí están enteros en internet. Acaso alguien cree que ellos están más preocupados por la “socialización de la información”. ¿No será que ellos tienen ya a El Corte Inglés, Repsol, BBVA o Telefónica para sobrevivir y no necesitan lectores que paguen?

Detrás de proyectos alternativos escritos que funcionan como The Nation en Estados Unidos o New Left Review en el Reino Unido hay unos lectores convencidos de la necesidad de mantenerlos y financiarlos. Il Manifesto periódicamente se ve obligado a

sacar un ejemplar por cincuenta euros para tapar sus frecuentes agujeros económicos, La Jornada de México logró fondos subastando cuadros y The Nation cuenta con 30.000 socios solidarios que pagan por encima del precio de la suscripción. Nosotros, en cambio, queremos que esté gratis en internet y comprarlo los domingos cuando nos regalen un DVD.

Luego están los gobiernos progresistas latinoamericanos, que, con razón, se quejan de la “dictadura mediática” que domina la información mundial y que tanto les vapulea, manipula y tergiversa. Muchos de esos gobiernos, con gran acierto, han desarrollado sus medios públicos, aprobado legislaciones destinadas a avanzar en la democratización de la comunicación concediendo licencias a los movimientos sociales, han establecido límites a la concentración de medios en sus países. Pero la información ya no tiene fronteras, deben tener la audacia y la visión para pensar fuera de su país. Si sus recursos naturales son gestionados por las empresas españolas, muchos de sus servicios públicos también son prestados por estas empresas e incluso parte de sus medios de comunicación están en poder de multinacionales españolas, ¿por qué no se plantean esos gobiernos la necesidad de dedicar parte de su esfuerzo y recursos a participar en alguna opción mediática española que rompa el monopolio de la derecha? ¿cómo esperan que mejore la imagen falsa y manipulada que existe en España de esos gobiernos? ¿esperan que rompamos ese cerco mediático y logremos llevar la verdad de esos países a los españoles unos cuantos periodistas con nuestras páginas webs?

Como conclusión sólo resta decir que no es fácil enfrentar el actual panorama monolítica de medios de derecha, incluso no sé siquiera si es posible si tampoco sabemos cambiar los gobernantes y continuamos con gobiernos que se rinden ante el mercado al que, igual que hacen con el resto de los sectores económicos, dejan a él el control de la información y el periodismo. Pero generaciones y generaciones de hombre y mujeres han luchado en la historia de la humanidad por cambiar situaciones que parecían más difíciles que las actuales. Y algunas veces -no muchas- lo consiguieron. Por pocas que fueran nos deben de bastar para apostar por seguir luchando.

**Pascual Serrano es periodista.**