

## **Cebrián critica la política informativa del Gobierno**

**"Algunos visitantes de la Moncloa tenían un proyecto de ocupación del espectro mediático"**

R. G. G.

**Los éxitos políticos, económicos y sociales del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero no se ven plasmados en las encuestas por culpa de una política informativa marcada por "el oportunismo y la falta de estrategia". Así lo percibe el consejero delegado del Grupo PRISA, Juan Luis Cebrián, convencido de que el Ejecutivo no ha logrado marcar la agenda, se ha mostrado a menudo a la defensiva y se ha regido por "manías e intereses particulares".**

Durante su participación en el Fórum Europa, el consejero delegado de PRISA repasó ayer la situación de los medios de comunicación, las amenazas a la libertad de expresión y las tentaciones intervencionistas de los gobiernos en la opinión pública.

Al analizar la política informativa del Ejecutivo se preguntó por qué un Gobierno "que retiró de inmediato las tropas de Irak; ha mantenido crecimientos económicos del 4%; reducido la inflación respecto al diferencial europeo; creado millones de puestos de trabajo; obtenido superávits fiscales de miles de millones de euros; aplicado numerosas medidas sociales como las leyes de dependencia o de igualdad, y llevado a cabo una política antiterrorista sensible y congruente, tanto en la búsqueda de la paz como en la persecución del delito", se acerca a las elecciones sin que las encuestas pronostiquen una clara mayoría a su favor. "La respuesta sólo puede ser una: falla la política, la política de comunicación y la comunicación de la política". Ésta ha sido sustituida "por campañas de imagen a lo ZP que no logran movilizar al electorado de izquierda frente a una formidable operación de intoxicación y escándalo promovida por los medios de la derecha".

Cebrián atribuyó el fracaso de la política de comunicación a "algunos brujos visitantes de la Moncloa" que tenían desde el principio "un proyecto de ocupación del espectro financiero y mediático al hilo de su influencia en el entorno del presidente". "A estos planes", añadió, "correspondieron los intentos, ambos fallidos, de provocar un cambio en la propiedad del BBVA y la compañía Endesa".

Sin citarlo, el consejero delegado de PRISA se refería al secretario de Estado de comunicación Miguel Barroso, y a su papel determinante en la creación de una ley de medidas urgentes para el impulso de la Televisión Digital Terrestre. "Con el pretexto de ampliar el pluralismo", esta ley permitió "casi de forma inmediata" la adjudicación de una cadena de televisión a unos "antiguos socios" del propio secretario de Estado, "entre los que se encontraban personas de la confianza y aprecio personal del presidente del Gobierno".

Así es como hace año y medio nació La Sexta, a cuyos directivos acusó Cebrián de utilizar la televisión pública -a través de programas como 59 segundos, producido por Globomedia y Mediapro- para llevar a "los más

connotados propagandistas de la teoría de la conspiración en el 11-M" y garantizarse así "astutamente" la neutralidad o el silencio de los medios de la derecha. 59 segundos fue puesto en marcha por José Miguel Contreras, accionista de Globomedia y consejero delegado de La Sexta.

Cebrián no eludió pronunciarse sobre la llamada guerra del fútbol, un conflicto que enfrenta a Mediapro y Sogecable por los derechos audiovisuales de la Liga. Sostuvo que, más que ante una guerra, "estamos ante un acto de sabotaje", y tras acusar a Mediapro de incumplimiento de contrato y a la cadena de televisión de emitir partidos sobre los que no tenía derechos, dijo que los responsables de La Sexta "mienten" cuando dicen que PRISA no quiere un acuerdo o que ha intentado politizar el asunto. Cebrián abogó por alcanzar un pacto, pero advirtió de que "un acuerdo no es un trágala" ni significa renunciar a la explotación racional del fútbol televisado.

El País, 9 de octubre de 2007