



tintaLibre

3 € MAYO 2013 N°3



CATORCE HISTORIAS

Renace el periodismo

Mediapart pone en jaque al poder en Francia. Por Javier Valenzuela



**LOS NUEVOS
CATALANES**

Por Javier Pérez Andújar

**LUZ Y MEMORIA
DEL ALZHEIMER**

Por Ramón Lobo

CRÓNICA LATINOAMERICANA

Por Leila Guerriero, Alex Ayala,
Alberto Salcedo Ramos y Óscar Martínez

**BUENOS AIRES
FOTOGRAFIADO**

Por Ricardo Martín

SUMARIO

2: RENACE EL PERIODISMO

Mediapart pone en jaque al poder en Francia.

Conversación con Edwy Plenel por Javier Valenzuela

10: EL DESCRÉDITO DE LAS DEMOCRACIAS CAUTIVAS

Por Christian Salmon

12: ASÍ SE COMPRA UN PERIODISTA

Por Alex Sequén-Mónchez

14: ENTREVISTA A CAYO LARA

Por Karmentxu Marín

16: CHARNEGOS: INFORME SOBRE UN CADÁVER

Por Javier Pérez Andújar.

Fotos de Joan Guerrero

21: ¿NEOJOSEANTONIANOS?

Por Gonzalo López Alba

23: GEOMETRÍAS DE BUENOS AIRES

Texto y fotos de Ricardo Martín

28: DEMOCRACIA 2028

Por Ignacio Sánchez

Cuenca. Ilustración de Gustavo Hermoso

30: LUZ Y MEMORIA EN EL ALZHEIMER

Por Ramón Lobo. Fotos de Carlos de la Calle

34: ANGELA MERKEL EN LOS ESTANTES

Por Miguel Ángel Villena. Ilustración de Justo Barboza

38: LA ARQUITECTURA ESQUIZOFRÉNICA

Por Álex Ayala Ugarte. Fotos de Randolph Cárdenas,

David Vila y Álex Ayala

41: CRONISTAS: LA BANDA DE LOS TESTARU-DOS

Por Alberto Salcedo Ramos

42: "INSTITUTO NACIONAL DEL CANNABIS, BUENOS DÍAS"

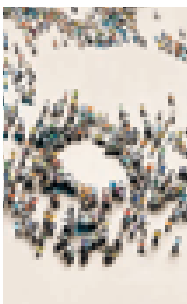
Por Leila Guerriero

44: EL SALVADOR, UN POZO SIN FONDO

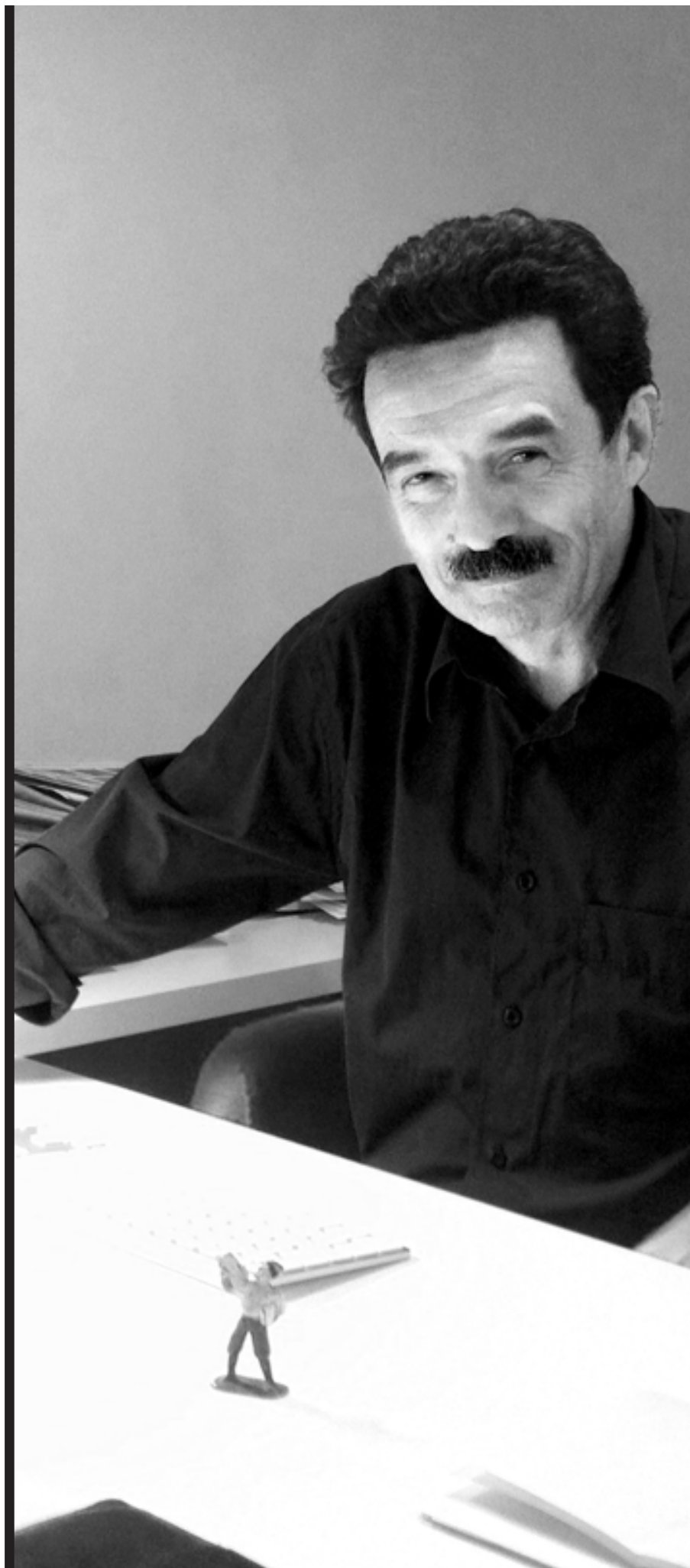
Por Óscar Martínez

GENOVÉS EN NUESTRA PORTADA

Nuestra portada es un fragmento de una serigrafía realizada por el artista Juan Genovés expresamente para la Sociedad de Amigos de infoLibre, que se presentará durante el mes de mayo y que agrupará a todas aquellas personas que quieran convertirse en accionistas de infoLibre y tintaLibre. Esta obra gráfica, titulada *infoLibre* y que será el símbolo de la Sociedad de Amigos, refleja el personal estilo de composiciones con multitudes de uno de los pintores españoles más prestigiosos. Genovés ha contado para el tratamiento de la imagen y la impresión con la colaboración de Leonardo Villela.



Juan Genovés (Valencia, 1930) es autor del cuadro y de la escultura *El abrazo*, que se ha convertido en un símbolo artístico de la transición a la democracia. El artista valenciano tiene una obra que abarca medio siglo de producción artística expuesta tanto en los principales museos de España, como en pinacotecas de Estados Unidos y de Europa, entre ellas en centros tan prestigiosos como el Museo de Arte Moderno de Nueva York.



Edwy Plenel FUNDADOR Y DIRECTOR DE MEDIAPART

“Los grandes medios de comunicación se miran en el espejo del poder”

TRAS SU ÉXITO AL DESVELAR LA CORRUPCIÓN DE UN MINISTRO SOCIALISTA, EDWY PLENEL REFLEXIONA SOBRE LAS CLAVES DEL PERIODISMO EN CONVERSACIÓN CON EL DIRECTOR DE TINTALIBRE. PROPONE QUE LOS PERIODISTAS CREEN SUS ALDEAS DE ASTERIX PARA EMANCIPARSE DE POLÍTICOS Y BANQUEROS.

El sol que reina hoy en París ilumina la belleza de la ciudad y la sonrisa de mucha de su gente. El tono de los informativos es, sin embargo, muy agrio. En radios y televisiones se escuchan palabras como “escándalo”, “evasión fiscal”, “cuentas secretas”, “políticos millonarios”, “conflicto de intereses” o “necesidad de transparencia”. Algunas voces reclaman una refundación de la República Francesa, pasar de la V a la VI.

Llevan los franceses unos cuantos lustros descontentos con ellos mismos, con la nación que constituyen y su lugar en el mundo. Ese sentimiento colectivo, que en la lengua de Voltaire llaman *la déprime, le malaise o la morosité*, es más fuerte que nunca en esta primavera de 2013. Las esperanzas suscitadas por la llegada a El Eliseo del socialista François Hollande se han ido desvaneciendo. De un lado, la crisis económica mina Francia, y muchos de sus ciudadanos temen que no tardarán demasiado en correr la suerte de los griegos o los españoles. De otro, el *affaire Cahuzac* ha levantado una de las tupidas cortinas que ocultan las miserias del *establishment*.

No lejos de la muy republicana plaza de la Bastilla, en el seno de un barrio popular y multicultural, están las oficinas de aquellos



Por **JAVIER VALENZUELA**

Periodista y escritor, dirige tintaLibre y es autor del blog Crónica Negra. Trabajó 30 años en El País como corresponsal en Beirut, Rabat, París y Washington, y también fue director adjunto de ese diario. Mandela, Mitterrand, Arafat y Bush son algunos de los políticos a los que ha entrevistado. Ha publicado siete libros periodísticos, entre ellos *Usted puede ser tertuliano* y *De Tánger al Nilo*. Este mes llega a las librerías su octavo título: *Crónicas quinquis* (Libros del KO).

que han provocado semejante contraste entre una primavera meteorológica tan hermosa y una primavera política tan dramática. Son los periodistas del diario digital Mediapart.

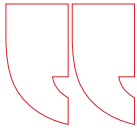
De 60 años de edad, pelo oscuro y crespo, mostacho sal y pimienta, Edwy Plenel es el director de esta pequeña orquesta que, primero, puso en apuros al conservador y narcisista Nicolas Sarkozy y, ahora, lo acaba de hacer con su sucesor, François Hollande, el socialista que aspiraba a ser *Monsieur Normal*. Del primero, Mediapart descubrió que le había sacado un dineral por procedimientos oscuros a la anciana millonaria Liliane Bettencourt para financiar su campaña de 2007. Del segundo, que su ministro de Presupuestos, Jérôme Cahuzac, tenía una cuenta secreta en Suiza con al menos 600.000 euros, trasladada después a Singapur.

Charlo con Plenel en la sala de reuniones de Mediapart. Cahuzac ha salido en la tele para confesar que sí, que tenía esa cuenta, pese a que, durante semanas, acusó a Mediapart de inventarse la historia. Ha dicho: “Me enredé en una espiral de mentiras”. Antes, Hollande le había forzado a dimitir después de que la Fiscalía le acusase oficialmente de “blanqueo de dinero” y “fraude fiscal”. El pequeño David no se había equivocado ni una coma. >>>

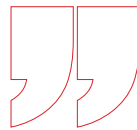
►► —También para vosotros llegó la primavera, Edwy—saludo al colega francés. En Mediapart han pasado un invierno muy duro—Durante más de tres meses, desde que el 4 de diciembre publicasteis las primeras informaciones sobre Cahuzac, habéis sufrido la hostilidad no sólo de la clase política, en el Gobierno o la oposición, sino también, y eso hace más daño, de los grandes medios de comunicación.

—Sí, la primavera al fin —responde Plenel con una sonrisa pícaro que pronto se desvanece—. Para nuestro equipo, el *affaire Cahuzac* era a la vez algo nuevo y algo que ya conocíamos. Era nuevo, porque este escándalo afecta a la izquierda, cuya llegada al Gobierno apoyamos. Suponía el bautismo de fuego de nuestra independencia. Estuvimos contra la presidencia de Sarkozy y todo el mundo esperaba a ver qué hacíamos con la de Hollande.

—¿Y lo habitual?
—La presión del poder político. Sufrimos mucha intimidación con nuestra cobertura del *affaire Bettencour*, y eso nos enseñó a resistir. En realidad, en materia de presión recibida, la verdadera novedad del *affaire Cahuzac*, algo que no había visto nunca a lo largo de mi carrera profesional, ha sido la hostilidad mediática. Desde el principio le dije al equipo: “Vais a ver, es más difícil publicar un caso escandaloso con un gobierno de izquierdas que con uno de derechas”. Con uno de derechas hay reflejos automáticos que juegan a favor de los periodistas: la derecha, para mucha gente, incluso algunos de sus votantes, está asociada con el dinero, los negocios y hasta la corrupción. En cambio, los políticos y los votantes de izquierdas piensan que la moral está de su lado, les resulta más difícil aceptar una verdad que perturba sus convicciones. Pero, repito, lo inédito ha sido el rechazo mediático. Este asunto ha puesto en evidencia el conformismo del sistema mediático francés. Ni una sola de las grandes redacciones de Francia ha ampliado las revelaciones de



Mediapart es socio editorial y aliado periodístico de infoLibre



Mediapart. Ni Le Monde ni Liberation ni las cadenas de televisión han dedicado el menor recurso a investigar este caso.

—¿A qué lo atribuyes?

—Bueno, hay excelentes periodistas en Le Monde, Liberation y otros sitios, pero sus medios comparten una cultura profesional común, lo que llamo “periodismo de gobierno”, un periodismo ligado al poder, que busca el reconocimiento del poder, que se mira en el espejo del poder. El llamado padre del periodismo francés, Theophraste Renaudot, un precursor de la Ilustración que creó La Gazette en 1631, está enterrado en una iglesia próxima al Louvre, la de Saint Germain l’ Auxerrois. Pues bien, a esa iglesia iban a rezar los reyes de Francia, los reyes por derecho divino. No puede ser más elocuente: el padre del periodismo francés está enterrado para la eternidad en la iglesia de los reyes de Francia.

LIBERTAD E INTERÉS PÚBLICO

Comparto con Plenel alguna que otra cosa: él trabajó en Le Monde 25 años y allí fue director de la redacción; yo trabajé 30 años en El País, algunos como director adjunto. Ahora Mediapart es socio y aliado editorial del diario infoLibre y su revista tintaLibre. Nos vincula una relación fraternal.

En mis tiempos de corresponsal en París de El País, a comienzos de los años noventa, ya me llamaban la atención un par de cosas. Una, la excesiva obsequiosidad de Le Monde con los poderes políticos, económicos y financieros de Francia. Otra, que los artículos que allí publicaba Plenel eran una rareza: el entonces joven reportero de investigación estaba empeñado en sacar a la luz los escándalos de la presidencia del socialista Mitterrand. Se lo dije entonces y se lo repito ahora:

—Se notaba mucho, Edwy, que tú no formabas parte por completo de la cultura del *establishment* de Le Monde.

—Estoy de acuerdo —responde Plenel con

otra breve sonrisa pícaro. Toma de la mesa un libro de tapa blanca y me lo pasa. Es su última obra, *Le droit de savoir*, de Don Quichotte Éditions—. Acabo de publicar este libro, en el que intento hablar de modo pedagógico de nuestro oficio. Formulo preguntas como éstas: qué es el periodismo, de dónde viene su legitimidad, cuál es su relación con la democracia. Y las respuestas son sencillas, aunque muchos las hayan olvidado. El periodismo provee a los ciudadanos de informaciones de interés público para que adopten sus decisiones con la mayor libertad. Su primera lealtad es con los ciudadanos. Su primera obligación, la verdad. Su primera disciplina, la verificación. Nuestra legitimidad viene de abajo. Son cosas elementales, ¿no?

—Lo son —respondo—. En realidad, son las de siempre, las buenas viejas cosas que, como dices, algunos han olvidado... si es que alguna vez las conocieron. Sobre todo, los empresarios y directores de muchos grandes medios de comunicación. Esa gente responde a intereses diferentes a los del periodismo.

—A eso —dice Plenel— lo llamo “la Prensa de industria”, es decir, el compadreo con los intereses financieros.

—Sí, todos amiguetes. Los magnates y directivos de los gigantes mediáticos comen, cenan, pasan fines de semana y veranean con banqueros, constructores, empresarios del lujo, patronos de compañías energéticas y hasta fabricantes de armas. Y por supuesto, con los políticos de la derecha de toda la vida y con los de esa supuesta socialdemocracia que los franceses bautizasteis como *gauche caviar*.

—Es un problema universal: intereses exteriores al mundo de la información han terminado dominando las empresas periodísticas. En Francia, en España, en Estados Unidos, en todas partes. Tras haberlo sufrido durante años, en Mediapart, y esto es lo que nos produce tanto gozo, hemos creado nuestro pequeño territorio, nuestra pequeña al- ►►

PLENEL, EL INDEPENDIENTE

El padre de Edwy Plenel era vicerrector en Martinica cuando, en la represión de unas protestas contra la metrópoli, las fuerzas del orden francesas acabaron con la vida de varios jóvenes. Durante el entierro, Alain Plenel declaró: “Yo no represento a la Francia que ha hecho esto”. Aquella actitud ha inspirado la trayectoria vital y profesional de su hijo, el periodista Edwy Plenel (Nantes, 1952), que suele afirmar: “Hay que saber decir no al poder”. Al presidente y fundador de Mediapart también le gusta parafrasear a Joseph Pulitzer, el mítico editor norteamericano, cuando se preguntaba: “¿Cómo pueden los lectores tener confianza en un diario? Sólo si publica las noticias que otros no se atreven a publicar”. Después de una infancia y una juventud repartidas entre Martinica, Argelia y Francia, Plenel destacó en los años ochenta por su periodismo de investigación y

denuncia en el diario Le Monde. Se convirtió así en uno de los grandes críticos de los aspectos más negativos de la presidencia del socialista François Mitterrand. Siempre desde el punto de vista progresista que sigue asumiendo hoy.

Plenel fue víctima de escuchas ilegales por parte de los servicios secretos franceses durante aquella década, en especial, durante sus revelaciones sobre el escándalo del atentado contra el buque *Rainbow Warrior*, de Greenpeace, que provocó la muerte de un fotógrafo. El descubrimiento de que aquella tropelia había sido organizada y ejecutada por el Gobierno francés terminó forzando la dimisión del ministro de Defensa. A juicio de Plenel, la receta del periodismo pasa siempre por el rigor en las investigaciones, los reportajes bien escritos y documentados, los análisis con espíritu crítico y la independencia absoluta de los profesio-

nales. Autor del libro *Combate por una prensa libre* (Edhasa), Plenel sabe muy bien de lo que habla. Tras haber trabajado durante 25 años en Le Monde y haber sido director de su redacción entre 1996 y 2004, sus discrepancias con la cada vez más acomodaticia línea editorial de ese periódico y con la entrada en su accionariado de capital financiero lo llevaron a negociar su salida. Figura controvertida, Plenel tuvo muchos partidarios y también numerosos detractores entre los redactores de Le Monde.

En 2008 fundó Mediapart, el diario digital de pago que, con los casos Bettencourt, Ikea y Cahuzac, ha resucitado en Francia el periodismo de investigación. Firme partidario de las inmensas posibilidades que Internet abre al periodismo, Plenel ha señalado, una y otra vez, que el gran error de los periodistas es creer que la red es su enemiga. Él piensa justamente lo contrario.



YUMAS

CLASSIC
FOREVER

INFO: 86 545 74 40 • e-mail: info@yumas.com • www.yumas.com



»» dea de Asterix. Aquí los periodistas no tenemos que combatir a un enemigo interno, no tenemos por qué desgastarnos intentando sortear los intereses empresariales o políticos de nuestro propio diario.

—Eso ya es enorme. Con frecuencia me preguntan si en El País sufrió la censura. Y mi respuesta es que todo lo que allí publiqué era verdad, pero no toda la verdad que yo conocía. Cualquier periodista de la casa sabía que había personas, empresas e instituciones intocables. Y eso es muy frustrante, termina convirtiéndote en un cínico o un rebelde.

—Pues sí, y algunos hemos optado por ser rebeldes.

Reportero y director, Plenel es también un teórico del periodismo. Lo estimulante de una conversación con él es que, muy a la francesa, remonta rápidamente el vuelo. Así que, apenas disipada la nueva sonrisa irónica, el director de Mediapart prosigue:

—La revolución industrial que vive nuestro oficio agudiza la batalla entre la información y el entretenimiento; lo que puede terminar matando el periodismo es la victoria de la diversión.

—En ello están, Edwy—replico—. Si el objetivo de la prensa escrita, sea digital o impresa, es el que ahora dictan sus dueños y dirigentes, conseguir la máxima audiencia a toda costa, está claro que no hay mejor modo de alcanzarlo que por la vía del espectáculo circense.

—Exacto, la máxima audiencia sólo puede conseguirse con la diversión —dice Plenel—. Esto es lo que ha provocado esa deriva del gratis total en Internet de tantos periódicos, ese regalar en Internet todos sus contenidos, a ver si así se consiguen muchas visitas, mucha audiencia, mucha publicidad. Grandes diarios, como aquellos en los que tú y yo hemos trabajado, han querido copiar el modelo de éxito de las cadenas de televisión. Y eso ha sido nefasto.

COMPLICIDAD ENTRE PODEROSOS

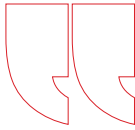
En los tres largos meses que duró el *affaire Cahuzac*, a Plenel le sorprendió que muchos de aquellos con los que debatía en las cadenas de televisión ni tan siquiera se hubieran tomado la molestia de leer las informaciones de Mediapart. Ello no les impedía acusar de “inquisidores a lo Torquemada” al director y al equipo de ese diario digital.

Le digo a Plenel que vale que el poder político y mediático le concediera al ministro el beneficio de la duda, la presunción de inocencia y todo lo que fuera necesario, pero que resulta muy revelador de cómo están las cosas el que, en un instantáneo acto reflejo, consideraran a los periodistas como los principales sospechosos del caso.

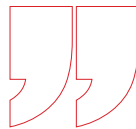
—Es que el sistema ve en los otros sus propios vicios —contesta—. Nos han hecho críticas que me han extrañado porque nosotros no somos así, son ellos los que son así. Nos ven a su imagen y semejanza.

—En español se dice: “Piensa el ladrón que todos son de su condición”.

En Francia tenemos refranes semejantes.



Grandes diarios han querido copiar el modelo de éxito de las cadenas de televisión. Y eso ha sido nefasto



Uno infantil afirma: “El que lo dice es el que lo es”. ¿Y sabes una cosa? He releído todo lo que hemos escrito sobre Cahuzac y lo veo muy correcto y sereno. Nunca hemos negado que un culpable tenga el derecho a mentir para defenderse. Lo que hemos dicho es que nosotros teníamos hechos sólidos y verificados que considerábamos de interés público: el ministro de Presupuestos tenía un pasado oscuro, ni más ni menos que una cuenta secreta en Suiza, transferida luego a Singapur. Y también hemos dicho que no somos fiscales y que debía ser la Justicia la que decidiera si se ocupaba o no del asunto. Eso sí, también hemos añadido que, a fin de defenderse, Cahuzac debía de abandonar el Gobierno. Si seguía allí tomaba como rehenes al Estado, la Administración fiscal, el Gobierno, la mayoría parlamentaria y el presidente de la República. Y eso es lo que ha ocurrido.

—Dimitido Cahuzac, y reconocida por él mismo su culpabilidad, la polémica continúa. En las pocas horas que llevo en París he constatado que hay un debate vivísimo sobre la clase política francesa y sus relaciones con el dinero, sobre la acumulación de mandatos y el conflicto de intereses, hasta sobre la necesidad de pasar de la V a la VI República.

—Se ha abierto una brecha muy seria —dice Plenel—, y no sólo procede de nuestras informaciones sobre Cahuzac, sino de la complacencia del *establishment* durante tres meses y

»» medio con Cahuzac. Si el ministro hubiera dimitido en diciembre, o hubiera sido forzado a dimitir, la ciudadanía tendría la impresión de que el sistema, por imperfecto que sea, funciona. Pero no fue así y llegó el electrochoque: la mayoría de la gente dudaba de nosotros, pero ahora se dice: “Resulta que el pequeño Mediapart, solo contra todos, tenía razón”.

—Teníais razón, en efecto, y éste es el sentido de nuestro oficio.

—Éste es y no otro. Me gusta citar una frase de Robert Park, que fue durante mucho tiempo reportero local y luego fundó la Escuela de Sociología de Chicago. A mediados del siglo XX, Park escribió un artículo titulado *News as a form of knowledge* (Las noticias como una forma de conocimiento), en el que afirmaba que un periodista en posesión de información de interés público es un reformador más eficaz que un editoralista que pontifica desde lo alto de su tribuna. El seísmo de Mediapart ha provocado una amplia demanda de reforma. Tenemos que seguir publicando revelaciones sobre el fraude y la evasión fiscales, sobre la hipocresía de las élites gobernantes de Francia. Para que no pueda haber marcha atrás.

—Cabe suponer que ahora otros medios estarán más atentos si les llegan indicios de ese u otro tipo de corruptelas. Habéis abierto la veda.

—En efecto, ahora van a ser más valientes. Porque lo que ha quedado claro es la existencia de una solidaridad oligárquica. El primer defensor de Cahuzac, el primer testigo de su moralidad, fue Eric Woerth, su predecesor en la cartera de Presupuestos bajo la presidencia de Sarkozy, el tesorero del partido de la derecha y un implicado en el *affaire Bettencourt*. Y el segundo, el gabinete de comunicación que intentó blanquear a Dominique Strauss-Kahn. ¿Qué te parece, un tipo supuestamente de izquierda defendido por la derecha y por una poderosa agencia de comunicación?

—Caso probado, Edwy. Si los dos primeros defensores de Cahuzac eran esos... Sigamos, pues. Tú sueles citar también a Joseph Pulitzer, y Pulitzer decía que el interés de un periódico para sus lectores es que publique aquellas cosas que los otros no publican. Pero, fíjate, en los últimos lustros, todos los grandes periódicos, todos los medios en general, se miran de reojo unos a otros, no vaya a ser que se les escape algo que llevan los demás. Y como los que dictan la agenda informativa son las agencias de noticias y las cadenas televisivas de información permanente, y detrás de ellas, los gabinetes de comunicación y los *spin doctors*, todas las portadas se asemejan. Empieza a ser raro que alguien te sorprenda.

—Así es. La historia de Pulitzer —continúa Plenel— es formidable: un inmigrante de origen europeo, un *self made man* que se hace multimillonario en Estados Unidos y funda la primera escuela de periodismo. El primer diario que poseyó fue el Saint-Louis Post-Dispatch, y su primera exclusiva, que le hizo ganar muchos lectores, una investigación sobre los ricos de la ciudad, una información muy detallada sobre sus propiedades y sus modos



Mediapart es un diario digital que publica tres ediciones diarias.

de vida, que acompañó con lo que pagaban de impuestos. Pulitzer reveló sus nombres, sus fortunas y sus pagos al fisco, y demostró que pagaban poco, muy poco. A partir de ahí comenzó una intensa campaña: todo el mundo, decía, tiene derecho a enriquecerse, pero, como nadie se enriquece solo, hay que devolver a la sociedad parte de lo ganado. En forma de impuestos.

Le confieso a Plenel que resulta algo descorazonador que, más de un siglo después, haya que volver a combatir por algo tan elemental como lo que defendía Pulitzer. En Europa y Estados Unidos, las grandes fortunas personales y las grandes empresas y corporaciones financieras pagan ahora menos impuestos que hace 20 o 30 años, por no hablar del fraude y los paraísos fiscales. Así que puede que la gran batalla por la regeneración democrática, la madre de todas las batallas, sea la de la reforma fiscal: que los ricos contribuyan, al menos, en la misma proporción, que sus trabajadores asalariados. “Es esto, de hecho, lo que había en la génesis del *affaire Cahuzac*”, responde Plenel.

A los periodistas de Mediapart les puso la mosca tras la oreja el hecho de que los paraísos fiscales no tardaran en aparecer en todos y cada uno de los escándalos de la presidencia de Sarkozy sobre los que trabajaban. De modo que, en septiembre de 2012, ya con Hollande en El Elíseo, Plenel escribió un artículo contra lo que calificó de “mafia de la evasión fiscal”. Combatirla era “una causa nacional”. Francia estaba en crisis, pero había decenas de miles de millones de euros producidos por el sudor de sus gentes que podían recuperarse de los paraísos fiscales donde algunos los habían puesto a buen recaudo y en provecho propio.

EL PATRÓN DE LOS IMPUESTOS

Sobre la pista de Cahuzac les orientó un gran favor administrativo que, recién llegado al cargo, el ministro socialista de Presupuestos le hizo a su predecesor, el derechista Woerth. Aquello merecía un vistazo, y Plenel se lo encargó a Fabrice Arfi (ver recuadro). El joven reportero puso manos a la obra y dio con la historia de la cuenta secreta.

Era —rememora Plenel— una historia pedagógica formidable: el patrón de los impuestos defrauda a Hacienda, el hombre encargado de aplicar la política de austeridad es un evasor.

—Lo era. ¿Y no te parece otra prueba de que el mundo anda desquiciado que a gente como nosotros se nos llame de todo por exigir algo tan elemental como que los ricos paguen sus impuestos como los pagamos nosotros? No estamos pidiendo la Luna... O igual sí.

—Es que esto, hoy como ayer, es revolucionario —dice Plenel—. Los Estados Generales que convocó Luis XVI terminaron convirtiéndose en la Asamblea Nacional, precisamente, por esta cuestión, cuando sus componentes dijeron: “Ya basta, somos nosotros los que vamos a decidir quién paga y cuánto se paga, y en qué se gasta ese dinero”. Su primera ley fue la abolición de los privilegios de aquellos que no pagaban impuestos. >>>



FABRICE ARFI, EL WOODWARD & BERNSTEIN FRANCÉS

Fabrice Arfi es un investigador tenaz. Le viene de su padre, un policía en la brigada de Delitos Financieros de Lyon que —el mundo puede ser muy pequeño— conoció a Édwy Plenel cuando éste husmeaba para *Le Monde* en las cloacas del miterrandismo. De su madre, una profesora, Arfi dice haber heredado “la indignación”. Si se juntan las dos cosas, la paterna pasión por las pesquisas y la materna rebeldía ante las injusticias, el resultado, añade, se llama “periodismo”.

Pero Fabrice, como le llama todo el mundo en la redacción parisina de Mediapart, no estudió nunca Periodismo ni ninguna otra carrera universitaria. Nació en Lyon hace 31 años, de cabello, cejas y barba oscuros, rotunda nariz gala y físico corpulento, Fabrice terminó el bachillerato, dejó los estudios y se puso a hacer trabajos aquí y allá, prefiriendo los que tenían que ver con la prensa. Conseguió entrar en algunas redacciones locales, y, en 2008, cuando Plenel anunció el nacimiento del primer diario digital francés completamente de pago, Fabrice se le ofreció como reportero de investigación.

Ahora, cinco años después, el joven Lyon se ha convertido en el Woodward & Bernstein francés, el periodista que ha desvelado el fraude y la evasión fiscales ni más ni menos que del ministro de Presupuestos y, de esta guisa, ha hecho temblar V República.

Fabrice Arfi es un tipo más bien serio, pero cuando le pregunto cuántas veces ha visto *Todos los hombres del presidente*, el filme de Alan Pakula sobre Watergate, una sonrisa anega su rostro. “Lo menos 15 veces”, responde.

El pasado otoño, cuando comenzó a trabajar en lo que sería el caso Cahuzac, el primer descubrimiento de Fabrice fue que la fortuna y la forma de vida del flamante ministro de François Hollande no se correspondían con sus modestas declaraciones de Hacienda. ¿Dónde estaba, pues, el dinero? Fabrice empezó a seguir pistas, recoger y analizar documentos y acosar a fuentes. Hasta que un día, en el Café de Flore —“era la primera vez que iba allí y, por cierto, hacen un chocolate delicioso”—, una de esas fuentes le soltó: “¡Fabrice, nunca vas a encontrar el dinero!”. El reportero casi saltó de gozo. Lo tenía: alguien le confirmaba, aunque de modo

indirecto y para intentar disuadirle, que Cahuzac tenía un dinero oculto. Luego vino el soplo de que existía una grabación de años atrás en la que Cahuzac reconocía tener una cuenta en Suiza. Había sido un error garrafal —la vida está llena de ellos, para alegría de los investigadores— del que luego sería ministro socialista. Cahuzac había dejado un mensaje telefónico oral en un contestador equivocado. Por si acaso, la persona que lo recibió lo guardó.

Hacerse con la grabación fue arduo, pero Fabrice también lo consiguió. Y solo entonces, el pasado 4 de diciembre, Plenel dio su luz verde a la publicación en Mediapart de la historia. A continuación, vino la mentirosa actitud de gran señor ofendido de Cahuzac, el apoyo corporativo de la clase política (“estoy a favor, por supuesto, de la vida privada y la presunción de inocencia, pero los de arriba han convertido eso en muletillas para blindarse y para ahogar investigaciones bien fundadas”) y el silencio hostil del universo mediático tradicional.

“Han sido unos meses muy duros, pero ya estamos acostumbrados al hostigamiento del poder”, dice Fabrice. “Cuando aquí mismo publiqué revelaciones sobre corruptelas de Sarkozy, ya tuve que sufrir escuchas telefónicas, seguimientos policiales y amenazas anónimas. Así que lo peor”, prosigue, “ha sido la soledad mediática. Que los otros periódicos fueran prudentes ante nuestras revelaciones sobre Cahuzac, lo comprendo. Lo que no es normal es que fueran agresivos con nosotros, que nos tildaran de “amenaza para la democracia” y cosas así”.

Fabrice Arfi se está haciendo un filósofo de nuestro oficio. “El concepto de respetabilidad se ha convertido en Francia en el pretexto de buena parte de la profesión para no ser curiosos, y eso es un crimen profesional”, reflexiona. Y antes de volver a centrarse delante de la pantalla del ordenador, me regala esta cita de Pierre Nora que le gusta mucho: “El buen periodista es el que enciende la mecha que quemará los dedos”.

Javier Valenzuela



» —En el origen de la Revolución Americana —añado— también está lo de *No taxation without representation*, me niego a pagar impuestos si no tengo voz y voto.

—Es la ley común. Una prensa democrática es la que lucha por el respeto de la ley común, la ley fiscal, la que permite que haya carreteras, escuelas y hospitales para todos. Y este tema —continúa Plenel— me conduce a la idea de que hoy, sea en periodismo, sea en la vida pública, la mejor palanca es defender lo mejor de la tradición en la modernidad.

Mediapart ha sido pionero en hacer el buen viejo periodismo con los instrumentos tecnológicos del siglo XXI. “Intentamos usar”, dice Plenel, “lo mejor de la modernidad para continuar con lo mejor de la tradición. Al diario en Internet le veo tres grandes ventajas en relación al de papel: la flexibilidad de los formatos, los hipervínculos que enriquecen la información y la relación directa con los lectores”.

—Sin embargo —contesto—, ha habido gurús, propietarios, editores y directores que, por

hacerse los modernos o por lo que sea, han considerado más importantes las tuberías que el agua, estaban tan entusiasmados con los nuevos odres que se olvidaron de hacer buen vino. Se han dedicado a cultivar la idea de que hay que darlo todo instantánea y gratuitamente en Internet y ha dejado de producir noticias relevantes y buenas historias. Y así les va, por cierto.

—Es que esa gente que mencionas —dice Plenel— ni tan siquiera ha entendido lo mejor que aporta Internet. Lo que han adoptado es la burbuja especulativa de Internet. Me acuerdo muy bien de lo que ocurrió en Le Monde, una batalla que perdí, la primera de las que perdí. Teníamos un buen diario en papel por el que cobrábamos un precio razonable y que tenía una venta razonable. Y, al lado, teníamos un sitio gratuito en Internet, que, cada vez más, iba nutriéndose de los contenidos del diario impreso. En un momento dado, algunos comenzaron a predicar que lo prioritario era potenciar la filial digital, que difundía gratuitamente los contenidos del tradicional Le

Un total de 45 personas, de ellas 35 periodistas, trabajan en la redacción de Mediapart en París.

Monde y apenas producía contenidos específicos. Siguiendo la lógica de la máxima audiencia, profetizaban que la filial en Internet no iba a tardar en valer muchísimo dinero ante los llamados “mercados”. Y lo que terminó ocurriendo es que llegaron los bancos, que los medios financieros terminaron estrangulando la independencia de la redacción, sin que por ello esa filial se convirtiera en la mina de diamantes anunciada.

—No sé por qué, Edwy, pero también me sueña esa historia. En fin, volvamos a Mediapart. Cuando nacisteis, en marzo de 2008, os tomaron por locos: un periódico digital de pago, que quería sobrevivir sólo con las suscripciones de sus abonados. Tuvisteis suerte de que no os enviaran al manicomio.

Plenel ríe, la primera vez que lo hace en el rato que llevamos conversando, una breve carcajada.

—Sí —dice—. Concebimos Mediapart como un laboratorio. No sabíamos si iba o no a funcionar en un universo mediático tan hostil, pero pensamos que valía la pena intentarlo.

—Dices con frecuencia que sois un diario digital, no una web de noticias permanentes...

—Y no te olvides de que, retomando una tradición de la prensa impresa más dinámica, hacemos tres ediciones diarias...

GRATUIDAD Y SUPERFICIALIDAD

—¿Por qué no? —le digo a Plenel— ¿Por qué aquella fórmula de éxito en papel no puede servir para lo digital? Finalmente, la gran mayoría de la gente no se pasa el día chequeando online cuáles son las últimas novedades, tiene muchas otras cosas que hacer. Igual resulta que los lectores de diarios digitales esperan lo mismo que los lectores en papel: que les cuenten historias propias, que les ordenen, jerarquicen e intenten explicar el caos del mundo.

—Eso es lo que exploramos —responde—. Al fin y al cabo, lo mejor que me ha ocurrido profesionalmente es la crisis de Le Monde. Al tener que dejar ese periódico, y durante dos años, entre 2005 y 2007, estuve trabajando en casa, escribiendo libros, pero no quería pasarme tres o cuatro horas diarias surfando webs. Así me llegó la primera pregunta: ¿qué periódico me gustaría leer en Internet? Y nada de lo que había me convencía, era la época en que estaba de moda eso de las “agregaciones”. De modo que hice un esquema de cómo me gustaría que fuera mi periódico online. Eso fue lo primero. Luego, la idea del pago me llegó al comprobar que la gratuidad iba deteriorando los contenidos, obligaba a la superficialidad y al seguidismo. Fue una confirmación de algo que siempre había pensado: este oficio debe buscar algo más, debe buscar la plusvalía, el valor añadido, como quiera llamársele.

—Ya sabes que hay mucha gente que quiere zanjar este debate asegurando que el público se ha acostumbrado a no pagar en Internet. Aunque yo pienso como tú: el que haya muchos sitios gratuitos que den las noticias que da todo el mundo, no es óbice para que haya algunos diarios digitales de pago que den historias



MEDIAPART, LA REVOLUCIÓN DIGITAL

Las grandes virtudes del periodismo clásico unidas a las inmensas posibilidades de las nuevas tecnologías: con esta receta el diario digital Mediapart se ha convertido, en apenas cinco años, en una referencia del periodismo francés y en una fórmula de éxito en la red. El equipo de 45 personas, de ellas 35 periodistas, que dirige Edwy Plenel ha superado esa aparente contradicción basada en una supuesta incompatibilidad entre Internet y el periodismo de calidad, al tiempo que ha demostrado que los medios digitales de pago también pueden ser rentables. Con cerca de 70.000 suscriptores individuales y unos 5.000 de compañías o colectividades, con un prestigio merecidamente ganado con sus exclusivas y con un ejercicio profesional riguroso y combativo, Mediapart ha cambiado el panorama informativo francés y ha despertado el interés entre sus colegas de todo el mundo.

InfoLibre comparte con Mediapart la batalla por el renacimiento de un periodismo de investigación independiente de los poderes políticos, económicos y financieros. El medio digital francés es asimismo nuestro socio editorial. En este sentido, infoLibre aspira a sostenerse básicamente con las aportaciones de sus lectores, aunque, a diferencia de Mediapart, sólo algunas de sus informaciones son de pago. De este modo, infoLibre combina las informaciones exclusivas para sus socios con las noticias y comentarios en abierto. Ambos medios comparten el principio de que los ingresos publicitarios sean transparentes y, por ello, rechazan cualquier tipo de acuerdo opaco que pueda esconder condicionamientos editoriales. Plenel suele definir Mediapart como un laboratorio, un espacio de reinención del periodismo en un momento en que los modelos de las últimas décadas presentan signos de agotamiento en todo el mundo.

Un volumen de negocio cercano a los seis millones de euros en 2012 prueba que el laboratorio está en vías de encontrar una nueva fórmula. Las informaciones importantes que ha publicado en exclusiva Mediapart han puesto en jaque al poder en Francia y le han otorgado la credibilidad imprescindible para cualquier medio de referencia. El caso *Bettencourt*, la revelación de la financiación ilícita de la campaña presidencial del conservador Nicolas Sarkozy por parte de *bel imperio* L'Oréal, significó en 2010 la primera irrupción con fuerza de Mediapart. En 2012 ese diario digital destapó el espionaje masivo al que la multinacional Ikea sometía a sus empleados en Francia.

El último éxito periodístico de Mediapart ha sido el descubrimiento de las cuentas bancarias secretas del que era ministro de Presupuesto del Gobierno socialista francés Jérôme Cahuzac. Después de haber soportado los ataques del poder político y la indiferencia o el desprecio de muchos medios de comunicación franceses, la Fiscalía de París terminó dando la razón a Mediapart. El 19 de marzo pasado la Fiscalía confirmó la apertura de una investigación formal por fraude fiscal y blanqueo de dinero, unos 15 millones de euros, contra Cahuzac. La exclusiva obligó a dimitir al ministro y erosionó aún más la popularidad del presidente de la República, François Hollande. Unas semanas después los 37 ministros franceses hicieron públicos sus patrimonios.

En el ánimo de Plenel y su equipo resuenan las palabras que su admirado Albert Camus escribió en 1944 como editorial del diario *Combat*: "Nuestro deseo era liberar a los periódicos del ansia de lucro y darles un tono y una verdad que apuntaran a lo que hay de más elevado en el público. Pensábamos que un país vale a menudo lo que vale su prensa".

propias. En los años 1960 y 1970, la radio y la televisión ya eran en Estados Unidos la principal fuente gratuita de noticias para la mayoría de la gente, y, sin embargo, una amplia minoría seguía pagando por leer el *New York Times* de los Papeles del Pentágono o el *Washington Post* del caso *Watergate*. ¿Por qué tendría que ser necesariamente diferente ahora?

—¡Y recuerda, Javier, que un gratuito no ha dado nunca un *scoop*, una exclusiva!

—No que yo sepa. Y tengo la impresión de que Internet permite una nueva juventud al periodismo. Los periodistas deberíamos ser los primeros en hacer la diferencia entre la crisis de determinados soportes, medios y empresas, y el periodismo de siempre, el que se ha ido perdiendo en los últimos lustros, el resistente, crítico, incómodo, que es otra cosa y, con Internet, puede tener por delante un renacimiento.

LA REDACCIÓN COMO TALLER

—Otro aspecto juvenil de esta aventura de Mediapart —dice Plenel— es que nuestro periódico es muy horizontal, hablamos todos con todos con gran franqueza. Es como un taller, volvemos a descubrir esa confraternidad del taller que debe ser una redacción.

—¡Qué bueno! Recordarás que nos vimos en Madrid el 4 de diciembre. Estabas presentando tu libro *Combate por una prensa libre y apoyando* al entonces aún no nacido infoLibre. Lo extraordinario es que, al mismo tiempo, dirías por teléfono la aparición, ese mismo día, de vuestra primera exclusiva sobre Cahuzac. Estabas muy tranquilo, muy seguro. Me sorprendió tanta calma en el momento en que desencadenabais la tormenta.

—Es que hay que dudar antes.

—O sea, tú ya habías tenido tus dudas antes de ese 4 de diciembre...

—Sí, le había dicho a Fabrice que no publicaríamos nada si no teníamos la grabación (Cahuzac había dejado por error un mensaje en un contestador en el que reconocía la existencia de su cuenta en Suiza). Y ese día ya teníamos la grabación. La historia del *affaire Cahuzac* es vertiginosa. Le había dicho al equipo: "Necesitamos encontrar pronto un escándalo sobre el poder socialista para corroborar nuestra independencia". Y también: "El tema de la evasión fiscal es central para nosotros, hay que encontrar algo por ahí". Y encontramos esta historia, que es como el guión de una película sobre el periodismo y su independencia.

—La verdad es que sí, parece un filme hollywoodiense de la mitad del siglo XX, uno de esos sobre periodistas incorruptibles que denuncian a un cacique o un gánster local y, pese a pasarlo muy mal, terminan ganando. Y aquí también ha habido *happy end*: el villano, Cahuzac, el que declaró que vuestras informaciones eran "delirantes" y "difamatorias" y os amenazó con llevaros a los tribunales, dimite primero y luego confiesa en televisión sus pecados.

—(Risa). Sí, es *Deadline USA*, con Humphrey Bogart, el filme de Richard Brooks. ♦