

Alejandro Echevarría dice que Internet es una gran oportunidad para los medios

El presidente de Telecinco destacó en Santander la apuesta del Grupo CORREO por las nuevas tecnologías

COLPISA SANTANDER

El consejero delegado del Grupo CORREO y presidente de Tele 5, Alejandro Echevarría, aseguró ayer en Santander que Internet es una gran oportunidad para los medios periodísticos. «No podemos sentirnos ajenos a la Red», afirmó durante su intervención en el encuentro 'Empresas periodísticas: del monocultivo al grupo multimedia', inaugurado ayer en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Echevarría confirmó la apuesta estratégica que ha hecho el Grupo CORREO por las nuevas tecnologías. Este grupo ha incrementado su participación hasta un 73,40% en Sarenet, S.A., uno de los principales proveedores on-line de España; ha potenciado las páginas web de los diez periódicos del grupo con casi ocho millones de páginas visitadas, lo que las sitúa en los puestos cabeceros del sector; y ha promovido diversas iniciativas, unas de forma individual -como Grupo Correo Media Trader-, y otras constituyendo alianzas con otros grupos de comunicación, como viapolis.com, el portal de ocio y servicios de mayor implantación en el país, o Jumpy, el portal generalista de Internet.

Alejandro Echevarría recordó, sin embargo, que los periódicos siguen siendo el 'core business' del Grupo, que apuesta por el futuro de la prensa regional en una

sociedad globalizada. El presidente de Tele 5 mantuvo que la dinámica de alianzas y concentraciones que se vive en el ámbito de los medios de comunicación es positiva: «No sólo no pone en peligro la independencia de los medios y la libertad de expresión, sino todo lo contrario, siempre que estas alianzas se realicen con transparencia, sin interferencias de los poderes públicos y con respeto a la pluralidad».

Nuevos y viejos medios

En su reflexión sobre la realidad y el horizonte del sector, Echevarría dejó claro su convencimiento de que «la verdadera independencia y la libertad de expresión se sostienen siempre sobre la fortaleza y rentabilidad de la empresa periodística». Para fundamentar su tesis utilizó un razonamiento concreto: «A pesar de las muchas incertidumbres del camino, es razonable pensar que el futuro de la comunicación descansa en la confluencia de los nuevos y viejos medios; en la unión de sectores diferentes y en las alianzas multinacionales», afirmó.

Además, Alejandro Echevarría avanzó la existencia de un Plan Estratégico del Grupo CORREO. «Es un proyecto ambicioso, pero, al mismo tiempo, realista y estimulante, elaborado en función del interés por la Red, que supone un desafío para este nuevo contexto en que nos encontramos», explicó. Dicho plan presenta como objetivos básicos conseguir el liderazgo en beneficios y en medios tradicionales en España y potenciar el desarrollo de negocios colaterales; aumentar las actividades en Internet; crear negocios en el exterior, caso de la exportación del modelo de prensa regional con inversiones en Perú, Bolivia y Uruguay, y consolidar la integración de los diferentes medios.



Alejandro Echevarría, durante su intervención en Santander. / EL DIARIO MONTAÑÉS

El director de EL CORREO alerta del riesgo de que en la Red la primicia se imponga al rigor

EL CORREO BILBAO

«El deseo de ser los primeros en un mundo interconectado informativamente parece que puede llegar a sacrificar el rigor en la comprobación de la noticia», advirtió ayer en San Sebastián el director de EL CORREO, en referencia a la información periodística en Internet. Ángel Arnedo señaló que «la ausencia de reglas que preside 'la red de redes' ha agudizado muchos de los problemas relacionados con la ética y la veracidad de los contenidos», y afirmó que «la credibilidad de los contenidos de la Red constituye una exigencia inaplazable».

Ante esta situación, el director de este periódico, que intervino en un curso de verano de la UPV sobre 'Evaluación de políticas públicas', abogó por la autorregulación profesional. «Buena parte del futuro de la Red -dijo- ha de asociarse necesariamente a códigos de autorregulación» que sirvan de salvaguarda «ante el verti-

«La credibilidad de los contenidos digitales constituye una exigencia inaplazable»

ginoso ritmo que preside la difusión informativa en Internet». Arnedo recordó cómo, en pleno 'caso Microsoft', 'The Wall Street Journal' dio una primicia en su edición digital y «cuando esa noticia ya era portada de buena parte de los medios de comunicación», la retiró de su 'web' «al estimar que no había sido suficientemente contrastada. De hecho, aquella información no apareció en la versión en papel».

La veracidad de los medios y la autorregulación fueron los ejes de una conferencia en la que Arnedo también destacó la necesidad de «conciliar de forma armónica» la información sobre «la actividad jurisdiccional y administrativa»

con «la intimidad de los ciudadanos afectados o la seguridad estatal». Conciliar, pero informar, porque la publicidad «es una garantía de fiscalización frente a cualquier tentación de arbitrariedad agazapada en el secreto».

Corrupción

Por otra parte, en el curso titulado 'Evaluación de políticas públicas', Carlos Jiménez Villarejo, fiscal jefe para la represión de los delitos económicos, dijo que el Estado «debe garantizar unas medidas preventivas básicas porque, entre otras cosas, la intervención judicial en los delitos de corrupción sólo debe producirse en momentos de crisis». Preciso que «no es misión del Derecho Penal la erradicación de la corrupción» y que ni éste «ni el Código Penal son suficientes para hacerle frente».

El filósofo Fernando Savater, por su parte, destacó la transparencia y la responsabilidad como fundamentos para una gestión pública profesionalmente ética.



PASIÓN POR EL JAZZ CAJA MADRID

CAJA MADRID, con el XXIV festival de jazz de Vitoria-Gasteiz.

Hotel NH Canciller Ayala (Vitoria) a partir de la media noche. Entrada libre.

