



## Intereconomía: “ladran, luego cabalgamos”

Ana Ortiz

Análisis nº 7889

16 de junio de 2010

### 1.- Introducción

En el análisis anterior, donde se hablaba de Libertad Digital, comentábamos el artículo publicado en El País donde se calificaba de *ultras* a varios grupos de comunicación cuyo *delito* principal para ganarse tal calificativo es que están ocupando un lugar desierto en los medios de comunicación y caracterizándose por ofrecer espacios de debate hasta ahora obviados por Grupos como PRISA (1). Acostumbrados a manejar la opinión pública a placer, lo último que se podía imaginar el buque insignia del desaparecido Polanco es que millones de españoles estuvieran ávidos de otro tipo de información, otros tertulianos, otra opinión y otra manera de hacer las cosas fuera de las fronteras del pensamiento único.

Tal es el caso del Intereconomía, Grupo de comunicación en alza, que ha marcado un antes y un después en España con determinados programas y que hoy, ostenta el honor de tener en pie de guerra a buena parte de la izquierda, presta a ponerle el cordón sanitario que se merece por osar decir lo que piensa en cualquier terreno, aunque se salga de lo *políticamente correcto*.

Lo que empezó en 1995 como una radio fórmula de temática económica, ha llegado a ser un gigante de la comunicación en tan solo quince años. Se puede decir que 2005 es el año del gran despegue hasta su plena consolidación hoy en día... y sin gozar del favor del César. Mientras algunos nacían y crecían a la sombra de Moncloa en esos años, Intereconomía pisó el acelerador hasta posicionarse en los *mass media* españoles gracias a la TDT y buen olfato de su

presidente y propietario, Julio Ariza, cuya estrategia de comprar medios de comunicación en declive, actualizarlos, poniéndoles rumbo al éxito y ofreciendo un puesto de trabajo profesionales cuyo puesto peligraba por la inminente suspensión de pago de algunos de estos medios, ha dado excelentes resultados.

Un Grupo que, basado en el humanismo de raíces cristianas, autodefinido como independiente de partidos políticos, instituciones religiosas y de cualquier organismo de poder, liberal y cristiano, crece como la espuma. Demasiado atrevimiento para el pensamiento único.

Don Quijote dixit: “ladran, querido Sancho, luego cabalgamos”.

## **2.- De la economía al gran público**

El embrión del Grupo está en Radio Intereconomía, que, si bien inicia sus emisiones en 1994 de la mano del empresario Jesús Gasulla, es en 1997 cuando comienza a despegar con la llegada de Julio Ariza, finalizando así, una etapa en la que la emisora de radio había pertenecido Grupo Monte Cañaverol S.L. (propiedad del 80% del Grupo ZETA de Antonio Asensio), que por aquél entonces, también editaba La Gaceta de los Negocios (hoy la Gaceta de Intereconomía) y la revista Dinero.

La siguiente adquisición fue la revista Época, publicación a la que salvó en 2000, puesto que estaba sufriendo la deuda económica de 400 millones de pesetas que lastraba el futuro de la revista.

En 2003, el programa Capital, estrella de Radio Intereconomía, recibe el premio Ondas. En marzo de 2008, comienza a emitir como canal de radio en TDT gracias al multiplexor compartido con el canal 66 con cobertura nacional, emitiendo también mediante radio digital DAB por el múltiplex MF-1.

Galimatías tecnológico aparte, la cuestión interesante para este análisis es la prueba de una de las claves del éxito del Grupo: aprovechamiento de las nuevas tecnologías de cada momento en medios de comunicación jóvenes o a punto de quebrar, con una línea editorial que cubre la demanda de la sociedad española de recibir otro tipo de información al margen de la oficialmente establecida por los medios afines al Gobierno socialista, un campo, que curiosamente no se cubrió en tiempos en los que gobernaba el Partido Popular, pero que cobra todo su apogeo en tiempos de Zapatero, presidente de uno de los Gobiernos más sectarios que hasta ahora se conoce. Todo un dato a tener en cuenta para los asesores políticos de uno y otro lado.

Para aquél entonces (marzo de 2008) el Grupo Intereconomía ya contaba con un canal de televisión que hoy es su buque insignia. Intereconomía TV parte de las cenizas de Expansión TV. Originariamente del Grupo Recoletos, nace en 1998 tras un acuerdo con Televisa, hasta que en 2005, Expansión TV cesas sus emisiones por cuestiones económicas, con un expediente de regulación de empleo que afectaba a sesenta y siete profesionales, que pasaron a for-

mar parte de lo que conocemos hoy como Intereconomía TV.

La compra de Expansión TV no es asunto baladí, puesto que la programación de ésta se emitía también a través de otras emisoras gracias a unos acuerdos previos de emisión. Hablamos de Digital +, Auna, Euskaltel, Retecal y Telecable, sin olvidar Veo TV. En principio, la recién nacida Intereconomía TV tenía ante sí un reto y un mundo de posibilidades: llegar a públicos distintos a los que de otra manera no habría tenido acceso, como es el caso de Digital + (PRISA), Euskaltel o Veo TV.

El matrimonio Intereconomía-Digital+ tendría poco recorrido. El análisis de su divorcio escenifica una vez más, una de tantas maniobras que dejan al descubierto hasta dónde llegan los tentáculos del actual Gobierno.

En septiembre de 2007, Digital + (Sogecable/PRISA) comunica a Intereconomía que no renovará el contrato que permitía la emisión de Intereconomía Televisión en la plataforma. Esto suponía el cese de emisiones del Grupo de Ariza por esa plataforma. Intereconomía recurre la decisión de Sogecable ante los tribunales alegando un incumplimiento del contrato y dominio por parte de la propietaria de Digital+.

El juzgado número 4 de lo mercantil de Madrid falló a favor de Grupo Intereconomía, afirmando en el auto de la sentencia que la decisión "*era un abuso de posición de dominio en la plataforma de satélite*", por lo que el canal continuó sus emisiones.

Sogecable recurrió la sentencia, alegando que el contrato había expirado. El litigio queda resuelto por la intervención de la Comisión Nacional de la Competencia, que dio la razón a Sogecable y rechazó la denuncia de Intereconomía Televisión. La razón de la CMT: la cadena tiene asegurada cobertura suficiente al emitirse en TDT para todo el país tras la extensión de esta plataforma, y en los principales operadores de televisión cable. Intereconomía TV deja de emitirse por la plataforma del Digital + en septiembre de 2008.

Recordemos que la CMT es un organismo público presidido por el socialista Luis Berenguer Fuster. Huelgan más explicaciones.

Los datos de audiencia (Publiscopio) ponen de manifiesto que la salida de Digital+ no ha perjudicado al Grupo, sino todo lo contrario. Los programas "El gato al agua" y "Punto pelota" son líderes de audiencia sobre todas las demás cadenas recién nacidas emitidas en TDT, llegando a alcanzar en ocasiones, picos de audiencia de dos millones y medio de espectadores.

Según un estudio de Sigma Dos, el 66 por ciento de los oyentes considera que radio Intereconomía tiene los mejores contenidos de Bolsa de la radio española.

### **3.- Más retos**

En un momento en el que las empresas de comunicación pasar por dificultades económicas, en especial, la prensa escrita, en pleno proceso de maridaje con Internet, el Grupo Intereconomía adquiere uno de los

periódicos emblemáticos en el campo económico. En agosto de 2009 La Gaceta de los Negocios pasa a formar parte de la Corporación. Una vez más, se sigue la estrategia que asimismo se pone en funcionamiento con Radio Intercontinental un año después: adquirir la empresa que tiene un expediente de regulación de empleo sobre la mesa del Ministro de Trabajo. Intereconomía Corporación se compromete a afrontar la mitad de la deuda del diario (tres millones de euros). Además, el Grupo liderado por Julio Ariza obtiene el 1,8 por ciento del capital de la cadena de radio COPE, que le correspondía al periódico en el momento de la compra, un porcentaje ampliable hasta el 11 por ciento.

La Gaceta de Intereconomía, como ha pasado a denominarse, emprende la andadura de diario generalista tras veinte años de ocuparse de la información económica. En plantilla, buena parte de los profesionales de la desaparecida agencia Fax Press, en el Grupo desde sus comienzos y dirigida últimamente por Pilar Cernuda, que, según fuentes del entorno, declinó la invitación de sumarse al proyecto de la nueva Gaceta.

Un mes más tarde de esta operación, en septiembre de 2009, Radio Intercontinental – ahora Radio Inter – entra a formar parte de la Corporación. Sin duda, una gran apuesta por una emisora en cuya redacción todavía había máquinas de escribir. La corporación pretende mantener así, dos marcas de radio diferenciadas, Radio Inter y Radio Intereconomía, pretendiendo que la primera llegue a tener cobertura total en el

país mediante el alquiler y compra de señales radiofónicas.

Estrategia parecida a la que el grupo ha seguido con Intereconomía Televisión y la recién nacida Intereconomía Business, dedicada en exclusiva a contenidos económicos, mientras que la primera sigue con su programación generalista.

#### **4.- Éxito insoportable...**

... para sus detractores, que no son pocos. Basta echar un vistazo a Facebook o a Frikipedia. Si bien hay que señalar que en Facebook han surgido algunos grupos específicos de apoyo a Intereconomía, es interesante leer algunos comentarios publicados en muros de grupos como los siguientes:

Grupo “Nos soporto el canal Intereconomía”. Casi 8000 amigos, con comentarios como estos: *“Nunca he visto a gente que se tire constantemente piedras a su propio tejado como los de esta cadena. Son lo peor y debemos evitar que a los que representan, como el PP lleguen al poder porque será cuando veamos lo que son capaces de manipular e inventar pero desde el gobierno. Será otro Intereconomía en la Moncloa”*. *“Es fascismo. Sea legal o no, es fascismo. Y no debería ser legal. Para ver basura ya tenemos Gran Hermano y Telecinco, no nos hace falta otro dispensador automático de heces”*.

Grupo “El Gran Wyoming, el azote de Intereconomía TV” (1.800 seguidores). En la información del grupo se puede leer lo siguiente: *“Página dedicada a este Dios de la televisión, odiado por la ultraderecha católica y conservadora y a la vez azote de ésta. Será recordado en la historia de la televisión española por el mal trago que*

*hizo pasar al canal reaccionario Intereconomía TV colándoles como cierto un videomontaje en el que supuestamente maltrataba a una becaria. Este hombre se supera día a día”.*

Frikikipedia tampoco tiene desperdicio: *“Intereconomía existe desde el principio de los tiempos ¿Por qué? Porque los creo Dios para defender a los ciudadanos decentes de este país de los socialistas obreros españoles judeo masones homosexuales inmigrantes ilegales corruptos nacionalistas que van a romper Essssspaaaña coño. Sin embargo, al ser Dios un agarrao y no darles un duro, (solamente el logotipo del torito y lo tienen que pagar por plazos por derechos de autor) los defensores de la libertad de expresión y la decencia tuvieron que recaudar fondos a base de prostituirse vender limonada en una esquina”.* (El tachón es original).

Sobre “El Gato al Agua”: *“Es el programa "estelar" de la cadena y se trata de un debate, donde, curiosamente, no hay debate, porque todos son de derechas. De vez en cuando hay alguno del PSOE, pero a este le tienen algo marginado y cada vez que habla algo que pueda hundir a sus rivales, el presentador le interrumpe para poner anuncios de los curas cantores y la colección de libros de César Vidal. Normalmente les ponen vino a todos para que se emborrachen, solo así se puede dar explicación a todo lo que dicen”.*

¿Alguien se imagina la que se formaría si los que no piensan como ellos descalificaran e insultaran a los medios de comunicación que veneran? 13M 2004 segunda parte.

## **5. ... y sin embargo...**

Ahí siguen, cabalgando a pesar de los ladridos de algunos, improprios en los que incluyen a su dueño, Julio Ariza, cuyo delito es ser de derechas y un hombre con convicciones religiosas, consecuente con las mismas. Un hombre que ha impulsado un gigante mediático en televisión, radio, Internet, publicaciones, cine, formación editorial y agencia de noticias, cuya producción se hace al cien por cien en la casa, generando puestos de trabajo en vez de destruirlos, muy al contrario de lo que está sucediendo en España.

La trayectoria del Grupo Intereconomía podría analizarse en cualquier escuela de negocios como un ejemplo de emprendimiento con éxito, donde la reconversión de medios en declive y la conservación y aumento de puestos de trabajo son dignos de mención.

Ese es uno de sus problemas en un entorno donde se prima el pelotazo, la subvención, la pancarta y la demagogia, frente al trabajo, el esfuerzo y el tesón.

Otro de sus grandes problemas radica en su línea editorial, en las antípodas del pensamiento único ejercido por determinados medios durante décadas, en los que han sido claramente los amos del cortijo del que ahora pierden cada vez más cuotas de poder por su ruina económica y por falta de seguidores.

Buena parte de la sociedad española ha encontrado en los nuevos grupos de comunicación que han aflorado gracias a las nuevas tecnologías, como es el caso de Intereconomía, un punto de vista diferente de lo



que siempre han escuchado, puesto encima de la mesa sin complejos. Y eso, en una sociedad en la que unos deciden por todos lo que está bien y lo que no, es del todo punto “intolerable”.

Se podrá estar de acuerdo o no con la línea editorial de estos medios, pero bienvenido todo aquél que se atreve a traspasar la frontera de lo vedado, a poner en palabras lo que

opina mucha gente. Estos nuevos medios, como es el caso del Grupo Intereconomía, han puesto rumbo a la libertad de expresión, con éxito empresarial, generando puestos de trabajo, mientras que otros los ponen en peligro con su pésima gestión económica.

En consonancia con el logotipo del Grupo... ¡Olé!

*Ana Ortiz es Licenciada en Ciencias de la Información, Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Master en Radiodifusión por RNE y perito grafólogo por la Facultad de Medicina Legal de la Universidad Complutense de Madrid. Asesora política, experta en relaciones institucionales para Iberoamérica, en protocolo empresarial y liderazgo. Asesora en campañas electorales sobre comunicación en Internet y redes sociales. En el Grupo, es Analista en Inmigración y Seguridad interior y Analista de Medios de Comunicación. Ha participado en debates y entrevistas en Libertad Digital TV, Telemadrid, Radio Intereconomía, Intereconomía TV, Veo7 y Periodista Digital en temas y cuestiones de inmigración, y de política en general.*

### **Notas**

(1) Análisis GEES: Derecha 2.0: diez años de liberalismo [http://www.gees.org/articulos/derecha\\_20\\_libertad\\_digital-10\\_anos\\_de\\_liberalismo\\_7805](http://www.gees.org/articulos/derecha_20_libertad_digital-10_anos_de_liberalismo_7805)

\*Este Grupo añadió “presunta” por la polémica surgida y las denuncias correspondientes que el mismo Grupo Intereconomía y la presión de los seguidores de la emisora, al conocer que había un grupo en Facebook llamado “Muerte a Intereconomía”.