

# Malas noticias o el fiasco del Grupo Tribune

Dentro de la profunda crisis que soporta la prensa por todo el mundo, el segundo grupo de periódicos más grande de Estados Unidos se ve forzado a la suspensión de pagos tras una erizada saga de especulación, corruptelas políticas y ambiciones frustradas por la recesión.

**PEDRO RODRÍGUEZ**

**E**l pasado mes de diciembre fue especialmente dramático para la prensa de Estados Unidos. La implacable recesión diagnosticada desde hace un año y el consiguiente retroceso en ingresos por publicidad, más otras incertidumbres acumuladas por el sector, han terminado por alcanzar de lleno a todo tipo de cabecezas, grandes y pequeñas. Circunstancias acompañadas por un pesimismo colectivo de cara al futuro y desmoralización ante un presente que está imponiendo cambios radicales en la industria americana de periódicos bastante envidiada no hace tiempo.

Dentro de todo este preocupante panorama donde leyendas periodísticas se difuminan entre números rojos, el caso más notorio ha sido protagonizado por la compañía Tribune, considerada como el segundo conglomerado de prensa más importante de Estados Unidos. El 2 de diciembre, la empresa multimedia formalizaba en los tribunales de Delaware un procedimiento de suspensión de pagos reconociendo su incapacidad para hacer frente a toda la ingente deuda acumulada en sus libros de contabilidad. Unas obligaciones estimadas en más de 10.000 millones de euros frente a un patrimonio propio que no

**Pedro Rodríguez** es corresponsal de *Abc* en Washington.

llega a los 6.000 millones de euros.

La empresa, propiedad del magnate inmobiliario Sam Zell a través de una operación con deuda apalancada que contribuyó catastróficamente a multiplicar su déficit original, intenta aprovechar esa tregua transitoria para reestructurar sus obligaciones ante una larga relación de acreedores que incluye a entidades como Citigroup, Bank of America, JP Morgan Chase y Merrill Lynch. Todos ellos, a su vez, afectados de lleno por la crisis financiera que está cambiando radicalmente el panorama de Wall Street.

Sobre el papel, la cartera de propiedades del Grupo Tribune –con sede en Chicago y 22.000 empleados– resulta impresionante. En la lista figura desde el equipo de béisbol Cubs hasta 23 estaciones de televisión, pasando por cabeceras legendarias en la historia del periodismo de Estados Unidos como su buque insignia: el *Chicago Tribune*, diario de referencia en la América del medio-oeste desde mediados del siglo XIX. Además de otros periódicos también de especial relevancia como *Los Angeles Times* y el *Baltimore Sun*.

Durante el último año, Sam Zell –sin experiencia en medios de comunicación pero que se hizo con el Grupo Tribune como resultado de la frustración de sus accionistas al no alcanzar anticipados resultados– ha intentado transformar la em-

presa en una especie de cooperativa con participación de sus empleados y fomentando una cultura “rápida, diestra y que recompense la innovación”. Además de forzar recortes, reducciones de plantilla e incluso intentar medir la productividad de los periodistas a través de la extensión de los textos publicados.

La gran operación de Sam Zell, en la que el magnate solamente tuvo que invertir unos 240 millones de euros de su propio patrimonio, se ha visto descarrilada por la crisis económica y la falta de dinero su-

ficiente para sustentar todo ese proyecto de crear un ejemplar conglomerado periodístico para el siglo XXI, con perspectivas de que 2009 vendrá acompañado de adicionales retrocesos en la tarta publicitaria de Estados Unidos como reflejo del colapso de la industria del automóvil y del sector inmobiliario, ade-

La gran operación de Sam Zell se ha visto descarrilada por la crisis y la falta de dinero suficiente para sustentar todo ese proyecto de crear un ejemplar conglomerado periodístico para el siglo XXI

más de una mayor emigración de anunciantes hacia Internet.

Toda esta importante merma de ingresos por publicidad, junto a unas crecientes pérdidas durante el tercer trimestre de 2008 hasta llegar a los 96 millones de euros, han terminado por desbordar la capacidad del Grupo Tribune para hacer frente a sus enormes obligaciones crediticias. Con unos pagos estimados al año en más de 700 millones de euros para servir toda la deuda expandida por el especulativo cambio de propiedad.

Al buscar el refugio de la suspensión de pagos, Sam Zell no ha dejado de recalcar su esperanza de “colocar nuestra deuda en línea con las actuales realidades económicas, eliminando presión sobre nuestras operaciones para que podamos seguir trabajando en nuestro proyecto de crear una empresa periodística sostenible, de vanguardia que sea valorada por nuestros lectores, espectadores y anunciantes”.

Antes de llegar a tirar la toalla en diciembre, la compañía Tribune había intentado hacer frente a su crisis poniendo a la venta una porción de sus propiedades. En mayo, se deshizo de su cabecera neoyorquina *Newsday* por 650 millones de dólares. Hubo un intento fallido para colocar también su participación en Food Network, canal de televisión de pago especializado en el mundo de la gastronomía.

Los esfuerzos para hacer lo mismo con su importante franquicia de béisbol (incluido el Wrigley Field, legendario estadio de Chicago y un 25% del canal SportsNet) tampoco prosperaron en su momento, ya que la crisis crediticia global cercenó también el número de posibles compradores con la financiación suficiente como para hacer frente a una operación tan importante.

La dramática situación del Grupo Tribune, aunque especialmente complicada por el monto de su deuda, no es precisamente una excepción entre el resto de la prensa de Estados Unidos también sometida a pérdidas, reducciones de plantilla, recortes de gastos y todo tipo de ajustes. La cadena McClatchy, que en 2006 adquirió a sus rivales de Knight Ridder, ha visto cómo su cotización en Bolsa ha llegado a caer un 90%.

Agobiado por toda la deuda acumulada, ese conglomerado se ha visto forzado a desprenderse de una de sus más preciadas propiedades: el *Miami Herald*.

Durante los dos últimos años, las acciones de la empresa editora del *Washington Post* también han retrocedido hasta un 40%, forzando entre otras medidas a una reducción incentivada de plantilla. La compañía Scripps ha anunciado la venta de su histórico periódico en Denver, *The Rocky Mountain News*,

fundado en 1859. Y la bastante rentable cadena Hearst también ha confirmado su deseo de desprenderse del *Seattle Post-Intelligencer*.

De no encontrar comprador, la cadena Gannett ha anunciado el cierre del *Tucson Citizen*. El *Minneapolis Star-Tribune* también ha entrado en suspensión de pagos, después de haber sido adquirido hace menos de dos años por un grupo privado de inversión. Apuros compartidos por el *Philadelphia Inquirer*. Mientras que en Detroit, tanto el *Detroit News* como el *Detroit Free Press* han anunciado planes para cercenar el reparto a domicilio de sus ejemplares. Facilitando ese servicio a suscriptores –el método de distribución más predominante en Estados Unidos– solamente para sus ediciones de los jueves, viernes y domingos.

La crisis también ha repercutido hasta en el venerable grupo del *New York Times*, que arrastra un retroceso bursátil en los últimos 12 meses del 55% y crecientes tensiones entre sus accionistas y la familia Sulzberger por la gestión de la empresa. En diciembre, la compañía se declaró dispuesta a hipote-

car su participación del 58% en su nuevo cuartel general en el centro de Manhattan. Una futurista torre de 52 pisos en la Octava Avenida diseñada por el famoso arquitecto italiano Renzo Piano. Ante esta situación complicada por una deuda

estimada en 850 millones de euros y una reconocida merma del 21% en sus ingresos anuales por publicidad, el *New York Times* se ha visto en enero obligado a aceptar un préstamo de unos 190 millones de euros por parte del empresario mexicano Carlos Slim Helú, propietario ya de un 6,9% del diario de referencia en Estados Unidos. Aunque la familia Sulzberger tiene en propiedad un 19% de la compañía, retiene su control empresarial a través de una clase especial de acciones con derecho a voto.

La empresa editora del *New York Times* también se ha visto obligada a sacar a la venta su participación en el equipo de béisbol de los Red Sox de Boston. Además, la vieja pero distinguida dama gris del periodismo en Estados Unidos se ha visto forzada a acompañar su proverbial lema de “todas las noticias que merecen ser impre-

La crisis también ha repercutido en el venerable grupo del *New York Times*, que arrastra un retroceso bursátil en los últimos 12 meses del 55%

sas” con un trato mucho más preferente hacia la publicidad al incluir por primera vez en enero un anuncio a seis columnas en su portada.

Dentro del particular fiasco del Grupo Tribune, las dificultades económicas de la empresa han llegado hasta el punto de entremezclarse con el gran escándalo político sufrido por Estados Unidos entre las elecciones presidenciales del 4 de noviembre y la toma posesión de su nuevo presidente: los intentos delictivos por parte del gobernador de Illinois, Rod Blagojevich, para *vender* al mejor postor el escaño vacante de Barack Obama.

Entre las muchas aristas de ese caso figuran las presiones ejercidas por el inefable gobernador sobre el *Chicago Tribune*. Dentro de sus múltiples chanchullos y extorsiones, el político demócrata de Illinois estaba intentando que el histórico diario despidiese a una serie de firmas de su página editorial por haber argumentado la necesidad de un proceso de *impeachment* –o juicio político– ante la cadena de problemas y prácticas cuestionables acumulada por el gobernador.

De acuerdo con las grabaciones realizadas por el FBI antes de proceder a su detención en diciembre bajo acusaciones de conspiración y solicitud de soborno, Blagojevich estaba exigiendo el apoyo editorial del diario y el despido de una serie de firmas como condición previa para

que el Estado de Illinois facilitase a la compañía Tribune la venta por unos estimados 1.000 millones de dólares de su equipo de béisbol Cubs y del estadio Wrigley Field.

Pese a todo, el *Chicago Tribune* no despidió a nadie ni puso sordina a sus críticas contra el gobernador. Pero este intento de extorsión periodística aprovechando la crisis económica ha generado una profunda inquietud en diferentes periódicos y asociaciones profesionales de Estados Unidos. Para algunos especialistas en historia del periodismo todo este cúmulo de descaros casi no tendría precedentes. Como ha explicado el profesor Edward Alwood, de la Quinnipiac University, “aunque muchos políticos sueñan con hacer algo así, el gobernador de Illinois lo ha intentado llevar a la práctica”.

Para el profesor Norman Sims, historiador de la Universidad de Massachusetts, resulta “inaudito el caso de un político intentando despidir a todo un consejo editorial, aunque en la ciudad de Chicago, con toda su historia, de músculo, influencia y corrupción, probablemente no sea la primera vez, aunque sí sea la primera vez que trasciende al público”.

Dentro de la historia del periodismo americano, hay que recordar que Chicago llegó a presumir en su día de tener hasta 11 diarios con decenas de premios Pulitzer en reñi-

da competencia, según quedó reflejado en la clásica trama teatral y cinematográfica *The Front Page*. Pero en la actualidad, la gran ciudad solamente dispone del tabloide *Chicago Sun Times* y del *Chicago Tribune*, famoso entre otras cosas por anticipar en 1948 erróneamente la derrota de Harry Truman.

Otros académicos dentro de esta saga de presiones políticas sobre la prensa de Estados Unidos han recordado los intentos del presidente John F. Kennedy para que el *New York Times* sacase de la incipiente guerra de Vietnam a su famoso y crítico corresponsal David Halberstam. O las presiones de Richard Nixon contra la empresa editora del *Washington Post*, amenazando con retirar sus licencias audiovisuales, durante la saga de Watergate. Pero, en cualquier caso, esos pulsos nunca llegaron a incluir la exigencia del inmediato cese de firmas incómodas.

A juicio del profesor Edward Alwood, “la gran cuestión aquí es hasta qué punto todas estas actividades terminan por fomentar la autocensura. Ése es el gran peligro que va más allá del Grupo Tribune, ya que

afecta a otros periódicos que están observando todo lo ocurrido y van a sacar sus propias conclusiones. Al final, el perdedor es el público”.

El único periodista del *Chicago Tribune* identificado por su nombre en las inculpadoras conversaciones de Blagojevich es John McCormick, subdirector de la sección editorial, que se ha declarado el primer sorprendido de la saña del gobernador. En un artículo en la revista *Newsweek* titulado ‘Mi extraña semana en el lado malo de Blago’, McCormick destacaba la inmerecida atención acumulada por su nombre: “Cada día hay periodistas del *Chicago Tribune* que arriesgan sus vidas en zonas de guerra o en las calles plagadas de violencia de nuestra ciudad. Y en comparación, vivir en una lista de enemigos no es algo tan malo”.

Con su ironía británica, *The Economist* ha recordado cómo Sam Zell, al completar la adquisición del Grupo Tribune en diciembre de 2007, prometió que su empresa aspiraba a representar el futuro de los periódicos. Y quizá, en el fondo, puede haber acertado aunque no en su original sentido triunfalista. ♦

Edward Alwood,  
profesor de la  
Quinnipiac  
University: “La  
gran cuestión es  
hasta qué punto  
estas actividades  
terminan  
por fomentar la  
autocensura”