

Pasión, profesión, vocación y superación

Por Enrique Alcat.

Experto en comunicación corporativa y gestión de crisis empresariales

“Es la cabeza de un ejército de la información. No sólo es el director de El Mundo sino también el director general de Unidad Editorial, un grupo multimedia líder de prensa en castellano”.

De esta forma describe a Pedro J. Ramírez el periodista y escritor Eduardo Martínez Rico que después de un año intenso de trabajo e investigación presenta este jueves en sociedad su libro “Pedro J. Tinta en las venas”, editado por Plaza&Janés.

Martínez Rico ha profundizado como nadie en el director de periódicos que más años lleva ejerciendo su cargo: “un líder debe dar ejemplo y estar siempre disponible para la gente de su equipo y Pedro J. es un hombre muy trabajador y eso no se lo discutiría ni su mayor enemigo si lo conociera”.

El autor del último trabajo sobre el periodista con más influencia de España destaca que el director de El Mundo se debe siempre a su trabajo, a su vocación y es capaz de parar cualquier actividad para entregarse a su profesión: “Tiene autoridad porque da ejemplo y la autoridad nos la dan los demás ya que tan sólo nosotros nos hacemos merecedores de ella”.

Eduardo Martínez Rico destaca que tiene una gran capacidad “en todos los sentidos” y muy especialmente en todas aquellas facetas que requiere el trabajo periodístico: “Escribe largos y meditados artículos los domingos, es un orador que consigue conectar rápidamente con el auditorio, muchas veces improvisando sus discursos; es un buen relaciones públicas, siendo muy tímido, porque sabe que está vendiendo El Mundo y su periódico es su criatura, es su vida”. “La gente de su periódico -añade- sabe que no encontraría a nadie mejor para desempeñar su función”. No en vano gestiona un equipo de líderes en sus respectivos campos.

Escuchar a todos

El liderazgo de Pedro J. Ramírez se demuestra cada día en las reuniones de primera página y los que le conocen dicen de él que no es un hombre fácil, cariñoso ni especialmente simpático aunque en momentos de tranquilidad pueda serlo: “El peso de la púrpura lo domina. En una reunión con el equipo de redacción los redactores jefes exponen los contenidos del día y se van dando forma como en cualquier otro diario. Pedro escucha a todo el mundo pero es él el que dice qué vale y qué no, con una simple palabra bien o el silencio. Por otra parte, casi todos los titulares del El Mundo son obra de Pedro J.”.

La repercusión y trascendencia de las acciones de sus acciones no deja a nadie indiferente y según se recoge en el libro como punto negativo sobresale la impenetrabilidad que en muchas ocasiones manifiesta lo que le impide comprender a la persona que tiene delante: “para él, el trabajo y el periodismo son el norte de su vida, lo que no ocurre para la mayor parte de las personas. Él está dispuesto a darlo todo por su diario, pero la mayoría de seres humanos piensan mucho más que él en la vida extraprofesional”.

“Además es un hombre que genera miedo en mucha gente. Hay personas que no han dormido el día antes de una reunión con él. Pedro J. es un hombre que necesita, en cierto modo, un manual de instrucciones porque lo mejor que tiene está oculto”.

Liderazgo periodístico

El liderazgo periodístico que ejerce es precisamente su faceta más criticada. Muchos han hablado de su gran cercanía al poder como quedó inmortalizado con la foto del balcón de Carabaña hace unos años. Martínez Rico se aventura a afirmar que es un gran periodista con piel de político, con talento político, lo que no significa que sea un político: “Es un periodista capaz de cualquier cosa, dentro de una ética, por lograr la mejor y más nueva información; entiende a los políticos, los comprende pero él habla a través de su diario. Es, por encima de todo, periodista”.

El autor del libro destaca una frase de María, una hija de Pedro J. de su primer matrimonio, cuando dice de su padre que “sorprendentemente es muy buena persona”. Él opina, como Kapuscinsky, que para ser un buen periodista hay que ser una buena persona, lo que en el fondo significa que un periodista debe tener la mente abierta “éticamente abierta”.

Todos sabemos que se la han querido jugar muy gordas, desde el famoso vídeo hasta el capítulo de la piscina en Mallorca, pero desde sus inicios en la Universidad de Navarra hasta sus primeros pinitos en ABC con tan sólo 24 años, su vida está marcada por la dirección de equipos por donde ha transcurrido los episodios más importantes de la historia de la Democracia en España.

Todo el mundo sabe cómo se llama el director del segundo periódico que más vende en nuestro país y, sin embargo, casi nadie sabe el nombre del primero. Eso, sin duda, se llama “imagen de marca” ganada día a día, periódico a periódico.

Yo lo tuve de jefe hace muchos años en Diario 16 y gracias a él aprendí a amar el periodismo con la misma pasión y fuerza que la lucha por la verdad y la libertad. Genio y figura. Tinta en las venas...