



- **Jorge Enrique Mújica:** En marzo pasado hispanidad cumplió 11 años de existencia. Como muchos sabemos, fue el primer diario digital español. ¿Nació como respuesta a un vacío existente, como una manera diferente de hacer periodismo o como oportunidad de aprovechar la nueva tecnología que ofrecía internet en aquel momento aún no muy explotada?

- **Eulogio López:** Nació porque me había quedado en el paro, pero como no es una razón muy romántica, digamos que nació cuando me percaté de que en Internet lo que importa es el contenido y que, sobre todo, cualquier periodista puede jugar a ser Polanco. Para poner en marcha cualquier medio de comunicación tradicional –prensa, radio o TV– se necesitan muchos millones –ya sean euros o dólares– mientras que pergeñar una página WEB en Internet es cosa de pocos euros o pocos dólares.

Digamos que la WWW ha democratizado el periodismo, cada vez más concentrado en menos manos, y todas ellas dominadas por lo ambientalmente correcto. Es decir que, además de otras muchas cosas, Internet es el único escenario para un medio de comunicación católico, dado que la Iglesia es el enemigo del diurno cultural imperante, en el que se insertan todos los grandes multimedia, sean de izquierdas o de derechas.

- **Jorge Enrique Mújica:** En sus artículos hay de todo menos miedo a decir las cosas como son. Es, quizá, de los pocos periodistas católicos que hablan abiertamente de su fe y la defienden. ¿Cree que por eso sea muy leído? ¿Cómo afronta las repercusiones al defender lo que cree? ¿Tiene miedo a algo... o a alguien?

- **Eulogio López:** Respondo por dos vías. Hispanidad es un periódico católico, lo cual significa que periódico es el sustantivo y católico el adjetivo. Hay medios de comunicación católicos muy buenos, desde luego mejores que Hispanidad, escritos por gente doctrinal y teológicamente más preparada que yo. Es más, me temo que en 11 años largos hemos escrito un montón de “herejías” y otro montón y medio de barbaridades.

Ahora bien, lo que sí tenemos claro es que la gente admite que pregones cualquier dictamen moral... si antes le cuentas algo que no sepa. Quiero decir: conozco muchos periódicos católicos que imparten buena doctrina, pero no buenas noticias. Nosotros damos noticias económicas y las proporcionamos desde una perspectiva católica, porque existe una política cristiana y otra que no lo es; economías

cristianas, y otras que no lo son, lo que no quita que haya que pueda haber varias economías que no atenten contra el cristianismo... ya que sea muy difícil acertar con lo que es cristiano y con lo que no lo es.

A partir de ahí, sí, intentamos aplicar lo de Chesterton, un monstruo de Fleet Street: Hay que dejarse el sombrero en el perchero al entrar en el Parlamento o en la redacción, pero no la cabeza.

No diría miedo, pero sí que los más agresivos de todos nuestros “enemigos” son el lobby gay -que tiene una mala leche de no te menees y que hace cierta la definición de homosexual: un señor que tiene la fuerza de un hombre y la mala uva de una mujer- y aquellos poderes económicos -generalmente bancos- empeñados, no sólo en mantener su buena imagen a costa de mentir, sino en no contaminar sus informaciones con “clericaladas”. En cierta ocasión, un gran banco español -ocultaré el nombre porque lo tramitó a través de un buen amigo, directivo de la entidad- intentó comprarme un 49% de Hispanidad: yo ponía el precio y la única condición era que suprimiera los editoriales, o sea, la cosa moral.

A los medios pequeños es difícil vencerles con dinero, así que se nos intenta anular con querellas. Por ahora sólo hemos perdido una, contra el secretario general de ANELA, la patronal de la prostitución española, un ultraderechista llamado José Luis Roberto Navarro, abanderado de la campaña para la legalización de la prostitución en España, que me acusaba -la acusación era cierta- de llamarle proxeneta . El resto las hemos ganado y en este momento sólo tenemos una demanda pendiente de juicio y el puñado de amenazas habituales.

- **Jorge Enrique Mújica:** La línea editorial de Hispanidad.com, en rasgos generales, podemos decir que defiende y promueve lo católico. Ciertamente no es un puritanismo ciego ni un defender por defender. Personalmente debo decir que me llamó mucho la atención su decisión de retirar cierta publicidad y cierto buscador comercial al considerar que más que ayuda era un atentado contra sus convicciones y la de sus lectores: un contrasentido. Desde su perspectiva de fundador, ¿el éxito de Hispanidad.com se debe a que es una salida segura a un material ameno y de calidad desde una visión cristiana que el público disfruta?

- **Eulogio López:** Recientemente hemos retirado dos publicidades: la campaña Un mundo mejor para Joana, que bajo pretexto de ayuda a la infancia no hace otra cosa que pregonar los llamados Objetivos del Milenio de la ONU (aborto y demás “derechos reproductivos” a mansalva) y, quizás más importante hemos renunciado a los anuncios Google que dicen representan la publicidad del mañana (y probablemente -horror- acierten).

Ojo a este asunto porque es vital para la publicidad en Internet, soporte de cualquier medio en la red, soporte, por tanto, de la libertad informativa para la Iglesia. La publicidad de Google la genera automáticamente un robot. La máquina, como es idiota, ve la voz ‘aborto’... e inmediatamente te anuncia una clínica

abortista. Si hablas de “familia”, el robot te inserta el anuncio de un gabinete de abogados que por 400 euros te divorcia. Conclusión: tuvimos que renunciar a lo que todos los tecnólogos consideran la publicidad del futuro, la dedicada al lector objetivo. El maquinismo hace realidad el viejo dicho periodístico:

-Escriba usted un editorial sobre la Inmaculada Concepción.

-¿A favor o en contra?

Nunca reflexionaremos bastante sobre esta anécdota, porque es cuando comprendes que la inteligencia no consiste en información, ni en erudición, ni tan siquiera –como se dice y escribe– en relacionar datos: el robot de Google hace todo eso mejor que nosotros. Lo que llamamos inteligencia consiste –¡Cosas veredes, Sancho!– en el juicio moral, el criterio para discernir entre el bien y el mal. Somos inteligentes porque hacemos juicios éticos, en esa línea del horizonte donde se juntan los conceptos de prudencia, sabiduría y justicia.

El periodismo actual –la famosa objetividad, que inexplicablemente seguimos aconsejando en nuestras facultades católicas– está en la raíz de este pensamiento débil que renuncia al juicio moral por escasamente científico, actitud que supone lo de don Gilbert: dejar la cabeza en el perchero al entrar en la redacción y que está en la raíz de todas las incongruencias personales y sociales en las que se desarrolla la modernidad, esas incongruencias que hizo expresar a Juan Pablo II: “El martirio del siglo XX es la coherencia”.

- **Jorge Enrique Mújica:** Las tecnologías en materia digital van avanzando; la competencia es cada vez mayor: ahí están fórum libertas, libertad digital, análisis digital, páginas digital, periodista digital, conoZe, fluvium, almudí, ace prensa, etc. ¿Qué hace hispanidad para mantenerse al día y seguir conservando el número de sus lectores? O, mejor, ¿qué tiene hispanidad que atrapa a sus lectores y les hace mantenerse fieles al portal? De hecho, en número de cifras, ¿de cuántos visitantes diarios hablamos y de cuántos suscriptores al boletín por correo electrónico?

- **Eulogio López:** En un periodismo como el de hoy, marcado por la saturación informativa, lo único que importa es la exclusiva. Hispanidad busca exclusivas e interpretación cristiana de esas exclusivas, interpretación que resulta tan extraña en los medios que también supone una forma de exclusiva, de diferenciación. Para mantenerse al día... buenas exclusivas, en nuestro caso preferentemente económicas.

Respecto a las cifras... Me fastidia darlas, dado que todo el mundo miente y no se han homologado los sistemas de medición, por lo que se puede mentir con más entusiasmo aún. Los anunciantes, por ejemplo, exigen ya el contador interno de la página, porque de otro termómetro no se fían. Además, los productos son tan distintos que las cifras no se pueden comparar. En otras palabras, hay que ser tonto para divertirse leyendo un confidencial económico, como por ejemplo,

Hispanidad (o el Confidencial, por poner otro ejemplo ajeno): sin fotos, con análisis-peñazo, sólo para iniciados, etc. No es lo mismo un confidencial que una agencia digital, no es lo mismo un confidencial que un diario digital fitográfico.

Pues bien, en el mes de julio, Hispanidad tuvo 794.482 usuarios únicos. Los suscriptores superan los 15.000. En ese dato también se miente con lenidad, dado que los hay que cogen listas hechas y les envían su producto. Verbigracia: si eres un medio de comunicación medianamente reconocido y le envías tu edición a los correos de usuarios de multinacionales o de ministerios tienes la casi completa seguridad de que no te van a denunciar a la Agencia de Protección de Datos. Y pueden ser millones de correos. Esos 15.000 son usuarios que han pedido suscribirse a Hispanidad. Por favor, que estas cifras no salgan de la provincia.

- **Jorge Enrique Mújica:** En hispanidad.com se da mucha oportunidad a la participación ciudadana a través de las cartas al director. Como comunicador muchas veces he reflexionado sobre esto que ahora le planteo a usted como periodista, ¿no ve en ello más un riesgo que un beneficio? Es verdad que todos podemos y tenemos el derecho a opinar pero las más de las veces a la opinión la debe proceder la formación. La posibilidad de opinar no significa opinar por opinar...

- **Eulogio López:** No estoy de acuerdo. Esa postura me parece aristocrática. Un profesor de siglo XIX era aquel que sabía más que sus alumnos. Un profesor del siglo XXI es el que piensa mejor que sus alumnos, pues la calidad de un pensamiento es tan objetiva como la de los conocimientos. Pensemos en la diferencia entre un bachiller de antaño y el coetáneo iletrado, y el de un doctor de hogaño frente al alumno de primaria de hoy. No, yo creo que todo el mundo está capacitado para opinar, entre otra cosa porque la base informativa para poder expresar una opinión... etc en Internet y se consigue fácilmente. Para opinar no se necesita una gran instrucción sino una gran ecuanimidad (qué casualidad, otra virtud moral). Y, por lo general, los fontaneros dan clase de objetividad a los intelectuales.

No caigamos en ese elitismo del saber. Podemos caer en aquella sentencia de -cómo no- Chesterton, cuando expresaba la diferencia entre conservadores y progresistas: los primeros son los que creen en cualquier minoría con tal de que sea rica y los segundos los que creen en cualquier minoría con tal de que esté loca.

El problema de las cartas al director no hace referencia a la lógica sino a la moral. Lo que hay que hacer es censurar -sí, censurar- no al ignorante, sino al miserable, al injuriador. El cristianismo no es la civilización del conocimiento sino la civilización del amor. Por lo demás, ¡Viva la democracia! De hecho, esto es lo que están haciendo todos los medios: las opiniones siempre están censuradas para evitar la injuria, para evitar la querrela, o para evitar ambas cosas a la vez.

- **Jorge Enrique Mújica:** Eulogio, pocas veces habla de usted en sus artículos.

¿Qué hace el director de hispanidad además de llevar un portal como éste? ¿Qué hace Eulogio López los sábados y domingos que hispanidad no trabaja? La fe que defiende es la que vivió de niño, la que recibió de sus padres, o es el resultado de un proceso de conversión...

- Eulogio López: Si hemos de hacer caso a mi señora -una tendencia extraordinariamente peligrosa- los sábados y los domingos continúo trabajando en Hispanidad, pero es sabido que todo juicio de una mujer sobre su esposo alienta una carga de maledicencia muy considerable (al revés, no, 'of course').

Respecto a mi conversión, nací en una familia cristiana, como casi todos los españoles de los años sesenta. Fui a un colegio cristiano (hermanos maristas) en mi Oviedo natal, como casi todos los españoles de los años sesenta. Y como todos los españoles de los años sesenta, a los 20 años me convertí en un ateo -agnóstico, por aquello de que ignorante, ya lo era- y me re-convertí, más en serio, leyendo Cartas del Diablo a su sobrino, de Clive Lewis. Hasta ahora.

Mi formación doctrinal se la debo al Opus Dei, por lo que, sin ser miembro de la Prelatura, le tengo un enorme cariño y albergo hacia ella mi mayor gratitud. Sin incurrir en contradicción con la respuesta a la primera pregunta, considero que si creé Hispanidad era porque me sentía ahogado, en una atmósfera irrespirable, donde no podía manifestarme como soy. Recuerdo que fue la misma razón por la que cuatro años antes de formar Hispanidad escribí un libro titulado "Por qué soy cristiano y, sin embargo, periodista", que no era una libro, sino una válvula de escape.

Curriculum de Eulogio López

José Eulogio López Escribano es fundador y director del diario católico independiente de información general Hispanidad.com, decano de la prensa digital española. Nacido en Oviedo en 1960, es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Ha colaborado en los diarios La Nueva España (Oviedo), la Gaceta del Norte (Pamplona), Heraldo de Aragón (Zaragoza), YA (Suplemento Dominical y Crítica de Libros) y ABC. De 1982 a 1984 fue redactor y locutor en Radio 80 Zaragoza y Director de la misma de 1984 a 1985.

Entre 1985-1990 a sido redactor del semanario satírico El Cocodrilo, redactor del semanario El Nuevo Lunes, especialización en banca, corresponsal financiero del diario El Independiente, Director de la colección de libros Tibidabo Actualidad.

Entre 1990-1995 fue jefe de la sección de Economía del semanario Tiempo, columnista de la agencia OTR, redactor jefe de Economía de la agencia de noticias Servimedia (Grupo ONCE), articulista del semanario Banca 15.

En 1996 funda el diario electrónico Hispanidad.com y continúa sus colaboraciones como comentarista del semanario El Siglo y asesor ejecutivo de comunicación del

Ministerio de Industria. Entre 1998 a 2001 fue Director del programa Confidencial, en Radio Intereconomía, Profesor de Redacción Periodística y Profesor de Expresión Oral en la Facultad de Humanidades de la Fundación San Pablo-CEU.

Tiene varios libros publicados entre los que destacan: Califas del Dinero (Tibidabo Ediciones, 1990), Por qué soy cristiano y, sin embargo, periodista (Tibidabo Ediciones, 1991), En defensa de la Iglesia (Tibidabo Ediciones, 1992), Los años no mienten: Diez años de socialismo en España (Autoría Múltiple, Tibidabo Ediciones, 1994), María Bustamante (novela histórica, Editorial Avapiés, 1996),

Los Magos de Oriente (colección de cuentos, Tibidabo Ediciones, 1997) y Por qué no soy progre (Libros Libres, 2002)

Su trabajo en radio es también amplia y conocida: Tertulia Económica en Radio Nacional de 1989 a 1990, La Linterna del Dinero en la Cadena COPE de 1990 a 1991, La Brújula en Onda Cero con Manuel Antonio Rico en 1993, Comentarista económico de Capital en Radio Intereconomía en 1998 y Director de Confidencial en Radio Intereconomía en 1999.

Visita www.hispanidad.com

Si cuentas con algún apostolado dedicado a la transformación de la cultura, la Evangelización y el Encuentro personal con Cristo, a través de los medios de comunicación, te invitamos a darlo de alta en nuestro proyecto [Aparecida Manos a la obra](#)