

20 minutos: 5 años del primer periódico copyleft

Un ejemplo más que, posiblemente, pasará desapercibido en el delicado debate sobre [derechos de autor y libertades en la Red](#). La verdad no suele interesar a quien pretende confundir con la mentira.

El diario [?20 minutos?](#) cumple hoy [10 años](#) desde que el 3 de febrero de 2000 saltara al panorama nacional de la prensa diaria con una apuesta atrevida, es decir valiente, cimentada en conceptos tan distantes de los manejados por la industria editorial como la gratuidad, el acercamiento a Internet, en general, y la blogosfera, en particular, la interactividad que marca la Web 2.0 o la integración de redacciones papel-digital.

Posiblemente, el mayor mérito de su director, [Arsenio Escolar](#), y todo el equipo (todos los equipos que han dejado su impronta es este decenio), es el de haber logrado consolidar el que por entonces se convirtió en el primer periódico gratuito de España como el soporte de una empresa más o menos estable, es decir con los mismos vaivenes que cualquier otra empresa del sector, pero con un poder de difusión e impacto entre los lectores que lo han llevado a cotas insospechadas no sólo por la competencia de pago, sino probablemente también por ellos mismos.

Sin embargo, hoy quiero destacar un factor que para mí reviste un significado y una relevancia especiales: [?20 minutos?](#) fue también el [primer periódico copyleft](#) en el mercado español. Ofreciendo sus contenidos bajo una [licencia Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 2.1](#), el diario se situaba a la vanguardia de la evolución del concepto de derechos de autor en el ámbito editorial y echaba por tierra, de un plumazo, los viciados argumentos del inmovilismo.

[?20 minutos?](#) cumple este mes también 5 años como primer periódico copyleft de España y, eso, para mí, que incluso llegué a [malinterpretarlo](#) en los primeros momentos, me parece también digno de celebración como muestra palpable y evidente de que compartir no sólo no es malo, sino que suele suponer una herramienta extraordinaria para alcanzar el éxito allí donde los clientes y la difusión jueguen un papel fundamental. Es decir, prácticamente en cualquier negocio y, desde luego, en todos los que tienen relación con la propiedad intelectual: libros, música, cine, medios de comunicación?

Si alguien duda de lo que digo, no tiene más que echar un vistazo a las [cifras aportadas por el propio diario](#), referidas a su periplo tras abrazar el copyleft:

?-año 2005

Más ediciones: Estrenamos edición local en Málaga, Gra-nada, Murcia, Córdoba, Bilbao, Valladolid, A Coruña y Vigo. Lanzamiento de Calle 20: Nuestra revista mensual de cultura y tendencias, también gratuita, sale a la calle en diciembre de 2005.

-diciembre de 2006

Nos convertimos oficialmente en el diario más leído de España: El Estudio General e Medios (EGM), la macroencuesta que mide el número de lectores de todos los diarios españoles (de pago y gratuitos), certifica en diciembre de 2006 que 20 minutos es el más leído. Lo siguen Marca y El País, ambos de pago.

-año 2007

La edición número 15, Asturias: Abrimos una nueva edición para Oviedo y Gijón.

-año 2009

¡Nueve millones de usuarios! 20minutos.es es leído cada mes por 9 millones de usuarios únicos?.

A lo que hay que sumar:

?Nuestro diario tiene actualmente 15 ediciones, que se distribuyen en 16 grandes zonas urbanas (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Alicante, Málaga, Granada, Murcia, Bilbao, Valladolid, Córdoba, A Coruña, Vigo, Oviedo y Gijón), donde se reparten cada día una media de 800.000 ejemplares que tienen casi 2,4 millones de lectores, según la última macroencuesta del Estudio General de Medios (EGM). En el ranking del EGM, superamos al segundo clasificado, El País, en casi 300.000 lectores de media diaria?.

No podríamos decir que la fórmula haya supuesto un contratiempo o un frenazo, ni mucho menos la ruina o la desaparición de la prensa toda ella en su conjunto, [bandera esta última](#) que enarbolan la Coalición de Autores, la SGAE, los ?artistas? del pesebre, González-Sinde y compañía.

Un ejemplo más que, posiblemente, pasará desapercibido en el delicado debate sobre [derechos de autor](#) y [libertades en la Red](#). La verdad no suele interesar a quien pretende confundir con la mentira. Pero así son las cosas y así las estamos contando.

Muchas felicidades a todo el equipo, todos los equipos, de ?20 minutos? y 20minutos.es primero por esos 10 años de éxitos en un nuevo modelo de negocio, y en segundo lugar, pero con especial énfasis también, por esos 5 años al pie del cañón del [copyleft](#).

[Mangas Verdes](#)

Fecha artículo: jue 04 feb 2010 06:00:00 CET

Cristino Martos, 4
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10
comfia@comfia.ccoo.es