



“Si dices ser una institución periodística independiente y que la gente debe confiar en que si reportas no se basa en tu ideología sino que en un esfuerzo independiente para verificar los hechos, es enormemente perjudicial si sus periodistas van a las redes sociales y expresan una ideología y sus opiniones personales”

El regreso de MARTIN BARON

Alejado de las salas de prensa, el periodista y editor de diarios estadounidense por casi medio siglo, volvió al ojo público tras publicar sus memorias, en las que narra cómo fue dirigir The Washington Post bajo la propiedad de Jeff Bezos durante la administración de Donald Trump. “Hubo múltiples colisiones de poder”, dice. De una eventual segunda administración Trump, asegura: “Será mucho peor. No solo para la prensa, sino para la democracia en su conjunto”.

POR MURIEL ALARCÓN

Estaba agotado. En 2021, Martin Baron, periodista y editor de los diarios más importantes de Estados Unidos durante casi medio siglo, se retiró de los medios a los 66 años. Dirigió equipos para instituciones de renombre como The Angeles Times y el Miami Herald, pero se hizo especialmente conocido por liderar en The Boston Globe la investigación sobre el encubrimiento de abusos sexuales por parte de la Iglesia Católica, que inspiró la película *Spotlight* (traducida como “En primera plana”). Llevaba ocho años al frente del diario The Washington Post cuando sorprendió al mundo al anunciar que se alejaría de las salas de prensa porque necesitaba un descanso.

“Necesitaba vivir una vida un poco más normal. No podía trabajar las 24 horas, los siete días de la semana, cada minuto, estando esencialmente de servicio, dada la naturaleza del negocio de los medios hoy con internet. Con todas las presiones que existían en ese momento, solo necesitaba irme. Lo pensé mucho. También era un buen momento para escribir un libro con el fin de la administración Trump”, dice Baron, de 69 años, desde Nueva York. En octubre publicó *Collision of Power: Trump, Bezos, and The Washington Post*, cuya versión en español aparecerá en marzo. Allí narra sus memorias sobre “un momento increíble en la historia de los Estados Unidos, un momento increíble en la historia de la prensa y un momento increíble en la historia del Washington Post”. Esto, porque poco después de que asumiera como director en The Post, la familia Graham, su propietaria por 80 años, había decidido venderlo a Jeff Bezos, el fundador de Amazon, tras presiones de la industria. En 2015, Trump anunciaba su carrera por la presidencia, y no demoraría en iniciar una lucha contra los medios.

Ambos escenarios, dice Baron, planteaban muchos desafíos para la prensa.

“Pensé que era importante escribir sobre cómo se los abordaba desde la perspectiva del editor de una importante organización de noticias, una de las más destacadas del país y del mundo”, afirma. Y agrega: “Estos temas eran extremadamente importantes para el futuro del periodismo, sobre cómo practicamos nuestro oficio y cumplimos nuestra misión. Y sentí que el lugar para explicar todo eso estaba fuera de Twitter (hoy X), e (implicaba) un relato más completo”.

—En ese escenario, ¿cómo experimentó la colisión de poderes a la que alude en su libro?

—En primer lugar, tienes un diario, uno de los más famosos del mundo, particularmente por haber ayudado a derrocar al expresidente Richard Nixon. Luego, había sido adquirido por Bezos, quien quería transformar la organización. Esa fue una forma de colisión, al tratar con una cultura dentro de nuestra organización y los cambios que él consideró necesarios para una era digital. En segundo lugar, la llegada de Trump al panorama político y el enfrentamiento

que tuvimos en The Post con él por nuestra cobertura. Nos atacaba regularmente y como no estábamos dispuestos a someternos a sus deseos, tuvo conflictos con Bezos, pues buscó socavar su negocio, la principal fuente de su riqueza, que era Amazon, e intentó utilizar el poder de la presidencia para sabotear sus otros negocios, como una forma de ejercer presión sobre el Washington Post. Creo que hubo múltiples choques de poder, incluso dentro de la organización. Porque los periodistas sintieron que era necesario tener estándares diferentes en el periodismo, que tal vez los viejos eran inadecuados para la época e insuficientes para el desafío de tratar con un Presidente como Trump. Yo, como editor principal, sentí que debíamos adherirnos a los estándares tradicionales. Y entonces hubo una colisión también entre nosotros.

—Durante su período, The Post adoptó el lema “La democracia muere en la oscuridad”. ¿En qué medida este eslogan hace referencia a su tiempo allí?

—Muchísimo. La razón de esa frase es básicamente cuál ha sido nuestro propio papel, casi distintivo en Washington, e incluso en el país: arrojar luz sobre lo que está sucediendo en nuestra democracia. Si las cosas suceden fuera de la vista y del oído, en las sombras, en la oscuridad, y el público no está al tanto de esa información, entonces la democracia no está bien servida. Queríamos mostrar lo que nuestro gobierno estaba haciendo, mostrar cómo eran estos individuos en los niveles más altos del gobierno de los Estados Unidos, cómo ejercían el poder y, en algunos casos, abusaban de él. Y así lo hicimos y siento firmemente que cumplimos nuestra misión.



Martin Baron creció en Tampa, Florida, en una casa donde sus padres, inmigrantes israelíes, se empeñaron en seguir constantemente las noticias del mundo y las locales, para entender su nueva comunidad. Leer el diario y las revistas, así como seguir programas de televisión, eran una parte esencial de su vida cotidiana.

“Las noticias eran simplemente parte de la cultura familiar. Comencé a trabajar en el diario de mi colegio y me convertí en editor. Luego, comencé a trabajar en el diario de mi universidad y me convertí en editor. Y trabajé tres veranos para el diario de mi ciudad natal, cubriendo temas locales. Me interesé mucho en eso. Cuando pensaba en una carrera, quería una en la que pudiera hacer algo que fuera interesante y significativo. Y no se me ocurrió nada mejor que el periodismo”.

—El negocio de los medios ha cambiado dramáticamente. La

publicidad ha caído, los medios hoy compiten con las redes. Mientras dirigió The Post, ¿cuál fue la fórmula para afrontar este escenario y seguir siendo influyente?

—Hubo dos cosas en las que nos concentramos después de que Jeff Bezos nos adquirió. Lo que al principio no se incluyó en el cálculo fue la publicidad. Nos centramos en los lectores y en la tecnología. Era realmente importante que tuviéramos la tecnología más avanzada, que tuviéramos su control, que pudiéramos hacer los cambios que necesitáramos, que midiéramos nuestro desempeño tan bien como fuera posible, que entregáramos información con la velocidad que la gente demanda hoy. Y el número dos era el periodismo, y eso era pensar en cómo prefiere la gente recibir información hoy, que es digitalmente y en un dispositivo móvil, normalmente en un teléfono. Dado que eso cambia la naturaleza del medio, necesitábamos repensar cómo contamos realmente las historias. Muy luego Bezos nos pidió algunas ideas. Se nos ocurrieron un montón. Nos preguntó cuáles eran nuestros parámetros, y entonces sugirió dos que se convirtieron en rectores de nuestras iniciativas: uno era lo que atraería a una audiencia nacional y el otro era lo que atraería a una audiencia más joven, cosas como el medio ambiente, el clima, la comida, la cultura de internet. En realidad, ampliamos nuestra cobertura mucho más allá de la política.

—Mucha audiencia joven ya no lee. ¿Cómo deben reinventarse los medios en los tiempos del meme?

—Es muy desafiante. Tenemos que aprender a dar una muestra de nuestra información en algunos de estos medios, como TikTok, y luego invitar a la gente a aprender más. Tenemos que aceptar que hemos entrado a una era mucho más visual. Decirle a la gente que lo que ha recibido en un meme no es la historia completa, que hay más por saber, puede ser lo mejor que podemos hacer. No estoy seguro de cómo.

Cuando Baron asumió en 2013, la preocupación por el futuro del Washington Post era palpable. Cada año, se implementaban recortes. La percepción general era que el diario caía en la irrelevancia, recuerda.

—Y pudimos repensar las cosas y con una buena inversión, cambiarlas —dice Baron—. Hoy enfrenta una nueva serie de dificultades que tendrá que superar. Por eso creo que tenemos que hacernos absolutamente necesarios para nuestros lectores. Tienen que sentirse obligados a acudir a nosotros. Tienen que ser esencialmente adictos a nosotros por todas las razones correctas. Tienen que sentir que ofrecemos un valor real a sus vidas, a sus sociedades, particularmente a la democracia. Cuando se nos ocurrió el slogan “La democracia muere en la oscuridad”, Bezos dijo algo que creo que fue muy importante en ese momento: “No es solo un diario al que queremos suscribirnos. Es una idea a la que deseamos pertenecer. Es una causa que deseamos apoyar”. La gente necesita comprender nuestra relación con nuestros lectores y usuarios: ¿Es esa una relación que valoran? ¿Qué les haría valorar esa relación? Necesitamos estudiar eso muy de cerca y luego tomar algunas decisiones realmente difíciles sobre lo que no valoran. Y entonces dejamos de hacer eso.

—Si Bezos no hubiera adquirido The Post habrían enfrentado intensas presiones económicas. Pero con él, enfrentaron mucha presión política. ¿Cómo cultivó la independencia?

—Todavía tienen presiones financieras. Así que Bezos no trata a The Post como una organización benéfica. Tuvimos seis años rentables y él reinvertió todas las ganancias, lo cual fue muy bueno y muy útil, pero ahora están teniendo algunas pérdidas y él tendrá que corregir el rumbo. Tuvimos suerte de tener un propietario comprometido con nuestra independencia. Nunca violó eso. No interfirió ni se metió en la cobertura. No insistió en que le hiciéramos favores a sus amigos ni en que atacáramos a sus enemigos, sean quienes sean. Nunca sugirió una historia. Nunca mató ni criticó una historia. Me confió la responsabilidad periodística de la organización. Obviamente, si él no sentía que yo estaba haciendo un buen trabajo, tenía todo el derecho de despedirme, pero afortunadamente no lo hizo. Entonces, eso es esencialmente lo que necesitas: el propietario adecuado. Si no, no lograrás ningún progreso hacia la independencia.

—Usted ha planteado su preocupación por cómo se expresan los periodistas hoy en redes sociales. Algunos revelan sus causas, luchas, formas de pensar. ¿Cuál es el riesgo?

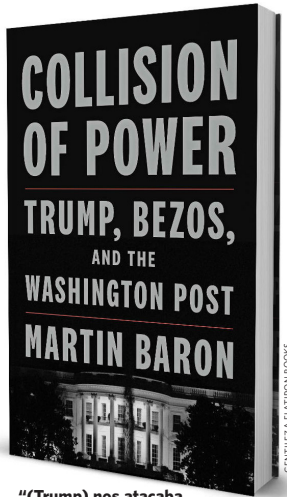
—Primero, dañar la reputación de la institución. Si dices ser una institución periodística independiente y que la gente debe confiar en que si reportas no se basa en tu ideología sino que en un esfuerzo independiente para verificar los hechos, es enormemente perjudicial si sus periodistas van a las redes sociales y expresan una ideología y sus opiniones personales. Segundo, la institución tiene derecho a una marca y a una identidad propia. Mucha gente fue a trabajar a The Washington Post por su reputación e identidad. Lo que estableció esa reputación fue un compromiso con un conjunto de principios, valores y normas. Y si los periodistas en forma individual van a las redes y se expresan, creando su propia marca e identidad que está en conflicto con la marca y la identidad de la institución para la que trabajan, entonces lo único

que hacen es socavar la reputación de la institución para la que trabajan. Tercero, muchas veces la gente no sabe de qué está hablando, responde instantáneamente. Como periodistas, debemos entender que se necesita reporteo para comprender los temas, que las primeras impresiones a menudo son erróneas, que si reportas más, aprendes más sobre algo, que las cosas son más complicadas de lo que parecían al principio. Entonces, un riesgo enorme es que periodistas estén haciendo que una institución que pretende estar difundiendo hechos, en realidad está difundiendo falsedades o volviendo simplistas cosas que son complejas.

—¿Cree que un eventual segundo mandato de Trump podría amenazar la libertad de prensa?

—¡Oh, sí! Será mucho peor si es que hay una segunda administración Trump, no solo para la prensa, sino para la democracia en su conjunto. Hoy (el exmandatario) habla abiertamente sobre lo que pretende hacer y lo que es, por definición, autoritario. Es la única persona que ha hablado de suspender la Constitución. Ha hablado de utilizar algunas leyes para reprimir protestas totalmente legítimas, básicamente utilizando al ejército. Ha hablado de presentar cargos de traición contra el expresi-

dente del Estado Mayor Conjunto. Dijo que probablemente debería ser ejecutado. Ha hablado de presentar cargos de traición contra una red importante. Continúa hablando de convertir al gobierno de Estados Unidos en un arma contra sus enemigos políticos. Y sigue hablando de aplastar a la prensa tradicional en el país. Así que creo que usará cada poder que tenga para hacerle la vida muy difícil a los periodistas. Sospecho que cualquier periodista será sujeto a procesamiento por variedad de razones, alegando que violaron las leyes de seguridad nacional o algo así... Sus aliados presentarán muchas demandas por difamación contra los medios. Creo que limitará el acceso a la información en su gobierno de una manera que nunca antes habíamos visto. Así que sospecho que será muy, muy difícil; mucho más de lo que experimentamos en la primera administración Trump. ☹



“(Trump) nos atacaba regularmente y como no estábamos dispuestos a someternos a sus deseos, tuvo conflictos con Bezos, pues buscó socavar su negocio, la principal fuente de su riqueza, que era Amazon”, afirma Baron.