

# ¿ADIÓS AL PERIÓDICO?

RUSSELL BAKER

W. Lance Bennet, Regina G. Lawrence y Steven Livingston  
*When the Press Fails: Political Power and the New Media from Iraq to Katrina*  
University of Chicago Press

Neil Henry  
*American Carnival: Journalism Under Siege in the Age of New Media*  
University of California Press

## 1.

La prensa estadounidense está deprimida. Son demasiadas las voces autorizadas que han asegurado que tiene los días contados, demasiados los buenos periódicos que están en la ruina. Ha perdido demasiado respeto del público. Los tribunales que antes la trataban como a un tigre dormido, hoy la provocan con insolentes citaciones y meten en la cárcel a periodistas que se niegan a contemporizar con la parte querellante. Es despiadadamente insultada en programas radiofónicos y blogs de Internet. Y es fácilmente intimidable para doblegarla a los designios de una máquina de propaganda presidencial resuelta a dominar las noticias.

Su publicidad y circulación disminuyen en beneficio de la red, y sus propietarios parecen aquejados de un fallo de la imaginación empresarial necesaria para prosperar en la era electrónica. Las encuestas donde se demuestra que cada vez son más los jóvenes que se informan en la televisión y en sus ordenadores están generando un sentimiento melancólico de que la prensa es cosa del pasado, un coche de caballos en una autopista de ocho carriles.

Además están los aspectos bochornosos: los embaucadores como Hayson Blair y Stephen

Glass que hacen una farsa del periodismo; los cuerpos de prensa de elite que trabajan en Washington son engatusados para ayudar a un círculo de maquinadores neoconservadores a crear la guerra de Irak. ¿Qué ha sido de los héroes? Antes, en las conversaciones de sobremesa de los periodistas se hablaba sobre las hazañas de Bob Woodward y Carl Bernstein en el caso *Watergate*; de David Halberstam, Neil Sheehan y Malcolm Browne en Vietnam; de “Punch” Sulzberger y Kay Graham jugándose todo para publicar los *Papeles del Pentágono*. En lugar de héroes, hoy se habla de fraudes periodísticos y de una prensa de Washington demasiado cegata para no dejarse llevar a un juego de trileros.

Rupert Murdoch, desde luego, lleva ya mucho tiempo difundiendo melancolía en las salas de redacción de todo el mundo, pero fue la noticia, conocida en mayo de 2007, de que la familia Bancroft, que controla *The Wall Street Journal*, quizá estuviera dispuesta a vender a Murdoch su periódico por cinco mil millones de dólares lo que realmente asestó una puñalada en el corazón del periodismo. La venta de otro periódico es algo bastante común en estos días, pero *The Wall Street Journal* no es sólo otro periódico: es uno de los más nobles pilares del periodismo estadounidense. Como *The New York Times* y *The Washington Post*, ha estado durante muchas generaciones controlado por los descendientes de su patriarca fundador.

Este control familiar ha protegido a los tres periódicos de las insistentes exigencias de Wall Street, permitiéndoles ha-

cer un periodismo de gran calidad —y grandes costes—. Se decía, y generalmente se creía, que lo que animaba a estas familias era un elevado sentido de que sus periódicos eran instituciones cuasi públicas. Lógicamente los beneficios eran esenciales para su supervivencia pero no eran el objetivo principal de su existencia. El hecho de que una de estas familias pueda finalmente coger el dinero y abandonar la escena intensifica los temores de que no exista un solo periódico con un valor tan alto para la república que no pueda ser rematado en el mercado por un precio jugoso. Murdoch en el *Journal* es un lúgubre augurio para los periodistas de todo el mundo. Cuando el cartel del escapate dice “Liquidación total” suele ir seguido de “Por cierre del negocio”.

Cada vez se publican más títulos sobre la multitud de problemas que aquejan al periodismo, pero en su mayoría tratan sobre la parte de redacción, posiblemente porque en general quienes están capacitados para escribir sobre periodismo no se sienten cómodos escribiendo sobre financiación. Sin embargo, los problemas más graves atañen a la propiedad y administración del periódico. El mejor análisis de las dificultades en las juntas de accionistas y los consejos de administración se encuentra en las páginas de economía de los propios periódicos y en los discursos de periodistas que ocupan puestos administrativos. Un documento muy leído en los círculos periodísticos es un discurso pronunciado hace un año por John S. Carroll, ex director de *Los Angeles Times*,

ante la American Society of Newspaper Editors [Asociación Americana de Directores de Periódico]. Este discurso es una elocuente expresión de la inquietud con que muchos periodistas y directores miran ahora hacia el futuro. Carroll tituló su disertación “¿Qué va a ser del periódico?” y, como sugiere el título, su pronóstico no era alentador.

A Carroll le alarmaba especialmente la quiebra de entendimiento entre propietarios y periodistas, y la pérdida de objetivos comunes que un día los unió. Esto se ha producido, según él, porque las funciones que un día fueron competencia de empresas editoras fuertes han sido asumidas por gestores económicos de Wall Street. La quiebra comenzó desde arriba hace unos cuarenta años cuando algunos propietarios de prensa local empezaron a vender sus periódicos a corporaciones. A medida que el carácter de los mercados fue cambiando, el poder pasó de esas corporaciones a fondos de inversión, que generan beneficios invirtiendo el dinero de los demás para multiplicarlo. Empezó a ser difícil saber quién o qué era propietario del periódico; los propietarios dejaron de ser “seres humanos identificables”, en palabras de Carroll. En ocasiones, el dueño que en su día tenía un nombre (Otis Chandler de *Los Angeles Times*, John Knight del grupo Knight Ridder, Barry Bingham del *Courier-General* de Louisville) pasó a ser un ente. Otras veces parecía ser una sala llena de investigadores de mercado a la busca mundial de buenas oportunidades para in-

versiones lucrativas. Otras era un gestor de fondos sin experiencia ni interés en el periodismo. En esta “fase post-corporativa de propiedad”, dijo Carroll,

“hemos presenciado un estrechamiento de los objetivos del periódico a ojos de su propietario. Con los antiguos dueños locales, la capacidad de un periódico para hacer dinero era sólo una parte de su valor. Hoy lo es todo. Brilla por su ausencia la idea de que el periódico debe liderar, que tiene obligaciones con su comunidad, que tiene un compromiso con el público... Yo sospecho que, algún día, cuando volvamos la vista a estos cuarenta años, nos preguntaremos cómo permitimos que el bien público quedara tan profundamente subordinado al beneficio privado... ¿Qué quieren de sus periódicos los actuales dueños?: la respuesta no puede ser más sencilla: dinero. Y nada más”.

Carroll es una autoridad en el tema. Como director de *Los Angeles Times*, la empresa editorial ante la cual respondía de su ejercicio era la Tribune Company, un conglomerado que había crecido rápidamente a partir del *Chicago Tribune* del coronel Robert McCormick, el “Mejor periódico del mundo” según propia definición. Antes de que nadie sospechara que el boom del mercado de valores de finales del siglo xx era una burbuja en gestación, la Tribune Company había comprado periódicos antiguos y famosos a diestro y siniestro. Entre ellos estaba *Los Angeles Times*, a la sazón muy respetado como uno de los mejores diarios de Estados Unidos.

El periódico había ganado su reputación una generación antes de la llegada de Carroll con Otis Chandler, un editor dinámico dispuesto a gastarse el dinero de modo expansivo, y a

veces dispendioso, para competir con lo mejor del periodismo. Chandler podía permitírselo porque pertenecía a la familia propietaria del periódico, descendientes de Harry Chandler (1864-1944), un potentado californiano de la propiedad inmobiliaria que había creado fondos financieros para sus hijos en los años de la Depresión. Fue una familia que se multiplicó con rapidez: en el último cómputo se calculó que los fondos de Chandler constituían la principal fuente de ingresos de unos 170 de sus descendientes.

En época de Otis el número era menor, claro está; y aunque desagradó a muchos su estilo de tomar las riendas y su indiferencia a la tradicional inclinación de derechas del periódico, consiguió llevar el *Times* por donde él quería siempre que no arriesgara el dinero del resto de la familia Chandler. El tiempo pasó y Otis pasó a mejor vida; y los herederos, que en todo caso nunca habían sentido precisamente pasión por el periodismo, recibieron tentadoras ofertas de la Tribune Company. En el año 2000 se consumó el trato en virtud del cual la Tribune Company adquiría *Los Angeles Times* y su sociedad matriz, la Times-Mirror Company, por 8.000 millones de dólares en acciones y tres cargos en la junta directiva de la Tribune.

La Times-Mirror Company había estado acumulando periódicos por su cuenta (el *Newsday* de Long Island, *The Baltimore Sun* y *The Hartford Courant*, entre otros), y todos ellos pasaron conjuntamente a la cesta de la empresa Tribune de Chicago. Ésta era, obvia-

mente, una monumental organización financiera y, por ello, extremadamente vulnerable cuando la burbuja bursátil estalló y las acciones, especialmente las de periódicos, empezaron a caer. En *Los Angeles Times* Carroll capeó el temporal con buen pulso y no se opuso a hacer economías cuando sus jefes de Chicago empezaron a pedirle que redujera los costes editoriales en 2003. Después volvieron a pedirle nuevos recortes. Y después más. Carroll no tardó en objetar que los recortes estaban perjudicando seriamente al periódico, pero Chicago insistió en aún mayor ahorro. Al final, en 2005 Carroll dimitió. Pronto, el director que le sucedió fue informado de que habría que hacer nuevas reducciones y también dimitió.

Se estaba menoscabando el ejercicio del periodismo en virtud de la teoría de Wall Street de que es posible maximizar beneficios minimizando el producto. Los periódicos de todas partes experimentaron incesantes presiones para aumentar sus rendimientos bursátiles. La política resultante de segar costes drásticamente ha dejado el paisaje plagado de periódicos débiles, enfermos y gravemente heridos, de utilidad cada vez menor para cualquier lector interesado en lo que está pasando en el mundo, el país y la comunidad local. El recorte de gastos ha reducido el número de corresponsales en el extranjero, ha dejado en las guías o ha cerrado oficinas en Washington, y ha inutilizado a los equipos de información local que en su día vigilaban a gobernadores, alcaldes, asambleas legislativas de

los Estados, rufianes de poblaciones pequeñas, malversadores y sobornadores de tribunales. Ha reducido también el tamaño de la página periodística típica, rebajando los costes de impresión mediante el recorte de contenidos.

Los periódicos informan sobre su propia erosión en las columnas económicas y registran obstinadamente, centímetro a centímetro, la reducción del tamaño de página y la reducción, paso a paso, de la cobertura informativa; pero las estadísticas por sí solas no pueden expresar la auténtica pérdida para el país. Además de *Los Angeles Times*, entre los periódicos que exhiben los estragos de los grandes recortes de gastos figuran muchos que en su día estuvieron entre los mejores del país: *The Baltimore Sun*, *The Miami Herald*, *The Philadelphia Inquirer*, *The Des Moines Register*, *The Hartford Courant*, el *Courier-Journal* de Louisville, el *San Jose Mercury News*, y el *St. Louis Post-Dispatch*, por ejemplo.

Los propietarios de nuevo cuño se quedan a menudo confusos cuando directores y redactores alegan el argumento tradicional de que lo que tiene que hacer el periodismo es ofrecer un servicio público suministrando la información que la ciudadanía necesita para que la democracia funciones. Los nuevos propietarios tienen una concepción diferente del deber; “en ocasiones se sienten genuinamente perplejos cuando encuentran en su entorno a alguien que no se siente obligado, ante todo y sobre todo, con el accionista”, dice Carroll.

“¿Qué es lo que motiva a esta gente? se preguntan. La función de cualquier empleado, según la entienden ellos, es producir buenos resultados económicos, no abandonarse a alguna forma idealista de hacer el bien a expensas de la compañía... Nuestros superiores corporativos consideran nuestras convicciones como algo pintoresco, dispendioso y cada vez más pesado”.

El discurso de Carroll no tiene desperdicio porque es la visión pesimista de un periodista en activo sobre el modo en que las prácticas del mercado competitivo han cambiado este quehacer; pero Donald Graham ha ofrecido recientemente una perspectiva similar desde el asiento de propietario. Graham es presidente de la junta de accionistas de *The Washington Post*, y su comentario apareció en la página de opinión de *The Wall Street Journal* en abril, cuando *The New York Times* se encontraba bajo ataque de Wall Street.

Lo que Carroll nos dice es que el capitalismo de mercado no funciona realmente en el ámbito del periodismo y, si se aplica rigurosamente, tiende a destruirlo. Asombrosamente —porque a fin de cuentas es propietario— Graham tiende a coincidir. Su artículo, de alrededor de mil palabras solamente, mostraba una notable irritación cuando advertía que la obsesiva insistencia de Wall Street en maximizar beneficios podía ser mortal para el periodismo.

Esta afirmación estaba provocada por los esfuerzos del gestor de fondos de la Morgan Stanley para romper la estructura de doble categoría de acciones que asegura el control de la familia Sulzberger sobre *The New York Times*. Este modo de organización se incorporó a la estructura corporativa del *Times* cuando la compañía empezó a cotizar en bolsa en 1967; y con ella se limita el control de la empresa a las personas que poseen acciones de clase preferente, la mayoría de las cuales son descendientes de Adolph S. Ochs, fundador del moderno *Times* en 1896. Su actual editor,

Arthur O. Sulzberger Jr., es bisnieto de Ochs.

Morgan Stanley intentó iniciar una revuelta de accionistas menores la primavera pasada, instándoles a no otorgar su voto a los candidatos que la Times Company había nombrado para su consejo de administración. Graham reconocía que no era parte desinteresada, puesto que *The Washington Post* también opera con una estructura de dos niveles pensada para conservar el control familiar de la empresa. El *Post* adoptó su forma actual en 1933 cuando Eugene Meyer (a su vez una figura de extrema importancia en Wall Street) lo adquirió en una venta por quiebra. Graham es nieto de Meyer; pero aunque la fortuna de su familia tenga su origen en Wall Street, está claramente preocupado por el duro trato que el periodismo recibe del moderno mundo financiero. Apoyar el ataque de Morgan Stanley a la doble estructura de acciones, decía, “es correr riesgos demenciales” con el futuro del *New York Times*. Si se eliminara dicha estructura “en cuestión de minutos se formaría una cola de compradores ansiosos de adquirir la compañía”, añadía Graham. “Nadie podría negarse. En la cola estarían empresas de capital inversión (*private equity*), millonarios con grandes egos, compañías internacionales de comunicaciones carentes de propiedades prestigiosas, y muchos más.” *The New York Times*, predijo, sería “subastado como una pieza de carne”.

## 2.

Wall Street y sus maniobras reciben escasa atención en el estudio, simpático y digresivo, de Neil Henry sobre las tribulaciones del periodismo en nuestros tiempos electrónicos. Después de su carrera profesional en *The Washington Post*, Henry es ahora profesor en la escuela de periodismo de la Universidad de Berkeley (California), y su libro trata sobre cuestiones que sin duda preocupan a los jóvenes que se inician en el oficio: ¿có-

mo afecta internet a lo que todavía llamamos “la prensa”? ¿Son los blogs el periodismo del futuro? ¿Cómo pueden evitar los periodistas ser manipulados por la inmensa y mortalmente eficaz maquinaria de propaganda del gobierno y las empresas?

Henry no tiene respuestas, y lo cierto es que todavía no hay respuestas posibles a estas preguntas. En el momento presente, en que las nuevas tecnologías están cambiándolo todo, la única certeza es de un futuro enteramente diferente de lo que nadie podía haber previsto. Henry no tiene inconveniente en dejar que sea el sociólogo Herbert Gans quien dé la nota pesimista sobre las posibilidades del periodismo en un optimista futuro electrónico:

“La historia de la innovación tecnológica sugiere, en efecto, que las innovaciones culturales, sociales y económicas que esperamos de las nuevas tecnologías muchas veces no se materializan. En consecuencia, la tecnología por sí sola no tendrá mucho que hacer en la creación de un futuro brillante para el periodismo”.

En qué modo puede sustituir internet a los periódicos como fuente de información es algo que nunca explican quienes aseguran que esto ocurrirá. Actualmente, alrededor del 80 por ciento de todas las noticias disponibles en internet se originan en periódicos, según el cálculo de John Carroll, y no hay ninguna compañía de la red con los recursos necesarios para reunir y redactar noticias en la misma escala que el más mediocre diario metropolitano. Además, empresas como Google y Yahoo no tienen, al parecer, interés alguno en dedicarse al periodismo serio. (Google tiene un nuevo sitio automatizado, Google News, que busca online en cientos de periódicos y de agencias de prensa; y Yahoo incluye noticias de agencia en su sitio Yahoo News. Pero ninguno de los dos tiene personal propio dedicado a este menester, ni suministra noticias propias.)

Por el momento, internet es

esencialmente una versión electrónica del chiquillo en bicicleta que solía repartir el periódico lanzándolo a la puerta de la casa: un ingenioso medio de circulación. Y sin duda también es un valioso recurso para la investigación y para comprobar datos. Hoy día, el periodista con un ordenador portátil tiene acceso prácticamente inmediato a materiales que anteriormente requerían largas, y muchas veces fútiles, búsquedas en la “morque” del periódico. Este hecho tendría simplemente que mejorar la información y la redacción.

Los blogs son un fenómeno más interesante, quizá porque los bloggers se aplican con auténtica pasión; y ejercen un estimable control sobre el periodismo descuidado o falto de rigor, porque la mirada vigilante de los bloggers no pierde ni el más mínimo error u omisión y es duro soportar la ferocidad de su ira. Los bloggers más consagrados insisten en que ellos practican el periodismo exactamente de la misma manera que John Burns practica el periodismo cuando informa sobre la guerra de Irak desde Bagdad para *The New York Times*. Cualquiera dispuesto a debatir sobre este punto debe prepararse para argumentar toda la noche y hasta toda una semana. Lo que es indiscutible es que prácticamente cualquier blogger puede ser ahora columnista. Y con inmensos ejércitos de bloggers-columnistas parece inevitable que unos cuantos puedan en algún momento producir algo original, apasionante y refrescante y, con ello, infundan nuevo aliento en esta gastada forma de periodismo.

Como tantos analistas del periodismo en estos días, los autores de *When the Press Fails* —tres profesores de periodismo— están irritados por la fofa actuación de la prensa en el momento en que Bush, Cheney, Rumsfeld, Wolfowitz & Co. estaban azuzando el apetito público de guerra con Irak. Todo el mundo, incluidos la mayoría de los

periodistas, parecen coincidir en que la prensa se portó fatal; pero otra cuestión es que, aun haciendo un trabajo insuperable, hubiera podido vencer la determinación neocon de ir a la guerra. Yo, que seguí los hechos con bastante atención en aquel entonces, pensé que nada podría detenerlos. Por una parte, el ansia de guerra había hecho presa en la opinión pública. Por otra, el Congreso, la única fuerza con poder suficiente para enfrentarse a los desvaríos del Presidente, aunque no siempre para impedirlos, había dejado de existir como arma eficaz de gobierno y era absolutamente inútil para casi todo más allá de jalar al Presidente. El senador Robert Byrd, demócrata por West Virginia, calificó con exactitud la posición del Congreso como “apática”.

Como si quisieran dar prueba de ello, la mayoría de los senadores demócratas con ambiciones presidenciales, entre ellos Hillary Clinton para su eterna mortificación, votaron a favor de la guerra. Sencillamente: estaban respondiendo a la necesidad política de un momento en que era intensa la demanda patriótica de contienda. En situaciones semejantes, los políticos prácticamente siempre deciden que prefieren ser presidentes a hacer lo que deben.

Finalmente, hay que conceder al gobierno el mérito de haber hecho un magistral trabajo de engaño, que funcionó con su propio Secretario de Estado, Colin Powell. E incluso se engañó a sí mismo creyendo haber logrado un rápido y resonante triunfo. No obstante el humillante comportamiento del Congreso, la idea de que la prensa pudo haber impedido el desastre se resiste a desaparecer. El libro *When the Press Fails* no insiste en esta cuestión pero sin duda juega con ella. Así, este autor dice que es “sumamente interesante” que la prensa “se comportara como un socio silencioso si bien a menudo incómodo” en el “ejercicio de forzar la realidad” con el que el gobierno vendió la guerra.

“El ideal de una prensa independiente no significa necesariamente que el debate público resultante configure o mejore el curso de la política. Pero, como mínimo, hacer pública una oposición creíble a políticas dudosas puede ofrecer a los ciudadanos un grado mayor de información oportuna. Y cuando esos ciudadanos oyen sus preocupaciones particulares, y en ocasiones mal definidas, aireadas y aclaradas en el espacio legitimador de la prensa acreditada, quizá comiencen a actuar como opinión pública, en lugar de sobrellevar su conmoción y su pasmo en solitario a medida que van desarrollándose los acontecimientos”.

En comentarios de esta índole los autores del libro muestran unas expectativas respecto a la prensa que ésta no tiene mimbres para satisfacer. Airear y aclarar las actividades de Washington sin duda es saludable, pero también es un proceso tedioso que puede no producir nada mejor que la indiferencia pública. *The Washington Post* empezó a airear y a clarificar el affaire Watergate en el verano de 1972; pero seis meses después los norteamericanos seguían tan desinteresados en el asunto que reeligieron Presidente a Nixon en una de las victorias más aplastantes de la historia. De no haber sido por la intervención de un juez poco conocido de un tribunal inferior, John Sirica, el asunto Watergate podría haber expirado sin que nadie lo advirtiera.

Aunque los autores puedan sobrestimar el poder de la prensa, su análisis de las debilidades del periodismo en Washington merece un examen atento. Ser destinado a Washington es uno de los máximos premios que puede ofrecer un periódico, y no es de extrañar que la prensa de esta ciudad sea un grupo de elite: culto, bien retribuido, competente, cómodo entre los poderosos, un tanto petulante, quizá, por conocer secretos que los demás no saben, pero en su mayoría sensible a la obligación de mantener informado al público sin temores ni prejuicios. Incumplieron,

no obstante, esta obligación durante los años de Bush, alegan los autores de *When The Press Fails*, en parte por su tendencia a ser excesivamente deferentes con el poder.

Su “deferencia con el poder” no era una novedad de la era Bush, según los autores, sino una costumbre “profundamente arraigada y continuamente reforzada en la cultura y las rutinas del periodismo más acreditado.” Es una costumbre que hace a los periodistas de Washington más vulnerables a ser manipulados por los poderosos, e indiferentes a la disensión y la protesta. Quienes disienten y quienes protestan son muchas veces tachados de “inconformistas” con la implicación de que no hay que tomárselos muy en serio.

En su forma más primitiva, la deferencia con el poder deviene en cobertura implacable de la más mínima trivialidad relacionada con la Casa Blanca. El Presidente es objeto de un seguimiento exhaustivo incluso cuando no hace mucho más que subirse y bajarse de aviones, irse de vacaciones o estrechar la mano de algún visitante ilustre. En un nivel más sofisticado, dicha deferencia a menudo se aprecia en el lenguaje periodístico. La palabra “tortura” se utilizó con moderación en la información sobre Abu Grahib. El presidente Bush insiste en que Estados Unidos no tolera la tortura. Y la prensa no se mostró muy dispuesta a tolerar la palabra. Las noticias y las fotografías de lo que parecía claramente tortura fueron generalmente calificadas de “abusos”.

En su forma más nociva, la deferencia con el poder significa disposición a contar la versión del gobierno del modo en que la cuentan los poderosos. La gente de Bush ha hablado de crear su propia realidad. Los escritores de *When The Press Fails* consideran esta “realidad” bushiana como un “guión” y critican a la prensa de Washington por haberlo aceptado como rea-

lidad, aun cuando, como en la guerra de Irak, “ese guión parece extrañamente desacorde con los hechos observables.”

Contrariamente a la impresión general, se hizo muy buen periodismo cuando el gobierno inició su carrera hacia la guerra. Hubo también oposición claramente expresada, incluso en el Capitolio, cuando la resolución sobre la guerra se sometía aceleradamente a la aprobación del Congreso. Pero la prensa sencillamente no le prestó gran atención porque, para empezar, provenía de personas fuera del poder: de los senadores Kennedy por Massachusetts y Byrd por West Virginia, por ejemplo, ambos demócratas. Para enterarse de las advertencias del senador Byrd contra la precipitación hacia la guerra y sus ruegos al Congreso de que aceptara sus obligaciones constitucionales había que permanecer atento a la cadena de televisión por cable C-Span. En el *Times* y el *Post*, Byrd apenas existía. Pese a ser un miembro veterano del Senado y una enciclopedia viva de su historia, no estaba en el poder y, por tanto, no había inconveniente en no prestarle atención, mientras que Ari Fleischer —voz de la Casa Blanca— era inevitable en las cadenas de televisión.

Contrariamente a la impresión de que la totalidad de la prensa de Washington caminaba sonámbula, hubo también buen periodismo de investigación. Michael Massing, cuyos artículos sobre la defectuosa cobertura en la prensa de la carrera hacia la guerra aparecieron en las páginas de *The New York Review of Books*, concede a varios periodistas de *The Washington Post* y *The New York Times* el mérito de aportar datos que desmentían las tesis del gobierno. Pero Massing comprobó que, con excesiva frecuencia, sus artículos quedaban discretamente colocados en el interior del periódico<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Michael Massing, “Trak: Now They Tell Us”, *The New Review of Books*, New York, 2004.

Walter Pincus y Dana Milbank, del *Washington Post*, por ejemplo, escribieron que Estados Unidos estaba preparando un ataque a Irak sobre la base de alegaciones contra Saddam Hussein “cuestionadas—y en algunos casos desmentidas—por las Naciones Unidas, algunos gobiernos europeos e incluso informes de los servicios de inteligencia estadounidenses.” El artículo se disimuló dentro del periódico en la página A13. Pincus le dijo a Massing que los directores del periódico “pasaron por una fase en que no ponían en primera plana cosas que podían ser de importancia decisiva”.

Massing era especialmente encomiástico con Jonathan Landay, Warren Strobel y John Walcott, éste de la oficina de Knight Ridder en Washington, por su constante cobertura en la que nunca se aceptó el “guión” del gobierno. Pero hubo otro fallo en el periodismo de Washington: la información de Knight Ridder sobre la realidad que ocultaba el “guión” no tuvo la menor influencia en el resto de la prensa; debido a que el grupo Knight Ridder no tiene periódico en Washington, allí no se leía su información.

Esto quizá refleje algo más grave que unas organizaciones de prensa dormidas en el puesto de trabajo. John Walcott, jefe de la oficina de Knight Ridder en Washington, hablando recientemente de la información que dieron sobre Irak, dijo que la prensa de Washington había padecido un mal peor que ser timorata o demasiado bien avenida con el poder: “Hubo pereza simple y llanamente: gran parte de lo que dijo el gobierno, especialmente sobre Irak y Al Qaeda, sencillamente no tenía sentido, pero muy pocos periodistas se molestaron en comprobarlo”.

Hacía falta, además, algo de valor para provocar a la pandilla de la Casa Blanca, famosa por decir al mundo exclusivamente aquello que servía a sus intereses y caprichos. Poner el “guión” en

entredicho era una invitación al castigo de los centinelas de la Casa Blanca. A los periodistas de Knight Ridder se les prohibió viajar en el avión del Secretario de Defensa durante tres años porque su información había diferido del “guión”. El ex embajador Joseph Wilson escribió que Saddam Hussein no había intentado adquirir uranio enriquecido en Níger, como había dicho el Presidente al Congreso, y la carrera de su mujer en la CIA quedó destruida por filtraciones desde el gobierno.

A través del enorme amplificador de las tertulias radiofónicas utilizado por la derecha conservadora, los periodistas que no aceptaban el “guión” fueron acusados de tendenciosos, de motivaciones antipatrióticas, de indiferencia a las vidas de los soldados americanos y hasta de traición. En la radio se puede ahora difamar tranquilamente a todas horas y con total impunidad porque, para empezar, el periodismo agresivo no tiene ya mucho apoyo público. Durante años los conservadores políticos han llevado a cabo una eficaz campaña para presentar a la prensa como un falso mensajero que difunde negatividad y envenena los espíritus con su parcialidad izquierdosa. Los libros sobre este tema se convierten en *bestsellers*. Los “presentadores” políticos de las emisoras con noticias de veinticuatro horas repiten el mensaje incansablemente.

Una consecuencia de ello ha sido una creciente desconexión entre público y prensa. Esto es evidente en la visión pública del periodista activo. En su día héroe cultural, el cine dio glamour al periodista en la figura de Clark Gable y a la periodista en la de Rosalind Russell. Eran la sal de la tierra, de humor rápido e ingenioso, impertinentes, pero tipos de principios firmes. E igualmente lo fueron James Stewart, Humphrey Bogart, Cary Grant, Robert Redford y Dustin Hoffmann, todos los cuales cumplieron también en las salas de redacción cinemato-

gráficas. Ser periodista equivalía a ser una especie de héroe proletario digno de ascenso al estrellato de Hollywood.

En *American Carnival*, Neil Henry ofrece un perfil del moderno “periodismo” en todo el “batiburrillo de sus encarnaciones” y sugiere el por qué de que el público le haya retirado su afecto. Hace ya mucho tiempo que los americanos dejaron de pensar en el periodista como un tipo de clase obrera que enseña a un damita mimada a mojar el bollo en el café. Para la persona media de hoy día, escribe Henry, “un periodista es alguien que interviene en televisión, con un jugoso anticipo salarial para hacer ruido regularmente en los programas de noticias.” La persona que presenta el programa es también un Periodista que recibe ingresos cuantiosos “no para buscar la noticia e informar sobre ella sino para entretener al público con algo de labia y una personalidad pugnaz.”

El periodista actual, según el perfil de Henry, es el comentarista de televisión que en un juicio por asesinato declara que hay culpabilidad y habla de la máxima pena antes de que se hayan visto las pruebas. O es una estrella femenina de alguna cadena de televisión con un sueldo multimillonario que pretende brevemente entender los problemas de los trabajadores. Y está también “el inveterado personaje de los círculos de enterados de Washington, de lealtades y ética oscilantes, que trabaja como portavoz del Pentágono, asesor de campaña política, o escritor de discursos del Presidente un año, y se contrata al año siguiente como periodista de televisión o corresponsal de una revista digna de confianza”. Si está en la televisión, el periodista acaso necesite “alguna cirugía de párpado, algún trasplante de pelo o alguna inyección de botox” para crear una falsa apariencia de juventud esencial para decir la verdad persuasivamente.

Henry está claramente disgustado con todo esto. Su con-

gregación de interesados, falsarios, chaqueteros, verborricos, embaucadores, periodistas mimados y cerdos sin principios componen ese vago organismo que se llama “los medios”. Cómo ha llegado la prensa y el periodismo a dejarse coger en esta villanía es una historia larga y complicada, pero no parece tener remedio. Es más, la prensa ha pasado a ser un personaje secundario en el carnaval del que habla el título del libro de Henry, y podríamos incluso preguntarnos si hay mucha gente a quien le importe. Nadie llama ya a un periódico esperando encontrar a un héroe. Si alguien lo hiciera, probablemente toparía con un mensaje grabado en un contestador computerizado, como le ocurrió a Henry con los varios periódicos a los que llamó aleatoriamente. Tuvo muchas dificultades para poder hablar con alguien. Había soledad en ese teléfono. ■

Traducción: Eva Rodríguez Halfiter.  
© *The New York Review of Books*.

**Russell Baker** es periodista, y escritor. Ha colaborado en el *New York Times* y en *The Baltimore Sun*.