



son evitables, ¿por qué no evitarlos? Las investigaciones complejas precisan de dos cosas, en periodismo: periodistas con mucha habilidad y recursos para librar la batalla legal... Cuando comenzamos a hacer esto en Gran Bretaña no había periodistas de investigación en serio; investigábamos a corruptos de medio pelo; no había un periodismo a la altura de la complejidad social, al creciente poder de las corporaciones y de los gobiernos... En el Parlamento tampoco se le preguntaba al Gobierno como era debido. El periodista tenía que jugar ese papel social, de una curiosidad implacable; eso es lo importante en un periódico, la curiosidad. Imagine ahora todo lo que habría que preguntar sobre el origen de la crisis mundial. Esa curiosidad humana trasladada al periodismo, si se ejerce con energía, daría lugar a muchas explicaciones que ahora no se dan.

**P.** Todo ese engranaje que usted montó exigía mucha verificación.

**R.** Ésa es la gran cuestión del periodismo. Si te equivocas, está la ley del libelo. Pero está la ley ética, la de la imparcialidad. Aunque tengamos una defensa legal, no podemos acusar a alguien erróneamente. La verificación de los hechos es importantí-

---

***“En cuanto el objetivo sea financiero y no periodístico, el periódico decae y se cae. No hay posibilidad de éxito”***

---

sima... Y una cosa es lo que hizo Ben Bradlee con el caso *Watergate* y otra es mucho de lo que se hace, por ejemplo, en el ciberespacio y en otros medios en nombre del periodismo de investigación. Y eso es importante ahora, porque un *blog* o un texto de Internet pueden no tener autor conocido... A un amigo mío, defensor de los derechos humanos desde la época de Kennedy, acaban de cambiarle su biografía de Wikipedia ¡para decir que es un racista! ¡Y lo que han tardado en cambiar esa falacia! La verificación y la credibilidad son cruciales, y por eso un periódico muy bueno como EL PAÍS gana su público no sólo por la buena escritura y por las revelaciones, sino por su autenticidad.

**P.** Al Nobel Le Clezio le declararon muerto un minuto después de haber ganado el premio...

**R.** ¡Y estaba vivo! Sí, es un gran proble-

ma. Mi mujer, Tina Brown, ha empezado una página *web* llamada *The Daily Beast*. ¡El primer mes tuvo once millones de visitas! Y aquí se pone en evidencia un problema de la red: sabemos que el papel asiste al reto que supone la publicidad en Internet, la mirada se va a Internet. Pero la red no puede sustituir al papel en la investigación y en informaciones verificables; no puede en una sola página compensar lo que es el mosaico de un periódico, que contiene cultura, negocios, noticias...; y, sin embargo, el modelo de negocio para los periódicos en América, y probablemente en Inglaterra y en el mundo, no está funcionando. *The New York Times* ha bajado mucho; es un periódico enormemente vital, y mire los problemas que tiene. Y eso sucede mientras nadie hace dinero con los portales de Internet. Así que vivimos un interregno entre el periodismo viable y el periodismo creíble en la red y la vitalidad de los impresos, que son la fuente principal para enterarte de lo que pasa.

**P.** ¿Y en esa dialéctica hay alguna manera de llegar a un compromiso?

**R.** Digamos que *The Daily Beast* funciona y se convierte rentable. Investigan. Y lo que ponen en la red lo ponen también en papel; consiguen una diseminación múltiple. Lo problemático son los ingresos. ¡Pero ni uno de los portales de los diarios hace dinero! El dinero aún viene por los periódicos.

**P.** ¿Y usted ve Internet como una amenaza o como una contribución?

**R.** Indudablemente, Internet debilita la posición financiera de los diarios, así que sí es una amenaza. Ahora bien, si yo dirigiera un periódico hoy en día desarrollaría una *web* lo más grande posible, al tiempo que intentaría retener las energías investigadoras del diario sin desperdiciarlas. Un 30% de lo que cuesta sacar un periódico es la distribución. Y una de las soluciones a medio plazo es que yo me imprima el periódico en casa, desde la *web*. Y eso puede que ocurra fácilmente en los próximos diez años... Y lo que tendrías que hacer es comprar una licencia para imprimirte el periódico en casa. ¡Te ahorras el 30% de lo que te cuesta el reparto! Evidentemente, la gente que conduce los camiones tendrá que encontrar otro empleo, pero es que la vida económica es así... De esta manera se mantendría la energía de la prensa, su curiosidad, se mantendría la competencia, las capacidades legales, la credibilidad de la prensa impresa. Ahora mismo, si te pasas por completo a Internet, te toparía con la diseminación de muchas mentiras, y a nadie que pague por ellas.

**P.** Menudo dilema para los periodistas que ya tienen su edad.

**R.** Y la suya. Tengo que decir esto: la *web* es un recurso tremendo para el periodismo. Una sentencia por difamación, que yo gané, está colgada en la *web*, no tuve que ir a Seattle a leerla. Con los motores de búsqueda y los comentarios en la *web* tenemos la posibilidad de llegar a una edad dorada del periodismo. Una edad dorada, porque es más fácil ahora descubrir cosas. Y también es más fácil publicar basura. ¿Qué triunfará?

**P.** Pongamos que persisten los diarios. Pero se pueden matar.

**R.** Sí, desde luego, se hace todo el rato. De hecho, lo predije, en un artículo para la revista *Strategy*: en cuanto el objetivo sea financiero y no periodístico el periódico decae y se cae. En cuanto se empieza a destruir el contenido periodístico del diario no hay la más mínima posibilidad de éxito. Imagínese: se compra una orquesta, y lo primero que hace es deshacerse de los violonchelos, total, para lo que sirven; y después se deshace de los timbales... ¡Y luego te pones a tocar a Beethoven y no te sale! Beethoven no suena del mismo modo sin los timbales o sin los violonchelos, de igual manera que un periódico no suena a periódico cuando ha perdido a su equipo internacional o a sus corresponsales.

**P.** La vocación es una energía, dice usted. ¿Se pierde?

**R.** Es imposible perderla. Yo leo periódicos, los leeré siempre. Cuando me vaya al otro lado entraré diciendo: “¡Quiero *La Gaceta de San Pedro!*”. •

---

► La próxima semana:  
**Alma Guillermprieto, reportera**