

Del Watergate a Jeff Bezos: la caída de *The Washington Post*

Según Martin Baron, Bezos no se inmiscuyó en la labor periodística del *Post* durante su etapa al frente, cuyos últimos años coincidieron con el primer mandato de Donald Trump. Pero, cuando el dueño de Amazon “vio que la vuelta de Trump al poder era una posibilidad real, le empezó a preocupar las **represalias de su Administración**”. Desde entonces, Bezos ha llevado a cabo **medidas de salvaguarda para sus negocios**, desde distintos cambios de planes para las páginas editoriales hasta el **despido de un tercio de la plantilla**, a lo cual ha seguido un éxodo de talento hacia otros medios.

IKER SEISDEDOS

Washington (EE. UU.).- Cada lector de *The Washington Post*, especialmente si lo es de su edición impresa, carga con su propio duelo. Los habrá que lloren la casi total desaparición de sus fotografías, la pérdida de la información internacional propia, la decadencia de su cobertura local, el desguace de la sección de “Deportes” o la muerte de su suplemento literario en una ciudad que se las da de libresca.

Hace un par de domingos, sin ir más lejos, sus páginas culturales eran un yermo, más propio de uno de los centenares

de medios que por todo el país han comprado y devaluado conglomerados-buitre como Gannett, propietario del *USA Today*. Aquel día había dos reportajes de la agencia AP, una historia sindicada del periódico local de Orange County y dos piezas firmadas por el mismo redactor desde Nueva York, además de una reseña gastronómica a página entera de un restaurante poco memorable.

Todo eso es consecuencia del despido ordenado en febrero por su propietario, el magnate de Amazon Jeff Bezos, del tercio de su plantilla, cifra que incluye

Iker Seisdedos es corresponsal jefe de *El País* en Washington, ciudad a la que se mudó en 2021. Antes fue en ese mismo diario redactor jefe de “Cultura” y de los suplementos *Domingo*, *Ideas* y *Babelia*

a al menos 300 de sus 800 periodistas. Bezos, cuya fortuna personal superaba a finales de mayo los 270.000 millones de dólares, adujo pérdidas económicas de 77 millones en 2023 y de 100 millones al año siguiente, según *The Wall Street Journal*¹, aunque esos números no basten para contar la historia de la debacle del diario que fijó el patrón oro del periodismo estadounidense durante los años 70 con el caso Watergate. Aquella investigación no solo forzó la dimisión del inquilino de la Casa Blanca, Richard Nixon; también llevó al pico de su aceptación social a una profesión hoy en horas bajas. La confianza en los medios marcó un nuevo mínimo histórico en otoño pasado: solo el 28% de los estadounidenses la conserva.

“El *Post*, que hasta hace poco se contaba entre las organizaciones periodísticas más destacadas del mundo, está muriendo por asfixia, víctima de la flagrante corrupción que ha saqueado este país durante el mandato de [Trump, el] presidente más corrupto de la historia de Estados Unidos”, escribió Robert G. Kaiser en un artículo en *The New York Review of Books* ingeniosamente titulado “Post Mortem”.

Kaiser, que llegó a ser director adjunto del diario, sabe de lo que habla: trabajó en él desde 1963 hasta su jubilación

en 2014. Es decir: empezó el año en el que Katherine Graham se convirtió en la primera mujer dueña de un periódico de la historia del país tras el suicidio de su esposo, que había sacado una década antes al rotativo de los números rojos, y lo dejó poco después de que Bezos comprara la cabecera por 250 millones para rescatarla de la situación calamitosa en la que se encontraba.

En el primer mandato de Trump, magnate tecnológico y presidente por sorpresa eran enemigos íntimos

Kaiser le concede en su artículo ese mérito. También admite que Bezos aguantó el tipo durante el primer mandato de Trump. Entonces, magnate tecnológico y presidente por sorpresa eran enemigos íntimos.

Mucho han cambiado las cosas. En una entrevista reciente, Bezos declaró que veía a Trump “más maduro, más disciplinado” en esta, su segunda vuelta en el poder. También dijo que el “*Post* debe ser una empresa rentable que se sostenga por sí misma”, y que lograrlo será “la medida de su relevancia”. “Si la gente no está dispuesta a pagar por

¹ Bruell, A. (10 de enero de 2025). “‘The Washington Post’ Is Limping Into Trump’s Second Term”. *The Wall Street Journal* <https://www.wsj.com/business/media/washington-post-challenges-trump-second-term-61ea6ed9>

nuestro producto, es que no es lo suficientemente bueno. Sería como una poesía sin rima; demasiado fácil”, añadió (y fue inevitable achacar la muerte de la crítica de libros en el *Post* a la ignorancia literaria que denota ese comentario).

Conviene dejar claro que el empresario no se inmiscuyó en la labor periodística del *Post*, dedicó un libro de más de 500 páginas el que en aquellos años fue su director, Martin Baron. Titulado *Frente al poder. Trump, Bezos y el Washington Post*, Baron lo publicó en 2023, dos años después de jubilarse en febrero de 2021. Semanas antes de su retiro, una turba de insurrectos alentada por las mentiras del aún presidente había asaltado el Capitolio, y Joe Biden había recibido las llaves de la Casa Blanca con la promesa de una “vuelta a la normalidad” institucional que aún no ha llegado.

“Mucha gente, incluido el propio Bezos, pensó que la carrera de Trump había terminado tras el 6 de enero [de 2021]”, me dijo Baron en una entrevista reciente en su apartamento de Nueva York. “Al ver que podía ser presidente de nuevo, creo que le entró miedo. Y no iba desencaminado, porque Trump hizo exactamente lo que dijo que haría: vengarse de sus enemigos. Y a Bezos siempre lo tuvo por uno de ellos, fundamentalmente, por la cobertura del *Post*”.

El republicano ya le había mandado un recado al oligarca en 2019, cuando trató de cancelar un contrato del Pentágono por valor de 10.000 millones de dó-

lares con el servicio de almacenamiento en la nube Amazon Web Services. Bezos logró salvar esa bola de partido, pero “cuando vio que la vuelta de Trump al poder era una posibilidad real, le empezó a preocupar las represalias de su Administración”, considera Baron. “En ese momento [poco antes de las elecciones de 2024] el mejor amigo de Trump era Elon Musk, con el que Bezos compite en la conquista del espacio. Larry Ellison, fundador de Oracle y donante de la campaña republicana, también es un rival en el sector de computación en la nube. Viendo todas esas amenazas actuó para salvaguardar sus negocios”, explica el exdirector del *Post*.

Bezos había llegado en 2013 con una defensa de la inversión y el crecimiento como la única manera de afrontar el incierto futuro de los medios

Esas medidas de salvaguarda incluyeron la decisión 15 días antes de las presidenciales de prohibir que la sección de “Opinión” cumpliera con su tradición de apoyar a uno de los candidatos con un editorial en favor de la rival demócrata, Kamala Harris, que ya estaba escrito. Aquello no sentó bien en Washington, principal mercado del *Post*. Tampoco más allá: unos 250.000 suscriptores

(más o menos un 10% del total) se dieron de baja en esos días convulsos.

Los planes de Bezos para las páginas editoriales no pararon ahí. A principios de 2025, anunció que estas quedaban a partir de ese momento consagradas a defender “el libre mercado” y “las libertades personales”, aunque desde entonces esa defensa ha sido en muchas ocasiones de las libertades de una sola persona: el presidente de Estados Unidos. Por ejemplo, cuando uno de sus editoriales alabó, contra el criterio de una amplia mayoría de sus lectores y de los jueces, que Trump hizo bien al derribar sin permiso el ala este de la Casa Blanca porque, de haber seguido las reglas del “tradicional proceso de revisión”, “el proyecto no habría salido adelante”.

Bezos también donó (como donaron casi todos los popes de Silicon Valley) un millón de dólares para la inauguración de Trump. Y fue a cenar con este y con su esposa, Melania Trump, a Mar-a-Lago, cita que ella aprovechó para vender un proyecto audiovisual: un documental llamativamente aburrido en el que el empresario se dejó 75 millones de dólares (40 en su producción; 35 en su promoción).

El día en el que se dieron a conocer los despidos, pocas semanas después del estreno de Melania, muchos de los compañeros del *Post* que contestaron con un “sí, estoy entre ellos” a los wapsaps enviados por este corresponsal, a modo de inventario de bajas, señalaron la cruel ironía de que con ese presupues-

to habría sobrado para pagar todas las nóminas recién eliminadas por el dueño de su empresa. Y eso que Bezos había llegado en 2013 con una defensa de la inversión y el crecimiento como la única manera de afrontar el incierto futuro de los medios, que ya por entonces acumulaban más de dos décadas de recortes en Estados Unidos.

Los reporteros, infografistas, críticos y columnistas más afortunados han puesto rumbo a medios mejor posicionados en medio de la crisis

El ajuste de plantilla del *Post*, que, justo es reconocerlo, sigue ofreciendo buen periodismo, pese a su pérdida de ambición y al desánimo que transpiran sus coberturas, inundó un poco más el mercado laboral de los medios en la capital estadounidense y en el resto del país. Y lo hizo en un momento en el que su ecosistema afronta una tormenta perfecta, agravada por una campaña de acoso desde la Casa Blanca que cuenta con pocos precedentes.

Aunque el éxodo de los más brillantes ya estaba en marcha para entonces. Muchos prefirieron dejarlo durante la errática gestión de su último consejero delegado, Will Lewis, un británico criado en el imperio de los tabloides de Rupert

Murdoch.

Los reporteros, infografistas, críticos y columnistas más afortunados han puesto rumbo a medios mejor posicionados en mitad de la crisis, como *The Atlantic*, *The Wall Street Journal* o ese transatlántico llamado *The New York Times*, convertido en una plataforma que aspira a que sus usuarios (ya no necesariamente lectores) jueguen, piensen, escuchen, sigan los deportes, cocinen y se cultiven sin necesidad de abandonar nunca la fortaleza. Los hay que han sido readmitidos. Y otros se han aventurado a esa jungla de la atención conocida como Substack o han iniciado nuevas aventuras en un paisaje cambiante con propuestas de nicho que no dejan de surgir en Estados Unidos: de *Semafor* a *Status* o *Punchbowl News*, y de *Puck* a *Zeteo* o *Equator*.

Hay uno, en concreto, con la aspiración declarada de ayudar a mitigar algunos de sus duelos a los lectores del *Post* que viven en Washington y en su gran

conurbación, el DMV, que se extiende por partes del Sur de Maryland y el Norte de Virginia. Nació en 2023 asociado a la Escuela de Periodismo Político Allbritton (por Robert Allbritton, multimillonario fundador de *Politico*). Se llama *NOTUS* (acrónimo poco sugerente de *News of the United States*), pero está a punto de ser rebautizado como *The Star*, en un guiño al histórico rotativo conservador de la ciudad, publicado entre 1852 y 1981.

En la liquidación que siguió a su bancarrota, el *Post*, fundado en 1877, adquirió los terrenos y edificios propiedad del enemigo, así como sus imprentas. A partir de junio, la apuesta de los nuevos propietarios del *Star* es devolver, al menos simbólicamente, el golpe al viejo rival con una apuesta por la cobertura local y de los equipos deportivos de la ciudad, a cuyos hinchas Bezos también ha dejado huérfanos. ■

