



El autor afirma que la defensa de los valores democráticos pasa por la independencia de las empresas, el periodismo riguroso y la distancia crítica frente al poder

“Sin periodismo no hay democracia. Y sin democracia no hay libertad”. Así arranca el manifiesto de [Republik](#) la publicación online suiza que comenzó su actividad el pasado 14 de enero. Se trata de un texto breve -154 palabras-, que continúa: “Cuando el periodismo muere, mueren también la sociedad abierta, la palabra libre, el debate sobre los mejores argumentos... El periodismo libre es lo primero que toda dictadura suprime... La tarea del periodismo es la crítica del poder. Por eso, es mucho más que un simple negocio para grandes empresas... En democracia ocurre lo mismo que en la vida en general: los hombres necesitan informaciones razonadas, para poder adoptar decisiones razonadas... El buen periodismo proporciona hechos y contextos, con independencia, sin tener miedo más que al aburrimiento. Busca claridad, que es el antídoto contra el miedo ancestral a lo nuevo. El periodismo necesita pasión, saber hacer y seriedad...”

Republik se propone una vuelta a la esencia del periodismo: contextualizar, ordenar, explicar un mundo cada vez más complejo e indescifrable. Componen su plantilla una treintena de profesionales a tiempo completo que cuentan con la ayuda de algunos colaboradores

externos. La mayoría son veteranos, curtidos en mil batallas, tanto en Suiza como fuera de ella. Han abandonado trabajos brillantes -y bien remunerados- para embarcarse en un proyecto idealista e incierto. Para asegurar la independencia han decidido renunciar a la publicidad. Su puesta en marcha constituyó casi un milagro económico: en poco tiempo captaron 3,4 millones de francos suizos en donativos, récord mundial.

Buscaban "editores" dispuestos a aportar 240 francos cada uno y en unas pocas horas se alcanzó el objetivo inicial, 3.000 donantes. A día de hoy son ya 20.000. Lo previsto es devolver ese dinero a los inversores a lo largo de cinco años, para lo que deberán generarse beneficios. El éxito inicial ha desbordado todas las previsiones, aunque los promotores muestran un optimismo moderado: saben que los fundamentos son frágiles y que el futuro no está asegurado. En cualquier caso, la apuesta es clara: periodismo de calidad, que aborda asuntos verdaderamente relevantes, con historias bien escritas y apoyadas en material gráfico muy cuidado. Ese modo de trabajar tan exigente no les permite publicar más de tres artículos al día.

El romanticismo que impregna la aventura de *Republik* se refleja también en lo material: la redacción ocupa el primer piso de un antiguo hotel y prostíbulo de Zurich llamado *Rothaus* (Casa roja). En la planta baja del típico edificio antiguo de ladrillo hay ahora un bar, en el que una vez al mes el periódico organiza coloquios con sus redactores y el público en general. Cerveza y debates apasionados, una manera práctica y no menos tradicional de mantener el contacto con sus lectores.

El espíritu de los reporteros de *Republik* suscita admiración, pero se trata de seres humanos como los demás. A los tres meses de vida han advertido ciertas disfunciones en la gestión: pensar más en contentar a los jefes que en satisfacer los intereses de los lectores, rasgo que acecha a cualquier empresa. Han reaccionado con rapidez y en verano se procederá a un cambio de directivos: una sana rotación para evitar el anquilosamiento en la cúpula.

Habrá que seguir de cerca la evolución de un proyecto tan interesante. En estas páginas he ponderado recientemente la singularidad de la nación suiza, con sus ciudadanos bien formados y su afición a la democracia directa. Es dudoso que el modelo de *Republik* se pueda exportar a nuestro país, pero los problemas son muy similares y la solución tendrá que basarse en los mismos principios: independencia de las empresas informativas, periodismo riguroso, distancia crítica frente al poder, contacto estrecho con los lectores.

Si quieren sobrevivir, las empresas informativas necesitan ganar dinero, como todas las demás. Así, una cuenta de resultados saneada

permite mantener la independencia y el espíritu crítico. Informar era en los orígenes un oficio típico, transmitido de padres a hijos. Con el tiempo se transformó en profesión y hoy se ha convertido en negocio. En este sector se aprecia la misma tendencia a la concentración que se da en todos los ámbitos de la economía; desgraciadamente, sinergias y economías de escala no siempre se traducen en mayor rigor y mordiente crítico.

Los grandes grupos industriales y financieros que invierten en medios de comunicación buscan el beneficio económico y la influencia política y no la defensa de la libertad y de la democracia. Necesitamos periodistas con el espíritu indomable e intrépido de la gente de *Republik*, y lectores dispuestos a financiar ese trabajo bien hecho, que no sale gratis. Solamente de esta forma podremos librarnos de las *fake news* y la *posverdad*, nombres modernos de la mentira y la manipulación. Como recuerda el manifiesto de los suizos, buen periodismo, democracia y libertad son inseparables.

Alejandro Navas

Profesor de Sociología de la Universidad de Navarra

Fuente: diariodenavarra.es.