



## La soledad del periodista autónomo



# Máster Propio en Protocolo y Organización de Eventos y Relaciones Institucionales

Entre los retos sociales y culturales de las instituciones públicas y privadas se encuentra el desarrollo de las relaciones institucionales, así como la organización de actos con una visión actualizada de la comunicación. La formación en Protocolo resulta imprescindible, hoy en día, para que los actos se realicen con brillantez, contribuyendo a mejorar las relaciones sociales y transmitiendo una imagen profesional y solvente de la Institución que organiza el evento.

**“El protocolo es una herramienta de comunicación que facilita la convivencia.”**

En la actualidad, el significativo impacto que proyectan los eventos requiere la gestión de profesionales altamente cualificados en la organización de actividades de comunicación, protocolo y relaciones institucionales. Esta situación está favoreciendo un elevado aumento del índice de empleabilidad para los expertos en este área, anticipando un fuerte crecimiento de la demanda de profesionales especializados en los próximos años.



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

**PERIODISTAS**

PUBLICACIÓN DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA

## La soledad del periodista autónomo



## STAFF

**EDITA**  
FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (FAPE)  
María de Molina 50-2ª. 28006 Madrid  
Tel. 91 360 58 24  
fape@fape.es

**DIRECTOR**  
Jesús Picatoste

**JUNTA DIRECTIVA**  
**PRESIDENTA**  
Elsa González Díaz  
**VICEPRESIDENTES**  
Aurelio Martín González  
Teresa Pérez Alfageme  
María Inmaculada Ramos Peña  
**SECRETARIO GENERAL**  
Jesús Picatoste Baeza  
**VICESECRETARIO GENERAL**  
Carlos Sanz Establés  
**TESORERO**  
David Corral Bravo  
**VOCALES**  
José Manuel Soto Tornero  
María José Pacheco Guerrero  
Lucía Fraga Rodríguez  
Jesús Coterón Molina  
Mar González Mena  
Esther Jaén Macarro

**DEPÓSITO LEGAL**  
M-10336-2005

**MAQUETACIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD**  
PRIMER PASO, COMUNICACIÓN

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro español de Derechos Reprográficos. [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

## SUMARIO



**GALERÍA**  
El riu invisible



**CARTA DEL DIRECTOR**



**PÁGINA 8**  
"Por una teoría del periodismo" por Enrique de Aguinaga

**13\_EN PORTADA**  
La soledad del periodista autónomo

**18\_INFORME PROFESIÓN**  
La transformación imparable de las redacciones

Suscríbete a Periodistas\_ a través del boletín electrónico en [www.fape.es](http://www.fape.es)



**23\_PRENSA DIGITAL\_ INFOLIBRE**  
Jesús Maraña

**29\_MUNDO DIGITAL\_ 36\_DICHO QUEDA\_**

**38\_PROFESIÓN**  
Cuando las mujeres periodistas trabajan en territorio hostil



**42\_Entrevista BEGOÑA ARRIBAS**  
Hay vida después de un ERE

**47\_Entrevista BERNARDO DÍAZ NOSTY**

**51\_INTERNACIONAL\_**

**55\_NOTICIAS FAPE\_**

**59\_ASOCIACIONES\_**  
Entrevista a Mar González

**67\_LIBROS\_**

**77\_ASOCIACIONES FEDERADAS\_**

**79\_ASOCIACIONES VINCULADAS\_**

# EL RIU INVISIBLE

---



“El riu invisible” pretende ser un tributo al río Turia y a su memoria. Esta fotografía ha obtenido la primera Beca Fragments, otorgada por la Unió de Periodistes Valencians, y está enmarcada en la exposición “Mitología del Periodismo Gráfico”.

(Más información en página 62.)



## FRANCISCO LLOP

Francisco Llop (Paterna [Valencia], 1967) es máster en Fotografía, Arte y Técnica por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Ha expuesto sus obras en galerías de toda España. En la ciudad de Valencia ha realizado diversas exposiciones individuales entre las cuales destacan "Habitario" Galería Railowski (2012), "Terrari" Galería cuatro (2007) y "Paràboles de l'objecte" Galería Ciclorama (2006), entre otras. Su obra forma parte de diversas colecciones públicas y privadas: Fundación Rafael Botí, Comunidad de Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, Fundación Bancaixa, o el Proyecto Generaciones de Caja Madrid.





**ACOGIMIENTO  
FAMILIAR**

En familia, por derecho

“ Ni estamos locos, ni  
somos héroes. Pretendes  
hacer un mundo mejor,  
y simplemente eres un  
eslabón más de una gran  
cadena solidaria ”

Antonio y Ana acogen temporalmente en su casa a menores de edad que durante un tiempo no pueden vivir con sus padres ni con nadie de su familia. El Acogimiento Familiar es un acto solidario y una alternativa a su estancia en un Centro de Protección.

Más información en: 902 22 22 92 · [www.cruzroja.es/acogimientofamiliar](http://www.cruzroja.es/acogimientofamiliar)



Cada vez más cerca de las personas



Cruz Roja



# Rendir pleitesía al rumor

Jesús Picatoste

No se dónde encontré esta cita de Schopenhauer: “La cantidad de rumores que un hombre puede soportar es inversamente proporcional a su inteligencia”. Es evidente, pues, que el filósofo otorga al rumor una categoría superior a la de una escueta figura retórica muy utilizada. Su uso y abuso cabría medirlo, por tanto, según las capacidades mentales del ser humano. Y puestos a ceñirnos al mundo periodístico, el torrente de rumores que brotan y condicionan tantas informaciones de cualquier medio obliga a pensar si el periodista evalúa muy a la baja, la capacidad intelectual de sus lectores y oyentes, los trata como insignificantes personajes sin criterio alguno. Porque habría que analizar los comportamientos del emisor y del receptor, de todos aquellos que se puedan sentir afectados para bien o para mal. No vale señalar al periodista como único protagonista excluyente que pretende apoderarse de las glorias o miserias del alcance del rumor que él ha propalado.

El caso es que el rumor –cualquiera, el que sea– se ha convertido en pieza fundamental de la convivencia social y ante él siempre habrá sectores más influenciables y sensibles. Así, el mundo de la bolsa, de las finanzas, de las grandes empresas (que ha merecido hasta un libro, “La empresa frente al rumor”, de García Laverna). O el de los conflictos armados. O el del honor de los personajes públicos. O el de los famosos envueltos con frecuencia en aventuras amorosas. O el de políticos de dudosa integridad. O el de las pugnas farmacéuticas... La relación sería interminable. Por todo ello resulta apasionante para un profano la lectura de infinidad de sentencias del Tribunal Supremo sobre esta materia que constituyen una fuente de principios y observaciones, no solo jurídicos, sino sociológicos.

Vive hoy el periodista bajo unas presiones que quizá el lector o el oyente, el público, no se percate. Durante los interminables meses de interinidad del Gobierno anterior era fácil escuchar comentarios críticos acerca del muy escaso interés de los medios de comunicación que apenas si proporcionaban noticias y abusaban de rumores y especulaciones. O sea, el vacío informativo. Vaya en defensa de la profesión durante esa temporada una pregunta sin respuesta: ¿qué hacer?. Acudo a una afirmación del semiólogo italiano Paolo Fabbri, profesor de la Universidad de Bolonia, en su libro “El giro semiótico”: “Los rumores son los comodines de la comunicación”. Tal afirmación no representa la defensa del rumor malsano que sustituye a la información veraz. Significa una cierta justificación y comprensión ante un momento laberíntico de la vida política. No es despreciable el número de rumores que han llegado a convertirse en la antesala de la noticia porque su tratamiento ha sido respetuoso con la realidad.

El rumor tiene sus familiares, sus trucos, sus tics, sus modalidades, sus aplicaciones. No es, en absoluto, un elemento ajeno a su hábitat. Antes al contrario. El tradicional “boca a boca” queda ya como una reliquia superada por los adelantos tecnológicos, aunque las reliquias siempre conservan su influjo emocional. Digamos que el rumor se ha agigantado en la velocidad y alcance de su transmisión. Y no sólo por las ayudas tecnológicas, explotadas por el anárquico anonimato. También por los nuevos formatos de los medios; por la irrupción de las tertulias con sus exigencias para capturar oyentes y espectadores; por la puesta en práctica de su lanzamiento para fabricar previamente un desmentido hecho a medida y construir una artificial “noticia” desde

la “no noticia”. O la frecuencia del rumor que fuerza a esa rectificación siempre tan odiada por el redactor jefe. Mención especial: el globo sonda, que está bendecido por instituciones y partidos políticos, neutralizando así la posible descalificación del adversario y de la competencia mediática. Imposible olvidar el bulo, figura peligrosísima que a veces arranca en un rumor con vocación de permanencia y algún planteamiento de veracidad; pero que en otras prescinde de cualquier horizonte que no sea la consecución de unos objetivos trazados desde la máxima falsedad. La fecunda lengua española da fe de varios términos muy en nuestras raíces: chascarrillos, chismes, sé de buena tinta, cotilleos., son argumentos de habituales tertulias amistosas entroncadas en nuestra más vieja tradición. A estas bienintencionadas reuniones se les podría remedar respetuosamente la sentencia bíblica: “Quien esté libre de rumor que tire la primera palabra”.

Sería pedagógico que algún medio publicara o exhumara diariamente una sección titulada explícitamente “Rumores”, sin culpa informativa alguna, ni pudor por el “qué dirán”. Se trataría sencillamente de una aproximación a un estudio sobre el rigor informativo en nuestros medios. Un estudio que, por otra parte, cabría elaborar como una clase práctica en un centro universitario. Habrá que enseñar a los jóvenes periodistas (especialmente con el ejemplo) que en el desarrollo del periodismo no es de recibo rendir pleitesía al rumor, que sería lo cómodo. Un rumor no confirmado no es noticia. Y puede convertirse en un virus.

Jesús Picatoste



## *Mi testamento profesional*

ESCRIBE:  
**ENRIQUE DE AGUINAGA (1923)**  
DE LA REAL ACADEMIA DE DOCTORES  
CATEDRÁTICO EMÉRITO DE LA UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE

# POR UNA TEORÍA DEL PERIODISMO (I)

**El periodismo es un sistema de clasificación de la realidad que trata de proporcionarnos un imago mundi**





Henry M. Stanley

**E**l 16 de octubre de 1869, en la onda revolucionaria del destronamiento de Isabel II, Stanley, corresponsal inglés, de veintiocho años, que se encontraba en Madrid, al servicio del New York Herald, recibe la orden de su director:

– *Busque a Livingstone.*

Desde la costa africana del Indico, Stanley se interna en el continente y, por fin, el 28 de octubre de 1871, en Ujiji (Tanzania), junto al lago Tanganika, da con el paradero de Livingstone. El dialogo del encuentro, paradigma de cortesía, lo cuenta originariamente Stanley en su Diario con estas precisas palabras, luego tan repetidas:

– *El doctor Livingstone, supongo.*

– *Si, caballero.*

– *Doy gracias a Dios por haberme permitido encontraros.*

– *Me considero dichoso por estar aquí para poder recibirlos*<sup>1</sup>.

Tras el histórico saludo, Livingstone y Stanley se retiran a dialogar en el interior de la cabaña de aquel y, para empezar, el periodista entrega al misionero una saca con el correo que se había acumulado en Alejandría hasta el 1 de noviembre de 1870. Livingstone la abre, separa dos cartas de sus hijos y, con ellas en la mano, le pide al periodista noticias generales.

– *Ved primero las cartas, doctor. Debéis estar impaciente por leerlas*<sup>2</sup>.

A la invitación de Stanley, Livingstone responde con una demanda que debería estar escrita en las paredes de todas las Escuelas de Periodismo.

– *He esperado cartas durante años... Algunas horas más no son nada. Dadme noticias en general. ¿Qué sucede en el mundo?*<sup>3</sup>.

## EL PERIODISMO, COMO RESPUESTA

A la pregunta ¿Qué pasa por el mundo? el Periodismo responde con noticias o informaciones, pero no de modo inorgánico,

1 HENRY M. STANLEY, *Viaje en busca del doctor Livingstone al centro de Africa*, Adalia, Madrid, 1985, p. 144.

2 IBIDEM, p. 147.

3 IBIDEM.

David Livingstone



sino con noticias o informaciones sometidas a un sistema de clasificación.

Los periódicos que, en las páginas de publicidad, utilizan frecuentemente el rotulo de anuncios clasificados, podrían poner, al frente de todas sus páginas y con toda propiedad, el rotulo de noticias o informaciones clasificadas, en cuanto que ( idea capital) el Periodismo es un sistema de clasificación de la realidad, que trata de proporcionarnos una imago mundi.

¿Qué pasa por el mundo? La imposibilidad fáctica de responder a la pregunta en todos sus términos, determina una doble característica del Periodismo, doble característica que configura su sistema: el Periodismo actúa por sinécdoque (representando el todo por la parte) y se manifiesta por conjuntos (diferenciando entre acto informativo y acto periodístico)

Por el acto periodístico –conviene repetirlo progresivamente– se responde a la pregunta ¿Que pasa por el mundo? con un conjunto de noticias o informaciones que realmente no refieren todo lo que pasa por el mundo, sino lo más importante de lo que pasa por el mundo, en la actualidad. En el continente periodístico se acomodan sistemáticamente los hechos conceptuados como más importantes mediante dos operaciones matrices del Periodismo, que son las operaciones de selección y de valoración.

*Selección y valoración periodísticas*, dicho de modo coloquial, son las operaciones que determinan lo que se publica y lo que se deja de publicar y, sucesivamente, el modo en que se publica aquello que se ha considerado digno de publicación.

*Mundo, realidad, actualidad, clasificación, importancia, selección y valoración.*

En estos siete términos se puede resumir, de momento, el repertorio de ideas de arranque para una consideración científica del Periodismo. La *dimensión científica del Periodismo*, así suscitada, se sitúa no solo en el marco de las Ciencias Sociales, sino también en el marco de la Teoría del Conocimiento, en cuanto conceptualización de un saber específico, el ya definido como *saber periodístico*<sup>4</sup>. ¿Cómo se aleja la *concepción ar-*

4 JUAN BENEYTO, *El saber periodístico*, Editora Nacional, Madrid, 1974.

tística del Periodismo, en cuanto suma de intrepidez, ingenio, gracia, talento, oportunidad o vocación! Y, al mismo tiempo, ¡cómo se aproxima la consideración de la *esencia del Periodismo*, que, en definitiva, es el objetivo de su consideración científica!

La dimensión científica del Periodismo se sitúa no sólo en el marco de las Ciencias Sociales sino también en el marco de la teoría del conocimiento

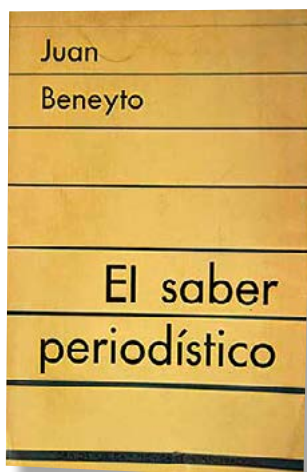
Hay una tradicional resistencia a aceptar la dimensión científica del Periodismo. Es una inercia que tanto procede de la ignorancia sobre la existencia y formalización de la teoría o esencia periodísticas como de la abrumadora presencia de los efectos o resultados prácticos del propio Periodismo. Se confunde la *esencia del Periodismo* con los efectos del Periodismo, que son muy llamativos, que son como la hiedra que oculta el árbol que le sirve de sostén.

Abrumados por los efectos, se llega a creer que la *esencia del Periodismo* es su mercancía y su influencia en la sociedad, cuando esencialmente el Periodismo es una taxonomía, una *clasificación de la realidad*. Lo que ocurre es que aquella taxonomía genera poder o contrapoder y, por lo tanto, conflicto para el dominio de ese poder.

## ÁMBITO UNIVERSITARIO

La dimensión científica del Periodismo tiene su residencia, claro está, en la Universidad y, por lo tanto, su hito histórico en la incorporación de los estudios de Periodismo al ámbito universitario, que, en España, se produce en 1970, no como un acto repentino o caprichoso sino como consecuencia de un largo y muchas veces incómodo proceso. A la anticipación del profesor **Fernando Araujo**<sup>5</sup> que, en 1887, en la Universidad

5 FERNANDO ARAUJO (Salamanca, 1857-Madrid, 1914) doctor en Filosofía y Letras, licenciado en Derecho, profesor de Literatura General e Historia de la Literatura Española, catedrático de francés en Salamanca, Toledo y Madrid.



de Salamanca, organiza un primer curso de Periodismo, sucede la iniciativa de la Asociación de la Prensa de Madrid que, en 1899, intenta una Escuela de Periodistas y deja un jugoso debate público con una pregunta clarividente que se repite a lo largo del siglo XX:

*La Escuela de Periodistas ¿ha de ser científica y teórica o todavía habrá de marcarse más su carácter especialista y práctico?*<sup>6</sup>

Subrayo el *todavía*.

Todavía no había escrito **Joseph Pulitzer** su discurso fundacional de 1904, con el vaticinio de que, antes de que finalice este siglo, las Escuelas de Periodismo serían incorporadas a la Universidad, como lo están el Derecho o la Medicina<sup>7</sup>.

Todavía no se había fundado en Alemania, en 1916, bajo la dirección de **Karl Bücher**, el Leipziger Institut für Zeitungskunde, del cual y de la Zeitungswissenschaft o Ciencia del Periódico son cualificados representantes **Otto Groth, Walter Hegeman y Emil Dovifat**, hoy instalados en los repertorios universitarios.

Todavía los periodistas españoles, asociados en la Federación Nacional de Asociaciones de la Prensa y reunidos en asamblea general, en Sevilla, en 1923, no habían manifestado su deseo de una Facultad de Periodismo<sup>8</sup>.

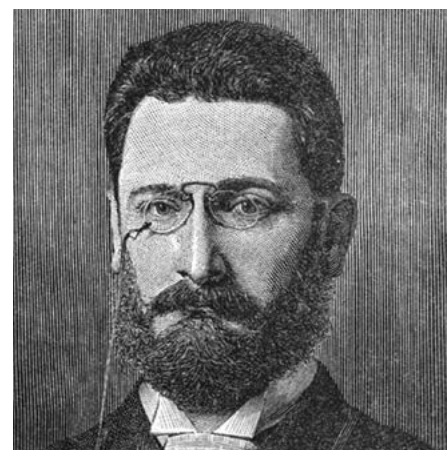
6 REVISTA POLITICA Y PARLAMENTARIA, *La Escuela de Periodistas*, num. 3, Madrid, 15 de diciembre de 1899.

7 JOSEPH PULITZER, *The College of journalism*, en "North American Review", núm 570, mayo de 1904, pp. 641-680.

8 FEDERACION NACIONAL DE ASOCIACIONES DE LA PRENSA, *Proposición sobre el carnet único de periodista*, II Asamblea, Sevilla, 29 de mayo a 3 de junio de 1923.

Todavía el catedrático **Alfredo Mendizabal** no había publicado, en 1928, en la Universidad de Zaragoza, su perspicaz y completo informe sobre la instalación de los estudios de Periodismo en la Enseñanza Superior, que la explica como la pretensión de *ayudar, fomentar y cultivar por métodos científicos la vocación periodística*<sup>9</sup>.

Todavía **Walter Lippmann**<sup>10</sup>, uno de los periodistas egregios del siglo XX, patrocinador del asentamiento universitario del Periodismo, no había formulado su alegato ante la asamblea londinense del Instituto Internacional



Joseph Pulitzer

de la Prensa, en 1965, reclamando para el periodista la existencia de *un cuerpo de saber organizado*<sup>11</sup>.

Todavía los estudios de Periodismo no se habían incorporado, en 1970, a la Universidad española<sup>12</sup>, cuyas funciones principales al servicio de la sociedad son *la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia*, así como *la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos y métodos científicos*<sup>13</sup>.

Todavía no se había pronunciado el

9 ALFREDO MENDIZABAL, *Aspectos de la reforma universitaria, la Escuela de Periodismo y la Universidad*, en "Universidad", revista de cultura y vida universitaria, Zaragoza, enero-marzo, 1928.

10 HERNAN DEBESA CASTRO, "Walter Lippmann, periodista (1889-1974)", tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra, Pamplona, mayo de 1988.

11 WALTER LIPPMANN, *A Free Press - why it is important and how it can be sustained*, Londres, 27 de mayo de 1965.

12 LEY GENERAL DE EDUCACION Y FINANCIAMIENTO DE LA REFORMA EDUCATIVA, 14/1970, 4 de agosto, B.O.E. de los días 6 y 7, Disposición Transitoria 2.5.

13 LEY DE REFORMA UNIVERSITARIA, 11/1983, de 25 de agosto.



Walter Lippmann

nombre de las Facultades de Ciencias de la Información, que actualmente, solo en el seno científico de los Departamentos de la Sección de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, han propiciado la elaboración de 239 tesis doctorales <sup>14</sup>.

### ESENCIA DEL PERIODISMO

¿En qué consiste esencialmente el Periodismo? ¿Cuál es la razón última o la índole que permanece, cuando el Periodismo se despoja de todos sus accesorios? ¿Qué es lo que identifica al Periodismo de cualquier tiempo y lugar, con independencia de los estilos y de las técnicas? ¿Existe una esencia a la que se pueda reducir todo Periodismo y que al mismo tiempo sirva para definir cualquier Periodismo que lo sea esencialmente? ¿Cuál es, en definitiva, la *dimensión científica del Periodismo*?

Puedo decir, sin hipérbole, que a la respuesta de aquellas preguntas he dedicado mi vida profesional y mi vida académica, procurando que no me sucediera como al herrero, que a fuerza de machacar se le olvidó el oficio, o como a la ruedecilla del reloj, que cumple con exactitud sus rotaciones pero nunca sabe la hora que es.

Con tal espíritu crítico, en 1953, al impartir mi primer curso sobre Reporterismo, tengo un primer destello de la *esencia del Periodismo*, que es un destello excluyente y radical: frente a la tradición y contra lo que cabría esperar, la *esencia del Periodismo* no es la Redacción, entendida como forma de escritura.

Frente a la tradición y contra lo que cabría esperar la esencia del periodismo no es la Redacción, entendida como forma de escritura

Así, atisbo la idea de que el Periodismo no es solo la persecución de la noticia (versión heroica y cinematográfica) o la escritura urgente (versión talentosa y artística) o la influencia en la mentalidad pública (versión magistral y redentora), sino que hay algo que ahí está, en el fondo, pero que todavía no llamamos por su nombre. Y así lo dejé escrito en las conclusiones de aquel curso:

*...hemos visto como, por diversos y a veces complicados procedimientos, el reportero procura contestar a la pregunta de Livingstone (¿Que pasa por el mundo?), que es la pregunta del lector de periódicos. Tiene que haber una mente superior en el periódico para ensamblar las piezas del mosaico de la realidad. La cuestión final es la de si tal composición se verifica correctamente, en la debida proporción <sup>15</sup>.*

### EL PERIODISMO COMO PERIODIFICACIÓN

Para mí, la primera formalización de aquella idea esencial se produce en la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, cuando, en octubre de 1957, en la apertura de curso, escucho la lección del doctor **Beneyto**, que expone el concepto de *periodificación*, como fundamento de la *dimensión científica del periodismo* <sup>16</sup>.

En un párrafo de aquel discurso se concentra la proposición. Es un párrafo cargado de sugerencias:

*Una de las raíces olvidadas, entre las que pueden servir de etimología del término Periodismo, es aquella nos trae el regalo del concepto de periodizar o periodificar, que consiste en*

*agrupar las ideas y los acaeceres en las parcelas determinadas por la cronología. Partiendo de ahí, los hontanares del Periodismo encuentran sabores de ritmo y vigores de método. Porque en realidad el periodista es, antes que otra cosa, un ordenador de informaciones y opiniones.*

El periodista es, antes que otra cosa, un ordenador de informaciones y opiniones (Juan Beneito)

Una coincidencia viene a potenciar la tesis de la *periodificación*: por una parte, la crisis de la *periodicidad* como característica del Periodismo y, por otra parte, la consolidación de las Ciencias de la Información.

La implantación de la televisión y la extensión de la radio como medios populares de comunicación asientan la técnica de la información instantánea y continua, arrebatando a la Prensa, típicamente periódica, la primacía de la noticia. Vivimos inmersos en un sistema periodístico que es un *continuo* aristotélico. Así se entiende fácilmente la crisis de la *periodicidad* periodística. El Periodismo, desde su dimensión científica, ya no lo es tanto por la *periodicidad*, por su cadencia rítmica, como por la *periodificación*, por su sistema clasificatorio.

Por otra parte, según el propio **Beneyto**, la *periodificación* constituye un principio científico del Periodismo. ¿Cómo enunciar este principio en un ambiente en el que todavía se discute y ridiculiza la existencia de la Escuela de Periodismo? Tiene que pasar la etapa vergonzante de la Ciencia del Periodismo y tienen que consolidarse, con su aceptación, las Ciencias de la Información para que la *periodificación* pueda presentarse como un hallazgo que modifica la concepción tradicional del Periodismo.

### INVESTIGACION DOCENTE

Sobre aquella base, a partir de la tesis doctoral, mi investigación docente sobre la *dimensión científica del Periodismo* queda replanteada como el reto de recuperar la idea de **Beneyto** y, desde ella, proyectar la trama lógica de su

14 Dato de abril de 1995.

15 ENRIQUE DE AGUINAGA, *Reportarismo*, Cursos monográficos de Periodismo, Instituto Social León XIII, Madrid, 1953.

16 JUAN BENEYTO, *El saber periodístico*, en "Discursos pronunciados en los actos de apertura del año académico 1957-58", Madrid-Barcelona, Escuela Oficial de Periodismo, octubre de 1957, p. 5.

**Tabla periódica de los elementos**

Grupos: I A, II A, III B, IV B, V B, VI B, VII B, VIII B, IX B, X B, XI B, XII B, I A, II A, III A, IV A, V A, VI A, VII A, 0

Períodos: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Características: metales, no metales, gases nobles, líquidos, sólidos, líquidos, gases, sintético o radiactivo, color de símbolo (estado a 25°C)

desarrollo<sup>17</sup>.

La clasificación es el leitmotiv de mi investigación que elaboro principalmente en el aula de Redacción Periodística con el contraste de los alumnos, de modo que, curso tras curso, en programas y lecciones, se perfila la idea de la *vis clasificatoria* del Periodismo.

Por vez primera (me permito suponerlo), en una clase de Redacción Periodística se habla sucesivamente de **Linneo, Mendeleev y Heisenberg**. La investigación se formaliza naturalmente en mi tesis doctoral, en mi proyecto docente de Cátedra y en la Cátedra misma, y también en la compilación presentada, primero, en el Centro Internacional para las Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Laguna<sup>18</sup> y, después, en la Universidad Central de Bogotá<sup>19</sup>, en la Universidad de Navarra<sup>20</sup> y en el discurso de ingreso en la Real Academia de Doctores<sup>21</sup>.

17 ENRIQUE DE AGUINAGA, *Esencia del Periodismo: la periodificación*, en "Revista de Ciencias de la Información", núm. 5, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1988.

18 IDEM, *El Periodismo como ciencia: I. Superación del arte periodístico, II. El sistema periodístico, III. Nueva idea de la redacción periodística*, ciclo en el Curso Superior sobre técnicas de Redacción en Periodismo escrito, Centro Internacional para las Ciencias de la Comunicación, La Laguna, 16, 17 y 18 de febrero de 1987.

19 IBIDEM, *Ciclo en la Primera Conferencia de Facultades y Escuelas de Periodismo, Comunicación Social, de América Latina*, Universidad Central, Bogotá (Colombia) 14, 15 y 16 de septiembre de 1988.

20 IBIDEM, *Comunicación en las Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*, Universidad de Navarra, Pamplona, 8, 9 y 10 de noviembre de 1990.

21 IDEM, "Dimensión científica del Periodismo",

La formalización de la investigación parte de las ideas tradicionales que se superan (antítesis) y de las nuevas ideas que se proponen (tesis) según los dos enunciados siguientes:

*La antítesis del Periodismo concebido como sistema es el Periodismo concebido como estilo. Paralelamente a la tesis del Periodismo como ciencia corresponde la antítesis del Periodismo como arte, del mismo modo que al Periodismo como modo clasificatorio corresponde el Periodismo como modo narrativo.*

*La tesis de la investigación se resume en los siguientes términos: el Periodismo es esencialmente un sistema de clasificación (periodificación) de la realidad, constituida por los hechos y opiniones actuales, mediante operaciones metódicas de selección y valoración, efectuadas por aplicación de los factores de interés, propios de cada ámbito social, y de los factores de importancia, propios de cada medio de comunicación periodística<sup>22</sup>.*

Cuando, en la Química del bachillerato, aprendía la tabla *periódica* de los elementos, establecida sesenta años antes por **Mendeleev**<sup>23</sup>, no podía suponer

discurso de ingreso en la Real Academia de Doctores y contestación del académico Ángel Vian Ortuño.

22 IDEM, *Trabajo de investigación presentado al concurso convocado por resolución de la Universidad Complutense de Madrid, de 25 de agosto de 1987, para la provisión de la plaza de catedrático del Área de Periodismo*, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1987.

23 DIMITRI IVANOVICH MENDELEYEV, *La Ley*

ni remotamente que aquella tabla *periódica* tuviera el menor parentesco con el Periodismo al que, luego, me dedicaría. La tabla de Mendeleev se denomina *periódica*, en cuanto clasificatoria, en cuanto sistema de clasificación de los elementos en razón de sus pesos atómicos, del mismo modo que el Periodismo, en cuanto *periodificación*, es un sistema de clasificación de la realidad en razón de la importancia de los hechos, sistema que enlaza con la tradición de la Taxonomía, representada por **Linneo**, como gran clasificador de la Naturaleza.

Ahora, bien; la inercia del Periodismo, en cuanto realidad cotidiana al alcance de todos, se opone a que lo periodístico sobrepase la simple idea de la práctica o de la aplicación en el seno de los hábitos sociales. Hace falta un esfuerzo especulativo para depurar el concepto de Periodismo, liberándolo de sus aspectos formales o de sus encarnaciones.

Hace falta tal esfuerzo para entender, por ejemplo, que, aunque el Periodismo se manifieste por medio de la Prensa, la Radio o la Televisión, no toda Prensa es Periodismo ni toda Radio es Periodismo ni toda Televisión es Periodismo.

Hace falta tal esfuerzo para entender, por ejemplo, que, en tanto que se puede hablar de Prensa pornográfica, hablar de *Periodismo pornográfico* sería una incoherencia.

Hace falta tal esfuerzo para llegar a la conclusión de que la periodicidad no es el valor esencial del Periodismo.

**La periodicidad no es el valor esencial del Periodismo**

La concepción del Periodismo como *periodificación* no niega ninguna de las concepciones del Periodismo; pero se reafirma como la concepción esencial entre todas las posibles, como la concepción científica o Periodismo *neotérico*, de modo semejante a la Filosofía *neotérica* o a la Medicina *neotérica*, ya instaladas en el Diccionario<sup>24</sup>.

*periódica de los elementos químicos*, 1879.

24 ENRIQUE DE AGUINAGA, *Epistemología del ejercicio periodístico*, Tesis doctoral 85/84, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Reprografía, 1984, p. 678.

LA

# SOLEDAD DEL PERIODISTA AUTÓNOMO



ESCRIBE:  
BEATRIZ ÁLVAREZ



**Los profesionales *freelance* hablan sobre su experiencia “solitaria”**

*Si eres “freelance” sabes perfectamente qué es la soledad; si estás pensando en serlo, no te asustes, existen formas de esquivarla.*

*Más del 30% de los profesionales de la información en España son hoy trabajadores autónomos, siendo similar el número de mujeres que el de hombres.*

*Conversamos con algunos de ellos y dicen sentirse bien con su actual forma de trabajar: “Más independencia, flexibilidad y libertad” son las principales ventajas respecto al modelo tradicional por cuenta ajena. Pero todos coinciden en que ser freelance pasa por estar solo.*

**“Oh soledad confortadora, cuan propicia eres a la originalidad del pensamiento, cuan dulce si fecundas las invernales veladas pasadas en el hogar laboratorio”.**

*Ramón y Cajal, investigador español y Premio Nobel de Medicina*

**“Inherente a la condición humana, la soledad ha venido a remover la existencia del hombre a lo largo de los siglos. Sufrida o gozada, ha sido también permanente motivo de reflexión de artistas, intelectuales”.**

*Octavio Paz*

**C**ada vez más periodistas trabajan solos, desde casa o en centros de negocios, por su cuenta y riesgo, y para varios medios. Según el Informe de la Profesión Periodística de 2015, recientemente publicado por la APM, es creciente la “autonomización” de nuestro sector en España, es decir, aumenta el número de autónomos: hoy son más del 30%. Si bien hay más mujeres periodistas autónomas que hombres (60-40), las cifras se invierten en el caso de los comunicadores audiovisuales. Y un 65% del total está convencido de que en un futuro tendrán que ser *freelance*.

### LA NUEVA ERA DEL FREELANCISMO

El término medieval inglés era usado para denominar al mercenario (free = independiente y lance = lanza), es decir, al caballero que no servía a ningún señor en concreto y cuyos servicios podían ser alquilados por cualquiera.

Hay quien dijo que este anglicismo era una forma eufemística de referirse al parado...seguro que no conocía a los periodistas que entrevistamos en este reportaje.

**Gonzalo Toca y Fernando Jáuregui** reconocen haber tenido la suerte de elegir conscientemente su futuro como *freelance*.

Hay dos tipos de emprendedores, según Fernando Jáuregui: “Los que actúan por necesidad y los que son vocacionales y en un momento determinado se sienten fuertes para emprender. Yo no sabía que

era *freelance* vocacional, lo he sabido con los años. Me gusta hacer cosas útiles para la sociedad. Aunque tampoco me parece mal emprender por necesidad: en vez de dejarte llevar por la corriente...es muy válido y muy útil.”

Gonzalo Toca, periodista económico, nos cuenta que, tras haber formado parte de la plantilla de Expansión durante los últimos años, tomó la decisión “cuando la crisis empezaba a amainar; si las cosas no hubieran cambiado, no lo hubiera hecho.”

No cree que la soledad sea un verdadero obstáculo: “No es que nos sintamos solos, es que estamos solos, pero una vez que superas la barrera psicológica y comprendes que puedes trabajar en lo que siempre soñaste y además, puedes vivir de ello, no hay tantos problemas.” Se refiere a la actual como una época complicada, nadie sabe el modelo de negocio que va a funcionar y son evidentes los malos resultados del modelo tradicional, por lo que aquel que tenga un proyecto individual en mente, tiene que llevarlo a cabo, defendiendo los valores y el tipo de periodismo en el que creemos. “Es una pena que uno termine en el paro, defendiendo modelos en los que no cree. Si tienes una formación y una idea clara del periodismo que quieres hacer, tienes que intentarlo”, afirma con rotundidad este periodista que después de poco más de un año como *freelance*, escribe ya para unos 10 medios.

**Barbara Celis** lleva siendo *freelance* “toda la vida”. Llegó a esto por una mezcla de necesidad y voluntad y asegura que responde más bien a una forma de ser:



Según el eminente psiquiatra Luis Rojas Marcos

### OTRAS “SOLEDADES” DEL PERIODISTA

Para Rojas Marcos, hay varios motivos más habituales que la “soledad”, por los que los periodistas acuden al psicólogo o al psiquiatra.

Un motivo frecuente de buscar ayuda es sentirse abrumados por la tensión emocional, el estrés, la ansiedad o la depresión como consecuencia de las presiones que sufren en su vida diaria. Estos estados emocionales suelen manifestarse en conflictos en el trabajo, en problemas en sus relaciones afectivas o en síntomas mentales y físicos relacionados con un excesivo consumo de alcohol.

En realidad, el estrés es inevitable en el mundo del periodismo. Si el grado de estrés es benigno puede ser incluso saludable, pues ayuda a mantenernos alerta y nos vigoriza; pero cuando el estrés es excesivo y continuado altera nuestro estado de ánimo y trastoca muchas funciones de nuestro cuerpo. Dolencias también frecuentes son los casos de estrés postraumático a causa de ser testigos profesionales de tragedias humanas o desastres, en particular sucesos que trastocan las premisas básicas sobre las que se sostienen la confianza, la convivencia y el orden del mundo. Y es que nuestra capacidad de presenciar, narrar y encajar calamidades sin perder nuestro equilibrio emocional tiene un límite.



*“Es una pena que uno termine en el paro, defendiendo modelos en los que no cree”*

*“Más de la mitad de los artículos de un medio escrito están realizados por colaboradores externos”*

Gonzalo Toca

“ser autónomo forma parte de tu carácter”. **Su casa está, desde el pasado mes de junio, en Taiwán, pero lleva más de 15 años fuera de España contando historias para varios medios españoles, y también americanos. Incluso se dedicó al cine durante un año.**

Dice no sentirse sola a menudo ni echar de menos una redacción. “Es cierto que al estar fuera es más fácil hacer piña rápidamente con otros compañeros de profesión, ya sean *freelance* o no”. En Nueva York, donde trabajó durante 13 años para El País (entre otros) tuvo la suerte de juntarse con “un maravilloso grupo: comentábamos las noticias todas las mañanas, nos ayudábamos con la información, viajábamos juntos...Era como una burbuja”. Ese compañerismo no le fue fácil volver a encontrarlo durante los 3 años de estancia en Londres: “La situación era distinta, entre otras cosas, porque tenía ya una niña pequeña”. En Taiwán está ahora tratando de hacer grupo con otros compañeros de varios países para no aislarse.

Aislado tampoco se encuentra **Fernando Jáuregui** que comienza nuestra larga charla afirmando con orgullo: “Por supuesto que me considero *freelance*”. Sin embargo, “el *freelancismo* consciente es complicado: además de la inseguridad,

**el principal problema del emprendedor es la soledad. Estás más solo que la una y eso requiere un cierto valor y una cierta seguridad en ti mismo.”**

El último trabajo “fijo” que tuvo fue en El País: “Solté amarras con la seguridad, me di cuenta de que el trabajo para toda la vida ya no existía...al menos para mí. De esto hace 15 años...era ya un señor mayor”. Ha hecho “cosas apasionantes” para todo tipo de medios, ha fundado otros, dentro y fuera de España, pero es ahora cuando se considera *freelance* al cien por cien: hace un año vendió las acciones que tenía de Diario Crítico (“Aún quieren matarme por haberme ido”, susurra). **“Pero es que yo quería ser *freelance* de verdad...no quería ser empresario ni comercial”**, afirma Jáuregui.

En cada etapa de su carrera ha estado rodeado de gente: “Si encuentras un buen socio, eso es un tesoro. En todo momento hay que obligarse a salir, a relacionarse con la gente. Desde luego, lo de quedarse en casa escribiendo con las pantuflas y el pijama, eso no se le ocurre a nadie...”

Parece que declararse *freelance* en nuestra profesión está de moda, aunque a veces el camino en solitario sea duro y no todos sobrevivan.

### JUGANDO AL SOLITARIO

El afamado psiquiatra español afincado en Nueva York, **Luis Rojas Marcos**, atiende a PERIODISTAS dándonos su definición más personal de la soledad: *Antes de nada es importante aclarar que no es lo mismo estar solos que sentirnos solos. A bastantes periodistas que conozco la soledad física les ayuda a relajarse y pensar. Y no son pocos los que prefieren escribir solos, y huyen de los “pesados” que les roban esa apetecible soledad.*

*Para mí, la soledad es el sentimiento de tristeza y desamparo que experimentamos cuando nos sentimos emocionalmente aislados o desconectados de personas con quienes desearíamos compartir nuestra vida. Todos necesitamos estar conectados afectivamente. Desde que venimos al mundo el miedo a la soledad es tan natural como angustiante. Está comprobado que la incomunicación forzada causa desorientación y pérdida del contacto con la realidad. Por eso es considerada una de las torturas más crueles.*

¿Pero en qué momentos siente el *freelance* más soledad?

**Bárbara Celis** opina que la verdadera soledad del *freelance* la sientes cuando no te toman en serio. “Ir respaldado por el nombre del medio para el que trabajas siempre ayuda, aunque en el extranjero a veces ¡ni lo conozcan!”. Después de toda una vida como *freelance*, últimamente ya se presenta como “Bárbara Celis”. Con el tiempo nuestra reputación como periodistas independientes ha mejorado: aunque las condiciones sean peores, es una figura mucho más habitual que antes.

En Nueva York no echó de menos la redacción, le bastaba con una redacción virtual y también contaba muchos días con la compañía de Sandro Puzo, corresponsal de El País en Nueva York, así como de varios compañeros de otros medios. Relata cómo al llegar allí estuvo un tiempo yendo a trabajar a un centro de negocios que había en el mismo Empire State Building: “Una pasada, y ¡por 20 dólares al mes! Pero me fui, porque curiosamente no había periodistas y eso sí lo echaba en falta.” (...) “Sí es cierto que a veces echas algo de menos el *colegueo* de una redacción, sientes que ya no



*“Es cierto que a veces echas de menos el colegueo de una redacción”*

*“Siendo *freelance*, si no te das bombo y platillo en redes, nadie lo va a hacer por ti”*

*“Mujeres periodistas que son madres se hacen *freelances* para tener más flexibilidad en sus horarios”*

Bárbara Celis

(en la foto Bárbara Celis con Pete Seeger)

perteneces a ese universo que es la redacción. Es por eso que siempre trato de hacer contactos con otros periodistas". Hoy está en Taiwán porque trasladaron a su marido allí. Reconoce que tener un sueldo fijo en casa, ayuda. Y que, como ella, muchas otras mujeres periodistas que son madres se hacen *freelance* para poder tener más flexibilidad en sus horarios. Trabaja a veces en casa y otras en una biblioteca cercana. Dice haber descubierto un verdadero paraíso desconocido en ese país, sin embargo "si tuviera que vivir en Taiwán del periodismo sola, no me hubiera venido aquí. Estamos muy lejos y me gustaría que mi hija pudiera crecer cerca de la familia."

**Gonzalo Toca** reconoce que los primeros momentos como trabajador autónomo le supusieron algún que otro dilema. **"Me pareció tremendamente difícil tomar decisiones en solitario, como la forma de distribuirme el descanso o aprender a desconectar."** Así como establecer qué tipo de relación quería tener con cada cliente: "cómo inicias o suspendes una colaboración, tus tarifas, a qué tipo de salario puedes aspirar..." Trabaja en casa, en "un despacho bien bonito con sus libros, vistas a una calle peatonal con árboles

**"Si no creo vínculos afectivos con quienes me rodean, viviré la peor de las soledades, la soledad en la muchedumbre"**

*Doctor Santiago Martínez-Fornés*

que cambian de color en cada estación", totalmente habilitado para escribir en esa soledad necesaria de la que habla Luis Rojas Marcos. Por el tipo de información que maneja, la económica, considera no necesitar tanto relacionarse con los otros. Puede pasarse largas temporadas sin apenas ver físicamente a sus clientes. Aunque acude a algunas actividades interesantes como a conferencias o mesas redondas donde le invitan como periodista, reconoce que "no es de ir a muchos eventos: allí no suelen estar los jefes de redacción y tampoco voy por relacionarme, como hacen otros." Le reconforta, separar lo meramente profesional de sus relaciones sociales, que considera más "ocio".

**Fernando Jáuregui** sí que está en todos los saraos. "Siempre me han llamado el llanero solitario, pero no estoy nada orgulloso de esto...a mi no me gusta estar solo." No le ve ninguna ventaja a la soledad.

Nunca ha trabajado desde casa y además le parece un despropósito. "El periodista está obligado a estar en la calle por su propia condición. Las noticias están en la calle." Ahora alquila su puesto de trabajo en un centro de negocios de la Gran Vía madrileña. Pero no pasa todo el día allí, ni mucho menos. Va a la universidad (donde dice que le tratan muy bien) a impartir clase a futuros emprendedores, periodistas y no periodistas; se reúne con sus fuentes; almuerza con unos y con otros; viaja para presentar su nuevo libro sobre emprendimiento; y también va a la radio. Dice que la radio es sin duda el medio que más le gusta porque es el más cercano: "Es el único medio que te permite acostarte con la gente, y eso une mucho", bromea.

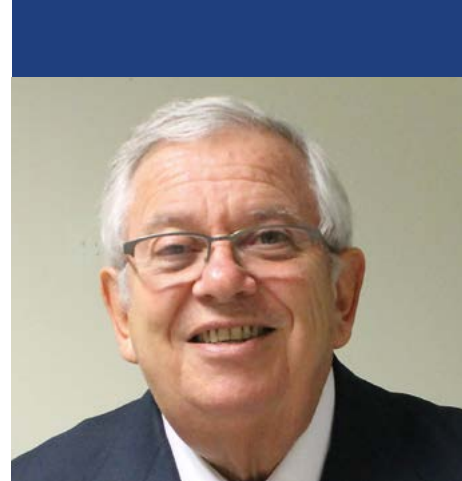
Es importante saber relacionarse y más aún si eres *freelance*. Según **Rojas Marcos**, el relacionarse con "el otro" tiene muchos beneficios. *Abundan los profesionales para quienes la fuente de satisfacción en el trabajo no es tanto la tarea en sí como las relaciones en las que se desenvuelven. El ambiente en el trabajo juega un papel determinante en el nivel de satisfacción de muchos periodistas. Esto no nos debería extrañar pues, después de todo, las conexiones afectivas con*

*los demás son la fuente más frecuente de satisfacción con la vida en general.*

### **NO ES PAÍS PARA FREELANCE**

"Antes ser *freelance* podía ser muy lucrativo a nada que te supieras mover", cuenta **Bárbara Celis**; llegó a cobrar entre 5 y 6 mil euros al mes y le pagaban 1000 euros por una portada. Asegura que eso ya no existe, desde la crisis de 2008 es mucho más complicado...los medios pagan una miseria. Cobra por pieza, nada de *fees*, y si quiere irse a Filipinas a investigar y contar una historia, "olvídate de los gastos de viaje o dietas." Esto antes era "muy español" pero hoy la crisis de nuestra profesión es patente en muchos otros países.

Pese a los inconvenientes, Bárbara se siente muy afortunada, porque muchos compañeros suyos a los que despidieron en su día, no consiguieron sobrevivir al *freelance*, y se vieron obligados a



**"En este país contamos con varias lacras, no es un país fácil para el *freelance*"**

**"El principal problema del emprendedor es la soledad"**

**"El *freelance* extremo desemboca en el periodismo ciudadano y eso no es periodismo, no podemos caer en el *blog*"**

*Fernando Jáuregui*

reinventarse en otros medios o en gabinetes de comunicación.

El Jáuregui docente es muy crítico con los universitarios españoles de hoy en día. La de hoy es una generación que, en su mayoría, no sienten necesidad. Y eso les paraliza. "Tampoco considero que los jóvenes de hoy sean los mejor formados". En este país contamos con varias lacras y es que no es un país fácil para el *freelance*.

Según datos de un informe suyo, un 46% de los universitarios aspiran a puestos seguros, bien en empresas privadas o como funcionarios. "Es cierto que fuera hace frío y que es mejor que te llegue un sueldo los días 30 de cada mes. Yo también lo he vivido...pero a mí me llegó a aburrir..." Fernando observa otro hándicap muy habitual que tenemos los españoles: el miedo al ridículo. "A mis alumnos les invito siempre a sentarse en las primeras filas



de clase. Y eso también lo tiene que hacer un *freelance*. Lo más complicado para nosotros es conseguir trabajo. Y para eso hay que saber moverse en las primeras filas. Yo tenía mis mimbres (así siempre es más fácil, claro) pero siempre me he esforzado en hacer muchas cosas". Explica que quien se lanza a emprender ha de tener muy claro que debe ser el mejor en algo, especializarse y hacer lo que otros no hacen. Y saber venderlo.

A la sensación de inseguridad propia del *freelance*, en España se une otro dato abrumador. Según un informe de la APM, el 45% de estos profesionales se ven abocados a trabajar como "falsos autónomos", es decir, para una única empresa, en sus oficinas...y a tiempo completo.

Gonzalo Toca es optimista con la situación actual. "Si te fijas, ves muchas empresas informativas que quiebran, pero también ves otras que funcionan. Muchos compañeros periodistas están sabiendo adaptarse al modelo digital y están saliendo adelante como emprendedores, creadores de medios nuevos o profesionales independientes." Si los medios cuentan hoy con la mitad de la plantilla que tenían hace unos años, y la misma cantidad de información que publicar, alguien tendrá que estar ahí para hacerla, ¿no? Gonzalo percibe que más de la mitad de los artículos de un medio escrito están realizados por colaboradores externos. Y eso le da esperanza. Le da a entender que pese al alto precio de caminar solos, merece la pena creer en uno mismo y que el periodismo siga funcionando. De hecho, confirma que ahora cobra bastante más que antes cuando estaba en plantilla.

### LA SOLEDAD DE UNA GENERACIÓN HIPERCONECTADA

Luis Rojas Marcos cree que los medios digitales no contribuyen a aislarnos, más bien lo contrario: *Aunque no faltan los que acusan a Internet de aislar*

*a las personas en un mundo impersonal de imágenes digitales, este miedo es infundado.* Opina que gracias a las redes sociales se han multiplicado las posibilidades de relacionarnos con gente que no vive necesariamente en nuestro entorno. De hecho numerosos estudios demuestran que la mayoría de las personas opinan que gracias a los medios electrónicos sus relaciones con amigos y familiares han mejorado. Un gran número de amistades iniciadas en el ciberespacio acaban en encuentros cara a cara.

### POEMILLA AFORÍSTICO DE ANTONIO MACHADO

Tengo a mis amigos  
en mi soledad  
Cuando estoy con ellos,  
qué lejos están

Sin embargo, observamos cómo las redes sociales encierran su propia contradicción en el día a día de un periodista *freelance*. Queda claro que ninguno de los tres entrevistados las consideran como un medio para paliar la soledad. Creen que son necesarias para la construcción de su marca personal, pero también opinan que les quitan mucho tiempo.

"Muchos periodistas usamos las redes por una cuestión de ego. Siendo *freelance*, si no te das bombo y platillo en redes, nadie lo va a hacer por ti", asegura Bárbara Celis. Ella es bastante activa en Twitter: a pesar de su utilidad no debemos caer en el periodismo de titulares. Es necesario volver a tener tiempo para leer un buen reportaje. Una ventaja del *freelance* es precisamente el tiempo, te organizas tu día y no sueles perderlo en intenciones propias de una redacción. "Las redes sociales sí me hacen perder mucho el tiempo, pero lo tienes que hacer, es un coñazo, pero son las reglas del

juego", afirma. Bárbara también tiene Facebook y lo utiliza igualmente de forma profesional. Alerta de que se puede tener unos perfiles en redes muy cuidados y ser un periodista mediocre.

Gonzalo Toca, por su parte, dice que ahora empieza a tener tiempo para cuidar más sus redes sociales y las considera una herramienta realmente útil para llegar a más gente, para que te lean desde cualquier punto del planeta y puedas poco a poco cultivar tu propia marca personal. "Eso es imprescindible para un *freelance*", indica.

### MÁS VALE SOLOS...

Tanto en las universidades como a través de una iniciativa privada que emprendió junto a otros colegas hace unos 4 años bajo el nombre de Educa 2020, Fernando Jáuregui trata de enseñar lo que su vida como periodista le ha enseñado a él. Defiende la necesidad que se impone al profesional independiente de trabajar su propia marca personal también en las redes.

Por otro lado, comenta, que internet ha supuesto un mundo infinito de contenidos, y por ello, hoy más que nunca hay que aprender a diferenciar lo que es de lo que no es periodismo. Por mucho *freelance* que seamos, el mercado se autolimita a los mejores y las empresas periodísticas y sus redactores siempre existirán, porque son necesarias. "El *freelancismo* extremo desemboca en el periodismo ciudadano, y eso no es periodismo, no podemos caer en el blog."

Pese a la constante incertidumbre que indica Bárbara o la difícil tarea de convertirse en empresario sin serlo, según Gonzalo y Fernando, pasando por la soledad tan natural del ser humano y quizás más acusada en todo profesional autónomo, los tres concluyen que el *freelancismo* merece la pena intentarlo.

B. A.

*"Todos tenemos momentos de soledad en los que la vida se oscurece. Pero todos disponemos de una estrategia para protegernos: diversificar las parcelas de nuestra vida de las que extraemos momentos agradables y compartimentarlas o mantenerlas separadas. El Titanic momentos estancos y el torrente de agua lo entrañas. Y lo mismo que los inverso-único negocio, no debemos depender de satisfacción con la vida. La variedad de ofrece una base de sostenimiento más nos ayuda a sentirnos menos amenazados cuando surgen dificultades sino que nos protege cuando se nos hunde una parcela concreta de nuestra vida. Por ejemplo, la satisfacción que sentimos en nuestras relaciones amortigua el estrés en el trabajo. Y las rupturas de relaciones son más llevaderas si nos sentimos satisfechos en el trabajo."*

### LUIS ROJAS MARCOS

La satisfacción que sentimos en nuestras relaciones amortigua el estrés en el trabajo

*se hundió porque carecía de compartimentar res evitan colocar todo su capital en una sola fuente para abastecer nuestra actividades gratificantes no sólo nos amplía en momentos de inseguridad y*

# INFORME PROFESIÓN\_

**C**uando en las primeras líneas del **Informe Anual de la Profesión Periodística, editado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM)**, se escribe que “ya no hay tiempo para hablar del futuro y de los cambios que llegarán porque la profesión periodística ya ha cambiado” es imprescindible recordar aquí qué es lo que no ha cambiado ni cambiará, esto es la razón de ser de la profesión periodística: **informar verazmente a la sociedad de todo lo que tenga que ver con el interés general, vigilar atentamente y sin descanso la acción de los poderes públicos y ser garante de las libertades ciudadanas al amparo de la libertad de información y de expresión.**



*Victoria Prego, presidenta de la APM, acompañada por Luis Palacio Llanos, director del Informe y por David Corral, presidente de la Comisión de Publicaciones.*



## La transformación imparable de las redacciones

ESCRIBE:  
DAVID CORRAL

**L**o que sí ha cambiado en el mundo periodístico se desarrolla ampliamente en uno de los grandes capítulos del Informe titulado “Nuevos perfiles profesionales y funciones en las redacciones”. Este apartado es la novedad más destacada de la edición 2016; los otros dos, “La profesión y “La industria de los medios”, siguen, actualizados, la senda de las ediciones anteriores. Es novedad también la información que ofrece el estudio sobre los fotógrafos y cámaras de TV al haberse extendido la encuesta de la APM a estos profesionales. En el Anexo final se recogen las resoluciones dictadas el año pasado por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la Profesión Periodística.

Los datos estadísticos y el análisis de los mismos referidos a la profesión y a la industria de los medios están basados, fundamentalmente, en la encuesta anual que la APM envía a los periodistas españoles con la colaboración de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), El Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Sindicat de Periodistes de Catalunya y la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGPT). Los resultados del Informe se fundamentan también en la encuesta que encarga la APM para conocer la opinión de la sociedad sobre el periodismo y los medios, así como en los datos oficiales de empleo y paro y en los correspondientes a la titulación y matrícula de los estudios relacionados con el periodismo.

Este artículo se centra en el tercer capítulo del Informe 2016 por su novedad y por la importancia que tiene para los periodistas presentes y futuros conocer cómo se ha transformado -lo que sí ha cambiado- y se está transformando el mundo periodístico, incluido su mercado laboral, en la era digital en los medios de comunicación. Por eso hacemos énfasis en estas líneas en el contenido de este capítulo, acompañando a esta información dos recuadros con los datos

## Hoy se reclaman a los periodistas nuevas habilidades

**Tabla 1** Distribución: funciones y perfiles profesionales

Desarrollos digitales de medios impresos	Gestor de redes sociales	Analista SEO	Analista SEM
20minutos.es	X	X	X
As	X	X	X
El Mundo	X	X	X
El País	X	X	X
Grupo Zeta (*)	C y L	C y L	C y L
Hola	X	X	X
La Vanguardia	X	X	X
Marca	X	X	X
Prensa Ibérica	C y L	C y L	
Público	X	X	X
Vocento Locales	X	X	X
Nativos digitales	Gestor de redes sociales	Analista SEO	Analista SEM
El Confidencial	X	X	X
Critic	X	X	X
El Diario	X		
Infoibre	X	X	
El Español	X	X	X
Huffington Post	X	X	
Desarrollos digitales de medios audiovisuales	Gestor de redes sociales	Analista SEO	Analista SEM
Cadena SER	X	X	
Telecinco	X	X	
Atresmedia	X	X	X

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2016. Información facilitada por los medios. En grupos regionales, la función se realiza local (L) o centralizadamente (C). (\*) La unidad digital del Grupo Zeta está en fase de creación; los datos se refieren a funciones que está previsto tener. SEO (Search Engine Optimization u optimización en buscadores). SEM (Search Engine Marketing o marketing mediante enlaces en buscadores).

relevantes que ofrecen los capítulos dedicados a la profesión y la industria de los medios.

“Se han transformado las redacciones periodísticas” afirma el estudio. “Y esto es así porque, actualmente, la información se genera y elabora de una forma muy distinta, con mas medios técnicos y con nuevos elementos y lenguajes. Además su distribución se ha transformado radicalmente porque los receptores disponen de nuevos canales y terminales para hacerse con esa información. Y todo ello ha provocado la aparición de nuevas formas de organización de las redacciones guiadas por el principio de “lo primero lo digital”, y en las que el individualismo en la práctica profesional ha dado paso al trabajo en equipo y a la coordinación de áreas y departamentos”

### EL PERIODISTA REALIZA MÁS DE UNA TAREA

Esta transformación ha cambiado radicalmente el entorno laboral de los profesionales de la información, señala el Informe: “Hoy los periodistas no están solos. En muchos medios y cada vez en mas, hay diseñadores, programadores, estadísticos, sociólogos o ingenieros, incluso han caído las murallas que delimitaban la redacción y las áreas de gestión y comercial”.

En este sentido la situación de la profesión en España no difiere sustancialmente de lo que está sucediendo en otros países, entre ellos Estados Unidos. En el Informe se cita un estudio del estadounidense Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism que distingue entre las capacidades profesionales originarias (fundamental skills) y las especializadas en la adaptación (adaptive skill). “Entre las primeras, dice el Informe, se encuentran aquellas en las que, tradicionalmente, se han apoyado los medios: la búsqueda y elaboración de noticias y la edición de la Información -lo que no ha cambiado ni cambiará- y las segundas, “mas novedosas, que son las que permiten a esos medios a adaptarse tanto a los cambios que experimenta la audiencia como a las tecnologías de **generación, presentación y distribución** de contenidos”.

El estudio citado concluyó, después de entrevistar a los responsables de contratación de 39 medios, que “las capacidades originarias -el periodismo de siempre- ya no son suficientes y que a la hora de seleccionar personal se buscan preferentemente profesionales especializados en la adaptación (adaptive skills). De hecho, las cinco profesiones más demandadas por los medios encuestados eran programación y desarrollo de código (HTML,CSS), desarrollo de audiencia y datos de usuarios y métricas, narrativa audiovisual y edición de fotos y vídeos, diseño digital para web, móvil y aplicaciones y distribución de información en medios y redes sociales. Y sólo en sexto lugar los encuestados mencionaban profesionales dedicados a la búsqueda, redacción y edición de la información”

## La función periodística se vuelve cada vez más una labor en equipo

# La profesión

## PARO PERIODISTAS.

En 2016 se ha producido un descenso significativo en el número de periodistas registrados como parados pues se redujo un 9,1% respecto a 2015, hasta los 7.890 profesionales. El número de mujeres periodistas en paro (5.029) es bastante mayor que el de hombres (2.861).

## AUTÓNOMOS Y BECARIOS.

El 26,8% de los profesionales que contestaron a la encuesta trabajan como autónomos, frente al 73,2% que están contratados en medios de comunicación. En 2015 el porcentaje de autónomos era del 25,6%. Por otra parte, según la encuesta y como respuesta a la pregunta de si durante su época de formación como periodistas en prácticas o como becarios, su trabajo había sido remunerado, un 51,9% respondieron que sí y un 48,1% declaró no haber recibido compensación económica alguna.

## SALARIOS.

La diferencia entre las condiciones salariales de contratados y autónomos es elevada. El porcentaje de autónomos que reciben retribuciones inferiores a los 1.000 euros es prácticamente cuatro veces mayor que el de los contratados. Lo mismo ocurre en el caso de los fotógrafos y cámaras y en el de los trabajadores de la comunicación corporativa.

## PRESIONES.

Según los datos de la encuesta las presiones sobre los periodistas aumentan y si en 2012 había un 25,1% de profesionales que manifestaban no haber sido nunca presionados para alterar partes significativas de su trabajo, este porcentaje en 2016 ha descendido 4 puntos. La encuesta revela que el 74,8% de los periodistas cede a las presiones.

## PERIODISTAS Y COMUNICADORES.

La calificación del trabajo informativo que se presta para los medios y el que se realiza para las empresas e ins-

tituciones es un tema controvertido. A la pregunta de si el trabajo de comunicación empresarial o institucional puede considerarse periodismo, el 59,5% de los encuestados respondieron que sí.

## FOTOPERIODISTAS Y CÁMARAS.

El 63,9% de fotógrafos y cámaras que contestaron a la encuesta trabajan como autónomos, frente al 35,1% que están contratados por alguna empresa, un porcentaje prácticamente inverso al de sus compañeros periodistas.

## ESTUDIOS.

En 2015 se licenciaron o graduaron en España 3.478 periodistas, cifra inferior en un 12% a la de 2014; el 64% fueron mujeres. Por otra parte, el 82,4% de los encuestados afirman que los planes de estudios reglados no se adaptan a las actuales necesidades del trabajo periodístico. Esto lleva a los periodistas a un reciclaje formativo continuo como consecuencia del imparable proceso de digitalización. El 85% de los encuestados declara haber hecho cursos especializados después de finalizar sus estudios.

## PROBLEMAS PROFESIONALES.

Los encuestados afirman que los principales problemas de la profesión y, por este orden, son el aumento del paro y la precariedad laboral que provoca, la mala retribución del trabajo periodístico, la falta de independencia política o económica de los medios en los que se trabaja y la falta de rigor y neutralidad en el ejercicio profesional.

## CONFIANZA DE LA SOCIEDAD.

La confianza de los españoles en la información que reciben de los medios ha subido ligeramente ya que la nota del 2016 ha sido de 5,7 puntos sobre 10, dos décimas más que en 2015. La nota de las mujeres fue el año pasado de 5,8 puntos y la de los hombres 5,5.

En España, dice el Informe, no hay un estudio reciente sobre los perfiles profesionales actualmente existentes en las redacciones, entre otras razones porque un mismo periodista realiza más de una tarea "siendo habitual el caso de los redactores que se encargan personalmente de las redes sociales". En el caso de los medios digitales, añade, las funciones más especializadas se subcontratan fuera de la redacción o las realiza un equipo de apoyo. Por otra parte, el modelo de distribución de la información está cambiando y cada día es más complejo "como consecuencia, por un lado, de la popularización entre la población de diferentes tipos de terminales en los que se recibe la información, or-

denadores, teléfonos móviles, tabletas, etc. Y, por otro lado, de la aparición dentro de la sociedad conectada de unas redes sociales que agrupan a una parte importante de los consumidores de información".

Para analizar la situación en España, el director del Informe, Luis Palacio y su equipo se pusieron en contacto con responsables de numerosos medios de comunicación -digitales de medios impresos, nativos digitales y digitales de medios audiovisuales- y de las respuestas que obtuvieron de 20 de ellos se elaboraron los cuadros que aparecen junto a estas líneas. Estos cuadros resumen las funciones que en **distribución**

**de la Información (tabla 1)** tienen los medios consultados, las funciones, asimismo, para la **elaboración del medio informativo (tabla 2)** y las funciones de **organización interna (tabla 3)** de los medios y sus perfiles profesionales respectivos. Es la primera vez que se realiza en España este tipo de trabajo que refleja los cambios que se han producido ya en las redacciones, en mayor o menor medida, y en la distribución de la información que aquellas generan.

## EL GESTOR DE REDES SOCIALES SE HA POPULARIZADO

En el Informe se definen y comentan los perfiles profesionales correspondi-

**Tabla 2** Producto informativo: funciones y perfiles profesionales

Desarrollos digitales de medios impresos	Portadista web/móvil	Editor de vídeo	Editor gráfico	Periodista de datos	Experto en experiencia de usuario
20minutos.es	X	X	X	X	X
As	X	X	X		
El Mundo	X	X	X	X	X
El País	X	X	X		
Grupo Zeta (*)	C y L	C y L	C y L	C y L	C y L
Hola	X	X	X		X
La Vanguardia	X	X	X	X	X
Marca	X	X	X	X	X
Prensa Ibérica	L	C y L	C y L		C
Público	X	X	X	X	X
Vocento Locales	X	X	X	X	
Nativos digitales	Portadista web/móvil	Editor de vídeo	Editor gráfico	Periodista de datos	Experto en experiencia de usuario
El Confidencial	X	X	X	X	X
Critic	X		X	X	
El Diario	X	X	X	X	X
Infolibre	X		X	X	
El Español		X	X	X	
Huffington Post	X	X			
Desarrollos digitales de medios audiovisuales	Portadista web/móvil	Editor de vídeo	Editor gráfico	Periodista de datos	Experto en experiencia de usuario
Cadena SER	X	X	X		X
Telecinco	X	X			
Atresmedia	X	X	X		

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2016. Información facilitada por los medios. En grupos regionales, la función se realiza local (L) o centralizadamente (C). (\*) La unidad digital del Grupo Zeta está en fase de creación; los datos se refieren a funciones que está previsto tener.

entes a las tres funciones mencionadas en el párrafo anterior. Estos perfiles revelan las nuevas habilidades profesionales que se reclaman hoy a los periodistas. Entre los relativos a la **distribución del contenido de los medios** (tabla 1), los expertos en SEO (Search Engine Optimization), por ejemplo, trabajan en el posicionamiento del medio en los buscadores y los especialistas en SEM (Search Engine Marketing) son los que llevan las redes sociales del medio. Aunque su labor, en el primer caso, es técnica, puede sin embargo afectar a los redactores puesto que desde el título de una información al uso de algunas palabras puede traducirse en un mejor posicionamiento del medio en internet. El gestor de redes sociales se ha popularizado en las redacciones y su labor está atrayendo cada vez a un mayor número de periodistas.

En las redacciones, donde se elabora el **contenido informativo** (tabla 2), se

va presente en las redacciones españolas, destacando también la presencia de los editores de videos y de los periodistas de datos que con herramientas capaces de manejar ingentes cantidades de datos obtienen informaciones relevantes hasta ahora escondidas en el ovillo de las estadísticas y en la infinidad numérica.

La digitalización de los medios, señala también el Informe, ha provocado y está provocando profundos cambios en la **organización de las redacciones** (tabla 3). “La función periodística caracterizada durante décadas por un ejercicio profesional bastante individualista se vuelve cada vez más una labor de equipo. Y

escribe también en el Informe “se ha borrado la separación entre los medios al permitir la utilización simultánea de texto, imagen y sonido. Todos estos cambios, han conllevado, asimismo, la aparición de nuevos perfiles y funciones orientados a la mejora del producto informativo final que llega al público. A grandes rasgos, las nuevas funciones que hoy se encuentran y se buscan son las de editor gráfico, editor de video, periodista de datos, portadista y especialista en experiencia de usuario”. De todos estos perfiles el de editor gráfico, es el que mas tiempo lle-

esta es una labor compleja puesto que exige la colaboración entre personas con perfiles, formaciones y capacidades diferentes”. En este contexto aparecen los coordinadores de canales digitales y la figura de jefe de producto informativo. También los de programador, un perfil netamente técnico, aunque el informe señala que “los periodistas van teniendo nociones de programación y de elaboración de código” y el perfil de “radar”, vinculado a aspectos informativos ya que está encargado de detectar las tendencias que aparecen en la redes sociales y de seguir la información que publican otros medios.

Sobre la contratación en España de profesionales con los perfiles mencionados y la reorganización de las actividades informativas en las redacciones, el informe dice que “es un proceso en marcha al que se van adaptando todos los medios en la medida de sus planteamientos, posibilidades y recursos”.

Todos estos cambios se han producido como consecuencia del tsunami digital que ha invadido el trabajo periodístico y, sobre todo, según el Informe, de la expansión de internet en la socie-

**Tabla 3** Organización: funciones y perfiles profesionales

Desarrollos digitales de medios impresos	Coordinador de canales digitales	Jefe de producto informativo	Programador	Radar
20minutos.es		X	X	X
As		X	X	X
El Mundo			X	X
El País	X		X	X
Grupo Zeta (*)	C y L	C y L	C y L	C y L
Hola	X	X	X	X
La Vanguardia	X		X	
Marca	X	X	X	X
Prensa Ibérica	C y L	C	C	
Público	X	X	X	X
Vocento Locales	X		X	X
Nativos digitales	Coordinador de canales digitales	Jefe de producto informativo	Programador	Radar
El Confidencial	X	X	X	X
Critic		X	X	
El Diario	X	X	X	
Infolibre				
El Español			X	
Huffington Post	X			X
Desarrollos digitales de medios audiovisuales	Coordinador de canales digitales	Jefe de producto informativo	Programador	Radar
Cadena SER			X	X
Telecinco	X		X	
Atresmedia	X	X		X

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2016. Información facilitada por los medios. En grupos regionales, la función se realiza local (L) o centralizadamente (C). (\*) La unidad digital del Grupo Zeta está en fase de creación; los datos se refieren a funciones que está previsto tener.

# La situación de la profesión en España no difiere sustancialmente de lo que está sucediendo en otros países

# La industria de los medios

## MEJORA GENERAL.

Por segundo año consecutivo la facturación conjunta de los sectores de televisión, prensa diaria, radio y revistas, volvió a crecer un 5%. Resulta imposible realizar, señala el informe, una estimación de lo que representa la industria de los medios digitales en España ya que no hay datos contrastados.

## PUBLICIDAD.

La inversión publicitaria en medios creció en 2015 un 5,8% hasta llegar a los 3.989 millones de euros. La publicidad se concentra en la televisión al ofrecer niveles de audiencia interesantes para las empresas que se publicitan.

## TELEVISIÓN.

La facturación de las empresas de televisión respecto al total de la de las 100 primeras empresas de medios en 2014 -último año del que se tienen cifras oficiales- representó el 60%, 10 puntos porcentuales más que en 2010. De este porcentaje los tres grupos audiovisuales líderes coparon la mitad del negocio. Esta concentración genera inquietud en la CNMV, órgano regulador de la competencia en España.

El consumo televisivo de los españoles continúa transformándose. Desde el año pasado la televisión de pago facturó más que la televisión en abierto. La televisión por satélite, cable, internet (IP) y móvil tuvo unos ingresos de 2.017 millones de euros frente a los 1.830 millones de la televisión en abierto. En la TV de pago destaca Telefónica con Movistar que en 2015 representó el 88% del mercado. La televisión continúa siendo el medio que más españoles citan como su principal fuente de información, según el CIS.

## PRENSA DIARIA.

Las cifras de difusión de los diarios en papel ha caído un 44% en España desde 2007 y desde ese mismo año la inversión publicitaria en esos mismos medios descendió un 69%. Aun así 1,4 millones de españoles van cada día a los quioscos a comprar su periódico. En la última década los lectores menores de 35 años han descendido en un 54% y sólo ha aumentado el colectivo de más de 55 años. Los ingresos procedentes de actividades digitales de la

prensa diaria crecen y representan la cuarta parte de los ingresos totales. En 2015, según la empresa Arce Media citada en el Informe, los ingresos online de los medios representaron el 23% de los ingresos totales, 3 puntos porcentuales más que en 2014.

## RADIO.

Por segundo año consecutivo, en 2015, la inversión publicitaria en la radio subió un 12% hasta los 369 millones de euros, desde que en 2013 cayera a 317 millones. El mercado radiofónico, dice el Informe, permanece inalterado desde hace décadas con tres compañías que están cerca de monopolizar el mercado de la radio comercial. Actualmente, según el EGM, escuchan la radio por internet un millón y medio de personas, cifra similar a la de 2015.

## REVISTAS.

La facturación de las revistas en 2015 fue de 501 millones de euros, un 1% inferior a la de 2014. Entre 2012 y 2015 la facturación publicitaria descendió 2,4 puntos porcentuales. Las ventas de ejemplares siguen cayendo mientras que los ingresos publicitarios no terminan de despegar. La cuantificación de la actividad económica de este sector es difícil de lograr debido a su dispersión temática y geográfica.

## MEDIOS DIGITALES.

La expansión del acceso a internet está alterando muy profundamente las formas de consumo de la información. El hecho de que 29 millones de españoles mayores de 14 años acceda cada día a internet está impactando radicalmente en el mundo de los medios digitales. Buscan la información en primer lugar, según el Informe, en los buscadores, después en las redes sociales y en tercer lugar en los medios informativos digitales. En todo caso la asignatura pendiente de los medios digitales es la sostenibilidad económica. El reto es cómo financiar el periodismo digital ahora, a medio plazo y en el futuro. Según la Asociación IAB Spain citada en el Informe, la inversión publicitaria digital estimada en 2015 fue de 1.288,9 millones de euros de los que 311 millones, una cuarta parte, fueron captados por los medios de comunicación digitales.

dad. Los datos de España son elocuentes: En 2005, de acuerdo con el Estudio General de Medios (EGM), el porcentaje de españoles mayores de 14 años que utilizaban diariamente internet no llegaba al 20% de la población (19,7%), es decir unos 7,3 millones de personas. Y de ellos el 60% tenía menos de 34 años. Ahora, según la misma fuente, acceden a internet a diario, el 70,2% de los españoles, lo que representa unos 28,7

millones de ciudadanos. De ellos el 66% tienen más de 34 años.

Para finalizar este capítulo el Informe mira al horizonte: "Esta transformación no se detiene y, volviendo de nuevo a Estados Unidos, en la reciente conferencia de la Asociación de Periodistas Digitales ONA (Online News Association) la consultora (y futurista como ella también se califica) Amu

Webb señalaba los trabajos periodísticos que espera que se desarrollen a corto plazo: investigación de datos y algoritmos, periodismo enriquecido, producción de realidad aumentada, desarrollo de robots informativos, investigación en laboratorios de datos, gestión de ecosistemas informativos, gestión de plataformas informativas, edición pública de código y diseños de automatismos en los medios".

# Confesiones de su director, Jesús Maraña

ESCRIBE:  
ALBERTO URRUTIA

**A**l acceder a Infolibre se puede apreciar que figura una llavecita en el ángulo superior izquierdo del titular de muchas de las informaciones que contiene. Indica que para continuar leyéndolas resulta imprescindible estar suscrito a la publicación y pagar por ello seis euros al mes. Es la manera de otorgar valor a un trabajo periodístico que aspira a realizarse desde la responsabilidad, la honestidad y el rigor. La manera, también, de lograr la continuidad y la supervivencia de un medio que, en palabras de su director, Jesús Maraña, cumple, ante todo, una importante función social, cuyo valor fundamental es la credibilidad.



Lunes, 24 de octubre de 2016

¿Quiénes somos? Sociedad de Amigos

**infoLibre**  
información libre e independiente



Iniciar sesión Registrarse

**HAZTE SOCIO**

[Política](#) [Comunidades](#) [Economía](#) [Mundo](#) [Opinión](#) [Cultura](#) [Medios](#) [Actúa](#) [Verdad o Mentira](#) [Club infoLibre](#) [Mediapart](#) [tintaLibre](#)

## DURA AUTOCRÍTICA

“Al cerrarse la edición impresa del diario Público, de la que yo fui su último director, - explica - un grupo de compañeros y compañeras de la sección de política, al que luego se sumó gente procedente de otras redacciones o despedidos de otras redacciones por los “eres” que se iban acumulando, hicieron una reflexión a la que se me invitó a participar y que me pareció muy interesante porque partía de una autocrítica, pero, además, dura: ¿qué hemos hecho mal para que el periodismo haya perdido el principal patrimonio que tiene que tener, que es la credibilidad?. Eso lo analizamos además, no exclusivamente mirándonos el ombligo, sino estudiando qué se estaba haciendo por ahí fuera que indicara claramente que sigue siendo posible hacer periodismo, hacerlo desde plataformas maduras, que en lo digital, ya en 2012, no era el futuro; era el presente absolutamente”.

## CAPITALIZAR EL PARO

“Nos preguntamos qué podíamos hacer o qué podíamos imitar nosotros que tuviera una validez similar. Y la verdad es que lo que más nos impulsó a hacer este proyecto fue llamar a la puerta de Mediapart, un medio digital francés que funciona exclusivamente por suscripción, y cuya mayoría accionarial pertenece a los periodistas que lo hacen. Y dan valor a la información; es decir: cobran por la información. Nos pareció algo fundamental. Y llamamos a esa puerta para conocer cómo habían montado ese periódico. La iniciativa de ello fue nuestra. Tengo que decir que Edwy Plenel, ex director de Le Monde y fundador de Mediapart manifestó conocer la historia del diario Público, del que proveníamos, y mostró interés por conocernos. Nos fuimos a París Manolo Rico y yo. Junto a otros tres compañeros, Juan Carlos Ortiz, Yolanda González y Fernando Varela, fuimos el núcleo que dio lugar a esto, quienes lo pusimos en marcha y somos también sus principales accionistas. A partir de ahí fuimos añadiendo compañeros y compañeras, pequeños inversores etc. Pero entre otras cosas lo que hicimos los cinco fundadores fue capitalizar el paro al que teníamos derecho después de cerrar Público, juntar ese dinero y hacer una sociedad laboral y esa fue la almendra, la base para salir”.

## BRILLANTE Y VERSÁTIL

*Hasta llegar a ese momento, Jesús Maraña había dibujado una tan brillante como dilatada y variada trayectoria profesional. Iniciándose en medios de la vieja escuela, como los diarios Ya o Informaciones, recuerda con particular cariño su paso por “Si yo fuera presidente”, el programa que Fernando García Tola dirigió en Televisión Española a mediados de los años ochenta: “Íbamos cada semana saltando barreas que estaban ahí como tabúes intocables. Fue una experiencia apasionante y muy exitosa”, comenta. Pasó luego por varios semanarios de información general -Tiempo y Tribuna - durante la época dorada de este tipo de publicaciones, para ser testigo directo, poco después, de la última época del felipismo y la primera etapa de Aznar en el diario el Mundo. Regresó posteriormente a la esfera de los semanarios, para dirigir Interviú y Tiempo, ambos del grupo Z: “Se cometieron dos errores -precisa- para paliar la entonces incipiente crisis de publicidad: el de las promociones y el de frivolarizar contenidos, razones que por las que los semanarios en este país se fueron a pique, no como en otros países, donde siguen teniendo continuación y son una referencia importante”.*

*Nos consideramos un medio progresista, pero en ningún caso ni de partido ni de ninguna familia*

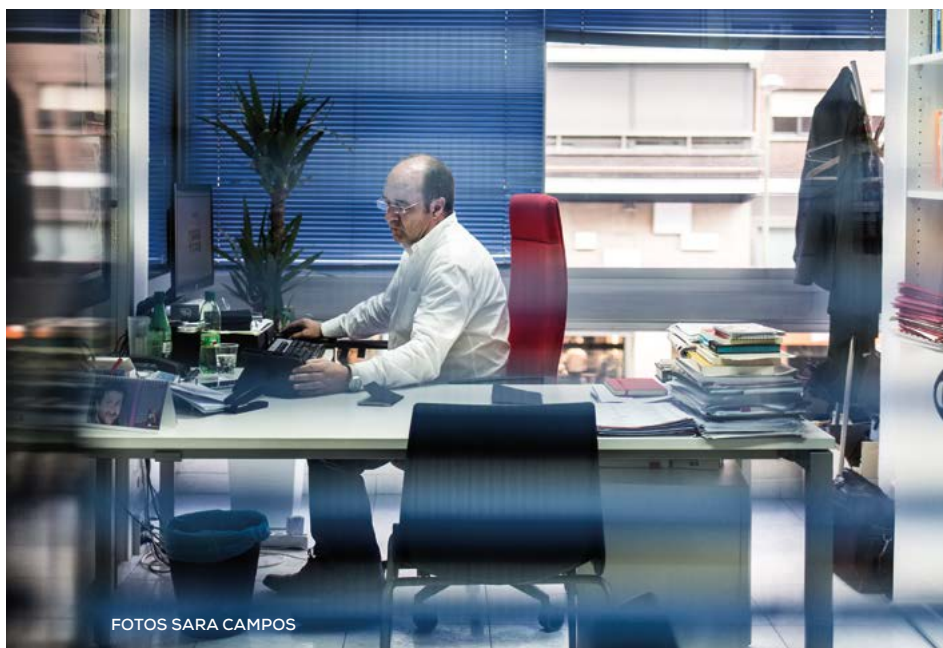
## PÚBLICO, ESCUELA Y SEMILLERO

“Cuando surgió el proyecto del diario Público -recuerda Jesús- y me llamaron para que me incorporara a él, me dio la impresión de que tenía que estar si no quería estancarme profesionalmente. Y fueron cuatro años y medio absolutamente apasionantes y muy enriquecedores. Se hizo un esfuerzo por seleccionar gente muy preparada y muy apasionada por lo que hacía. Desde el primer momento con su primer director, que fue Nacho Escolar, creo que se consiguió obtener una forma de funcionamiento de la redacción que rompía las jerarquías habituales. Había mucho debate. El aprendizaje del medio digital fue otro de los motivos que tuve para saltar a Público desde un



semanario como Tiempo. En este periódico ya había una hoja de ruta digital; es decir: ya se concebía como una plataforma que necesitaba el papel para captar a un público interesado en la información y con un perfil ideológico progresista, pero pensando en que el futuro del periodismo era ya digital. Es verdad - y esa fue una de las causas principales de la frustración de Público - que nos pilló en 2008 la gran crisis con la consiguiente caída de la publicidad y de los ingresos, que ha llegado a restar el cincuenta por ciento de lo que había, y eso destrozó todas las previsiones y todos los planes de negocio que se hicieron sobre Público. Nos pilló de lleno toda la crisis del papel. Yo creo, además, que la hoja de ruta digital de Público no la desarrollamos con la velocidad que debíamos haberlo hecho. Nos volcamos mucho más en la competitividad en torno al papel. Y claro, visto desde hoy, en aquel momento probablemente, en lugar de montar una redacción tradicional, en el sentido de que éramos al principio casi 200 personas en plantilla volcada en el papel, había que haber avanzado paralelamente en los contenidos digitales y eso que había ya una sección de internet potente. Que unos compañeros de Público se sumaran a nuestro proyecto, y otros sin embargo a Eldiario.es o a La Marea fue porque los que creamos el proyecto de Infolibre pertenecíamos a la sección de política de Público; otros compañeros y compañeras del periódico tenían diferente especialización o inquietudes u objetivos profesionales. Todo ello generó una revista de humor magnífica como Mongolia; o revistas económicas como Alternativas Económicas; o a un medio científico como Materia.es. Público fue así un semillero. Es un proceso muy interesante de analizar. Y surge también Eldiario.es. Tenemos muy buena relación entre todos nosotros; de hecho, hemos realizado algunas iniciativas juntos y queremos hacer más en el futuro porque el escenario mediático y el panorama digital exigen colaboraciones y entendimientos entre distintas cabeceras para sustituir la potencia que pueda tener un gran grupo de comunicación o la que tenía hasta ahora en el ecosistema en que vivíamos. Eso, ahora, sólo se puede suplir, a mi juicio, con la suma de iniciativas coordinadas y una buena colaboración con distintos medios”.

*Somos una sociedad limitada en la que el accionariado principal somos los periodistas*



FOTOS SARA CAMPOS

### **SOCIEDAD DE AMIGOS**

“Llegamos así, entonces, a la conclusión de que la única manera de seguir ejerciendo el periodismo en la forma en que lo entendíamos y lo entendemos, de hacer un periodismo que no dependa de partidos políticos ni, sobre todo, de grandes empresas o bancos consistía en buscar otras fórmulas. Pero de arranque no basta con decir - porque eso lo dicen todas las cabeceras del mundo - que todos somos independientes. El problema es demostrar desde el minuto uno y en el día a día que tienes esa independencia. Desde el minuto uno quiere decir que tienes que montar una empresa donde transparentemente se vea quiénes tienen la mayoría, cuáles son los mecanismos empresariales que se utilizan. En nuestro caso es una sociedad limitada en la que el accionariado principal somos los periodistas, al igual que los de Mediapart en Francia son los periodistas también. Y luego, pequeños inversores que no pueden sumar más de lo que tenemos los periodistas, y tienen que aceptar eso: que un inversor que invierte ya sabe que no está aquí por ejercer una influencia, porque no va a tener la batuta para decidir nada que le pueda favorecer. Es ésta una cosa importantísima que directamente copiamos de Mediapart, la Sociedad de Amigos. Es el instrumento por el que cualquier lector, cualquier ciudadano puede ser accionista de Infolibre. Contamos con la ayuda de gente signficada del mundo de la cultura la música, las letras, la ciencia, la universidad, que nos han ayudado, nos han arropado, que nos han apoyado y han puesto cada uno, oye, mil euros, tres mil euros, dos mil euros... Son accionistas de Infolibre, además de muchos ciudadanos absolutamente anónimos que se han ido sumando. Actualmente

son más de cien. Tienen presencia en el consejo de administración de la empresa. Es decir, es una forma de garantizar que tanto la propiedad de la empresa como su funcionamiento son de verdad independientes”. Por su parte, Mediapart tiene ahora mismo una participación en Infolibre que alcanza el siete por ciento de las acciones. A medida que avance todo el plan de inversión hasta lograr el equilibrio, se prevé que llegará a tener el diez por ciento de las mismas”. *Cabe decir también que entre los cinco redactores fundadores, que poseen más del cuarenta por ciento, y Mediapart, suman más del 51, lo que garantiza la presencia mayoritaria de los periodistas en la sociedad.*

*Los pequeños inversores no pueden sumar más de lo que tenemos los periodistas*

### **FÓRMULA DE CONTENIDOS**

“Las historias de investigación de tema político o económico que son en lo que nosotros nos centramos, son de elaboración propia y son para suscriptores. La opinión es en abierto, para que la lea todo el mundo, y el rollo donde metemos toda la agenda de la actualidad, que es lo que está al alcance del lector en cualquier medio, también va en abierto porque nadie va a pagar, ni tiene por qué pagar por contenidos que puede ver de manera gratuita en otros portales”. *Ésta es la fórmula de contenidos de Infolibre, según explicada por su director, que añade: “Contamos también con publicidad en abierto, pero nuestra aspiración es que este medio funcione*

fundamentalmente por los ingresos que aportan los socios y los suscriptores”.

### *Sus contenidos de investigación son exclusivos para los suscriptores*

#### **COMPROMISOS OPACOS**

“Seamos sinceros, el noventa por ciento de los medios en este país no podría sobrevivir si no fuera por los acuerdos comerciales opacos, por los acuerdos llamados institucionales con administraciones políticas y, sobre todo, con grandes empresas y bancos. Nuestro compromiso en Infolibre desde el minuto uno fue: no tendremos ningún tipo de acuerdo opaco. ¿Por qué? Porque tener independencia y ganar credibilidad y a la vez tener compromisos económicos con grandes empresas, bancos o administraciones es bastante difícil de compaginar. Esto es capital. Nosotros hemos apostado desde el minuto uno por vivir por, de y con los lectores, es decir que los lectores asuman que esto es un pacto, que lo tenemos aquí publicado, entre periodistas y lectores. El periodismo es imprescindible en democracia si se ejerce honestamente, transparentemente y de una manera rigurosa. Y el pacto es: nosotros nos comprometemos a que no haya distorsiones en eso, es decir, nosotros somos lo que decimos que somos, y ustedes los lectores lo comparten con nosotros participando en el capital si quieren, pagando por una información en calidad de suscriptores que sólo ven ustedes, e interviniendo también en los

contenidos, puesto que lo digital permite que en la relación con los lectores se dé un diálogo permanente”.

#### **MEDIOS Y DEMOCRACIA**

“Si queremos que la democracia sea sana, necesitamos medios de información de verdad independientes y profesionales, y hace falta previamente tener claras estas cuestiones porque, si no, volvemos a engañarnos y a engañar a la gente. Si no te conoce nadie, o muy poca gente, por muy bien que lo hagas la función queda en poco. Uno de los elementos más ilusionantes que hay todavía el proyecto que tenemos entre manos es esta desproporción que existe entre el número de lectores y el número de suscriptores. De los primeros, ya estamos en un millón trescientas mil visitas mensuales, en torno a cuatro o cinco millones de páginas vistas mensualmente. Suscriptores tenemos siete mil y pico. Hay mucha gente que está interesada en Infolibre, pero todavía no ha dado el paso para hacerse socio y asumir que eso le cuesta seis euros al mes. Aún hay por aquí muchas posibilidades de crecer.

*Un millón trescientas mil visitas mensuales y siete mil socios*

#### **CONTRA LA BANALIDAD**

“La investigación es la base principal que provoca el crecimiento de lectores; un crecimiento lento pero constante. Y yo creo que en Infolibre hemos conseguido que, si damos y seguimos una historia, la gente

sabe que está documentada y que está contrastada. Por supuesto que yo respeto muchísimo a los medios que han buscado sobre todo el ruido, la audiencia. En internet ya hay mecanismos bastante sencillos para lograr audiencia, es que es algo robótico casi. Si tú utilizas determinados conceptos como palabras y referencias para colocar en los titulares sabes perfectamente que eso te va a generar un tráfico mucho mayor que otra noticia. Pero es que nosotros no estamos aquí para meter en los titulares por narices el sexo, la fama, los animales, el gatito y el no sé qué. Estamos haciendo un medio de periodismo de investigación que tiene unas consecuencias sociales, que cumpla la función que siempre ha tenido el periodismo, que es publicar y hacer público lo que no le interesa a los poderes que se haga público. Y eso condiciona también cuáles son tus prioridades.

*La gran batalla en internet es entre los medios que hacemos periodismo y los que fundamentalmente hacen un negocio de comunicación*

Nosotros obviamente necesitamos audiencia, pero cuando tomamos decisiones, las tomamos de una manera periodística, profesional y no en la búsqueda de audiencia. Edwy Plenel, nuestro socio de Mediapark siempre incide en una cosa: la gran batalla que tenemos ahora mismo en internet es entre los medios que hacemos periodismo y los medios que fundamentalmente hacen un negocio de comunicación. La batalla, nuestra batalla, nuestro competidor, es la banalidad, es el entretenimiento puro. Al haberse mezclado todo y todo va en un cajón que desde hace mucho tiempo se concibió y se esforzó como gratuito, pues esa batalla resulta muy complicada. Es preciso que se distinga el periodismo de la comunicación, que se distinga la investigación honesta y profesional del ruido. Pero es una batalla compleja, que es la que estamos dando modestamente algunos medios”.

*Cuando ya has dado los contenidos gratis, ¿cómo vas a pretender cobrar por ellos?*

#### **ECUACIÓN LETAL**

“Hubo aquí una ecuación que fue letal: cuando los grandes grupos, y yo estaba en



alguno de ellos en esa etapa, durante la eclosión de internet creyeron, en España como en todas partes, que había un negocio fabuloso en la red y que no pasaba nada, sin ninguna contraindicación, por colocar todos los contenidos que había en el papel del kiosco. Los grupos que tenían periódicos y revistas, los cogieron y dijeron: ahora los metemos en internet y se nos va a multiplicar inmediatamente la audiencia y por lo tanto los ingresos publicitarios. Eso fue falso, fue una ecuación falsa, como se demostró enseguida. Pero sin marcha atrás, en el sentido de que cuando tú has dado ya los contenidos gratis, cómo vas a pretender cobrar por ellos. El factor que falló en esa ecuación fue pensar que cuando tú das un contenido gratuito la gente lo va a valorar. Yo tengo al respecto una anécdota ocurrida en una reunión con un banquero ya fallecido: éramos un grupo de informadores, cada uno de un medio distinto, y cuando empezamos a hablar con él y a presentarnos, cada uno le resumió al banquero las características de su trabajo. Uno de mis colegas le comentó que dirigía un medio gratuito y el banquero le miró y le dijo: "Ah, no conozco yo eso, gratuito, pero eso quiere decir que lo regaláis... ¿Y de qué vivis?" "De la publicidad", contestó el periodista. Y dice el banquero: "¿Y alguien pone publicidad en un medio que se regala? Eso es un folleto de esos que se reparten en los supermercados..."

Me pareció una reacción muy lógica, por supuesto, desde el punto de vista de un banquero. Pero es que eso, en mi opinión, tendría que ser trasladable a la sociedad en sí, es decir; hasta el banquero, desde su punto de vista de interés puro, concebía que un periódico tenía que ser valorado por sus lectores, no sólo por el que pone la publicidad. De lo contrario ¿por qué le vas a dar valor a nada? Esa reflexión es puramente anecdótica, pero para mí muy reveladora de algunos de los errores que se han ido cometiendo por el camino. Se convirtió el periodismo en un elemento más de contenidos gratuitos y eso, a mi juicio, hay que rectificarlo".

*No es verdad que sea carísimo suscribirse a lo digital*

### **MEDIOS ASEQUIBLES**

"El mundo digital permite compaginar y compartir distintos medios. Yo siempre hago el siguiente cálculo para que la gente lo tenga claro: un periódico cuesta en el kiosco un euro con cincuenta. Es que ser socio de Infolibre cuesta seis euros al mes, y Eldiario.es, pues por ahí también. Doce euros al mes por tener dos digitales...Es que estamos hablando de la quinta parte de lo que gastaba un lector de información

impresa, un ciudadano interesado en estar bien informado, en comparación a lo que gasta ahora. Hagamos este cálculo y desprendámonos de la mentalidad de que ya no se paga por la información. El problema está ahí, e insisto en que esto es responsabilidad, fundamentalmente de las empresas y de los propios periodistas. Nosotros, periodistas, hicimos que calara esa ecuación letal de internet de identificar gratuidad y periodismo con comunicación. Hay que romper eso. Para empezar hay que dar estos datos, oiga, es que no es verdad que sea carísimo suscribirse a lo digital; usted puede estar suscrito a tres digitales o cuatro sin que se resienta su bolsillo".

### **VIABILIDAD POSIBLE**

"Lo que no tiene sentido que es que sigamos resignándonos a convencer a la gente de que todo es gratis, que es un juego todo; el entretenimiento, la publicidad y el periodismo juntos. Una redacción periodística no puede sobrevivir con las tarifas publicitarias que hay hoy en internet. Quien diga que eso es rentable por mucha audiencia que consigas, creo que está engañando. No tenemos la bola del futuro y además estamos viviendo en un laboratorio permanente y hay que ir probando cosas hasta acertar. Yo lo que sé es que en Infolibre llevamos ya tres años y medio largos, que no hemos parado de crecer, lentamente, pero de crecer en sus-



FOTOS SARA CAMPOS

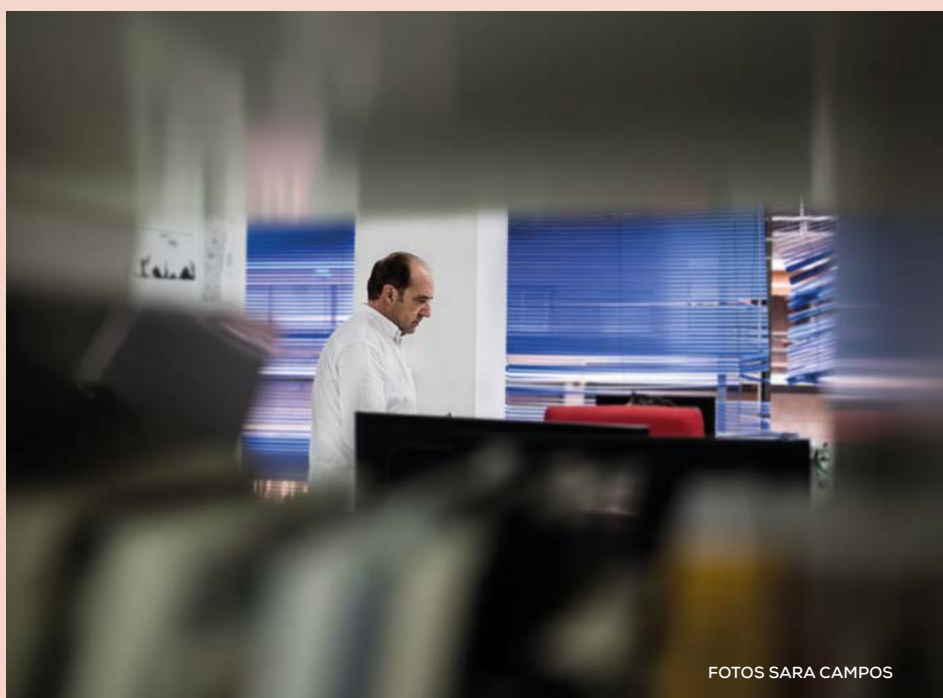
criptores y hemos conseguido una audiencia fiel que es bastante significativa y hemos generado debate; es decir, estamos en la realidad mediática. Infolibre es una marca que está ahí y con estos recursos limitados, con dieciséis periodistas, veinte personas en total en plantilla. Estamos próximos ya a alcanzar el equilibrio presupuestario. Creemos que hemos superado la etapa más difícil y que ahora es cuestión de tesón, de mantener la ruta y de, cada día, cumplir. No hemos querido arriesgar. Hemos obtenido recientemente un crédito a la innovación y eso te da también la garantía de que cuando alguien hace un estudio técnico por ver si este negocio tiene sentido y se nos facilita ese crédito y nos dicen que sí, son factores que te hacen ser optimista. Ahora, cantar victoria no lo hacemos, porque ésta es una incertidumbre permanente”.

## TINTA LIBRE

*El presente año de 2016 será, probablemente, el primero en que los ingresos del periodismo digital superen a los que recauda el realizado en soporte de papel tradicional. Pero el hecho de que el presente y el futuro de la actividad informativa pertenezca ya al ámbito digital no significa para Jesús Maraña que el soporte tradicional del papel carezca de presente y de futuro: “Yo sigo discutiendo - explica - ese canto funeral en torno al papel que se lleva haciendo veinte años. De hecho, aún a día de hoy, los principales ingresos de las cabeceras periodísticas españolas siguen siendo vía papel más que por internet. Yo coincidí en esto con otros colegas, que lo hemos hablado, debatido y reflexionado muchas veces; en esto cito siempre a Soledad Gallego Díaz cuando explicó que, sí tiene que morir el papel, dejémoslo morir a su velocidad correspondiente, no hace falta matarlo; no nos liemos a tiros con el papel, dejemos que tenga su evolución”.*

“Por eso también en Info Libre desde el minuto uno, -*continúa* - lanzamos a la vez una cabecera en papel, Tinta Libre, que es mensual y que está muy ligada al digital, porque nos parece que el papel seguirá teniendo futuro, eso sí con unos contenidos que no tienen que ver con la información digital, puntual e inmediata”.

*Actualmente editado por el periodista Miguel Ángel Villena, Tinta Libre, cuyo número 39 acaba de salir a los kioscos al precio de cuatro euros, supone un contrapunto de reflexión y análisis a la vorágine de la actualidad diaria. Todo ello presentado con un cuidadísimo diseño gráfico que facilita notablemente el gusto por la lectura de los*



FOTOS SARA CAMPOS

*textos impresos. Los suscriptores de Info Libre la reciben de manera puntual todos los meses, en formato de papel o en PDF digital. De los siete mil existentes, unos dos mil quinientos han optado por la primera opción y la reciben por correo en sus domicilios. El resto se ha decantado por leerla a través de la pantalla del ordenador o del móvil. En los kioscos alcanza una venta media mensual de dos mil quinientos ejemplares.*

## CONDICIONADOS POR LOS LECTORES

“Siempre estás condicionado, quieras o no. Lo que sí me parece importante es que nosotros apostamos por una fórmula en la que el condicionamiento son los lectores, no son otros, no son los poderes de ningún tipo, son los lectores, que también condicionan ¿eh? Y hay que batallar con ellos y de la mano de ellos todos los días. Nosotros nos consideramos un medio progresista pero en ningún caso, ni de partido, ni de ninguna familia. Y en España seguimos teniendo un problema de sectarismo importante. Nosotros, constantemente, enfadamos o cabreamos a parte de nuestra propia audiencia. Y aspiramos a que la gente comprenda que, siendo un medio progresista, sobre todo somos periodistas honestos y tenemos que separar los hechos de las opiniones y es preciso asumir que desde la crítica es la única manera de concebir un periodismo serio. No estamos para hacer la ola a nadie por mucho que simpatice con nosotros. Y sobre todo el abanico de lo progresista en este país, lo que va del centro hasta la izquierda más radical, es muy amplio. En ese sentido hay mucho debate y mucha discusión entre los propios lectores y socios de Infolibre”.

*Es absolutamente inconcebible que el suscriptor de un diario en papel esté grabado con un 4% de IVA y el de uno digital con un 21%*

## LA SANGRÍA DEL IVA

“Con respecto al IVA del veintiuno por ciento con que se graban las suscripciones de la prensa digital, desde el principio lo dije y ya hay por el camino más compañeros que andan diciendo lo mismo, y yo creo que esa batalla hay que darla. Y me gustaría que también las formaciones políticas la asumieran: es absolutamente inconcebible esta broma de que el suscriptor de un diario en papel esté grabado con un cuatro por ciento de IVA y el de uno digital en un veintiuno por ciento. Es no entender nada de la realidad periodística, editorial. No sé cómo se puede calificar. En Francia se ha librado esa batalla también y se consiguió. Y ya se y ya se igualado el IVA, además allí al dos y pico, porque tienen un concepto del valor de la cultura y de la información diferente al nuestro. Pero como no hay ningún motivo para grabar, para castigar al periodismo digital con respecto al del papel, pues oiga, arreglese. No estamos pidiendo ningún privilegio para nosotros, lo que pedimos es que no se nos castigue, pero no ya a nosotros, sino a los lectores. Es una cosa disparatada lo que está ocurriendo con esto del IVA a los medios digitales”.

A.U.

# MUNDO DIGITAL\_

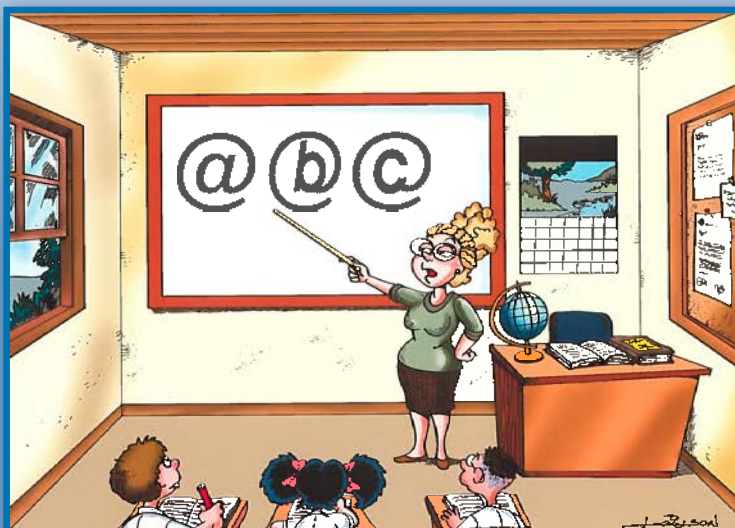


CONTRA LOS  
ADBLOCKERS

ALGUNOS  
EJEMPLOS DE  
INNOVACIÓN EN  
PERIODISMO

LA  
NORMALIZACIÓN  
DE LOS  
WHISTLEBLOWERS

LA LETRA CON HUMOR ENTRA  
(UNIVERSIDAD DE ALCALÁ).



ESCRIBE:  
FRANCISCO ROUCO



**E**ste año que acaba ha supuesto el primer capítulo de la batalla de la prensa española contra los adblockers, los complementos para navegadores de Internet que bloquean automáticamente cualquier anuncio. Ni PRISA ni Unidad Editorial ni ABC han adelantado qué van a hacer sobre esto, pero sí lo han hecho otras cabeceras. El resto de digitales de Vocento ya bloquea el acceso a los usuarios que utilizan adblockers, lo mismo que los diarios de Ecoprensa, matriz de El Economista. Una tercera opción entre la inacción y la prohibición es la pedagogía, explicar al usuario que la publicidad es importante y pedirle que desactive el bloqueador, tal como hacen Eldiario.es o la plataforma de podcast Ivoox. Los usuarios pueden escoger entre desactivar el bloqueador y ver los anuncios o no hacerlo y navegar sin publicidad.

Los medios españoles no fueron los primeros, pues los grandes diarios estadounidenses e ingleses empezaron a disuadir a sus usuarios sobre el uso de adblockers en otoño de 2015. Los medios españoles esperaron hasta la primavera de este año. No podían retrasar mucho su toma de postura, pues aunque las cifras de inversión de los anunciantes en publicidad digital eran mayores que en años anteriores, el

fantasma de los adblockers empezaba a tomar forma. No se trataba ya de lectores estadounidenses, ingleses o alemanes que se saltaban los anuncios, sino que también había usuarios españoles.

Los datos de InfoAdex reflejaban en 2015 un aumento de la inversión en soportes digitales: 1.250 millones de euros, un 16% más que en 2014. Fue la inversión en medios que más creció, por encima incluso de la televisión (2.011 millones, un 6% más que en 2014). Estas cifras empujaron la rueda de la inversión en publicidad digital hasta el punto de prever una mejora todavía mayor para 2016: el 10%, según previsiones de IAB Spain. Inmejorables noticias para muchas de las cabeceras españolas, algunas con una dependencia de la publicidad digital en torno al 15-30%.

Pero si los anunciantes querían ver más anuncios en los medios digitales, los lectores no pensaban lo mismo. Según el primer estudio sobre adblockers realizado desde España, publicado también por IAB Spain y presentado en marzo de este año, el 26% de los internautas españoles usaba adblockers. Una cifra considerable teniendo en cuenta que sólo el 50% de los usuarios de Internet conocía este tipo de programas. El estudio también señalaba un punto importante: uno de cada dos usuarios de adblockers lo había empezado a utilizar hacía menos de dos años.

*En España, el 26% de los internautas utiliza adblockers, según IAB Spain.*

## REACCIONES DE LOS MEDIOS

Conocidos los datos, los medios tenían que dar respuesta a una cuestión complicada: los anunciantes gastaban más en publicidad digital y los medios recibían más ingresos por ello, pero, al mismo tiempo, aumentaban los lectores que bloqueaban esa misma publicidad. Sin datos sobre usuarios de adblockers en España, los medios podían obviar la preocupación de los anunciantes, pero, conocidos los datos y la tendencia de crecimiento, es fácil suponer que los anunciantes pidieran explicaciones a los medios. Y soluciones.

The screenshot shows the homepage of eldiario.es. At the top, there is a navigation bar with regional links and a search bar. The main headline is "El recibo de la luz encadena siete meses al alza y sube un 28% desde abril" by Antonio M. Vetez. Below it, there is a sub-headline "Sube el salario mínimo" and a photo of several men in suits. To the right, there is a "Nueva sección" section titled "¿Alguna pregunta? eldiario.es responde" featuring Ignacio Escobar. Below that, there is an "OPINIÓN" section with a quote from Isaac Rosa: "¿Quién pillara ese salario mínimo de 707 euros..." and another opinion piece by Gumersindo Lafuente titled "Feminizar la política. ¿Por qué no?".

*Hacia una publicidad menos intrusiva*

Herrera en COPE 2 DE DICIEMBRE DE 2016 SON LAS 10:07

Participa ¡Anímate a cocinar en familia con el concurso ABC Supersanos!

ABC TU DIARIO EN ESPAÑOL

Busca aquí Inicia sesión | Regístrate

MADRID - Fingir ciudad MÁX 12°C MÍN 7°C

SÍGUENOS EN

ESPAÑA INTERNACIONAL ECONOMÍA OPINIÓN DEPORTES CONOCER MOTOR FAMILIA GENTE&ESTILO CULTURA&OCIO MULTIMEDIA SERVICIOS EDICIONES MADRID ABCSEVILLA

Publicidad **ELIGE TU PRÓXIMA ESCAPADA** Reserva tu habitación y disfrútala HASTA 45% DE DESCUENTO HASTA 20€ EN SOBREGA RESERVA

ECONOMÍA **EMPLEO**

**1898: LOS ÚLTIMOS DE FILIPINAS**  
**La tragedia de los 57 soldados que defendieron a España en Filipinas**

Hacia una publicidad menos intrusiva

Los medios que sí reaccionaron al creciente número de usuarios españoles de adblockers optaron por dos posturas contrarias: o bloquear a estos usuarios y no dejarles navegar hasta que desactivaran el complemento; o sugerirles que lo apagaran, pero darles la opción de navegar con él encendido. Eldiario.es fue uno de los medios que dejaron navegar. Según Esther Alonso, directora de marketing y desarrollo de Eldiario.es, «lo que tratamos de hacer es educar a nuestros usuarios, pues en nuestro caso hay una alternativa sencilla para navegar sin ver publicidad, que es la suscripción. No nos gusta la guerra continua entre las páginas y los adblockers. Preferimos informar al lector desde la transparencia». El Economista o las cabeceras online del grupo Vocento, salvo ABC, defendieron la postura contraria, el bloqueo de los usuarios. Ninguno de estos medios ha querido hacer un comentario sobre su postura.

**Adblock Plus, el bloqueador de anuncios más extendido del mundo tiene 100 millones de usuarios al mes. Y va en aumento.**

### EL ORIGEN DEL PROBLEMA

Al otro lado de Europa, en Alemania, se ubica Eyeo, la compañía propietaria de Adblock Plus, el adblocker más extendido del mundo, con cerca de 100 millones de usuarios activos al mes. Manuel Caballero, director de proyecto en Adblock Plus/Eyeo, explica por qué las descargas de este complemento para navegadores aumentan un 40% cada año: «Es por la evolución de la publicidad. En lugar de evolucionar hacia un modelo más sostenible, ha ido evolucionando hacia un modelo cortoplacista que quiere maximizar los beneficios a costa de los usuarios. Son formatos cada vez más intrusivos».

La tesis de Caballero coincide con el informe de IAB España: los usuarios de adblockers empezaron a utilizarlos para esquivar una publicidad molesta, intrusiva y/o excesiva que impedía leer las noticias. Hay muchos ejemplos de esta clase de anuncios en los principales medios españoles: anuncios que se abren automáticamente y bloquean la lectura –los llamados intersticiales–, vídeos que se reproducen solos –sonido incluido– a los lados del texto o vídeos que emergen de entre los párrafos y desplazan el texto hacia abajo.

### CONTENIDO PATROCINADOR

«Me gustaría pensar que la batalla entre medios y adblockers se solucionará con una publicidad menos intrusi-

va», explica Alonso, de Eldiario.es. «La publicidad no es un mal en sí misma, va a seguir ahí, pero creo que hay que innovar. Los medios tienen que trabajar con los anunciantes y pensar en otras fórmulas menos intrusivas, en unos formatos que no estamos viendo hoy. Como el contenido patrocinado».

El contenido patrocinado, branded content o contenido nativo, tres fórmulas para referirse a artículos pagados por empresas que pueden ser más o menos relevantes, más o menos publicitarios, y que no todos los medios identifican como publicidad, parece ser la próxima fuente de ingresos para los medios. Un nuevo modo hablar de una marca o de un producto que, argumentan los medios, resulta mucho más amigable para los lectores porque no parece publicidad y porque puede tener más utilidad que un anuncio: un detergente se podría anunciar no con un vídeo auto-reproducido con actores que hablan de cualidades limpiadoras, sino con un artículo de corte costumbrista donde se recomiendan algunos trucos para eliminar las manchas de chocolate de la ropa. El contenido patrocinado tendría el mismo objetivo vendedor que el anuncio, pero la exposición sería distinta. Amigable. Útil. Libre del acoso de los adblockers.

F.R.

## ALGUNOS EJEMPLOS DE INNOVACIÓN EN PERIODISMO QUE VAN MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA

*La proliferación y el largo recorrido de las noticias falsas durante las últimas elecciones estadounidenses han demostrado que los medios no tienen el monopolio de la información.*

**D**urante las últimas elecciones estadounidenses circuló por las redes sociales una noticia que explicaba que el Papa Francisco había bendecido al candidato Trump. La noticia, publicada en julio, explotó definitivamente a partir de octubre y fue rebotando por muros y *timelines* hasta la misma noche del 8 de noviembre. Que la fuente original de la noticia fuera WTOE 5 News, una web creada semanas antes de la publicación de la noticia y definida como satírica, y que la noticia sólo se repitiera en otras webs como KYPO 6 News, cuyo e-mail de contacto era [fantasynewswebsite@gmail.com](mailto:fantasynewswebsite@gmail.com) –el mismo que el de WTOE 5 News–, no fueron inconvenientes para que la bendición inventada se convirtiera en viral.

Hoy no se puede acceder a dicha noticia. Las webs mencionadas han desaparecido y las webs de dudosa credibilidad que sí mencionaban la noticia, como [endingthefeed.com](http://endingthefeed.com) –cuya noticia sobre la bendición se compartió cerca de 1 millón de veces sólo en Facebook–, han borrado cualquier mención. Probablemente las quejas suscitadas por la facilidad con la que estas noticias circularon a través de las redes sociales haya podido influir en este repentino olvido. Los gerifaltes de Facebook y de Google, por su parte, ya han admitido que van a hacer lo posible por ningunear a las webs de contenidos falsos. La decisión de Zuckerberg llega semanas después de haber sustituido a buena parte de su equipo de selección de noticias por un algoritmo. Tras unas horas de trabajo sin supervisión humana, el algoritmo desveló cierto gusto por compartir noticias falsas, columnas de insultos y contenidos decididamente amarillistas

Lo que la proliferación de noticias falsas ha demostrado es que los medios tradicionales están perdiendo el monopolio de la información. Esto no es nuevo, pues ya se avisaba desde hace años con la irrupción de las redes sociales. Pero lo que entonces se obviaba en ese discurso es que la inmensa mayoría de contenidos compartidos en Facebook y Twitter proce-

dían precisamente de medios. Las noticias no se leían en las portadas digitales, sino que llegaban a los lectores a través de las redes sociales, pero seguían siendo las noticias que publicaban los medios. Hoy no se puede decir lo mismo: las RRSS no sólo son los canales principales de distribución de las noticias de los medios sino que, como plataformas de alojamiento de contenidos, dan espacio, y alas, para que cualquiera produzca contenidos y estos puedan circular.

Ante esta pérdida de influencia, los medios han optado por nuevas fórmulas para explicar la realidad. Distintas formas de trabajar las historias y de exponerlas que van más allá de las innovaciones tecnológicas, aunque en buena parte estas novedades son gracias a las posibilidades facilitadas por la tecnología. Innovaciones como las siguientes.

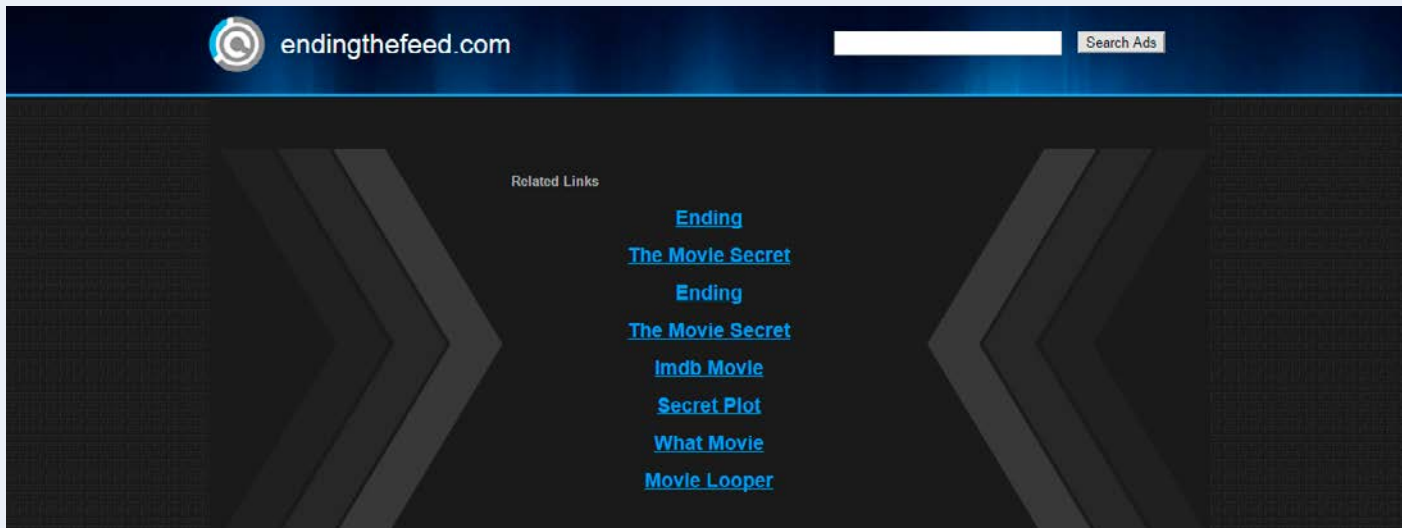
### EXTERNALIZAR LA INVESTIGACIÓN

Con el objetivo de ganar lectores, la prensa generalista ha optado por ampliar el número de temas que toca. Podía haberse decidido por la especialización, como es el caso de los medios digitales más recientes, casi todos concentrados en fiscalización de la política, economía no dirigida a inversores, preocupaciones sociales y cultura de calado social, pero en vez de eso, han preferido multiplicar los temas. A las secciones de política nacional, internacional, economía de grandes cifras, deportes mayoritarios y lanzamientos culturales mundiales se suman ahora las de innovaciones tecnológicas recién prototipadas en Silicon Valley, ciencia del mañana y asuntos virales –la respuesta de muchos medios tradicionales para conectar con sus audiencias más jóvenes–. Más secciones para redacciones más exiguas. El resultado es un abanico más amplio de los temas cubiertos, pero un tratamiento menos profundo.

En este contexto de publicación acelerada surgen equipos de periodistas que investigan asuntos complejos durante meses. Al acabar la investigación, venden el resultado a medios de referencia para su publicación. El ejemplo

**Durante los últimos años han aparecido nuevos modelos de trabajo en las redacciones, como las colaboraciones entre los medios y las redacciones independientes especializadas en investigación que venden sus contenidos a las cabeceras más importantes.**





más conocido es ProPublica, una organización sin ánimo de lucro afincada en Manhattan cuyos periodistas investigan historias que luego venden a medios como el New York Times, la CNN o Newsweek. Un ejemplo parecido en nuestro país es PorCausa, cuya especialización son los derechos humanos. Su modelo de trabajo es similar al de ProPublica: PorCausa elabora reportajes que luego publica El País o TintaLibre.

### COLABORACIONES ENTRE MEDIOS

Las colaboraciones mundiales entre medios no son muy habituales, si bien en lo que llevamos de década se han producido varios casos, dos especialmente notables. El primero fue la circulación en 2010 de más de 92.000 documentos clasificados de la guerra de Afganistán, facilitados por Wikileaks. La investigación de estos documentos se realizó de forma conjunta entre The New York Times, The Guardian y Der Spiegel. Abierto el caudal de informaciones clasificadas de Wikileaks, durante los siguientes dos años se publicarían muchas más historias y se sucederían las colaboraciones entre medios de distintos países.

Seis años después surgieron los Papeles de Panamá. El periódico alemán Süddeutsche Zeitung facilitó una ingente cantidad de documentos al Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ) y, bajo su dirección, se trabajó conjuntamente con equipos de periodistas de más de 80 países. Los artículos desarrollados se publicaron en España de forma conjunta entre La Sexta y El Confidencial.

Más recientemente, en julio de este mismo año salieron a la luz Los Pape-

les de la Castellana, una veintena de artículos publicados por ElDiario.es, La Marea y Diagonal a partir de una filtración enviada al buzón Filtrala.org. Para la investigación se combinaron las redacciones de los tres medios.

### ALMACENES DE INFORMACIÓN EN BRUTO

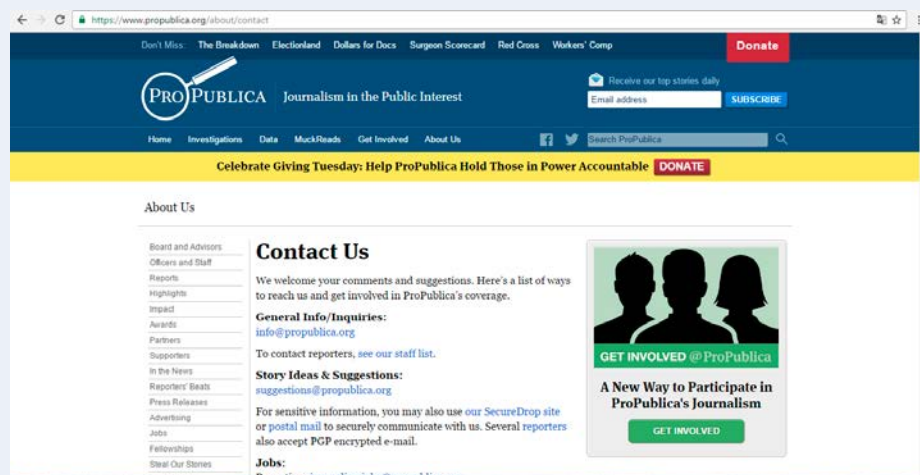
Uno de los cambios fundamentales que ha traído Internet en lo que a grandes volúmenes de información se refiere tiene que ver con el almacenamiento. Por primera vez es posible acceder al conjunto de todos los datos que han servido para construir los artículos. Y no sólo acceder, sino buscar entre ellos de forma rápida y certera. En la era exclusiva del papel era imposible pensar en imprimir decenas de miles de documentos con cada periódico. Esa documentación se omitía y se publicaba sólo la síntesis y las interpretaciones de los datos que hicieran los periodistas; los artículos. Hoy se pueden poner a disposición de los lectores ambas fórmulas: los artículos que surgen de los datos, y aquí entran también las infografías, y los propios datos en bruto. Esta ventaja no sólo potencia la

transparencia y credibilidad del medio, sino que ofrece un papel más protagonista al lector, quien puede juzgar estos datos por sí mismo y descubrir un punto de vista que el periodista ha obviado.

Aunque las ediciones digitales de los periódicos más importantes suben a veces los documentos sobre los que investigaron, son los medios nativos digitales los que más acostumbran a seguir esta práctica, muy especialmente ElDiario.es o El Confidencial. El buzón Filtrala.org también cuelga todas sus filtraciones en su web. (Sobre este buzón hablamos en este mismo número en la página XX)

A estas innovaciones, más metodológicas que tecnológicas, aunque imposibles de realizar sin Internet, se suman las nuevas posibilidades que traen los avances técnicos: la realidad virtual, la realidad aumentada, los contenidos especialmente diseñados para ser compartidos y servir de entrada a artículos más extensos (*memes*), y los viejos formatos recuperados como las *newsletters* y los *podcasts*.

F.R.





## LA NORMALIZACIÓN DE LOS WHISTLEBLOWERS

*Fíltrala publica los documentos filtrados en su web, pero son los medios adheridos los que producen las historias.*

**E**l pasado verano se publicaron los Papeles de la Castellana, una serie de artículos que expusieron los recursos utilizados por algunos miembros de las élites económicas, empresariales y nobiliarias para evitar pagar impuestos en España. Eldiario.es, La Marea y Diagonal publicaron una veintena de historias. Todas tenían una misma fuente: los casi 40.000 documentos que llegaron, procedentes de un informador anónimo, al buzón de filtraciones Fíltrala.

Fíltrala (filtrala.org) es un buzón digital donde cualquier persona puede enviar un documento que crea que la sociedad debe conocer. Es la versión online del *whistleblower*, el informador anónimo que tantas historias ha iniciado desde la sombra y cuya figura más conocida probablemente sea Garganta profunda. Fíltrala elimina el cariz aventurero de la leyenda, los encuentros nocturnos en garajes y las fotocopias en sobres color crema, pero, a cambio, democratiza la circulación de información de interés público.

«Nosotros no sabemos quién envía la filtración», explica Stéphane M. Grueso, coordinador de Fíltrala. El anonimato está garantizado por dos procedimientos. El primero es tecnológico: el navegador seguro Tor se encarga de anonimizar todo el envío. «Recibimos un email cifrado, sólo con un título, unas explicaciones breves y los documentos filtrados», explica Grueso.

La segunda parte de la protección de la identidad del informante es legal. Fíltrala forma parte de la Associated Whistleblowing Press (AWP), una organización sin ánimo de lucro que tiene su sede en Bélgica, país donde la protección de la identidad de las fuentes es particularmente intransigente. Si la fuente de una información pide mantenerse anónima, el periodista está obligado a mantener el secreto profesional. Bajo multa, según establece el artículo 458 del código penal belga.

Además de su función como buzón, Fíltrala publica los documentos filtrados en la web, pero no elabora las historias. Esta función corresponde a los medios adheridos al buzón: eldiario.es, La Marea, Diagonal y Mongolia. «Nosotros no

realizamos las labores redaccionales, sino que son los medios los que se encargan de decir qué es lo importante en las filtraciones y de investigar a fondo», explica Grueso.

El coordinador de Fíltrala es cauto cuando se le pregunta por el equipo de personas detrás de la plataforma: «No nos gusta hablar demasiado de esto. No hacemos nada ilegal, pero lo que hacemos requiere discreción. Somos un equipo de entre cuatro y seis personas que va cambiando, con hackers que nos mantienen los servidores, personal para la administración y gente que estudia los informes que nos llegan».

### MÁS DE 100 ARTÍCULOS EN PRENSA

Cada día hay algo nuevo en el buzón. «De media recibimos una filtración al día, pero diría que el 80% es irrelevante, bien porque hay algún error o porque la información es tan local y exige una investigación tan detallada que no la podemos hacer», explica Grueso. En cuanto al tipo de archivos que llegan, no hay un patrón determinado y el único punto común es que no son documentos públicos. El buzón de Fíltrala recibe desde cartas y correos electrónicos de mandamases hasta informes internos y documentos firmados por bufetes de abogados y consultoras.

Desde su creación en abril de 2014, Fíltrala ha publicado más de 50 casos –40 están disponibles en su web–, lo que ha dado pie a más de 100 artículos en prensa, publicados mayoritariamente por los medios adheridos. Entre los casos más relevantes están los informes secretos del Ministerio de Medioambiente sobre el *fracking*, las listas negras en la contratación del CSIC o, más recientemente, los sobresueldos de varios cargos de CCOO.

Pero sin duda el caso más relevante que inició Fíltrala fue los Papeles de la Castellana. Más de 15GB de argucias que algunos potentados de la economía, la política, el alto funcionariado y la nobleza utilizaron para evadir impuestos en España. Un nuevo caso de corrupción estructural desarrollado en casi 40.000 documentos de una asesoría tributaria situada en la vertebral avenida de Madrid. «Los Papeles de la Castellana ha sido la publicación de mayor entidad y que más revuelo ha causado de todas las publicadas por Fíltrala».



Somos una organización sin ánimo de lucro dedicada a la defensa de los **derechos humanos** a través de la promoción de la **transparencia, la rendición de cuentas, la libertad de información, la libertad de expresión, el whistleblowing** y el **periodismo investigativo** a nivel local e internacional. [Sepa más](#).

## Anuncios

### Notas de prensa oficiales

- 29 Mar 2016 » [AWP launches Perúleaks, a digital whistleblowing platform for Peru](#)
- 11 Sep 2015 » [Support letter against governmental surveillance in Ecuador](#)
- 20 Oct 2014 » [Filtrala, la plataforma de filtraciones española cumple 6 meses](#)

la», explica Grueso. «Los medios que publicaron los artículos lo hicieron de una forma muy fina y nos pasamos un verano hablando de personas y de empresas que normalmente los medios no se atreven a señalar».

Para el estudio de la filtración que dio origen a los Papeles de la Castellana se modificó el método de trabajo y se creó una redacción conjunta entre el buzón de filtraciones y los tres medios que luego publicaron las 20 historias sobre el caso. «Fue un trabajo de muchas semanas, donde todos los días nos juntábamos, se comprobaban las historias y se hacían llamadas. Trabajamos más de 25 personas en todo aquello».

### EL DERECHO A SABER

Filtrala aboga por el derecho a sa-

ber de la sociedad, un lema que firmaría cualquier medio en España y en el mundo. Una labor que se supone que ya hace la prensa. «El fenómeno de las filtraciones está poco extendido en España. Por su tamaño, los medios en España tenían que tener sus propios buzones, igual que ocurre en otros países. Aquí no había esa posibilidad y decidimos crearla. Y lo mismo con la colaboración entre medios, que tampoco es que hubiera mucha en España», explica Grueso.

Para el coordinador de la plataforma, el fin de Filtrala está marcado desde el principio. «Nosotros queremos desaparecer. Esto supondría que tenemos una sociedad con acceso a la información mediante la rendición de cuentas y la transparencia. Pero me temo que

esa sociedad va a tardar mucho tiempo en llegar. Y nosotros seguiremos aquí. Y no sólo nosotros, sino más buzones como Filtrala. Somos como hormiguitas que vamos procesando la información que nos llega y trasladándola a los medios para tener una sociedad más justa y democrática».

Preguntado por si existen las filtraciones inocentes o forman parte de la leyenda, Grueso responde que a ellos les llega de todo, y que claro que muchas veces encuentran información que se envía en un momento y no en otro con la intención de influir. «Al final, el fenómeno de la filtración es tan humano como las propias personas que mandan los documentos», resume.

F.R.



**CLUB DE SERVICIOS**  ColectivosVip

**ACCEDE A MÁS DE 300 DESCUENTOS Y VENTAJAS EN PRODUCTOS COMO VIAJES, OCIO, RESTAURACIÓN, ELECTRÓNICA...**

**REGÍSTRATE EN**

**WWW.FAPE.ES/SERVICIOS**

# DICHO QUEDA\_



**“Las mujeres al frente de la información somos más que caras bonitas”.**

Mamen Mendizábal  
**EL ECONOMISTA**

**“La gran pregunta que prende sobre la prensa ¿cuál será el primer periódico que dejará de editarse en papel?”.**

Rubén Arranz  
**VOZPÓPULI**

*“Más allá de los mercenarios y de los venales que venden su primogenitura por un plato de lentejas, la manera de ganarse la adhesión de los periodistas es ofrecerles oportunidades de lucimiento profesional mediante filtraciones controladas y administradas en el tiempo”.*

Miguel Ángel Aguilar  
**TINTA LIBRE**

**“EN EL FONDO, LOS CRÍTICOS DE CINE SOMOS CINEASTAS FRUSTRADOS. PORQUE NOS HUBIERA GUSTADO HACER PELÍCULAS PERO NO NOS SALEN COMO VAMOS PREDICANDO”.**

Carlos Pumares  
**JOT DOWN**



**“El quehacer del viejo oficio, las cuatro o cinco normas de la profesión eternas, los códigos sagrados del tinglado; todo, digo, está siendo pasado por la parrilla del revisionismo twitero. Como si fuera una venganza ancestral y ya hubiese llegado la hora de ponernos en nuestro sitio. Que debe de ser la calle”.**

Pedro Simón **EL MUNDO**

**“LO PRIMERO QUE HACE EL TOTALITARISMO ES CORROMPER LA SEMÁNTICA”**

Federico Jiménez Losantos  
**EL MUNDO**



*“Lo que habitualmente se denomina “clase política” de una forma un tanto despectiva no es más que el reflejo de una sociedad donde los cocineros mediáticos son los nuevos filósofos de la posmodernidad y de la era digital”.*

Carlos Sánchez  
**EL CONFIDENCIAL**

**“ORGANIZAR UN EVENTO PARA UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ES MUCHO PEOR, PERO QUE MUCHO PEOR, QUE CASARSE”.**

Andrés Rodríguez  
**EL ESPAÑOL**

**“El jefe de prensa ha muerto y el dircom del siglo XXI está por llegar”**

Sebastián Cebrián  
**ANUARIO DE LA COMUNICACIÓN DIRCOM**

**“Las redacciones se han quedado vacías y los periódicos cuentan hoy con un número variable y creciente de freelances que nutren la información y contenido que orbitan alrededor de las cabeceras. Entre las consecuencias inmediatas están la decadencia del redactor veterano, la no investigación de las noticias, la superficialidad y el triunfo del espasmo instantáneo que haga vibrar los followers y los likes y sean capaces de alcanzar esa meta efímera de ser trendic topic”**

Carlos Risco **GENTLEMAN**

**“EL USO DE UN LENGUAJE MUY TÉCNICO, LAS EXPRESIONES PROPIAS DEL ARGOT JURÍDICO, LAS ALUSIONES CONTINUAS A PRECEPTOS LEGALES O UN USO FRECUENTE DE EXPRESIONES EN LATÍN SON LOS LADRILLOS Y EL CEMENTO QUE HAN CONTRIBUIDO A LEVANTAR UN MURO DE INCOMPRENSIÓN ENTRE DOS MUNDOS, LA JUSTICIA Y LA SOCIEDAD. ¿ES ESTO SEGURIDAD JURÍDICA?”.**

Almudena Vigil Hochleiner  
**REGISTRADORES DE ESPAÑA**

“A Scott Reinardy, profesor de periodismo en la Universidad de Kansas, le preocupa que por esta etapa revolucionaria que vive el sector, la joven generación se quede sin la referencia de la anterior, que está dejando de existir y que podría enseñarle el oficio tal y como es –Quizá por primera vez podemos creernos que lo de antes ya no vale para nada. Y no es así”-.

Vicente Lozano **EL MUNDO**



“Entre los géneros del periodismo estamos consiguiendo dar forma y soporte teórico al “periodismo de puteo. Hay varias modalidades de ejecución pero el mecanismo se repite. Lo esencial es hurgar en los estercoleros y en los retales, ajustar la declaración y distribuir en metralleta”.

David del Cura **LA RAZÓN**



“La España de la dictadura era tan “feliz” y “pacífica” que aquí no se producían homicidios ni suicidios y hasta las obras de ficción (novelas, películas) podían verse en dificultades si los intentaban reflejar. Cabe imaginar la visión de la realidad que se tuvo en la Alemania nazi y en la Unión Soviética, en la China de Mao (bueno, y la actual), en la Cuba de Castro y en la Argentina de Videla y Galtieri y en el Chile de Pinochet”.

Javier Marías **EL PAIS SEMANAL**

“La relación entre los directores de Comunicación y los medios de comunicación, aunque sea necesaria para ambas partes, no suele ser fácil”

Javier Ayuso **ANUARIO DE LA COMUNICACIÓN DIRCOM**

“ESA COSTUMBRE DE HACER POLÍTICA DESDE EL PERIODISMO NO HA DESAPARECIDO, NO SE DA UNA SEPARACIÓN CLARA ENTRE UN PODER QUE TIENDE A MENTIR Y UNOS PERIODISTAS QUE DEBERÍAN CUESTIONAR TODO, NO LIMITARSE A CORTAR Y PEGAR”.

Ramón Lobo **TINTA LIBRE**

“La manipulación no es un fenómeno nuevo sino bastante viejo. Y son sus secuelas lo que hace que hoy nadie se fie ni de su sombra”

Javier Benegas **VOZPÓPULI**

“El español es la seña de identidad más definitoria de la comunidad hispana en Estados Unidos. Sin embargo el futuro de la lengua española en el país no está garantizado. Dependerá de la evolución de su uso en la familia, la escuela y los medios de comunicación”

Francisco Moreno Fernández **POLÍTICA EXTERIOR**

“SI EN UNA TELEVISIÓN SE EMITE UN PROGRAMA DE LITERATURA QUE MARAVILLA A LA CRÍTICA PERO QUE SOLO TIENE CIENTO MIL ESPECTADORES, YO DIGO QUE ESTÁ MUY MAL HECHO PORQUE AL NO SER CAPAZ DE CAPTAR LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO TAMPOCO LOGRARÁ QUE LA GENTE SE INTERESE POR LA LECTURA”.

José Antonio Naranjo **ABC SEVILLA**

“ME ESCANDALIZÓ ESTAR NUEVE MESES SIN GOBIERNO. Y MÁS: QUE NINGÚN DIPUTADO RENUNCIARA A SU SUELDO  
Sandra Barneda **LA RAZÓN**

“El ‘Caso Nadia Nerea’ es también un escándalo porque destacados profesionales del periodismo y con ellos importantes medios de comunicación han dado pábulo a una historia increíble sin contrastar y mucho me temo que con la sola voluntad de granjearse mayor número de lectores o espectadores mediante el fácil recurso del sensacionalismo y la emotividad”

Jordi García-Soler **ECONOMÍA DIGITAL**

**PROFESIÓN\_**

Cuando las

**MUJERES  
PERIODISTAS**

**TRABAJAN** en

**TERRITORIO  
HOSTIL**

**Todas quieren volver  
pero las empresas  
dicen que no es  
rentable**

ESCRIBE:  
ANA DEL PASO



“  
Se busca lo que  
impacta sobre  
lo que importa,  
especialmente  
en televisión e  
internet”

Rosa María Calaf

**C**uando se abre el telón de la guerra, todo es un cruel espectáculo y los periodistas viajan al país para hacer la cobertura más decente posible. Una vez terminada o en fase de acabar, empiezan a marcharse y pocos son los que se quedan o vuelven para contar cómo intentan volver a la normalidad en países destrozados y con familias deshechas. Las periodistas españolas consultadas creen que es necesario contar la postguerra y si no lo hacen es porque sus empresas las “ordenan replegarse” a su base. Todas quieren volver, pero la mayoría no lo hacen porque sus empresas editoriales dicen que no es rentable.

La guerra saca lo peor del ser humano y los periodistas enviados son testigo de excepción. Sin embargo, la cobertura bélica está sobrevalorada porque lo realmente difícil y arriesgado es cubrir la postguerra cuando los ajustes de cuentas están al día como hemos visto en las cinco balcánicas, en Liberia, Sierra Leona, Georgia o Ucrania, por citar algunas. Ya no vale relatar la espectacularidad de los bombardeos, los muertos, la huida de los civiles, los objetivos alcanzados, los frentes e, incluso, las no menos importantes historias humanas. Cuando se tiene acceso a una guerra (no es el caso de Siria) es comparativamente más fácil de informar que la postguerra y lo peor de todo, la mayoría de los periodistas abandonan el país cuando los medios de comunicación argumentan que ha dejado de ser noticia.

Sin embargo, esto entra en contradicción con el hecho de que un país en guerra queda hecho añicos en todos los sentidos y levantarlo sigue siendo noticia. Así lo entiende **Rosa Meneses**, enviada especial de *El Mundo*, quien junto a **Alberto Rojas**, acaba de recibir el Premio Periodismo de Derechos Humanos 2016 que concede la Asociación Pro Derechos Humanos de España (APDHE), por su cobertura de los refugiados que huyen de Siria y de Irak.

No todas las coberturas son iguales ni la sensación de haber hecho un trabajo completo. **Rosa Meneses**, tiroteada por un progadafista en 2011, cuando un grupo de periodistas salía de un autobús en la localidad libia de Misda, explica que “en 2006, fui enviada a Líbano y logré escribir de los efectos de la guerra entre los civiles, de cómo se sienten cuando pierden a sus familiares o bombardean sus casas. Por el contrario, la de Siria de 2012 fue una guerra civil difícil de cubrir porque no podías llegar a los lugares y todo era tremendamente hostil. No pude hacer todo el trabajo que quise”.

#### NO HAY QUE OBTENER OBJETIVOS PREVIOS

**Ana Alba**, freelance y ex subjefa de Internacional de *Avui*, opina que “nuestro trabajo es transmitir el sufrimiento de las víctimas y denunciar la situaciones de injusticia extrema y éstas no terminan con un cese el fuego”. Sin embargo, **Beatriz Mesa**, stringer de la COPE en el Magreb y en el Sahel, se conforma con “ser los ojos y oídos de mi audiencia”, que no es poco, algo que también destaca **Mónica G. Prieto**, enviada especial de [www.periodismohumano.com](http://www.periodismohumano.com) quien considera que cuando “realizo un trabajo profesional, voy con el interés de aprender sobre lo que está ocurriendo y abrir los ojos, sin tener objetivos previos”.

“  
La verdadera cara de la  
guerra es el sufrimiento  
que pasa la gente”

Olga Rodríguez

A esto se refiere **Almudena Ariza** que ha cubierto para TVE, las guerras de Afganistán e Irak, cuando dice que “siempre te queda la pena de los que se quedan, o de las cosas que dejas atrás”. Y es normal porque, según **Carmen Postigo**, “la madurez de un



“  
**Los periodistas no se pueden ni mover para no estar lejos de los puntos de envío”**

*Pilar Requena*

periodista cambia toda perspectiva, y con el paso del tiempo, entiendes mejor la contextualización y asimilación de todo lo que está sucediendo, pero para eso, es preciso permanecer en el país aún después de acabar el conflicto”. Esta periodista, que ha cubierto las guerras balcánicas, la Segunda Guerra del Golfo y la Segunda Intifada para la Agencia EFE y otros medios, reconoce que “siempre se te escapa algo”. Coincide con ellas, **Ángeles Espinosa**, corresponsal en Dubai de *El País*, experta en Oriente Medio y el Golfo Pérsico. “La realidad es inabarcable. Cuanto más profundizas en un tema, más te das cuenta de lo mucho que desconoces” y por esta razón, hay que ir a las zonas en conflicto para contar lo que pasa.

La forma de hacer periodismo y los medios *on line* también ha influido mucho en el resultado del trabajo. **Rosa María Calaf**, una de las pioneras junto a **Carmen Sarmiento**, **María Dolores Masana** y **Teresa Aranguren**, considera que “ahora se va más deprisa, todo es más inmediato y menos profundo; se busca lo que impacta sobre lo que importa, sobre todo en

televisión e internet, que nos ofrece cuarenta informaciones sin tener la seguridad de si son veraces o tóxicas”

Hace tiempo que no está en primera línea de fuego, pero **Olga Rodríguez**, que cubrió la Segunda Guerra del Golfo desde Irak para la SER, considera que su trabajo pretende “ser notario del trocito de realidad que tienes delante, y dar voz a las víctimas en los hospitales, en las calles, en las morgues, en sus casas, donde no tienen de nada, a pesar de los numerosos obstáculos, limitaciones y del peligro que corre tu integridad física. La verdadera cara de la guerra es el sufrimiento que padece la gente. Cubrir un conflicto armado es una situación muy radical y te encuentras a diario cosas que hay que denunciar”.

#### **LAS ESTANCIAS SE FUERON RESTRINGIENDO**

**Georgina Higuera**, ex corresponsal y enviada especial de EFE y *El País* reconoce que “antes tenías más tiempo para hacer las coberturas porque te podías quedar los días que fueran precisos. Cuando surgieron los problemas económicos, y las

coberturas y el tiempo de estancia se fueron restringiendo, las condiciones de trabajo fueron cada vez peores. Me hubiera gustado haberme quedado más tiempo en Líbano y Afganistán, pero no pudo ser porque en ese momento, el periódico disponía de menos gente y había que hacer más guardias

de noche y fines de semana en la redacción”.

Una carrera contra el tiempo estipulado es la que mantienen periodistas de programas de TVE como **Pilar Requena**, **Esther Vázquez**, **Yolanda Sobero** o **Yolanda Álvarez**, todas de *En Portada*, o a **Ángela Rodicio**, de *Informe Semanal*, que también han sido enviadas especiales o corresponsales para los Servicios Informativos de la cadena pública. Para sus trabajos, necesitan hacerse con el mayor número de testimonios y de imágenes para sus documentales que no siempre es posible teniendo en cuenta el escaso tiempo del que disponen. “Hay diferencia entre la información que se cubre para espacios diarios, en los que prima lo inmediato y lo que sucede en el momento, y la información para los espacios no diarios, en los que se puede hacer un recorrido o resumen de lo sucedido y analizar las causas y posibles consecuencias. Son dos tipos de información no excluyentes, sino complementarias, aunque los medios den mayor relevancia a lo puntual que es el análisis”, explica **Yolanda Álvarez**.

Su compañera, **Pilar Requena** añade que en una guerra, “es difícil cubrir ambos frentes, pero es que ya no hay una guerra de frentes. En Ucrania hubo una guerra medio híbrida; en Georgia, fue la invasión rusa porque solo había tanques de Putin, y en Afganistán es asimétrica, con insurgentes que organizan ataques terroristas, igual que en Pakistán o en Siria, donde hay miles de guerrillas. Son más complicadas de

“  
**Los medios dan mayor relevancia a lo puntual, que es el análisis”**

*Yolanda Álvarez*



cubrir y los contendientes no respetan ni las Convenciones de Ginebra, que evitaban el salvajismo ni a la prensa. Con las llamadas Primaveras Árabes había que tener cerca un lugar para transmitir y desde el que hacer los directos y eso limitaba ir a los frentes. Los periodistas no se pueden ni mover, para no estar lejos de los puntos de envío”.

Lo cierto es que la información no tendría que concluir con el fin de los conflictos, sino que debería hacerse un seguimiento de qué pasa luego con esas sociedades tan castigadas por las barbaries de la guerra y, en definitiva, para entender los hechos.

Cuenta la escritora y periodista **Maruja Torres** que “a Líbano tuve que ir a vivir cinco años para poder entenderlo y lo conseguí veinte años después de la primera vez que fui. Cuando haces esta información tienes que aprovechar al máximo durante las 24 horas de cada día, porque nunca sabes qué vas a necesitar a la hora de escribir”.

### **MENOS PERSONAL DE PLANTILLA**

Los medios de comunicación, amparados por la peligrosidad del escenario que encarece las primas de los seguros, además de acortar la estancia de sus periodistas sobre el terreno, envían a menos personal de plantilla a cubrir conflictos armados y compran, a precios insultantes, las piezas informativas de los *freelances*. De hecho, desde 2006, cerca de 800 periodistas han perdido la vida en todo el mundo cuando ejercían su trabajo y solo el 7% de los casos ha sido castigado, según datos de Naciones Unidas.

**Mayte Carrasco**, ex corresponsal en Francia y en Rusia, recuerda que en 2010, estando en Malí, “no pude hacer el reportaje que yo quería porque era demasiado peligroso, por riesgo de secuestro, pero conseguí el documental que perseguía, gracias a la

ayuda de nuestro *fixer*. Hice otro sobre la presencia de Al Qaeda en el norte del país y sus repercusiones económicas. La ventaja que tenemos los freelances es que tenemos más tiempo para quedarnos en la zona de interés periodístico y esto me vino bien, por ejemplo, cuando en 2013, después de

todo si se trata de África”, como señala **Gemma Parellada**, de CNN en español, o de “describir el sufrimiento de la población en Gaza o en Siria sin que por ello te alíes con uno u otro bando porque”, dice **Ethel Bonet**, de *La Razón*, “no tiene precio”, o como remata **Cristina Sánchez** ni siquiera “cuando el

Ejército israelí te retiene casi un día entero en el aeropuerto de Tel Aviv y te hace perder el vuelo a España y te requisa todo el equipo de trabajo sin explicación alguna” apartan a estas mujeres de realizar el mejor trabajo del mundo.

Su trabajo bien merece un reconocimiento, a veces

diezmado por el protagonismo de unos que, haciendo menos, consiguen mayor repercusión. El camino que han elegido no ha sido fácil, pero son incapaces de hacer otro como les sucedió a Sofía Casanova, Teresa de Escoriaza y Carmen Burgos *Colombine* que abrieron el camino al resto de mujeres periodistas cuando se fueron a cubrir la Guerra de África y la I Guerra Mundial. Cada vez son más las corresponsales y enviadas españolas que informan desde los sitios más peligrosos del planeta, aún a riesgo de ser secuestradas, asesinadas, torturadas, detenidas o expulsadas del país, y su satisfacción reside en ser ir para, después, contarlo.

**ANA DEL PASO** (Autora de la Tesis Doctoral: “Rol de las mujeres periodistas españolas en conflictos armados, CCII, UCM).



“ La ventaja que tenemos los freelances es que disponemos de más tiempo para quedarnos en la zona de interés periodístico”  
Mayte Carrasco

un mes de espera, pude llegar a una zona de Malí que estaba en combate. Igual me sucedió en Homs (Siria) y ahora lo voy a intentar en Mosul (Irak)”.

Es la única periodista internacional que ha permanecido en Afganistán de forma continuada, entre 2007 y 2015. **Mònica Bernabé**, ahora corresponsal de *El Mundo* en Roma. Ha sido una de las pocas periodistas que ha conseguido imposibles en Afganistán y ha hecho entrevistas que, por su condición de mujer, le estaban absolutamente vetadas. “Procuro hacer mi trabajo lo mejor posible y cuando vivía en Afganistán, tenía muy claro que los tiempos allí son diferentes. Eso me hizo cambiar mi visión occidental”.

“Conté el trozo de verdad que cabe en los medios, que es mínimo, sobre

“ La información no tendría que concluir con el fin de los conflictos”  
Maruja Torres

# FOTOPERIODISMO\_

**A**ctualizarse, seguir formándose, volver a trabajar en exteriores, usar otros formatos para nuevos soportes, realizar distintos encargos, desarrollar proyectos propios, y estar al día, es la nueva rutina de la fotógrafa Begoña Rivas. Después de veintitrés años como redactora gráfica y jefa de la Sección de Fotografía del diario *El Mundo*, salió del periódico con un expediente de regulación de empleo en 2012. “Como no sé hacer otra cosa más que fotos pensé en qué iba a ser de mi vida entonces, pero... ¡hay vida después de un ERE!” -asegura-. En esta nueva etapa ha vuelto a trabajar como fotógrafa profesional autónoma e independiente haciendo colaboraciones para *Jotdown*, *elespanol.com*, y *Cambio16* entre otros. Simultáneamente saca adelante sus proyectos personales, y vende sus fotos en galerías de arte.

Despertaba interés charlar con Rivas porque además desde hace tiempo es integrante jurado de varios certámenes de fotografía, ha recibido algunos premios por sus trabajos y ha realizado exposiciones individuales, a la vez que ha participado en muestras colectivas y en alguna feria internacional, y sus fotografías se han incluido en varios libros. Daba curiosidad saber cómo había pasado de estar en la plantilla de un gran periódico nacional a ser su propia jefa.

## DE JEFE DE FOTOGRAFÍA EN “EL MUNDO” (23 AÑOS) A AUTÓNOMA

ENTREVISTA

# BEGOÑA ARRIBAS

**Hay vida después de un ERE**

ESCRIBE:  
HELENA H. FEDUCHI

**“Trabajar como editora gráfica de un periódico es un capítulo que te enseña muchísimo”**



## ¿Cómo ha cambiado tu vida profesional y cómo enfocas tu trabajo ahora?

La verdad que no paro de hacer cosas, todas las distintas tareas dentro de lo que es el trabajo de un fotógrafo, y ahora además hago lo que toque cada día, ¡la tónica general entre los trabajadores autónomos! Cuando no hago fotos, tengo otras obligaciones propias del fotógrafo, la preproducción y la posproducción. Localizar, editar... Y participo en algunas convocatorias, y sigo formándome, tomo clases si se ofrece algo de lo que no sé. También investigo y experimento con tutoriales en internet, me gusta descubrir las novedades que aportan las aplicaciones y los programas, puede aparecer algún tipo de revelado nuevo o lo que sea. No soy de las que manipula imágenes, y no me salto nada de lo que son las directrices genuinas de la fotografía, pero me gusta saber qué más posibilidades hay. Sobre todo es mi ojo

lo que sigue contando en cada instante, pero me apoyo en la técnica para destacar la luminosidad, conseguir efectos que produce, aprovechar reflejos, obtener mejores contrastes, dar matices, etcétera.

## ¿Cómo empezaste en esto de la fotografía?

Al acabar el bachillerato en los años ochenta, después de preparar oposiciones a Justicia, viajé y conocí a los fotógrafos Daniel Canogar, hijo del artista contemporáneo, y Miguel Zabala, nos hicimos amigos, y decidimos irnos a Nueva York. Allí entré en una escuela de inglés y fotografía, y cuando ellos se volvieron a los tres meses me quedé haciendo fotos porque descubrí que era lo que me gustaba.

*“La conversión a digital fue muy rápida, casi todos lo hicimos intuitivamente”*

## ¿Tuviste algún maestro o modelo, te fijaste en algún fotógrafo en concreto al que seguir?

Concretamente allí participé en un taller con un prestigioso fotógrafo, Douglas Kirkland, que me marcó mucho. Era muy conocido entre otras cosas por sus famosas fotos de Marilyn. Robert Capa indudablemente es el referente porque es el precursor de la foto en prensa. Con él cambia todo y aparece el fotorreportaje. A partir de ahí se empieza a experimentar mucho: con 35 mm ya se revela rápidamente, en tres o cuatro días están las imágenes en el periódico, el trabajo se vuelve mucho más rápido de lo que había sido hasta entonces. Lo que le ayuda a Capa a cambiar es la cámara, ya no va con la de gran formato, y salir sin peso es lo que le permite moverse adonde sea sin problema.

## ¿Te sirvió de mucho aquello para continuar trabajando?

A los dos años llegué a Madrid y empecé a trabajar como ayudante. Me llamaron para colaborar en la revista económica *Ranking*. Pasaba de la 9x12, y cargar con luces y todo el equipo, a salir a la calle con la camarita. Después empecé a colaborar en *El Independiente*, me salieron encargos para *Interviú*, *Telva*, *Bit...* Y aparte de fotos institucionales también empezaron a comprarme el material con el que me iba haciendo poco a poco en mis viajes.

## Entonces empezó *El Mundo* y... enorme experiencia, ¿verdad?

Me siento orgullosa del trabajo que hice en *El Mundo*. Estando como jefa de Fotografía, recuerdo con especial cariño algunos de los trabajos que también realicé como reportera gráfica. La galería de retratos de la España profunda que hice en La Alcarria con la Rolleiflex y un solo objetivo, y que le encargaron escribir a José Antonio Labordeta. El caso es que trabajar como editora gráfica de un periódico es un capítulo que te enseña muchísimo. Pues una vena de artista reconozco que también tengo, y en esta línea he hecho varias exposiciones colectivas también. De las individuales, más recientes son las fotos que hice de *Marea Baja*, que me quedó muy Sorolla.

## ¿Al final te sale la fotorreportera que llevas dentro?

Claro, es inevitable. También se puede denunciar con arte y es estupendo; pero no quita que la esencia y el quid del foterperiodismo siguen siendo claves en el lenguaje fotográfico, es la fuerza que tiene poder contar la realidad en imágenes. No

podemos negar el potencial de algunas fotografías, podemos recordar muchas que han dado la vuelta al mundo. Por ejemplo, en esta misma línea informativa se me ocurrió hacer un trabajo con madres boxeadoras y lo envié al *XL Semanal*, que también lo tuve que escribir porque así me lo compraron: *Mujeres con los guantes bien puestos*.

### ¿Entonces en la actualidad, y después tantos años en un gran diario como *El Mundo*, vives de fotógrafa "freelancer"?

Al salir del periódico me quedé desconcertada, pero fui comprendiendo que las cosas pasan: tantos años con un mismo jefe con el que debates el trabajo, se echa en falta a los compañeros, la rutina... Cambió todo pero me planteé que... ¡Hay vida después de un ere! A mí favor puedo decir que tengo trabajo. Lo que me gusta realmente es sacar el alma de la gente y creo que es ahí donde uno se diferencia, y tiene que existir una complicidad entre el fotógrafo y fotografiado, y si no hay esa conexión no sale nada. Las revistas me han dado mucho margen de libertad. *Jotdown* ya me había insistido mucho a través de las redes para que colaborara en la publicación con fotos de este tipo.

### Como responsable de Fotografía, ¿también se seguía tu criterio en el periódico a la hora de publicar las fotos? ¿O mandaban los fotógrafos quizás?

Hasta ahora, en los medios de prensa para los que he trabajado, la última palabra no la tenía yo por unas o por otras... Aquellos eran otros tiempos

¡Hasta un becario podía tirar una foto, salvo la de portada que junto con el editorial se planteaba en equipo! En cambio las páginas interiores, que en principio se suponía que se decidían en la sección de fotografía, debido a los criterios de maqueta, redacción, publicidad, clientes... ¡Las fotos podían terminar destrozadas por lo que fuera o...! ¡De cualquier manera...! Cada día era una sorpresa. Yo ahora puedo tomar mis decisiones, soy independiente.

### *"Una de las causas por las que más han caído los periódicos es porque todos se volvieron iguales"*

#### ¿Qué importancia tiene para ti la edición?

El mundo de la edición es fundamental. Ahora, sin esa rapidez tan estresante del periódico yo puedo dedicar el tiempo necesario para editar y preparar bien mi material. En general hay que evitar cualquier despropósito y la posibilidad de que luego se mal interpreten las imágenes. Pero es cierto que cabeceras como *Cambio 16* y *Jotdown* también respetan mucho el trabajo de edición. Creo que las revistas son espacios fantásticos para trabajar.

#### ¿Qué pasos diste para desarrollarte en esta nueva etapa tuya?

En el periódico esos años no fueron suficientes, la conversión a digital fue muy rápida. Casi todos lo hicimos intuitivamente y de forma autodidacta porque en el día a día no cabía hacer más.

Todo era nuevo y distinto y también la fotografía tenía su complicación porque, por ejemplo, ofrecía menos resolución (esto aparte del resultado que dan las analógicas, que es completamente diferente al que se obtiene en digital).

### ¿Profesionalmente qué opinas de la calidad de esa ingente cantidad de imágenes que se publican cada día?

Afortunadamente creo que en general ahora se está cuidando más la fotografía en internet. La calidad funciona siempre. Los nuevos medios también se han fijado en que eso funciona. *Jotdown*, -siento insistir-, es famosa por la calidad de sus imágenes.

### *"Se utilizan demasiadas fotos de agencias y se dejó de elaborar material propio"*

#### ¿Es una vuelta atrás, se podría volver a lo de antes?

Creo que los medios de ahora en adelante ya no van a ser el modelo de negocio que hemos conocido, eso de la venta de noticias ya no funcionará igual. Hay que aspirar a menos negocio, a tener un medio como una pequeña empresa, a volver a la verdadera esencia del periodismo, a conectar con el lector otra vez, a dar un servicio a los ciudadanos... ¡y no a hacerse multimillonarios! Sí creo que volverá a ser como antaño la importancia de lo local, pero ya en unos términos globales.

#### ¿Hablamos de internet?

La fotografía cambió los periódicos y el multimedia los está cambiando hoy en día. Las nuevas narrativas están cambiando el mundo de la comunicación actual y nos encontramos ante nuevos escenarios. Las técnicas de última generación... Internet es un enorme cajón de sastre y cabe todo, bueno y malo. Sin profundizar en los demás elementos visuales de la cobertura informativa actual, ni entrar en los bancos de fotos, etcétera, no cabe duda que es una revolución tal que ha popularizado demasiado el mundo de la imagen, y hay gente que se ha hecho adicta a ella. También hay sobreabundancia de fotografías porque el hiperconsumo de todo invade nuestras vidas. Me da pena porque encima todo el mundo se cree que es fotógrafo... Y cuando ves lo que sale de los "selfies"... Es verdad que las cámaras son muy buenas, ¡pero hay que saber hacer fotos!



*“De la etapa analógica, el resultado en papel es algo maravilloso”*

**¿Cómo separar el grano de la paja si falta ojo crítico? ¿O vale todo?**

Una de las causas por las que más han caído los periódicos también es porque todos se volvieron iguales. Entre otras cosas porque se dejó de elaborar material propio. Y porque se utilizan demasiadas fotos de agencia. Otra cuestión muy importante es tener un editor, es un muy buen filtro si no el mejor. Pero ya no se contratan editores tampoco.

**De la etapa analógica, ¿qué echas en falta?**

El resultado, también el ritual. Sobre todo el resultado en papel, es algo maravilloso. En digital se consiguen excelentes cosas, pero todavía no se ha conseguido nada igual o yo no sé hacerlo... El papel además tiene un componente sentimental.

**¿Añoras el carrete?**

El carrete yo no lo echo de menos, no me resulta cómodo. Pero ya digo que los resultados de la fotografía actual no son iguales a los de antes aunque ahora salen novedades: hay intentos para conseguir similitudes al Tri-X y demás, existe el PreSet, los ajustes de revelado con los que conseguir todos los valores y los mejores acabados (virados, grano o no grano, texturas...). Es verdad que dan muchas posibilidades, pero no he visto todavía una buena copia en papel a pesar de tener muchas en Hahnemühle, calidad de papel diseñada especialmente para la reproducción sobre todo de muestras de trabajo para exposiciones... No obstante, para determinados trabajos podría seguir utilizando carretes caducados para hacer algún experimento curioso. En plan accidental pero profesionalmente también se utilizan para conseguir efectos raros y variaciones, dan auténticas transformaciones y fortuitamente pueden salir fotos muy artísticas, muy sorprendentes y bellas.

*“El carrete no lo echo de menos, no me resulta cómodo”*

**¿Y la importancia de la belleza en las imágenes?**

Creo que un fotógrafo sobre todo tiene que poder explicar hechos sin palabras.



Si además consigues una bonita imagen, a pesar de la crudeza de la noticia, la foto será de diez. Que sea preciosa es un valor añadido.

**¿Existen los prejuicios?**

Existen los prejuicios y nos reprimen, tenemos ideas preconcebidas y se asocian a cosas; me viene al caso, por ejemplo, el tema de los toros, del arte de torear y todo lo que rodea a la fiesta, la belleza, la estética, lo espectacular que tiene... Cuando conoces el panorama, nadie puede negar que tenga todo eso aunque para un determinado imaginario colectivo ya esté directamente asociado casi a lo peor de lo peor. Esta es mi reflexión, y es lo que yo pensaba y sentía al realizar el reportaje en la plaza de Las Ventas, mientras cubría las crónicas de las corridas de toros. Pero a la vez, entre toro y toro, iba sacando todos los detalles, y entre foto y foto pasó que una salió por casualidad de tal manera que seguí haciendo más y acabaron en *La tela de torear*.

*“La gente hace fotos sin saber para qué las hacen”*

**¿Una imagen vale más que mil palabras?**

En cualquier caso no es igual dar cobertura a la crisis de los refugiados que hacer un posado o una foto en una rueda de prensa en Moncloa para acompañar lo que se habla en la Comisión de Secretos Oficiales y explicar qué está pasando en una reunión de ese nivel, ¡y a la vez

pretender que sean todas tan bonitas como un paisaje!

**Para que salgan buenas fotos, ¿además de intuición tendrá que haber control técnico?**

Sí, entre otras cuestiones intuición y técnica para mí van de la mano. La intuición sin técnica no vale más allá de una foto, a pesar de que ahora está de moda lo espontáneo sin más y eso de que si no es instantáneo...

**¿Cómo editora gráfica entonces retirarías mucho material del planillo? Según tu criterio, ¿fotografiarías y publicarías la mítica foto del cuerpo sin vida del niño sirio Aylan muerto en aguas del Egeo?**

A mi juicio, sí que daría esa foto en portada, ¿quién soy yo para censurar nada? Si no quieres entrar en detalles, de primeras siempre se puede hacer que se tape la cara del niño en este caso, por ejemplo.

*“Como fotoperiodista estoy totalmente en contra de fotomontajes, retoques...”*

**¿Ética del fotoperiodista o código ético de la publicación?**

En fotoperiodismo debe haber ética por encima de todo y la hay; pero puede haber un largo trecho de la que tú propones a la que al final queda... En el fondo la ética es la del director y del

medio, vamos, de quién decida lo que se va a ver. En cambio, yo como fotógrafa sí soy partidaria de hacer todas las fotos, porque luego ya tomará sus decisiones a la hora de publicarlas y de cómo hacerlo el director de turno o el responsable que sea. Yo fotografío lo que veo como testigo de lo que tengo delante y lo muestro honestamente desde mi óptica, pero pretendo ser objetiva con la realidad.

### ¿Qué opinas de los fotomontajes, retoques...?

Como fotoperiodista estoy totalmente en contra de las intervenciones de fotomontaje, retoques, para mí no cabe manipulación ninguna, se distorsiona la realidad y se desvirtúa el trabajo: es manipular la información, es alterar el mensaje, es adulterar el contenido. Se han cometido y se siguen cometiendo verdaderas barbaridades, y nuestro trabajo queda en tela de juicio.

### Entonces fotoperiodismo en favor de denunciar casos, de desocultación de asuntos, de sensibilización de causas.

Fotoperiodismo es sobre todo informar de todo lo que está pasando alrededor. La denuncia yo se la dejo a cada cual, soy partidaria de que cada uno se haga su lectura: o que lo tome o que lo deje, lo juzgue bien o lo juzgue mal.

### ¿Y si la falta de tiempo no permite conseguir la foto?

Sí es cierto que el problema en fotoperiodismo es el tiempo más que nada. Y está claro que para que salga el trabajo en cada ocasión hay otras presiones también, es fácil que haya tensiones; pero soy de la teoría de que con educación y respeto consigues hacer las cosas la mayoría de las veces. Respeto ante todo. En mi caso personal, además de la seguridad que te da la experiencia, creo que hay una cuestión de género: con un temperamento no agresivo, y algo de dulzura, el trabajo es más fácil. Es muy importante. Porque hay



una parte femenina en la fotografía que también hay que aprender a entender y a desarrollar, es como el componente poético que puede tener la literatura.

*“Hay una parte femenina en la fotografía que también hay que aprender a entender y desarrollar”*

### ¿Sentido y sensibilidad de las mujeres?

Sí, y si me importa el trabajo que hago, yo somatizo. Nunca soy la misma persona cuando estoy frente al retratado, porque empatizo mucho con cada uno. Si se trata de retratar a un político será diferente que si tengo que fotografiar a una refugiada. Yo empatizo porque si no haría siempre la misma foto. Si quiero transmitir sus sentimientos al final soy yo la que somatizo las emociones que me producen, es una conexión especial con los retratados, hay re. A veces en este trabajo acabas haciendo también un poco como de psicólogo.

### Así está el patio actualmente, y sobre lo que viene, ¿qué ves?

Aprovecho para hacer una llamada porque participo en varios certámenes de fotografía, en ferias y festivales, y son una muy buena manera de tomar el pulso al colectivo. En concreto soy jurado del premio económico más gordo de fotografía que hay en España y a Nikon no llegan buenos reportajes, lamento decir. Me pregunto por qué solo se mandan algunos retratos, descartes... El Premio Internacional de Fotografía Humanitaria Luis Valtueña que entrega Médicos del Mundo lo ganan muchos españoles, pero generalmente no concurren con sus mejores trabajos. Esto es de veras para mirárselo, no sé por qué a la gente le cuesta tanto soltarse a pesar de la oportunidad que suponen, del prestigio que tienen y el dinero que haya. Nikon además edita un libro buenísimo...

### ¿No surge gente nueva?

Veo también que hay gente nueva en España que me está sorprendiendo mucho.

### Si dieras clases ¿qué recomendarías a tus alumnos?

Yo no doy clases pero si tuviera alumnos por supuesto les explicaría que la fotografía siempre es cuestión de luz, y les recomendaría también autocensura entre otras cosas y autoexigencia en el sentido positivo, porque creo que son necesarias para fomentar el pensamiento crítico.



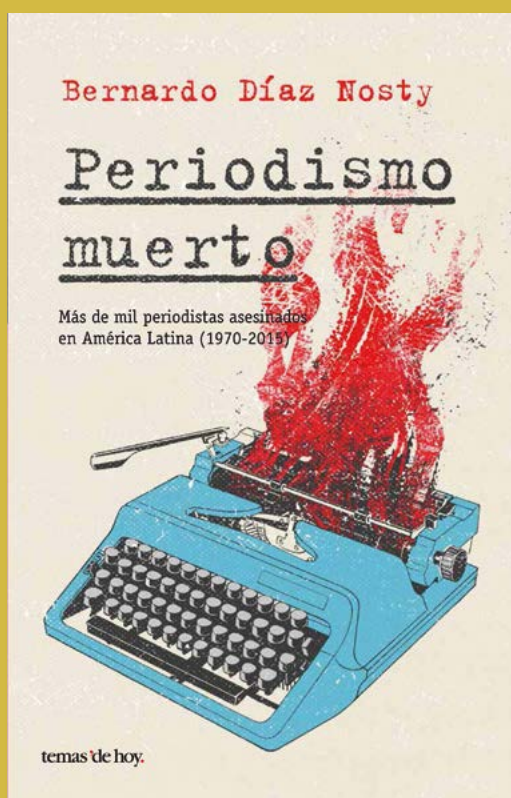
H.H.F

# INTERNACIONAL\_

*El libro más reciente del catedrático de Periodismo Bernardo Díaz Nosty empieza con una cita de Ernesto Sábato: "El escritor debe ser un testigo insobornable de su tiempo, con coraje para decir la verdad [...]. Debe prepararse para asumir lo que la etimología de la palabra testigo le advierte: para el martirologio". Periodismo muerto (Temas de Hoy, 392 páginas) es un martirologio de los reporteros asesinados o violentados en América Latina, pero internándose en la persona tras el nombre o la cifra.*

ENTREVISTA

# BERNARDO DÍAZ NOSTY



**"Hay un déficit de información de nuestros medios acerca de América Latina"**

ESCRIBE:  
MYRIAM REDONDO

**"Un problema fundamental del periodismo en América Latina es que no tenía un estudio comparado"**

**M**éxico lidera las estadísticas de víctimas en términos absolutos. Guatemala, Honduras y El Salvador configuran un triángulo dramático de ataques en términos relativos a su población. Pero para entender todas estas agresiones hay que mirar al contexto general de violencia latinoamericana: el índice de homicidios de Brasil, otro de los países con mayor número de periodistas atacados, lo sitúa entre los quince más inseguros del mundo.

En total son 19 países analizados en su conjunto y por regiones con un notable esfuerzo de recopilación estadística y documental: México en el epicentro de la crisis; Centroamérica con sus estados fallidos (Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá); el Caribe (Cuba y República Dominicana); las Repúblicas Bolivarianas (Colombia, Perú, Venezuela, Ecuador, Bolivia); y Brasil y el Cono Sur (Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay). El libro también puede entenderse como un importante trabajo de recuperación de la memoria histórica: recorre 46 años (1970-2016) llevando al lector desde la violencia que conoció la Prensa bajo las dictaduras del siglo XX hasta el rodillo que fue imponiendo el crimen organizado a finales de ese siglo y comienzos del XXI, sobre todo en los países del norte.

En ese río revuelto Díaz Nosty no oculta aquellas situaciones en las que fueron los propios reporteros o medios quienes presentaron una actitud poco edificante. Algunas cabeceras fueron cooperantes necesarias del Plan Condor (coordinado por Argentina, Chile, Brasil, Paraguay, Uruguay y Bolivia para silenciar voces críticas entre intelectuales y artistas en las décadas de 1970 y 1980). Se recuerda asimismo la actividad desestabilizadora de gobiernos extranjeros, bien por su apoyo político a la represión o por su intervención propagandística: entre el 15 de septiembre y el 3 de noviembre de 1970 la CIA generó 726 artículos, editoriales y notas de televisión y radio en todo el mundo criticando a las fuerzas del presidente Salvador Allende.

El caso cubano ejemplifica cómo el vaivén político de la Guerra Fría minó la libertad de prensa. Los periodistas pasaron de la intimidación bajo la dictadura de Fulgencio Batista (1952-59) a ser alabados por Fidel Castro como agente fundamental del triunfo de la revolución (1959), para terminar tratados como funcionarios obedientes por el régimen castrista. El periodismo digital/ciudadano ha permitido un cierto rebrote de la independencia, y en comparación con otros países del entorno el clima de violencia es notablemente menor (no se tiene constancia de reporteros asesinados o desaparecidos desde 1970). Sin embargo, desde que existe el ranking de libertad de prensa de Reporteros sin Fronteras Cuba aparece entre los países peor valorados del mundo.

En el prólogo, el juez Baltasar Garzón describe los estados de ánimo que surgen leyendo el texto: van de la indignación a la congoja. No solo se trata de ataques físicos y el drama incluye precariedad laboral, baja autoestima profesional, desconfianza y miedo. En definitiva, falta de libertad. Pero si hay algo que destaca en la obra son los héroes, aquellos que resistieron y aún resisten a base de amenazas, pesadillas y temor por sí mismos y por sus familias. “El miedo se coló



### *“Gran problema prácticamente desconocido en España: la existencia de narcoperiodistas”*

en mis sueños... primero entregarían mis manos a mi pareja, luego mi cabeza a mi padre”. Así relataba Lydia Cacho, periodista mexicana multipremiada, las amenazas sufridas.

Periodistas ha hablado con Bernardo Díaz Nosty sobre Periodismo muerto.

#### — ¿Por qué esta investigación?

— He tenido la fortuna de viajar con frecuencia a América Latina y de forma progresiva he ido tomando conciencia del problema. Hace unos quince años, con ocasión de una estancia de trabajo en el diario El Economista de México, sentí de cerca la violencia sobre los periodistas —fue secuestrada una periodista y el director fue tiroteado—, pero lo atribuí más a la delincuencia común que a una agresión contra la libertad de prensa. En 2005 creé el Observatorio de la Libertad de Prensa en América Latina ([www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org)), a partir del cual se creó la Cátedra Unesco de la Universidad de Málaga. Se inició así el trabajo estadístico que, a finales de 2015, reunía información de 1.051 periodistas asesinados y desaparecidos en la región desde 1970, y hoy se aproxima a los 1.075.

#### — ¿Cuál es la gran aportación de la obra con relación a la bibliografía existente sobre América Latina?

La mirada de conjunto. Por extraño que parezca, un problema fundamental del periodismo en América Latina, que en el último medio siglo ha afectado al conjunto de las naciones y a la libertad de expresión, no tenía un estudio comparado.



—¿Por qué no existe un registro unificado de víctimas? Hay diferencia entre los de muchas entidades solventes: Reporteros sin Fronteras (RSF), Committee to Protect Journalists (CPJ), Federación Internacional de Periodistas (FIP-IFJ), International Press Institute (IPI), Presse Emblème Campagne (PEC) y el Observatorio de la Libertad de Prensa en América Latina (OIA).

—Hay diferentes criterios de medición. Algunas organizaciones tratan de distinguir entre los homicidios relacionados con la actividad profesional y los derivados de otras circunstancias, pero la debilidad institucional de los sistemas de justicia y el imperio de la impunidad no permiten discernir... Incluso policías, fiscales y gobiernos tratan de desvincular los atentados del ejercicio profesional, para no ser señalados por las organizaciones internacionales. Otros excluyen a los medios comunitarios o no consideran periodistas a blogueros que, en sistemas de carencia informativa, atienden a la opinión pública, como reconoce Unesco. Es una cuestión difícil

*Lo más frecuente es discriminar a 'las pendejas periodistas' por meterse a indagar el mundo machista de la violencia o de la droga*

pero al margen de la disparidad de cifras lo cierto es que en todos los casos, independientemente de las causas, se está constando el hecho cierto y dramático de la muerte de un periodista.

— ¿Es América Latina el escenario más peligroso del mundo para el ejercicio profesional?

—Centroamérica, sí. Guatemala, Honduras y El Salvador marcan la diferencia. En términos relativos a su población, sin duda centran un núcleo dramático. En lo que va de siglo han sido asesinados 438 periodistas en América Latina, más de 150 de ellos en México y un centenar en Centroamérica y setenta en Colombia. Entre 2010 y 2016, más de ochenta en México y cerca de setenta en Centroamérica.

— ¿Qué casos de violencia contra periodistas podría destacar? ¿Cuáles le resultan más simbólicos?

—El libro analiza el problema de los atentados a periodistas en distintos momen-

tos históricos. La primera etapa está marcada por las dictaduras militares. Fueron muchos los muertos y desaparecidos en Brasil, Chile, Uruguay y Argentina, y nombres muy relevantes, pero daría dos que dieron la vuelta al mundo: Roberto Walsh y Vladimir Herzog, en Argentina y Brasil, respectivamente. Años más tarde, en los ochenta, en Colombia y México asesinan a dos figuras de especial relevancia, víctimas del poder del narco. Guillermo Cano, que denunció el asalto al ámbito de la política colombiana de Pablo Escobar y del crimen organizado, pagó con su vida, en 1986, su coherencia ética y su fortaleza periodística al frente del diario El Espectador. La figura de Cano da nombre al Premio Mundial de la Libertad de Prensa de Unesco. Dos años antes cayó Manuel Buendía, tal vez el periodista más prestigioso y reconocido de México, víctima de un complot policial para ocultar la eclosión de los narcopoderes emergentes. En Guatemala desapareció en 1980 la periodista Irma Flaquer, irreductible en sus denuncias desde su columna "Lo que otros callan" en La Nación. En 1978 fue asesinado en Nicaragua Pedro Joaquín Chamorro, director de La Prensa.

Hoy la mayoría de los casos, de Brasil a Paraguay, de Centroamérica a México, están trazados por el "plata o plomo" del narcotráfico sobre los periodistas, cada vez más reducido a "plomo o plomo" para el que no entiende la situación... Es el caso de México. En ese drama se mezclan todos los poderes oscuros que hacen posible situaciones de quiebra institucional

*¡Los Medios NO cuentan bien los asesinatos de periodistas en América Latina!*

en muchas naciones. Hace poco, en Perú, con ocasión de las elecciones, se recordaba la etapa Fujimori, en la que se contabilizaron más periodistas muertos que en el Chile de Pinochet.

—Hubo incluso asesinatos múltiples.

—Sí, claro. Podríamos destacar tres situaciones especialmente dramáticas. La matanza de Uchuraccay, en Perú, en los años de enfrentamiento del Ejército con Sendero Luminoso. El atentado de La Penca, en la frontera entre Nicaragua y Costa Rica, y la muerte de cuatro periodistas holandeses ejecutados en una emboscada del ejército en la guerra de El Salvador.

—Las cifras de asesinatos impresionan, pero leyendo el libro se observa que lo más extendido es la censura pasiva.

*"La tendencia más preocupante es la muerte del periodismo"*

—En los países más castigados por la crisis de humanidad, es decir, en Estados fallidos o cercanos a la condición de narcoestados, predomina el miedo, el periodismo o precario o, mejor, el periodismo imposible, intervenido por los poderes oscuros que sustentan el crimen. Resulta sorprendente la respuesta de incredulidad que he apreciado cuando se hacen estas afirmaciones sobre la situación límite de algunos países, incluso entre colegas. Eso es debido, sin duda, a un déficit de información de nuestros medios acerca de América Latina.

— No ha temido profundizar en episodios donde los reporteros no son víctimas o sólo víctimas. Explica la existencia de los narcoperiodistas, que mantienen vínculos con el crimen organizado y el tráfico de drogas.

—Este es el gran problema, prácticamente desconocido en España. En varios países se asiste a lo que se ha dado en llamar una reconstrucción cooptada de los Estados, algo de lo que aquí no hablamos. Es el blanqueo de las actividades de las bandas criminales y su inclusión en las estructuras legales del poder, como hace muchos años planteó en Colombia Pablo Escobar. Las fuerzas oscuras emergen mediante el blanqueo de los réditos de sus actividades delictivas en otras legales. Del mismo modo que compran hospitales, universidades o clubes de fútbol, compran medios... Hay mucha información en el libro sobre el narcoperiodismo en Colombia, Guatemala, Honduras, El Salvador, Paraguay, México...

—Periodismo muerto también analiza la connivencia de los medios con regímenes dictatoriales oscuros, su participación en la historia sangrienta de América Latina y en la historia de los ataques a sus periodistas.

—En los años de la Guerra Fría hubo diarios líderes de diversas naciones, que aún hoy mantienen su posición, que prepararon psicológicamente a la opinión pública para el advenimiento de los regímenes militares y las dictaduras, con

campañas de definición del enemigo, estigmatización de los periodistas que ejercían la libertad de pensamiento y desinformación generalizada. La mayoría de esos diarios estaban y siguen estando coaligados en organizaciones supranacionales de carácter patronal que sitúan la libertad de empresa por encima de la libertad de prensa. Además, suelen eludir un problema central: la dignificación de la profesión periodística, sujeta hoy a condiciones laborales pésimas. Es algo determinante para la independencia de los profesionales, necesario para una prensa libre y plural.

**—Escribe usted sobre la mordaza judicial y la impunidad, que alcanzaría hasta el 98% de los casos de violencia contra periodistas en México, según Naciones Unidas.**

—Un problema es el de aquellos países que dicen respetar la libertad de prensa, como así rezan sus constituciones, y luego despliegan “leyes mordaza” que, apelando al honor de las personas, impiden la denuncia de los políticos y funcionarios corruptos. Es un problema muy extendido en América Latina. Otro distinto y mucho más grave aún es el de la impunidad, porque la impunidad estimula la respuesta de los enemigos de la libertad de prensa y la transparencia. Los casos no se resuelven y, a lo sumo, en contados casos, alcanzan a encausar a sicarios, pero muy difícilmente a los autores intelectuales de los asesinatos. Las organizaciones internacionales especializadas apuntan generalmente a la culpabilidad de policías, militares, políticos... También, claro, a los cárteles de la droga desde Colombia a México, pasando por la poco conocida realidad entre nosotros de las naciones de Centroamérica. Aquí se dan, junto a Venezuela, las mayores epidemias homicidas, multiplicando por ocho, nueve y diez el índice de diez homicidios por cien mil habitantes que la Organización Mundial de la Salud establece como punto de epidemia.

**—En el caso de las reporteras también se da el abuso sexual.**

—Hay abusos, sí, pero lo que más abundan son las amenazas que introducen la cuestión de género. Lo más frecuente es discriminar a “las pendejas periodistas” por meterse a indagar el mundo machista de la violencia o de la droga... En las amenazas sí se habla de violar a la periodista o a sus hijas... Las mujeres, también hay que destacarlo, son las más valerosas en la denuncia de la irracionalidad y en

la defensa de la información como base ética de regeneración social. En general, durante los últimos años, han sido las periodistas en México, Colombia y Centroamérica las que han asumido con valentía el riesgo de enfrentarse a la corrupción, a la violencia estructural y esa reconfiguración cooptada de los Estados.

**—La obra apunta a nuevas formas tecnológicas de acoso: hackeo de cuentas personales, aparición de personalidades ficticias que trolean a los reporteros en las redes sociales...**

—La valerosa Carmen Arístegui de México ha denunciado el ciberterrorismo contra medios y periodistas. En Colombia se vivió el fenómeno de las chuzadas, es decir, de las escuchas telefónicas a los periodistas y su persecución desde el aparato de inteligencia del Estado.

**—¿Los medios están contando bien los asesinatos de periodistas en América Latina?**

—¡No! Un periodista muerto es noticia, pero no se analizan las causas, su situación laboral, su desprotección, la dejación de funciones de las empresas ante los problemas que afectan a los periodistas. Tampoco se dice cuál era su posición en el tablero del crimen, es decir, si trabajaba o no para el lado oscuro de la sociedad. Un periodista es noticia por ser periodista, tiene un plus de visibilidad, pero se mata a muchos más maestros, sindicalistas, líderes comunitarios o indígenas que periodistas... ¿Quién habla en España de las matanzas de sindicalistas en Colombia o de los cerca de cinco

millones de desplazados en este país o de fenómenos como los “falsos positivos”? Ya sé que ahora no toca...

**—¿Qué tendencia le parece más preocupante?**

—La muerte del periodismo. El libro se titula así: Periodismo muerto. Parecía más lógico titularlo periodistas muertos, pero no. Salvo en contados países, no hay libertad de expresión o la libertad no es más que una máscara retórica donde se ocultan las realidades paralelas.

**—El libro contiene mucha información pero quedan cosas por contar. ¿Habría segunda parte, debates o actividades relacionadas?**

—Es posible. La dimensión del problema tiene tantos alcances, especialmente desde la perspectiva de la cultura democrática, que no es fácil sustraerse a la tentación de seguir investigando. ¿Será posible enterrar el drama de medio siglo de barbarie en Colombia bajo el manto de la necesaria paz? ¿Se puede construir el futuro desde el blanqueo de la memoria? El periodismo, la ética, el derecho a la información y a la memoria apelan a otro escenario, apelan a la transparencia. He realizado la investigación como un instrumento de denuncia de una situación vergonzosa. Por eso espero que, a partir del libro, continúe el debate, al que también podría contribuir un proyecto de exposición itinerante con datos y testimonios de lo que vengo a llamar la ‘anomalía latinoamericana’.

M.R.



## III CONGRESO LATINOAMERICANO DE DEFENSORIAS DE LAS AUDIENCIAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

# El control y defensa de la información en momentos de crisis

### Cuesta introducir la práctica de la rectificación

ESCRIBE:  
ANTONIO RUBIO

**I**ndependencia y autonomía de las Defensorías frente a los entornos cambiantes del poder”. Con esa idea, con ese planteamiento de trabajo comenzó el pasado 7 de noviembre el “III Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias” en Ciudad de México. Fueron tres intensos días de debate con 46 ponentes, cuatro mesa de análisis y reflexión y dos sesiones de trabajo, a puerta cerrada, donde se hizo una radiografía sobre la situación de cada país miembro. Allí también estuvo, participó y aportó sus conocimientos y experiencias la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE).

El tercer día, el 9, los participantes hicieron pública una declaración donde reivindicaban y demandaban una serie de puntos en beneficio de los lectores y audiencias y la independencia de los mediadores y defensores como “principio básico para proteger al público de los intereses y cambios políticos”.

El maestro Javier Darío Restrepo, referencia obligada de la ética y deontología en el mundo periodístico y miembro del

Consejo de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, arrancó la primera mesa de debate, “Derechos de las audiencias y libertad de expresión”, con la ponencia Un defensor en tiempo de crisis: “Cuando una sociedad está en crisis el lector se refugia en su diario con la ilusión de encontrar a quién creerle y de quién recibir respuestas”.

En esa mesa también estaban Gerardo Albarrán, que hizo las veces de moderador y es el Defensor de la Audiencia de Radio Educación de México; Dario Klein, reconocido y prestigiado reportero uruguayo y ex Defensor del lector del rotativo La Diaria; Rodolfo Díaz, Defensor del lector del diario Noroeste de México, y el representante de la FAPE, Antonio Rubio.

*“Todos los poderosos descubren más temprano que tarde que su poder es incompleto si no cuentan con un control sobre la información”*

Javier Darío Restrepo, que ya ha cumplido los 83 años, sorprendió a todos los estudiantes, periodistas y ciudadanos en general que asistieron a este III Congreso --que se llevó a cabo en el auditorio de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal de México--, por su lucidez, conocimiento y claridad

Los nuevos periódicos con soporte digital tuvieron una atención especial por parte de los componentes de la primera mesa y en especial del maestro Restrepo: “Las experiencias con la tecnología digital están demostrando que si el periodismo ha de sobrevivir será si cambia su relación con el receptor de

riodistas y medios prefieren mimetizar sus errores y vuelven a publicar la noticia con los datos correctos, antes de llamar a las cosas por su nombre y decir: al informar sobre tal asunto dijimos erróneamente tal cosa, por tanto, este periódico rectifica y esta es la información correcta”.



46 ponentes, 4 mesas de análisis, 2 sesiones de trabajo.

de ideas y planteamientos. Brilló con luz propia.

“Esos aires de crisis y de cambio repercuten en el periodista porque es cuando el poderoso quiere echar mano de todo el poder de la información. Los poderosos, todos los poderosos, descubren en un momento u otro y más temprano que tarde que su poder es incompleto si no cuenta con un control sobre la información. Saben que la fuerza del poder tiene que consolidarse por la vía de la inteligencia y por eso buscan el control de la información”.

Darío Klein recuperó su experiencia personal en el periódico La Diaria para recordar que “hasta 2008 en Uruguay jamás había existido la figura del Defensor del Lector, excepto en un corto periodo de tiempo en una revista y en tan sólo unos pocos números”.

la información. A la radical reforma de la estructura financiera y al cambio de contenidos periodísticos deberá seguir la nueva relación con el receptor que, de simple cliente, pasará a ser socio”.

Y ese socio necesita convertirse en un cliente crítico y para eso está el Defensor del Lector que promoverá y enseñará a los lectores-clientes-socios, mediante una acción pedagógica, a ser activos y que “examinen el periódico con ojo atento, como quien repasa una propiedad particular a la que se quiere mantener sin fallas”.

Rectificar. Asumir errores. Conceptos malditos o no digerido en algunos medios también surgió y se estudió en el III Congreso de Defensorías del Lector y de las Audiencias:

“Cuesta introducir la práctica de la rectificación. Reacios a rectificar, pe-

Profesionales y asistentes –tras cada mesa de trabajo se abrió un amplio e interesante debate-- coincidieron en que uno de los cometidos del Defensor era “romper ese complejo y enseñar la práctica de la rectificación para crear un ambiente propicio de diálogo periódico-lectores en condiciones de igualdad”.

La necesidad de una “sociedad bien informada” y la “transparencia”, sobre todo en los momentos de crisis, fueron dos de los principales temas que surgieron en el transcurso de las diferentes mesas de trabajo y debate del Congreso.

“Son muchas las informaciones que aparecen en los medios de comunicación donde tan sólo se indica “según fuentes solventes” y no hay mayor mención sobre cómo y de qué forma ha sido conseguida esa “exclusiva” o cómo se ha realizado el trabajo periodístico. El lector, la audiencia no tiene suficiente



Antonio Rubio, en representación de la FAPE, con el maestro Javier Darío Restrepo, miembro del Consejo de la Fundación Nuevo periodismo Iberoamericano

“transparencia” informativa para saber si lo que nos presentan es fiable o hay algún interés por parte del periodista o del medio. Y, además, en muchas ocasiones esa información no está elaborada según las normas o libro de estilo del periódico, diario, revista, radio o cadena televisiva. Por todo ello, “queremos saber” para tener más transparencia y una información veraz y libre”.

Esta reflexión formó parte de la ponencia que presentó la FAPE y la mesa de trabajo asumió, por unanimidad, que en muchas ocasiones las informaciones no están suficientemente “documentadas, acreditadas y verificadas” y que al lector sólo le queda la “fe” en el medio o en el periodista.

También se llegó a la conclusión de que “la información, y sobre todo la información sensible o que pretende ser intencional (la que intenta cambiar algo), necesita del mayor número de datos, documentos o aportaciones que ex-

plique de dónde procede y cómo se ha conseguido para que sea “transparente, creíble” y que los lectores o audiencia sean “más libres e iguales”.

Los asistentes y profesionales también reclamaron mayor “información y transparencia” en los medios de comunicación para que los lectores sepan quiénes son las fuentes, las que se puedan revelar y no atenten al secreto profesional, o de dónde procede el material revelado y publicado.

“Órganos reguladores: ¿Garantes de las defensorías de las audiencias?” y “La promoción de los derechos de las audiencias infantiles” fueron las otras dos mesas o paneles que se trabajaron durante el Congreso. Colombia, Brasil, Panamá, Chile, Ecuador, Argentina, Uruguay, Paraguay, México Bolivia y España tuvieron sus respectivos representantes y durante las jornadas de tarde, días 7 y 8, realizaron una exposición-análisis sobre la situación actual

de Defensorías de las Audiencias en sus respectivos países.

*La presidenta de la FAPE, Elsa González, envió un mensaje por vídeo para indicar que en España muchos medios de renombre carecen de defensor del lector*

Elsa González, nuestra presidenta, mandó un mensaje a los organizadores y participantes del Congreso mediante un vídeo donde indicaba que en España muchos medios de renombre carecen de Defensor de Lector y subrayaba que “la crisis ha ocasionado la pérdida de instrumentos esenciales y se ha reducido la calidad del producto ocasionando una falta de ética”.

Por último, la presidenta de la FAPE invitó y se comprometió con los organizadores del III Congreso Latinoamericano a que en próximas ediciones se pudiera organizar en España y de esa forma convertirlo en Iberoamericano. Todos, como uno sólo, estuvieron de acuerdo con la propuesta de Elsa González y trasladaron el mensaje de que el año ideal para celebrarlo en Madrid sería 2018. El próximo Congreso de Defensorías tendrá lugar en Brasil.

*Hubo acuerdo para que el quinto congreso latinoamericano se celebre en Madrid*

## III Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias

*“Independencia y autonomía de las Defensorías frente a los entornos cambiantes del poder”*

### DEMANDA DEL CONGRESO

Que se promueva, fortalezca y garantice el Derecho a la Comunicación de la sociedad en Latinoamérica a través de la promoción e integración de los derechos de las audiencias en la legislación y que en los países donde ya se encuentran regulados se fortalezca a las Defensorías como el mecanismo para su ejercicio, garantizándoles independencia y autonomía frente a los entornos cambiantes del poder.

Ciudad de México, a 9 de noviembre de 2016

<http://www.congresodefensorias.org/>



La presidenta de la FAPE acompañada por los organizadores

“Siempre se debe ser periodista”, con esta frase la presidenta de la FAPE, Elsa González, invitó a 20 directores de Comunicación a repensar su forma de narrar sus ciudades, la labor de sus gobiernos. Lo hizo en el marco del Encuentro Iberoamericano de Gobiernos Locales y Comunicación Social organizado por la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas, que se desarrolló en Madrid.

Con esas cinco palabras, González resumió uno de los objetivos del Encuentro: favorecer las sinergias entre la prensa y las voces de los gobiernos locales. O lo que es lo mismo, mostrar que pese a las grandes diferencias que existen entre ambos “bandos”, han de tener una vocación de servicio y responsabilidad para el “auténtico jefe”, como aseveraron los asistentes: el ciudadano. Un objetivo y una creencia que tomará forma con la Agencia de noticias ANCI, que se pro-

pone ser una voz global para las ciudades. La presidenta de la FAPE también destacó en su intervención la importancia de tener un equipo de comunicación profesional y estable, que ejerza con independencia su función en las administraciones locales.

Participaron en el encuentro, además de Elsa González, los responsables de Comunicación de Andorra la Vella, Asunción, Bogotá, Brasilia, Cádiz, Caracas, Guatemala, La Paz, Lima, Lisboa, Madrid, Ciudad de México, Montevideo, Panamá, Quito, San José, San Salvador, São Paulo, Sucre y Tegucigalpa contaron con la experiencia informativa de cuatro periodistas internacionales: José Manuel Sanz, director de Información Internacional de EFE; Lara Lussón, editora jefe de Notimérica en Europa Press; Carlos Meza, corresponsal de Notimex y Eduardo Rodríguez-Baz, corresponsal de Prensa Latina.

## La FAPE, en el Encuentro Iberoamericano de Gobiernos Locales

*Participaron una veintena de capitales*

## MÁS DE 300 PERIODISTAS RUSOS MURIERON O DESAPARECIERON EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



### La FAPE asistió al homenaje celebrado en Moscú

La FAPE participó en Moscú en el homenaje a los periodistas rusos muertos o desaparecidos, más de 300, en los últimos 25 años, según el RSU, el sindicato ruso de periodistas. La periodista de la FAPE Xulia Campo asistió como delegada al Encuentro Internacional de Periodistas Europeos sobre las “Amenazas y retos de los medios de comunicación en la era digital”, celebrado del 14 al 16 de Diciembre en la capital rusa.

Medio centenar de representantes de medios europeos y rusos intercambiaron experiencias y soluciones a problemas que son más comunes de lo que cabría esperar en países tan diferentes.

Este encuentro cierra un ciclo de colaboración y divulgación entre la Unión Europea, la Federación Europea de Periodistas y el Sindicato ruso de periodistas.



Doña Leticia asistió a la presentación acompañada de diversas autoridades

Con la presidencia de la Reina

## INFORME SOBRE EL “TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD”

El acto, organizado por la FAPE y la Fundación Carmen Pardo-Valcarce (FCPV), se celebró en la sede de la Organización Médica Colegial (OMC), y ha contado con la participación de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, y la asistencia del secretario de Estado de Seguridad Social, Tomás Burgos, y el consejero de Políticas Sociales y Familia de la Comunidad de Madrid, Carlos Izquierdo Torres, entre otras autoridades.

La apertura de la Jornada ha corrido a cargo del presidente de la OMC, Dr. Juan José Rodríguez Sendín; la presidenta de la FAPE, Elsa González, y la presidenta de la FCPV, Almudena Marorell; y la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, quien ha clausurado la inauguración.

Como anfitrión de la Jornada, el presidente de la OMC, ha expresado su agradecimiento a la FAPE y la FCPV por presentar en “nuestra sede, la casa de los médicos y de los pacientes”, el informe sobre el “Tratamiento informativo de la discapacidad”, un documento, que a su juicio, “será de gran interés y utilidad para los medios” y para las personas afectadas por alguna discapacidad, colectivo que en España alcanza la cifra de cuatro millones y que “precisa –ha dicho– no solo comprensión, sino hechos concretos para disfrutar de las mismas condiciones de igualdad que el resto”.

Una Igualdad que, para el Dr. Rodríguez Sendín no tienen los afectados por la talidomida de España, que “son tratados de forma discriminatoria con respecto a los europeos”. Tras señalar que “para algunos la salud es un solo negocio”, ha dicho que un ejemplo de abandono, son los afectados por la talidomida que siguen luchando para que se les reconozca su problema y ha añadido que “es injusto que nuestros compatriotas sean discriminados con respecto a los europeos. Es un problema de dignidad del país que no podemos, ni debemos permitir”.

Ha recordado que la multinacional farmacéutica Grunenthal “sigue sin indemnizar y nuestros políticos siguen sin responder”, y se ha preguntado “cómo es posible que los españoles hayamos permitido y sigamos permitiendo esta situación”. “Si fuera una farmacéutica española la que hubiera provocado malformaciones, es impensable que fuera tolerado en otros países de nuestro entorno”. Por ello, ha apelado a la sensibilidad de la presidenta de la Comunidad de Madrid para que establezca en su orden de prioridades este problema y ayude a este colectivo.

El Dr. Rodríguez Sendín calificó a los medios de comunicación como “aliados de los médicos y de los pacientes para abrir debates públicos: “Necesitamos un periodismo ético y fiable para informar, desde el rigor, a la población y desmontar así engaños y falsas promesas que se aprovechan de la desesperación de la gente”.

La presidenta de la FAPE, Elsa González, señaló que ese compromiso de comunicar en la diversidad y mejorar la proyección social de las personas con discapacidad ha sido asumido por la FAPE a través de la labor de la Comisión de Arbitraje,



El doctor Rodríguez Sendín ejerció de anfitrión en la presentación de la Jornada, acompañado por Cristina Cifuentes, Elsa González y Almudena Martorell.

Quejas y Deontología del Periodismo y del Informe elaborado por este organismo, tal y como ha manifestado su presidenta. “Debemos ser conscientes de nuestra capacidad de fomentar y normalizar esa relación y hacerla visible sin sensacionalismo”.

Por su parte, la presidenta de la Fundación Carmen Pardo-Valcarce (FCPV), Almudena Marorell, puso de manifiesto que la discapacidad no radica sólo en la persona sino en la mirada con la que la sociedad mire a esa persona.

En la misma línea, la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, animó a todos a “romper clichés que no responden a la realidad de la discapacidad” porque “vivimos en una sociedad abierta, que se enriquece en la medida en la que se sabe integrar su diversidad”.

Con posterioridad al acto inaugural, ha sido presentado el Informe sobre el Tratamiento Informativo de las personas con discapacidad” por Rafael de Mendizábal, presidente de la Comisión Arbitraje, Quejas y Deontolo-

gía del Periodismo, y por Carmen Guaita, vocal de dicha Comisión.

Posteriormente, hubo dos mesas redondas. La primera estuvo moderada por José Manuel González Huesa, director general de Servimedia, y en ella han participado Javier Hernández, periodista deportivo, presidente de la Asociación de los Pies a la Cabeza; Enhamed Enhamed, nadador paralímpico; Miguel Ángel Verdugo, catedrático de Psicología de la Discapacidad de la Facultad de Psicología de la Universidad de Salamanca y Ana Gómez Quintana, periodista de sociedad de Servimedia.

La segunda mesa redonda, bajo el título de “Problemáticas asociadas y ocultas de la discapacidad intelectual: violencia, abuso, explotación y delitos de odio”, ha sido moderada por Antonio San José, director general del canal “Non Stop People” de Movistar. Intervinieron Jorge Jiménez de Cisneros, Alberto Alemany, Juan Manuel Fernández Martínez y José Luis González Álvarez.

## Comisión de Arbitraje

# SE RECOMIENDA LA INCORPORACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD AL EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISMO

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo ha elaborado un informe sobre Medios de Comunicación y Discapacidad en el que reconoce el importante papel de los medios en el proceso de integración de las personas con discapacidad y recomienda la incorporación de estas al ejercicio profesional del periodismo y una mayor relación entre los medios y las organizaciones representativas de la discapacidad.

En resumen, el Informe destaca:

- En España hay más de 4 millones de personas con discapacidad y 80 en Europa
- El informe reconoce el importante papel de los medios en el proceso de integración social de este colectivo
- Aconseja cauces de relación fluidos entre los medios y las organizaciones representativas de la discapacidad.
- Recoge códigos de buenas prácticas que recomiendan evitar el lenguaje discriminatorio y estigmatizado
- Incluye decálogo CERMI que recomienda reflejar las noticias de personas con discapacidad con normalidad
- La Comisión de Arbitraje ha dictado 5 resoluciones relacionadas con la discapacidad
- El Código Deontológico de la profesión periodística recoge el deber de extremar el celo en el respeto a los derechos de los más débiles y discriminados

Este informe asegura que, más allá del ámbito estrictamente informativo, los medios, muy particularmente los audiovisuales,

a través de los contenidos de ocio y entretenimiento, tienen una dimensión extraordinaria en la creación de pautas de comportamiento social que repercuten muy directamente en la imagen de las personas con discapacidad, aunque reconoce que este no es el alcance de este informe que se limita obviamente a los aspectos informativos derivados del ejercicio de la profesión periodística.

El informe concluye con el reconocimiento del importante papel de los medios en el proceso de integración de las personas con discapacidad como instrumentos de información, divulgación y de generación de opinión.

Por último, recomienda la incorporación de personas con discapacidad al ejercicio profesional del periodismo, mediante la disponibilidad de los instrumentos y de las ayudas técnicas necesarias que las nuevas tecnologías facilitan



Rafael de Mendizábal, presidente de la Comisión de Arbitraje, con Carmen Guaita, vocal.



## Prácticas dignas para los estudiantes de Periodismo



Se ha constituido una plataforma en defensa de unas prácticas dignas para los estudiantes de Periodismo, por iniciativa de la FAPE, a la que se han adherido colegios profesionales de periodistas y otras organizaciones

El objetivo es promover la modificación del Real decreto 592/2014, de 11 de julio, para que no se puedan ofertar prácticas sin ayuda económica y que los estudiantes no ocupen puestos estructurales en las empresas, lo que supone no realizar el trabajo que lleva a cabo un profesional contratado, además de que se garantice el cumplimiento correcto de las tutorías y que se asuma la recomendación del Consejo de la Unión Europea sobre un marco de calidad para los periodos de prácticas.

La Plataforma está integrada por: Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ; Colegios de Periodistas de Andalucía, Asturias, Castilla y León, La Rioja, Murcia y País Vasco; Foro de Organizaciones de Periodistas (FOP), donde se agrupan: Agrupación de Periodistas de CCOO, Agrupación de Periodistas de UGT, Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), Col.legi de Periodistes de Catalunya, Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGP-TV) y Sindicat de la Imatge-UIPFC; y en representación de los alumnos Eduardo Robaina Artiles.

## Entrega del Premio Talento Comunicativo en la Complutense



La presidenta de la FAPE recogió el Premio “Talento Comunicativo” de Periodismo, que le otorgó la Facultad de Ciencias de La Información de la Universidad Complutense de Madrid. Hizo la Laudatio el catedrático Javier Fernández del Moral.

Elsa González, tras agradecer el premio, señaló la necesaria unión entre los profesionales del periodismo y el mundo universitario. Habló también de la necesaria conciliación laboral y familiar para los informadores y de la labor que ejerce la Comisión de Arbitraje, Queja y Deontología del Periodismo, que impulsa la FAPE. Lamentó que no haya variado desde su época de estudiante la situación de las mujeres en el mundo del periodismo. La decana de la Facultad de Ciencias de la Información de la Complutense, Carmen Pérez de Armiñán, explicó que estos premios “Talento” son una reconocimiento a la competencia comunicativa de profesionales que han conseguido llegar a su público.

Los Premios “Talento Comunicativo”, que cumplen con ésta su quinta edición, se otorgan en cuatro categorías que este año han sido: en Comunicación Periodística, a la presidenta de la FAPE, Elsa González; en Comunicación Publicitaria, a Guillermo Viglione, presidente de la agencia Dimensión Marketing; en Comunicación Audiovisual, al actor José María Pou; y en Comunicación Científica, al paleoantropólogo Juan Luis Arsuaga.

## La FAPE adapta sus estatutos a la actual normativa

La FAPE ha celebrado una Asamblea Extraordinaria, el pasado sábado, 1 de octubre, para aprobar algunas modificaciones en sus Estatutos a fin de adaptarlos a la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del derecho de Asociación. Con estas variaciones en su reglamento, la Federación cumple con un requerimiento de la Secretaría General de Empleo y Seguridad Social de fecha 7 de julio de 2016.

Tras su aprobación por la Asamblea General, se modificaron los artículos 1, 29, 30, 33, 35 y 38 del referido texto estatutario, incorporando con ello las menciones al carácter privado y no lucrativo de la FAPE, su ámbito de actuación mundial, la especificación de los ejercicios anuales y de las obligaciones de las asociaciones vinculadas y federadas, y el hecho de que, llegado el momento de su disolución, el destino del sobrante líquido deberá ser para fines que no desvirtúen la naturaleza de la Federación.

## Petición de la FAPE al Parlamento

# INCLUSIÓN DE LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA FUTURA LEY DE EDUCACIÓN

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha iniciado una ronda de encuentros con los portavoces en la Comisión de los principales partidos políticos en el Congreso de los Diputados con el fin de que se contemple como materia a impartir en la Educación Secundaria el conocimiento de los medios de comunicación y su función como servicios públicos esenciales para profundizar en una democracia e instrumento útil para mejorar la sociedad.

Las primeras reuniones se han mantenido con los portavoces de los Grupos Popular, Sandra Moneo, y Socialista, Manuel Cruz. Están previstos otros encuentros, como con los representantes de Podemos y Ciudadanos, así como con el ministro de Educación, Cultura y Deporte, Íñigo Méndez de Vigo.

La presidenta de la FAPE, Elsa González, a quien acompañaban el vicepresidente, Aurelio Martín, y el secretario general, Jesús Picatoste, ha expuesto a los parlamentarios los objetivos de esta petición basándose en informes elaborados por expertos, como el ex decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y primer catedrático de Periodismo, Ángel Benito, y el decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid en Segovia, Agustín García Matilla.

Entre otros aspectos destaca que establecer una asignatura específica para la juventud en la que se estudien los medios de comunicación desde todos sus diferentes ángulos y consecuencias. Así se fortalecerá la preparación intelectual y cívica de ciudadanos maduros, responsables e independientes, con el propósito de formar usuarios críticos de los medios de comunicación.

En los argumentos para que se incorpore a los estudios esta materia se estima adecuado que la Ley de Educación debe recoger estos objetivos para hacer que la educación no se conforme solamente con incorporar tecnología en las aulas. Se solicitó a los parlamentarios que, en la medida de lo posible, para impartir esta materia se debería dar prioridad a los licenciados en Periodismo o Comunicación Audiovisual, como profesionales contratados por los centros.

Sandra Moneo, que estaba acompañada por la diputada Ana Alós, se ha comprometido a incorporar este tema en el de-



Con los parlamentarios del PP



Con los parlamentarios del PSOE

bate de la futura Ley de Educación al considerar la materia como “necesaria” y la propuesta como “interesante”. Manuel Cruz, que ha asistido al encuentro junto a los diputados Luz Martínez Seijo, Guillermo Meijón, Juan Jiménez Tortosa y José Juan Díaz Trillo, ha hablado de una materia “imprescindible”, comprometiéndose también a introducir el tema en el debate.

Aprovechando el encuentro, la FAPE ha informado de la reciente creación de una plataforma integrada por todas las organizaciones profesionales y sindicatos, así como alumnos, en defensa de unas prácticas dignas para los estudiantes de Periodismo, por lo que se solicita la modificación del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, para que se contemple una remuneración, que los alumnos no cubran puestos estructurales en las plantillas y que se garantice el cumplimiento de horarios y tutorías.

## // LA RIOJA

### Javier Alonso, proclamado presidente de la Asociación de la Prensa



Javier Alonso García inició su sexto mandato al frente de la Asociación de la Prensa de La Rioja al encabezar la única candidatura presentada a las elecciones del colectivo de periodistas. Alonso afronta esta nueva etapa con el mismo equipo que dirige la APR desde hace dos años al que se suma el compañero David Fernández Lucas en sustitución de José Antonio Gallego quien definitivamente ha fijado su residencia en Madrid.

La nueva Junta Directiva está integrada por: Presidente, Javier Alonso (periodista de Trece Marketing); Vicepresidenta, Ana Castellanos (periodista de Radio Rioja Cadena SER); Secretaria, Concepción Aquesolo (periodista del Centro Territorial de TVE); Tesorero, César Álvarez (periodista de Tempus); Vocales: Jordi Tomás, (periodista de RNE); Guillermo Aisa (periodista de GA Comunicación); Rubén Vina-

gre, (periodista director de Metamedio y Metadeporte); Vanesa Gordo (periodista de Comunicadía) y David Fernández Lucas (periodista del periódico La Rioja).

Javier Alonso García asumió la presidencia de la APR en junio de 2006 tras las elecciones celebradas en aquel momento. Anteriormente Alonso García fue vocal de la Junta Directiva de la APR que presidía Luis Sáez Angulo, en septiembre de 1995. En el año 2005 se hizo cargo de la vicepresidencia de la Asociación. En la actualidad también preside la Comisión de Garantías y Auditoría de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, ha trabajado en diferentes medios de comunicación. Actualmente dirige la empresa Trece Marketing.

## // MADRID

### En los 100 años de Alfredo Benito

*Fue el primer fotoperiodista con carné de prensa en España*

Dedicar toda su vida a su pasión, la fotografía, le llevó a trabajar con gran excelencia en muchas cabeceras, como "Marca", "Triunfo", "Mundo Hispánico" y "Deporte 2000". Cien años dan para mucho y, si no, que se lo cuenten al fotógrafo de prensa Alfredo Benito Guijarro, afincado en Ibiza desde hace décadas y que el pasado 27 de octubre de 2016, celebró un siglo de vida. Tras titularse en la Escuela Oficial de Periodismo, Benito ostenta el honor de ser el primer fotógrafo con carné de prensa de España, según informan fuentes familiares. Es socio de honor de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), de la que forma parte desde 1952 y en la que figura como asociado número 6.

Alfredo Benito nació en la localidad segoviana de Carabias en 1916, y fue fotógrafo del diario "Marca" entre 1942 y 1984, periodo en el que llegó a cubrir las grandes citas deportivas, como las Olimpiadas y los Mundiales de Fútbol. "Ser fotógrafo de 'Marca' me permitió viajar por todo el mundo en una época en la que España vivía en el régimen franquista y en el que no era fácil ser periodista, pero menos aún trabajar como fotógrafo", recordaba Benito en el 70 aniversario del periódico deportivo en el año 2008.

Durante más de cuarenta años, este reportero gráfico siguió cada paso de las andanzas por Europa del Real Madrid, el Atlético de Madrid y el Barça. "Conocí a toda una generación de jugadores que marcaron un hito en la historia del fútbol español. Quién me hubiese dicho que esta hornada de jugadores ganaría la Eurocopa, ¡la del 64, la primera!", comentó emocionado.

Tampoco se le resistieron los más importantes acontecimientos cinematográficos. En el Festival de Cine de San Sebastián, que cubrió desde sus inicios hasta la década de los 60, "era capaz de meter en el agua o en la arena de la playa a las actrices más famosas o de pasear por la ciudad a todo el reparto de una película", cuenta su hija Isabel Benito, también periodista. Tenía su laboratorio en el cuarto de baño de una "suite"

del Hotel María Cristina. Además, realizó numerosos "books" para actores y actrices de la época.

Por el objetivo de su cámara también pasaron casi todos los personajes de la cultura y el arte de su época. "Hizo reportajes con Francisco Umbral cuando era jovencito, ilustrando el 'Viaje a la Alcarria' y viviendo en casa de Camilo José Cela en Palma, y con Dalí en Cadaqués, para retratar su día a día", recuerda Isabel Benito.

En 1984, el año de su jubilación como fotógrafo de "Marca", se mudó a Ibiza, isla por la que, al parecer, tenía una especial fijación. Allí continuó colaborando con el desaparecido diario "La Prensa de Ibiza", en el que formó y enseñó a jóvenes fotógrafos, y con "Diario de Ibiza", al que permanecería ligado hasta cumplir los 90 años. En su haber, Benito cuenta con numerosos premios y condecoraciones, como dos Medallas de Plata al Mérito Deportivo, una concedida en tiempos de Franco y otra con Felipe González (1994). Asimismo, en 1992 recibió un homenaje en el festival de Cine Deportivo de Jaca y, en 2006, la Asociación Balear de Periodistas y Publicistas premió su brillante trayectoria profesional.

Dedicar toda su vida a su pasión, la fotografía, le llevó a colaborar con gran excelencia en otras muchas cabeceras, como "Triunfo", "Mundo Hispánico" y "Deporte 2000". Dilatada trayectoria la de Benito, que le convierte en uno de los maestros del fotoperiodismo español de la segunda mitad del siglo XX.



Alfredo Benito.  
Foto cedida por la familia Benito.

## // APIE

Premios Tintero y Secante de la Asociación de Periodistas de Información Económica

# “Resulta desalentador, en cuanto a transparencia, el estudio realizado entre las cincuenta principales empresas y bancos”

En el acto de entrega de los premios el presidente de la APIE, Íñigo de Barrón, se refirió a la comunicación y transparencia como asignatura pendiente de las empresas y la Administración



La ministra Fátima Báñez, Premio Secante, junto al presidente de la APIE, Íñigo de Barrón

Pasan los años de crisis pero el periodismo mantiene unos problemas endémicos. Esta situación ha llevado, en ocasiones, a una caída de la calidad de nuestro trabajo, sometido a la presión de la inmediatez por la irrupción del fenómeno digital, al tiempo que ha descendido el número de periodistas en activo. Trabajamos en un ambiente complejo en el que no se hace fácil resistir a las presiones de los grandes grupos privados o públicos. La coyuntura de la prensa hoy se describe bien con algunas cifras significativas. Según los últimos datos publicados por el Observatorio del Empleo de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (la FAPE), desde 2008 se ha despedido a más de 12.200 profesionales tras sucesivos EREs, ajustes de plantilla, bajas incentivadas, tanto en pequeños como en grandes medios nacionales. Los periodistas que se han quedado en las redacciones, no están en ningún paraíso: Entre 2010 y 2015 el salario base medio del convenio ha caído un 17%, según la Federación.

Sobre la precariedad laboral, otro botón de muestra: el 25% de los profesionales son hoy autónomos, pero, y esto es lo más grave, el 65%

**“ES FUNDAMENTAL QUE LAS EMPRESAS SE SOMETAN AL ESCRUTINIO DE LOS MEDIOS”  
(ÍÑIGO DE BARRÓN, PRESIDENTE DE LA APIE)**

está convencido de que el futuro del periodismo pasa por esa condición laboral. Por esta razón, es primordial luchar para que las condiciones ofrecidas por las empresas a estos periodistas autónomos sean justas y dignas, ya que en muchas ocasiones rozan la explotación.

En este panorama oscuro, los periodistas hemos puesto algo de nuestra parte por esa falta de solidaridad, de afiliación a sindicatos profesionales (no llega al 21%) o a asociaciones que nos pueden defender.

En este terreno de juego, a veces embarrado, es en el que tenemos que manejarnos. Pero en la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), creemos que no todo es negativo. Como

Premio Tintero: Luis Gallego Martín  
Accésits: José Luis Escrivá y Francisco Román

Premio Secante: María Fátima Báñez García  
Accésits: Fernando Abril-Martorell y Sol Daurella

Asociación intentamos poner nuestro granito de arena en facilitar la formación, conscientes de que los jóvenes que se incorporan a este oficio cuentan con pocas posibilidades de recibir la necesaria preparación para cubrir cualquier campo, pero más en el ámbito económico. En este sentido, hemos elevado el número de desayunos y cursos organizados con directivos o profesores.

Por otro lado, en la APIE también creemos que una función del periodismo es ejercer el contrapoder, vigilar al poder. Para realizar esta tarea, es fundamental que las empresas se sometan al escrutinio de los medios, bien sea a través de entrevistas, ruedas de prensa o cualquier otra forma de comparecencia públicas.

En la Asociación creemos que parte de esa Responsabilidad Social Corporativa de la que tantas empresas alardean, debe ser la explicación de su labor ante la sociedad a través de los medios.

Para evitar hablar sin datos, hemos realizado una encuesta entre las 50 principales empresas de España, en donde están las 35 del Ibex, así como otras de gran relevancia económica y todos los bancos supervisados por el Banco Central Europeo. Las conclusiones son que, de las cinco primeras por valor bursátil, el llamado IBEX 5, tres están entre las que menos contactos mantienen con los medios de todas las analizadas. Si ampliamos el foco hasta las 10 principales nos encontramos con que 7 tienen una relación escasa, con una ausencia casi completa de los presidentes en ruedas de prensa anuales donde se les puedan hacer preguntas sin límite de tiempo. No hay que olvidar que estamos hablando de las más grandes compañías, (tecnológica, energéticas, de distribución...), las que deberían marcar la tendencia de las demás.

El estudio es verdaderamente desalentador si lo vemos como un barómetro del compromiso de transparencia. Estas últimas semanas, hemos enviado cartas a los seis grandes bancos para pedirles que no se solapen en sus ruedas de prensa de resultados en los mismos días para así poder analizar la compleja información con más tiempo y precisión. Hemos de decir, en honor a la verdad, que este estudio también ha servido para comprobar que las entidades financieras son un ejemplo en el campo de las comparecencias públicas respecto a las más grandes empresas españolas. Es verdad que no todos los bancos son iguales y debemos resaltar que las entidades procedentes de las antiguas cajas de ahorros, con alguna excepción, están lejos de los niveles de transparencia de sus mayores. Sin embargo, creo que no nos equivocamos al decir que el sector financiero ha ganado en transparencia informativa al energético, al de distribución y a las telecomunicaciones.

En el acto de hoy felicitamos a los Tinteros y pedimos a los Secantes que dejen de serlo. En la APIE creemos que para seguir desarrollando nuestro trabajo necesitamos la accesibilidad a las empresas y a los poderes públicos.

## // APAE

### Título de experto en Información y Comunicación Agroalimentaria

Este convenio de colaboración firmado por la Universidad San Jorge (USJ) y la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE) permite crear conjuntamente el nuevo “Título de Experto Universitario en Información y Comunicación Agroalimentaria”, que se impartirá en formato semipresencial y que es el primero de España de estas características.

Es una oferta que pretende abarcar el conjunto del territorio español, dará comienzo en febrero con una duración semestral.

Este título, dirigido tanto a profesionales de la comunicación que tengan contacto con el sector agroalimentario como a trabajadores del propio sector, surge por la necesidad de ofrecer una formación específica en un ámbito con una complejidad especial. De hecho, se trata del primer título de estas características ofrecido por una universidad española y está auspiciado y orientado por APAE, que es la organización profesional de referencia en el sector.

El título se implantará en modalidad semipresencial, combinando clases online con clases presenciales, con sesiones tanto en la Universidad San Jorge como en otros centros y empresas del territorio español, lo que permitirá a los alumnos mayor facilidad en cuanto a movilidad nacional.



La presidenta de APAE, Lourdes Zuriaga, y el rector de la Universidad San Jorge, Carlos Pérez Caseiras, durante la firma del convenio entre ambas entidades.

En línea con esta visión nacional, el título contará con sesiones impartidas tanto por docentes expertos de toda España que tienen contacto diario con el sector agroalimentario como responsables de instituciones y empresas del sector. Además, contará con docentes y con la dirección académica de la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad San Jorge.

El programa está compuesto por seis bloques temáticos que suponen más de 500 horas de formación y abarcan desde los fundamentos de la información y la comunicación y las TIC al conocimiento especializado de materias como la producción agraria, las políticas del sector, la industria alimentaria o las herramientas de comunicación más útiles para el sector, entre otras muchas temáticas agroalimentarias y de comunicación.

## // ARAGÓN

### Los medios aprueban un protocolo común para informar sobre la violencia de género

La Asociación de Periodistas y el Ayuntamiento de Zaragoza organizaron las Jornadas Información y Violencia Machista para debatir cómo contribuir desde la información a luchar contra los asesinatos de mujeres. Además de debatir con distintos expertos el papel de los medios, las jornadas culminaron con la aprobación de un decálogo de normas para abordar estas noticias que 19 empresas y organizaciones aragonesas del mundo de la comunicación se han comprometido a aplicar.

Todos los medios informativos presentes en Aragón -agencias, periódicos y emisoras de radio y televisión, así como las facultades de Periodismo- suscribieron un protocolo común de normas sobre el tratamiento informativo de la violencia machista.

La aprobación de este decálogo, representada por una foto en común de los firmantes, fue el colofón de las Jornadas Información y Violencia Machista, una iniciativa de la Asociación de Periodistas de Aragón (APA) y el Ayuntamiento de Zaragoza.



## La Unió de Periodistes Valencians inauguró la exposición 'Mitología del Periodismo Gráfico'

La Unió de Periodistes Valencians, con la colaboración de la Diputación de Valencia, el Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana, el MuVIM, el comisario Pablo Brezo; y el patrocinio de DKV Seguros y Consum, quiere devolver a Fragments su verdadera misión: poner en valor y dinamizar el periodismo gráfico en la Comunidad Valenciana. Esta nueva visión del Proyecto Cultural Fragments espera conseguir elevar los estándares de calidad en el desarrollo profesional del periodismo gráfico, facilitar a la ciudadanía la adopción de una posición crítica frente a los lenguajes visuales en contextos informativos e intensificar la relación entre la sociedad civil y la comunidad periodística.

Fragments ha regresado renovado y con ambiciosos retos, el primero: convocar una beca de producción que en su primera edición ha ganado el fotoperiodista Francisco Llop con su proyecto 'El río invisible'. Este primer proyecto de Llop servirá para ir elaborando la Colección Fragments, un proyecto editorial dedicado al ensayo visual y orientado a investigar sobre la historia contemporánea del País Valenciano a través de los lenguajes visuales propios del periodismo gráfico. La exposición resultado de la beca de Francisco Llop se mostrará en noviembre de 2017.

La segunda gran iniciativa del nuevo Proyecto Fragments es la exposición 'Mitología del Periodismo Gráfico' la muestra, en el Centre del Carme hasta el 29 de enero de 2017, parte de la firme convicción de que necesitamos imágenes para informar y propone un recorrido visual que cuestiona algunas de estas concepciones predominantes que mitifican y simplifican una práctica compleja. Una oportunidad para redescubrir desde otro punto de vista, las imágenes más poderosas de la historia del periodismo gráfico.

El tercer gran reto de este proyecto ha sido el cambio de Fragments d'un Any, una nueva versión online de la exposición anual de fotoperiodismo de la Unió de Periodistes Valencians que muestra los hechos más relevantes ocurridos el año anterior a través de las fotografías captadas por los profesionales valencianos del periodismo gráfico. La nueva concepción de Fragments d'un Any ya se puede consultar online en: <http://projectefragments.com/fragments-dun-any/>.



El presidente de la Unió de Periodistes Valencians, Sergi Pitarch, durante la inauguración / Fotografía: Biel Aliño, Unió de Periodistes Valencians

Es un modelo más informativo y de documentación que muestra una selección, en formato vídeo y web, de los acontecimientos más destacados del periodo 2014-2016 mediante las imágenes aportadas por doce fotoperiodistas valencianos miembros de la Unió de Periodistes Valencians: Alberto Iranzo, Alberto Saiz, Eva Máñez, Fernando Bustamante, Germán Caballero, Irene Marsilla, José Cuéllar, Jesús Prats, Juan Carlos Cárdenas, Manuel Bruque, Mónica

Torres y Rober Solsona. El objetivo es documentar de manera gráfica e informativa la historia contemporánea de la Comunidad Valenciana para facilitar su difusión y consulta, de tal forma que se creó un amplio fondo documental que incluso pueda generar futuras exposiciones y catálogos. De este modo, dejamos el formato expositivo para la reflexión y el formato multimedia para la información. Siendo accesible para todo el mundo de forma indefinida y añadiendo contenido año tras año.

Sin embargo, el Proyecto Fragments es un proyecto global que supera e incluye a la histórica exposición Fragments d'un Any. En este sentido, Fragments propone

además una vía para la investigación de la relación entre las imágenes y la información. Junto al desarrollo expositivo, contempla una serie de actividades paralelas. Fragments se plantea como un laboratorio en el que llevar a cabo este ejercicio desestructurado de imaginación colectiva. Una herramienta para reflexionar conjuntamente sobre el periodismo que se debe hacer, sobre la idea de información y las formas de expresión más precisas.

**“Hay que facilitar a la ciudadanía la adopción de una posición crítica frente a los lenguajes visuales en contextos informativos e intensificar la relación entre la sociedad civil y la comunidad periodística”**

## // BURGOS

# I Centenario contando lo que ocurre

La Asociación de Periodistas (APBU) celebra este año su primer centenario con un amplio programa de actividades, englobadas todas ellas bajo el título "100 años contando lo que ocurre en Burgos". La celebración del Centenario se inició con la inauguración de una exposición conmemorativa, que contó con la presencia de la presidenta de la FAPE, Elsa González, quien estuvo acompañada por la presidenta de la APBU, Mar González Mena, y por una nutrida representación de la sociedad burgalesa. La muestra fue visitada por más de 2.500 personas.

Realizada en colaboración con el Ayuntamiento de Burgos, en ella se repasó la historia del periodismo burgalés y para contarla, se dio la vuelta a la cámara para enfocar a quienes están al otro lado de la noticia, a las sucesivas generaciones de profesionales que han estado "100 años contando lo que ocurre en Burgos".

Así, la exposición mostró a través de periódicos, fotografías y objetos históricos cómo los medios de comunicación han ido cambiando y la tecnología ha aportado nuevas posibilidades a los periodistas.

La muestra, cuya coordinación estuvo a cargo de Patricia Carro y Emilio de Domingo, incluía asimismo un video conmemorativo y se basó en el libro del mismo nombre, "Cien años contando lo que ocurre en Burgos" editado en colaboración con la Diputación provincial y siendo sus autores Vicente Ruiz de Mencía, Mar González Mena, Miguel Moreno, José María Chomón, Clara Sanz, Miguel Calvo y Patricia Carro. Los textos, que recogen desde los antecedentes del siglo XIX hasta los nuevos tiempos de internet, se completan con una selección de imágenes históricas pertenecientes, en su mayoría, al archivo fotográfico de



Portada del libro conmemorativo.

Federico Vélez, FEDE, aunque también con algunas instantáneas aportadas por los propios asociados.

Este trabajo editorial sirvió asimismo para la organización de una jornada destinada principalmente a los alumnos del Área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos.

La organización de esta jornada constituyó, además, la primera de las actividades previstas en el convenio de colaboración que la APBU ha firmado, en el marco del Centenario, con la Universidad de Burgos.

## CUPÓN DE LA ONCE Y OTRAS INICIATIVAS

El Centenario de la APBU fue protagonista del cupón de la ONCE correspondiente al sorteo del 20 de septiembre, coincidiendo con el día exacto en el que, cien años antes, había nacido la Asociación. Un total de cinco millones y medio de cupones difundieron por toda España esta efeméride, cuya imagen correspondía al nuevo logotipo de la Asociación, diseñado por Martín G. Barbadillo.

En el marco del Centenario, la Asociación ha renovado el acuerdo de colaboración que mantiene



Cupón de la ONCE  
Cortesía de la ONCE.

con la Fundación Caja Rural de Burgos, centrado este año en la organización de una jornada formativa dirigida a las asociaciones burgalesas.



Inauguración de la exposición: La presidenta de la FAPE acompañada de la presidenta de la APBU y representantes de las instituciones y de la sociedad burgalesa.

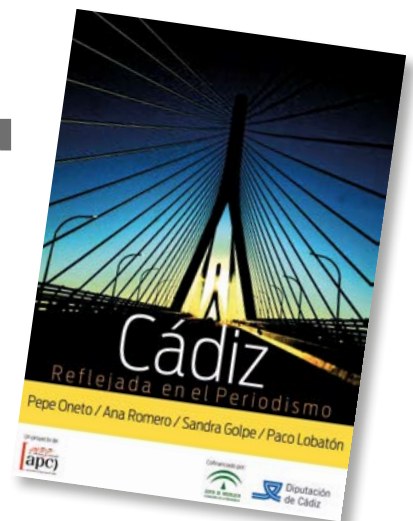
Foto: Ricardo Ordóñez.

## // CÁDIZ

# Reflejo exterior de la provincia

Organizado por la Asociación de la Prensa se ha desarrollado el ciclo 'Cádiz Reflejada'. Un proyecto que aborda diez conferencias agrupadas en tres coloquios con la participación de personalidades destacadas en el mundo de la cultura, el deporte y el periodismo.

Con este ciclo la APC pretende que los invitados reflexionen en voz alta y pongan en común su parecer en tres actos públicos. En los encuentros se sentaron profesionales reconocidos como Pepe Oneto, Sandra Golpe, Ana Romero Galán, Paco Lobatón, Alex O'Dogherty o Ana López Segovia entre otros. Este programa ha sido respaldado y cofinanciado por la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía y la Diputación Provincial de Cádiz.



## // CÁDIZ

# El drama de la inmigración

La Diputación y la Asociación de la Prensa de Cádiz, APC, han desarrollado un programa de educación al desarrollo en institutos de la provincia titulado 'Revista de Prensa', en el que el tema a analizar será el reflejo en los medios de comunicación de la dura realidad de la inmigración y los refugiados.

El vicepresidente de la Diputación, Juan Carlos Ruiz Boix, y el vicepresidente de la APC, Melchor Mateo, informaron de los detalles de este programa que se circunscribe a diez localidades de la provincia, en los que se desarrollarán 25 talleres multimedia para la sensibilización en esta materia.

Este proyecto de alfabetización mediática persigue el fomento de la formación del juicio crítico del alumnado de secundaria de la provincia. Para ello las distintas charlas trabajan para dotar al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachiller de herramientas de análisis de las informaciones y programas aparecidos en los medios de comunicación. Herramientas que puedan contribuir a su mejor comprensión en una materia especialmente sensible y de

plena actualidad como es la problemática de inmigración ilegal y refugiados.

Por su parte, el vicepresidente de la Asociación de la Prensa, Melchor Mateo, remachó que con esta iniciativa se va a poder analizar la evolución del fenómeno de la inmigración en una provincia con gran incidencia a causa de su situación geográfica. Además en el caso de los refugiados sirios, va a permitir analizar la evolución de su tratamiento. "Hemos pasado de las historias humanas con nombres y apellidos, como el drama del pequeño Aylan, a ser números y cupos y entrar en la discordia de los distintos países por acoger a los refugiados", algo que también será materia de debate. Además explicó que va a ayudar a comprender mejor el trabajo de los periodistas en un momento en que su labor es muy cuestionada por la sociedad, muchas veces en base "al desconocimiento y estereotipos".



## // CAMPO DE GIBRALTAR

# Dieciseis periodistas del Campo de Gibraltar, en Nueva York

Los dos años que están a punto de cumplirse de España como miembro no permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, ha sido el motivo que ha llevado a la Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar (APCG), a organizar uno de sus seminarios internacionales en la ciudad de Nueva York.

Durante cuatro días, dieciséis periodistas campogibraltares pudieron conocer de cerca la labor de España, y en concreto de la Representación Permanente de nuestro país ante las Naciones Unidas, durante este período. El embajador representante permanente, Román Oyarzun, acompañado por el consejero de prensa, Florentino Sotomayor, mantuvieron con la delegación de la APCG una reunión de trabajo.

El desplazamiento fue aprovechado por los periodistas campogibraltares para visitar y conocer de primera mano las instalaciones y la actividad del Instituto Cervantes en Nueva York; los estudios de la cadena CNN en Nueva York, fue otro lugar en el que los periodistas fueron atendidos y una fructífera reunión con la directora de la Cámara de Comercio, Gemma Cortijo. En dicha reunión, también participó el algecireño Daniel Landaluze, directivo de la referida institución.

Luis Romero





## // GUADALAJARA

### Gran participación en el curso “Cómo ser periodista freelance y no morir en el intento” organizado por la APG

Un grupo de compañeros se reunió, en el Centro de Prensa de Guadalajara, para conocer más de cerca el mundo del periodista freelance. Marta Gómez-Rodulfo, responsable de Comunicación y creadora del curso, realizó un taller ágil y ameno donde los participantes expusieron sus ideas en este campo. Este curso se enmarca dentro del programa de formación que la APG ofrece a sus asociados y personas interesadas, con la colaboración del Ayuntamiento de Guadalajara y la Diputación provincial.



Varios socios participaron en el curso de la APG  
Foto: Jesús Roperero

## // JAÉN

### Curso de Gabinetes de Prensa



El presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes, y el presidente de la APJ, durante la firma del convenio de colaboración  
Foto: Asociación de la Prensa de Jaén

El presidente de la Asociación de la Prensa, José Manuel Fernández y el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes, firmaron un convenio de colaboración entre las dos instituciones para la puesta en marcha de un Curso de Gabinetes de Prensa, una especialización concreta del periodismo.

En el curso profesionales en activo del periodismo provincial, especializa-

dos en radio, televisión, Internet, redes sociales, prensa escrita y, por supuesto, gabinetes de prensa trabajarn bajo la coordinación de José Manuel Fernández, presidente de la asociación de periodistas.

## // JAÉN

### En la muerte de Vicente Oya



Foto: Asociación de la Prensa de Jaén

Hondo pesar en toda la profesión por el fallecimiento de nuestro compañero Vicente Oya, cronista Oficial de la Provincia de Jaén y socio de Honor de la Asociación de la Prensa. Vicente Oya ha sido un ejemplo de pasión por el periodismo para profesionales de todas las edades. Por ello, la Asociación de la Prensa celebró, hace dos años, un acto de homenaje y reconocimiento a su carrera profesional, imposible de resumir en unas líneas, pero de la que se destacan sus corresponsalías en ABC y La Vanguardia, así como su última etapa de publicaciones de artículos de opinión en Diario Ideal.

## // LEÓN



### Visita institucional al Ayuntamiento de León

El alcalde de León, Antonio Silván, y el presidente de la Asociación de Periodistas, Pedro Lechuga, han mantenido un encuentro durante el cual Lechuga presentó al edil el IV Premio Internacional Aymeric Picaud de periodismo divulgativo del Camino de Santiago, cuya orga-

nización correrá a cargo de la APL, como miembro de la Liga de Asociaciones de Periodistas del Camino de Santiago. Por su parte, Antonio Silván mostró todo el apoyo institucional, por lo que el Ayuntamiento de León se convertirá en colaborador de este premio.

## // MURCIA

# Pampliega y Calaf en las "I Jornadas Nacionales de Periodismo, Protocolo y Fuerzas Armadas"

Han participado ponentes tan destacados como Francisco Márquez de la Rubia, Teniente Coronel E.T. Analista Principal del Instituto Español de Estudios Estratégicos del Ministerio de Defensa; el Coronel de Artillería Diplomado de Estado Mayor y ex Director de Protocolo y Relaciones Externas de Defensa, Carlos J. Medina; o la Directora de Comunicación de la división de desarrollos militares y espaciales del grupo Airbus, Maggie Bergsma.

El periodista de guerra Antonio Pampliega, liberado el pasado mayo tras diez meses de cautiverio en Siria, y la ex corresponsal de RTVE Rosa María Calaf, han participado en las "I Jornadas de Periodismo, Protocolo y Fuerzas Armadas", celebradas en Cartagena, San Javier y San Pedro del Pinatar. Una veintena de especialistas, entre profesionales de comunicación, expertos en protocolo, profesores y militares han debatido durante los tres días del encuentro sobre información de defensa y de guerra y acerca de las relaciones de los profesionales del periodismo y el protocolo con las Fuerzas Armadas.

En el acto de inauguración ha intervenido el decano del Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia, Juan Antonio de Heras; el Presidente de la Asociación Española de Protocolo, Juan Ángel Gato; y la Secretaria General de la Consejería de Presidencia, María Robles. El cierre del acto ha corrido a cargo del Delegado de Defensa en la Región de Murcia, José Ignacio Martí Scharfhausen.

Algunos de los ponentes que también participaron en las Jornadas son el Director de la Escuela Internacional de Protocolo 'Protocollum', Juan de Dios Orozco; Luis Estaire, Ex Vicepresidente de Calidad de General Dynamics Europa; y José Andrés Elgarresta Murillo, Jefe de Comunicación de Navantia-Astillero de Cartagena.



Saludo del Comandante Jefe de la Flotilla de Submarinos. Arenal de Cartagena

Foto: Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia

La actividad ha sido organizada por el Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia, la Fundación Asociación de la Prensa, la Asociación Española de Protocolo y la Delegación de Defensa en la Región de Murcia.

## // A CORUÑA

# La APC edita el "Calendario Histórico A Coruña 2017"



La portada del almanaque incluye una fotografía de la Avda. La Marina en 1924

La Asociación de la Prensa de La Coruña acaba de editar –gracias al patrocinio de la Compañía de Tranvías de la ciudad– el "Calendario Histórico A Coruña 2017", una publicación que recoge 800 hechos acontecidos a lo largo de la historia de la ciudad herculina y 13 fotografías inéditas tomadas en 1924.

Con textos del periodista Rubén Ventureira y prólogo de César Antonio Molina (ex ministro de Cultura, periodista, escritor e hijo predilecto de A Coruña) este almanaque es en realidad un libro de Historia ordenado en forma de calendario, que lo convierte en un ejemplar de coleccionista, destinado por tanto a ocupar un lugar en las bibliotecas particulares una vez que cumpla su función de anuario de 2017.

Asimismo se completa con la ilustración de 13 fotografías inéditas tomadas por el fotógrafo del barco alemán Braunschweig

entre el 6 y el 13 de julio de 1924. Este reportaje es un excelente retrato urbanístico, arquitectónico y social de A Coruña de aquella época. El castillo y la playa de San Amaro, la Ciudad Vieja, la calle de la Torre, la Atocha Baja, la avenida de Alfonso Molina, la plaza del Humor, el desaparecido lavadero del Parrote, la antigua plaza de toros, la desaparecida cala de Os Pelamios o la Marina son algunos de los rincones protagonistas de las imágenes, entre las que figuran también dos panorámicas de la ciudad tomadas desde el monte de Santa Margarita.

A través de códigos QR se puede acceder con el teléfono móvil a vistas actuales de estos puntos, y lo convierte, por tanto, en un calendario interactivo a través del cual se puede realizar un viaje en el tiempo. Ya está a la venta por 9,95 euros en la APC, librerías, kioscos y otros establecimientos de A Coruña.

## // SANTA CRUZ DE TENERIFE

### II Congreso de Historia del Periodismo Canario

De la autarquía franquista a la globalización (1936-2016) ha sido la temática del II Congreso de Historia del Periodismo Canario celebrado en la Univesidad de La Laguna, bajo la coordinación y edición de los profesores Julio Yanes, Enrique Perera y Lara Carrascosa. Avalan esta convocatoria los departamentos de Geografía, Historia, Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna, así como el de Ciencias Históricas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Hasta cuarenta comunicaciones ha registrado la organización, referidas a hechos, publicaciones, investigaciones y personajes de la vida

pública y periodística de la comunidad canaria en un ciclo de ochenta años.

El Comité Científico del Congreso estuvo compuesto por los catedráticos y profesores:

Celso Alinuñía Fernández, Amparo Moreno Sardá, Xosé Manoel Núñez Seixas, Carmelo Garitaonandia Garnacho, Miguel Ángel Ruiz Carnicer, Helena Laura Dias de Lima, José Miguel Pérez García, Sebastián Serra Busquets, Miguel Ángel Cabrera Acosta, Mario da Mota Mesquita, Susana Serpa Silva, Antonio Checa Godoy, Juan José Fernández Sanz, y Julio Antonio Yanes Mesa.

## // SANTIAGO DE COMPOSTELA

### En recuerdo de Borobó



La vida y obra de Raimundo García Domínguez, "Borobó" (1916-2003) fueron recordadas en un emotivo homenaje público organizado por la Asociación de Periodistas de Santiago (APSC) en su villa natal, Pontecesures (Pontevedra) al que asistieron profesionales del periodismo gallego, así como vecinos, familiares e amigos del que fuera director "El Correo Gallego" y el vespertino "La Noche". Para esta ocasión, la APSC editó un número extraordinario, en formato sábana, recordando ésta última publicación que fué paradigmática en la defensa de la libertad de prensa durante

los difíciles tiempos del franquismo. "La Noche" dió paso a la vanguardia literaria, política y periodística de entonces de la mano de "Borobó", considerado como el "maestro del periodismo gallego contemporáneo" y "faro de cultura y libertad en tiempos oscuros", como lo calificaron especialistas de la talla de Gonzalo R.Mourullo, Benxamín Vázquez, Siro López y su propio hijo, el también periodista Raimundo García.

Finalmente se descubrió una placa conmemorativa en la casa donde vivió.



## // ALMERÍA

### Periodistas freelance en lugares de conflicto



Desde la izquierda: Javier Pajarón, Alicia Hernández y Curro Lucas  
Foto C. Porrúa

Siria, Líbano, Irak o Venezuela... Lugares en conflicto, con graves problemas, donde el periodismo se convierte, más que nunca, en fundamental para los ciudadanos. Contar lo que sucede no siempre es fácil. Tres periodistas, Alicia Hernández, Javier Pajarón y Olalla Negrete, han explicado sus experiencias trabajando como corresponsales, empotrados en el Ejército o, incluso, como voluntarios.

La interesante jornada estuvo organizada por la Asociación de Periodistas - Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL) y el Colegio de Periodistas de Andalucía en Almería, habiendo estado coordinada y moderado el debate por el también periodista Curro Lucas. Junto a los protagonistas, la presidenta de la AP-APAL y del CPPAA, Covadonga Porrúa.

# PREMIOS\_

## El fotoperiodista Fidel Raso, IV Premio Internacional de Periodismo “Cátedra Manu Leguineche”

Fidel Fernández Raso es licenciado en Periodismo por la Universidad del País Vasco, diplomado en Estudios Avanzados (DEA) y ha realizado varios cursos de doctorado sobre Nuevas Tendencias en los Medios y Soportes de la Información Periodística. Asimismo, es miembro de la FAPE desde 1987. Su carrera comienza en el País Vasco en los primeros años de la Transición pero no se detiene en España ya que es enviado especial para cubrir diferentes acontecimientos internacionales como la caída del Muro de Berlín (1989) o las primeras elecciones democráticas en Alemania del Este (1990) y Rusia (1991), entre otras. El jurado le otorgó el galardón “por su compromiso y trayectoria profesional, tanto con su cámara como con su pluma destacando por su compromiso con la verdad y sobre todo por su humildad”.

El Premio Internacional de Periodismo “Cátedra Manu Leguineche”, dotado con 8.000 euros, es un reconocimiento otorgado por la Cátedra Manu Leguineche, formada por la FAPE, la Diputación provincial de Guadalajara, la Universidad de Alcalá de Henares y el Ayuntamiento de Brihuega y lleva implícito el nombramiento como profesor honorífico de la misma del galardonado en cada edición.

El jurado estuvo presidido por el presidente de la Diputación de Guadalajara, José Manuel Latre, e integrado por: María Teresa del Val, directora general de la Fundación General de la Universidad de Alcalá (UAH), como vicepresidenta; y los vocales Jesús Picatoste, secretario general de la FAPE; Pedro Erquicia, periodista, director fundador de Informe Semanal; Marisa Ciriiza, periodista y vicepresidenta de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo; Jesús Coterón, periodista, presidente de la Asociación de Periodistas del País Vasco y decano del Colegio Vasco de Periodistas; y Mariano Guindal, periodista, antiguo redactor jefe de La Vanguardia; actuando como secretario Carlos Sanz, periodista, vicesecretario general de la FAPE.

El Premio Internacional de Periodismo “Cátedra Manu Leguineche”, dotado con 8.000 euros, es un reconocimiento otor-



Satisfacción en el premiado

Foto: Fernando Sanz



Mesa redonda con la intervención de Fidel Raso, Ignacio Camacho y Esther Jaén

Foto: Fernando Sanz



La escritora Cristina Morató

gado por la Cátedra Manu Leguineche, formada por la FAPE, la Diputación provincial de Guadalajara, la Universidad de Alcalá de Henares y el Ayuntamiento de Brihuega y lleva implícito el nombramiento como profesor honorífico de la misma del galardonado en cada edición. Precisamente, en su último Pleno, la Diputación ha aprobado una addenda para ampliar la dotación económica de la Cátedra que asciende a los 30.000 euros lo que permitirá la realización de más actividades en torno a la figura de Leguineche.

La original creatividad del escenario y la sala -que estuvo abarrotada de un público heterogéneo donde abundaban los estudiantes- fue idea del estudio de diseño gráfico y publicidad de Laura Domínguez. Y en el escenario lucía el cuadro del pintor Jesús Campoamor: el paisaje que se contemplaba desde el dormitorio de Manu.

El acto de la entrega del Premio se desarrolló en La Capilla en la localidad de Brihuega (Guadalajara), donde Manu Leguineche pasó los últimos años de su vida. Participaron la periodista-presentadora Mónica Gallo; la escritora Cristina Morató, que leyó un emotivo texto; Luis Viejo, alcalde de Brihuega, que mostró su satisfacción por la celebración de este acto en su municipio; Maite del Val, directora general de la Fundación de la UAH, que confirmó su permanente apoyo; Elsa González, presidenta de la FAPE; y José Manuel Latre, presidente de la Diputación.

En su intervención, Elsa González quiso puntualizar, en torno a la polémica surgida tras la muerte de Rita Barberá, que, si bien el trabajo del periodista afecta al honor de las personas y



José Manuel Latre durante su intervención

a su presunción de inocencia, “es inadmisibles la autocensura. La esencia del Periodismo es su función de contrapoder”. Para velar por la conciencia profesional, González recordó la existencia de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, un órgano de autorregulación al que puede acudir cualquier persona o entidad que se sienta afectado por el tratamiento de una información periodística.

José Manuel Latre, se refirió a los orígenes de este galardón, que se creó en 2010 de la mano de la FAPE y de la Diputación Provincial de Guadalajara, incorporando años después a la Universidad de Alcalá de Henares y al Ayuntamiento de Brihuega, “para cerrar el círculo en torno a los valores no solo periodísticos sino también culturales y humanísticos que representa la figura inolvidable de Leguineche para Brihuega, para La Alcarria y para Guadalajara” y destacó la aportación de la FAPE, “que ha asumido con determinación su papel relevante en este premio y es realmente el alma del mismo. Sin su apoyo y colaboración no sería posible esta iniciativa”.

Fidel Raso hizo una reflexión sobre la crisis de valores en el Periodismo y sus consecuencias: “Hay que devolver la filosofía y la poesía al periodismo y no olvidar que debe primar el contenido frente al soporte”. “Manu tenía un sueño, persigámoslo y demostremos que la soledad también puede ser una llama”, dijo.

Con música de Bach de fondo, concluyó la entrega, que estuvo precedida por una interesante mesa redonda bajo el título “Refugiados, xenofobia y populismo”, con la participación del propio premiado y de los periodistas Esther Jaén e Ignacio Camacho.



Luis Viejo, alcalde de Brihuega



Fidel Raso recibe el premio de manos del presidente de la Diputación de Guadalajara. Al fondo, Maite del Val, directora general de la Fundación de la UAH.

## // ARAGÓN

# Premio "Ciudad de Zaragoza"

*Cuatro periodistas de Aragón Televisión ganaron los 3.000 euros del premio Ciudad de Zaragoza a la mejor labor informativa del año en Aragón por una serie de informaciones sobre los refugiados que además sirvieron para promover una ONG de ayuda. Además, la Asociación de Periodistas de Aragón entregó varios reconocimientos, como el del mejor periodista aragonés en el extranjero, en una jornada para celebrar la "magia" de la profesión.*

El premio Ciudad de Zaragoza, con el que la Asociación de Periodistas de Aragón y el Ayuntamiento de Zaragoza reconocen cada año la mejor labor informativa, ha tenido este año características especiales, ya que se ha galardonado uno de los grandes temas informativos del año, la crisis de los refugiados, pero en una propuesta que sumó colaboración entre los ganadores, foco en los protagonistas de la noticia, activismo social y uso de las redes. Premiadados fueron: Juancho García Barrecheguren, Laura Sainz-Aja e Iñaki González Lasheras; y Roberto Asensio formó con otros compañeros de profesión, la asociación Ayuda a Refugiados para difundir por las redes sociales el material informativo. Los premiados donaron los 3.000 euros del premio a esta asociación. En el acto de la entrega de estos galardones también se repartieron otros reconocimientos honoríficos: Pepe Royo recibió el galardón a la trayectoria profesional; David Marqués, el de periodismo comarcal y Diego Ibarra el nuevo premio para periodistas aragoneses que trabajan en el extranjero.



Los ganadores del premio Ciudad de Zaragoza recogen su premio



Foto de familia con los premiados del año

El presidente de la asociación, José Luis Trasobares, subrayó que en el buen periodismo no hay truco sino vocación y compromiso.

## // ALBACETE

### III Premio Sánchez de la Rosa



La Asociación de Periodistas (APAB) ha convocado la tercera edición del Premio José Sánchez de la Rosa al reportaje periodístico, en cualquiera de sus géneros y soportes, con la finalidad de distinguir la autoría de los mismos por su originalidad o la calidad de su contenido.

El galardón, dotado con dos mil euros, lleva el nombre del que fuera primer secretario de la prensa local y cronista oficial de la villa, el periodista José Sánchez de la Rosa, fallecido en 2013, al considerarlo una referencia para la profesión por su compromiso y honestidad.

La convocatoria está abierta a cualquier profesional de los medios de comunicación que, en su trabajo, retrate la realidad albaceteña.

Según las bases, se aceptarán trabajos publicados en medios nacionales siempre y cuando versen sobre la provincia de Albacete.

## // BALEARES

### Jose Miguel Romero gana el I Premio de Periodismo APIB

El periodista José Miguel Romero, del Diario de Ibiza, ha ganado el I Premio de Periodismo APIB por su serie de reportajes 'Los hijos catalanes de las Dides' sobre niños huérfanos de Barcelona criados por mujeres ibicencas en los años treinta. Los testimonios reales, el interés humano, la documentación, el estilo, etcétera, han sido aspectos elogiados por el jurado. El galardón, patrocinado por El Corte Inglés y Endesa, está dotado con 1.500 euros y una escultura de la artista Maria Genovard. El jurado del I Premio de Periodismo APIB ha otorgado Mención Especial al periodista Eduardo Colom, de El Mundo / El Día de Baleares, por su reportaje titulado 'Veneno en el Cuerpo', radiografía del estado de la investigación sobre la trama de corrupción en la Policía Local de Palma. También ha otorgado Mención Especial a la periodista Mariana Díaz, de Última Hora, por su serie de reportajes sobre la situación patrimonial del Convento de Santa Elisabet de las Hermanas Jerónimas. Por último, otra Mención Especial a los periodistas María Fuenteálamo y Eduardo Colom, de El Mundo / El Día de Baleares, por su noticia 'El pufo millonario de Sa Nostra en Miami', sobre las inversiones inmobiliarias fallidas de la entidad financiera balear.



Miquel Serra, Maria Genovard, Magdalena Frau, Eduardo Colom, José Miguel Romero, María José García Fuenteálamo, Angeles Durán y Antonio Sánchez

## // ALMERÍA

### La periodista de TVE, Marisol Soto recibió el “Colombine”

*Homenaje a Carmen de Burgos, “figura universal del periodismo”*

El acto de entrega del V Premio Internacional “Colombine” a la periodista catalana de TVE, Marisol Soto Romero, sirvió para homenajear a quien da nombre al certamen que patrocina la Fundación Unicaja y organiza la Asociación de Periodistas – Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL), la almeriense Carmen de Burgos Seguí, “figura universal del periodismo” y “decana de las letras españolas en 1921, tras la muerte de Emilia Pardo Bazán”.

Marisol Soto Romero, muy emocionada tras recibir los 3.000 euros del premio y la reproducción en mármol de Macael del monumento a la Libertad de Prensa que se alza en la plaza de los Periodistas de la capital. La presidenta de la AP-APAL y del Colegio de Periodistas de Andalucía en Almería (CPPAA), Covadonga Porrúa, en su discurso, agradeció a la Fundación Unicaja la apuesta y apoyo por el premio de periodismo.

Concluyó la presidenta de la Asociación y del Colegio convocando la sexta edición del premio internacional de periodismo Colombine, cuyo plazo de presentación de trabajos estará abierto del 29 de noviembre de 2016 al 15 de febrero de 2017.

#### CARMEN DE BURGOS, FIGURA UNIVERSAL DEL PERIODISMO

La catedrática Concepción Núñez Rey, biógrafa de Carmen de Burgos ofreció una conferencia destacando el papel relevante de la almeriense en el periodismo español: primera periodista profesional como redactora de Diario Universal (1-1-1903); corresponsal en Francia e Italia de Heraldo de Madrid y del naciente ABC (octubre 1905 - verano 1906); en 1909, en Marruecos, se convirtió en la primera corresponsal de guerra y más tarde ofreció un extenso documento de la Primera Guerra Mundial. Destacó la profesora de la universidad Complutense que tras la muerte de Emilia Pardo Bazán, en mayo de 1921, Carmen de Burgos se convirtió en “la decana de las letras españolas”. La almeriense llegó a presidir la Cruzada de Mujeres Españolas y la Liga Internacional de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas.



El Premio Internacional de Periodismo Colombine está patrocinado por la Fundación Unicaja y lo organiza la Asociación de Periodistas – Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL), con la colaboración de la Asociación de la Prensa de Madrid, Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Colegio de Periodistas de Andalucía (CPPA) y Fundación Carmen de Burgos.

#### LA OBRA GANADORA

“El machismo que no se ve” fue emitido por “La 2” de TVE. Es una producción íntegra de TVE con guion y dirección de la periodista Marisol Soto Romero; realización de Carol González Matas; producción de Luis Boix y Fali Álvarez y las aportaciones en diferentes facetas de F. Xavier Monistrol, Xavi Pedro, Juan Baño, Ildefonso Urbán, Alberto Molina, Guillermo Veloso, Javier Ginés, Manuel Andreu, Jordi R. Costa, Alberto Collantes, Joaquín L. López, Enric Ferrés, Xavi Soler, Ramón Lull, Toñi Carbajo, Carmen Visiedo, Xavier Maristany y David Beltrán.

El trabajo ganador con una duración de 57 minutos, cuestiona por qué una buena parte de los adolescentes y jóvenes que han crecido en la igualdad de derechos para hombres y mujeres no identifica las conductas machistas.

## // JEREZ

### Antonio Pampliega premio Juan Andrés García

Se celebró el acto de la entrega del V Premio Juan Andrés García al periodista madrileño Antonio Pampliega por el reportaje “Los niños perdidos de Alepo”, publicado por El País. Antes de la entrega del galardón, Pampliega ofreció una intervención muy emotiva sobre la situación que sufre la población civil en Siria



## // NAVARRA

### Premios del periodismo foral (Teobaldos 2016)

El palacio de Teobaldo de Navarra, en Olite, volvió a servir de escenario para los premios del periodismo foral, unos galardones “de periodistas y para periodistas”, como reivindicó un “feliz” Javier Errea, que fue reconocido como ‘periodista navarro del año’. Otros galardonados fueron: Javier Laquidáin, Susana Vera, Jaiione Donázar, Álvaro Gárriz, Carolina Gamazo, Unai Beróiz, Jesús María Montes-Fernández y Pilar Fernández Larrea. El presidente de la Asociación, Miguel Ángel Barón, aseguró que Javier Errea “ha tocado aspectos que otros jamás se hubieran atrevido. Con valor. Con mucho valor. Seguro de sí mismo”.



# EL PERIODISMO, IMPRESCINDIBLE EN EL PACTO POR LA EDUCACIÓN



**Elsa González**  
Presidenta de FAPE

**C**on el inicio del año, en la Federación nos marcamos nuevos retos. En la actualidad, la Sociedad de la Información mueve el mundo y el periodista tiene un papel destacado en esa función. No falta información, muy al contrario, pero ¿sabemos recibirla? Los medios de comunicación dominan nuestras relaciones sociales, ayudan a formar opinión pública, y nos conectan de forma global e individual; juegan un papel esencial en la actividad política, económica y cultural. Dado el peso específico que poseen los medios, y sus efectos en nuestra vida diaria, resulta esencial diferenciar la información de la opinión, discernir cómo reconocer la información

*“No falta información, muy al contrario, pero ¿sabemos manejarla?”*

fiable, con qué criterios se elabora y se traslada al receptor. Sin olvidar las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la noticia. Cómo adaptar la ética informativa en los nuevos formatos y soportes. O la capacidad de intervención del destinatario de la información. Ahora el receptor no es un ser pasivo. Y eso precisa una responsabilidad especial que es necesario ejercer tras un aprendizaje que, en estos tiempos, resulta imprescindible.

Creo que los periodistas debemos liderar ese proyecto. Y desde la FAPE nos hemos puesto manos a la obra. Constituirá una gran aportación a la ciudadanía. Y puede significar una inestimable contribución laboral para la profesión. Nuestra propuesta es que esta enseñanza forme parte del necesario y perseguido pacto educativo. Y que esa materia la impartan licenciados en Periodismo o en Comunicación Audiovisual.

La iniciativa es importante para el prestigio del Periodismo y de los periodistas, pero resulta esencial para la vida de-

mocrática de nuestro país. Es preciso generar compromiso en el uso, recepción y participación de los medios de comunicación. Y, sobre todo, suscitar una actitud responsable y crítica ante la información, individual y colectiva. Una opinión pública madura.

Muchos jóvenes no diferencian demasiado los medios de comunicación de las redes sociales. Desconocen la importancia de estar bien informados, de obtener datos veraces

*“Muchos jóvenes no diferencian demasiado los medios de comunicación de las redes sociales”*

sobre la actividad económica, social o política que le permita conocer la situación real del mundo que le rodea, adoptar decisiones con mayor conocimiento, y datos con mayores garantías para pronunciarse en las consultas electorales.

Desde la FAPE hemos iniciado las conversaciones con las formaciones políticas en el Parlamento, para que el estudio de los medios de comunicación se incluya en el currículo durante la adolescencia. Vivimos una etapa de crisis global, económica y de valores, que ha puesto en cuestión la credibilidad de muchas estructuras e instituciones. Un mayor conocimiento en esta materia puede ser de gran ayuda. Debemos ser capaces de trasladar que, en esta nueva Era de la Información, seguimos generando calidad a la democracia: destapamos corrupción y aportamos transparencia a una sociedad democrática. Por cierto, a cambio, en general, de salarios precarios y menor peso específico del Periodismo en las empresas informativas.

El Periodismo precisa el empuje y el esfuerzo permanente de todos para mantener la calidad y reforzar su ética.

El estudio de la función de los medios de comunicación debe formar parte de la futura Ley de Educación, como servicio público esencial para fortalecer la democracia y construir una sociedad mejor. Aprender a valorar la información fiable y su efecto que confronte al poder; que facilite criterios sólidos para evaluar a quienes nos gobiernan.

La aparición de la imprenta sembró el germen de un Periodismo que perduró durante siglos. Internet ha inaugurado una nueva Era de la Información. Las generaciones noveles deben conocer el valor del Periodismo. Es nuestra clave de futuro. Y en eso estamos...



# ASOCIACIONES\_

Mar González Mena, licenciada en Ciencias de la Información por la Complutense, ha ejercido fundamentalmente la profesión en Burgos. Jefa de redacción en la COPE nunca ha abandonado la formación continua: desde 2015 es doctora por la Universidad de Burgos. En su tesis doctoral, “Atapuerca y los medios de comunicación. Estudio del modelo de socialización y divulgación de la ciencia”, analiza la evolución de la divulgación en los yacimientos declarados “Patrimonio de la Humanidad” y la apuesta de su equipo de investigación por llegar a la sociedad a través también de los periodistas.

ENTREVISTA

## MAR GONZÁLEZ



**Presidenta de la Asociación de la Prensa de Burgos y decana del Colegio de Periodistas de Castilla y León**

## ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta tanto en la Asociación como en el Colegio?

En otros ámbitos, la colegiación es obligatoria y se realiza al terminar la carrera. Las asociaciones y colegios profesionales de periodistas han nacido y se mantienen con los titulados voluntarios que, desde sus orígenes, han apostado por sumar esfuerzos y defender la profesión de todos. Una de las principales dificultades en este momento es sensibilizar a las nuevas generaciones de periodistas de la importancia de estar unidos para defender nuestros intereses comunes y reflexionar sobre el futuro profesional.

## ¿En qué aspectos ha evolucionado la profesión periodística en Burgos?

La Asociación de Periodistas de Burgos ha cumplido 100 años y, analizando este siglo de periodismo, hemos podido ver cómo ha evolucionado la tecnología que cada vez aporta más posibilidades al trabajo periodístico pero, al final, la esencia es y creo que debe seguir siendo la misma. El periodismo es el oficio de contar las cosas, con una libreta y un boli, a través de las ondas, con imágenes o con la rapidez de Internet. Afortunadamente, en Burgos el periodismo ha sabido estar a la altura de las circunstancias e irse adaptando a los cambios de modo que, en la actualidad, conviven periódicos con 125 años de historia como Diario de Burgos con nuevos proyectos on line como Burgos Conecta.

*“Un reciclaje en la formación del periodista es imprescindible”*

## ¿Cree que la crisis del periodismo irá a mejor o a peor?

Espero que la crisis haya tocado fondo. En los últimos años se han perdido miles de puestos de trabajo y, con ellos, se ha perdido calidad en los que quedan en redacciones mermadas. Ahora las redes sociales e Internet parecen abrir puertas de futuro pero todavía falta encontrar el modo de que conduzcan a un periodismo profesional on line. Es difícil que se recuperen algunas de las cosas perdidas, los profesionales veteranos o los espacios loca-

les que han quedado en el camino, pero espero que se pueda recuperar un periodismo de calidad, por nosotros y por la sociedad en general que se merece una información contrastada y trabajada con profesionalidad y tiempo.

## ¿Es necesario un reciclaje en la formación del periodista?

Es imprescindible. Si el periodismo y los periodistas han tenido que reciclarse y adaptarse a las nuevas tecnologías, las de antes, las de ahora y las que estén por llegar, las facultades no pueden ir por detrás. Es necesario que la formación de las universidades esté ligada a la realidad de las redaccio-

*“Es necesario que la formación de las universidades esté ligada a la realidad de las redacciones”*

nes y de las nuevas formas del periodismo pero, también, los licenciados no pueden conformarse con un título. La formación debe ser un elemento constante en nuestro desarrollo profesional.

## ¿Cuál cree que es el juicio del ciudadano medio sobre la profesión periodística?

Los periodistas no gozamos de buena prensa pero, quizás, más por los mitos que corren sobre la profesión que por la realidad diaria del periodismo, de las personas que están detrás de las informaciones, y cuya imagen queda diluida entre esos corresponsales de guerra que salen en las películas y el griterío sin fundamento de muchas tertulias. Además, los propios profesionales nos vemos arrastrados por la negatividad de una dura crisis y debemos volver a recordar los valores que nos apasionan para seguir diciendo con orgullo, soy periodista.



## —TRÍO EDITORIAL DE ASES—



### FALCÓ

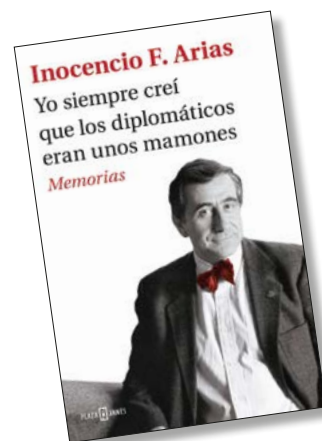
Arturo  
Pérez Reverte  
Alfaguara. 285 páginas.



### PRIMERA PÁGINA

Vida de un periodista  
1944-1988

Juan Luis  
Cebrián  
Debate. 380 páginas.



### YO SIEMPRE CREÍ QUE LOS DIPLOMÁTICOS ERAN UNOS MAMONES

Memorias

Inocencio F. Arias  
Plaza Janés. 549 páginas.

**S**eguro que más de un par de lectores están en completo desacuerdo, de entrada, con este titular "trío de ases" por muy diversas razones. Habrá quienes piensen que más de uno de ellos debería quedar descabalgado de semejante tratamiento. Varios motivos: ya sea por animadversión personal, por disparidad de criterios políticos, por repulsa hacia determinadas descripciones de hechos decisivos, por falta de sintonía literaria con el autor, por considerar que la palabra "as" engrandece positivamente en exceso sus figuras. O bien porque sus acciones y discursos en las campañas de promoción no han podido agradar a todos. Pero vaya por delante que no se trata aquí de evaluar los méritos de tres obras y autores que han aparecido en los mercados casi simultáneamente. Son tres libros que parecen fundamentales para el mejor entendimiento de la historia reciente, porque no sólo de los ortodoxos manuales puede nutrirse el conocimiento.

**A**dierte Pérez Reverte que "aunque documentada con hechos reales, Falcó es una novela cuya trama y personajes son imaginarios". No hay obstáculos para que el lector vaya más allá de las páginas de un extraordinario entretenimiento. Y si duda de la personalidad de Falcó, como espía,

convendría que repasara todo lo que Reverte ha ido ampliando en sus entrevistas y encuentros de promoción acerca de la Guerra Civil española: " Hay un montón de gente con la camisa azul y el mono miliciano que aprovecharon para ajustar cuentas, matar, robar y violar". Veintiún años como reportero en conflictos bélicos avalan las opiniones, informaciones y tesis de Pérez Reverte que no habla y escribe de oídas. Si le preguntas por si de Falcó surgirá otra Alatríste, aún no lo sabe. Recuerda que él escribe directamente para sus lectores que le siguen con una fidelidad creciente. Y aún dispone de tiempo para recrearse en una ingrata polémica con el anterior director de la Real Academia con toda una pieza literaria y periodística que hubiera merecido más amplio eco en el caso de superar el pudor corporativo.

**E**n Primera Página, Juan Luis Cebrián cuenta su "vida de un periodista" hasta el año 1988. Si este primer volumen ha convulsionado el mundo periodístico, y convertido en diana de los más amplios sectores informativos críticos es de suponer, cuando aparezcan sus memorias de las últimas décadas, con una actividad más próxima a la alta gerencia financiera que a la puramente periodística, provocará oleadas de polémicas de todo tipo. En su campaña promocional de

esta "Primera Página" ha tenido que hacer frente a muy ásperas entrevistas. ¿Cómo se desarrollará otra campaña promocional cuando narre su protagonismo en los años del 88 hasta nuestros días o hasta su jubilación? Nadie duda de que habrá segunda entrega. Cebrían no podrá escudarse únicamente en su gran trayectoria profesional como director de El País y habrá de pormenorizar infinidad de acontecimientos de alta política – no solo informativa-- en los que ha desempeñado un papel central. En los círculos periodísticos fue muy comentado el artículo de Pedro G. Cuartango, director de El Mundo, que abandonaba el aluvión de descalificaciones: "El nuevo libro de Juan Luis Cebrían no me ha decepcionado – dice entre otras cosas–Estas memorias están escritas de forma brillante, con una cierta dosis de autocrítica, Es una pena que la polémica sobre sus últimas y muy desafortunadas comparecencias radiotelevisivas haya apagado la fuerza del texto. Sus memorias son un ejercicio de inteligencia. Somos un colectivo cainita que se alegra de la desgracia ajena y que se niega a admitir las equivocaciones propias". Una saludable polémica sería debatir sobre la postura que defendía hace años Arcadi Espada: "Reivindico el derecho de criticar el periodismo desde dentro".

**A**lguien comentará que si esta sección se llama "Libros de periodistas", la inclusión (con honores de "as") de esta obra de Inocencio F. Arias no deja de ser una licencia heterodoxa porque el autor ni es periodista ni es conocido por su

nombre del DNI y menos aún si intercalamos una "F" para el despiste. Lo cierto es que al menos la mitad de la profesión sabe muy bien de Chencho Arias, a quien casi sobra el apellido si hay que identificarle. Ahora publica unas "Memorias" que, con su instinto periodístico, ha bautizado "Yo siempre creí que los diplomáticos eran unos mamones". En 549 páginas cuenta, con rigor y humor, un millar de acciones diplomáticas en las que ha intervenido a lo largo de una carrera extraordinaria en la que ocupó cargos de máxima confianza con Felipe González y José María Aznar, portavoz de Exteriores con UCD,PSOE y PP. Hizo una incursión, al margen de su ejemplar trabajo de alto servidor del Estado, como director general del Real Madrid. Pegado siempre al periodismo y a las obligaciones de los periodistas, supo aplicar en todo momento los principios fundamentales de la Comunicación desde la delicada responsabilidad de la labor diplomática. Su veta periodística le ha llevado a colaborar habitualmente en media docena de periódicos, radio, televisión y publicar cinco libros. Cualquier director de un medio le ofrecería una generosa corresponsalía. Pero ya no es tiempo.

**E**ste trío de ases unidos por la simultaneidad de la edición, aun tiene otro hilo sutil que desde tres concepciones dispares entroncan con la Transición, esa etapa histórica tan desconocida por las jóvenes generaciones..

**J. PICATOSTE**

## La FIP lanza un plan de seguros desarrollado "por periodistas para periodistas"

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha unido fuerzas con una importante compañía de seguros para introducir un nuevo plan de seguro económico que cubre a los trabajadores de los medios de comunicación sin restricción en todas las regiones del mundo, incluyendo las zonas de guerra.

Muchas compañías de seguros se niegan a asegurar a los profesionales de noticias que trabajan en áreas peligrosas, o lo hacen a costes muy altos, lo que lleva a numerosos reporteros y autónomos, incluyendo el personal técnico, a cubrir información en algunos de los países más peligrosos del mundo sin la red de protección de una póliza de seguro.

La FIP ha unido fuerzas con "Insurance for Journalists" para proporcionar una cobertura a los miembros de todos sus sindicatos y asociaciones afiliados desplazados en misiones en cualquier parte del mundo. 'Insurance for Journalists' es una aseguradora especializada exclusivamente en asegurar al personal de los medios de comunicación, sin restricciones, siguiéndolos donde la próxima misión les lleve.

Cada póliza proporciona cobertura por muerte accidental y discapacidad, accidentes de emergencia, evacuación por enfermedad y repatriación desde cualquier parte del mundo incluyendo las regiones hostiles hasta al país de residencia de los asegurados cuando sea necesario.

Las pólizas de seguro se han desarrollado con la ayuda de un equipo de periodistas encabezado por Frank Giglio, antiguo director de producción informativa con 42 años de experiencia en ABC y Fox News, en consultación con el personal de la FIP.

"La mayoría de las agencias de noticias y los medios de comunicación confían en la comunidad freelance para cubrir noticias de última hora, documentales y eventos especiales. Es esencial que cada individuo o grupo esté debidamente asegurado", ha asegurado Giglio.

La FIP ha registrado la muerte de al menos 2.297 periodistas y personal de los medios de comunicación en los últimos 25 años (1990-2015) con la tasa de mortalidad más alta en Irak (309), Filipinas (146) y México (120). Si bien una formación de seguridad es esencial para minimizar los riesgos de los periodistas en el extranjero, es todavía más necesario proporcionar a los trabajadores de los medios las condiciones de trabajo más seguras posibles.

Anthony Bellanger, secretario general de la FIP, ha declarado: "Aunque la planificación cuidadosa sigue siendo la parte más importante de la recopilación de noticias, ningún trabajador de medios debe ser excluido del acceso a un seguro global y decente que cubra todos los riesgos. La FIP ha estado trabajando con 'Insurance for Journalists' para ofrecer un plan de seguro global asequible para los miembros de nuestros afiliados en todo el mundo".

# ASOCIACIONES FEDERADAS

## Albacete

• María del Carmen Benítez Tera  
Avda. de la Estación, 2-12º  
Apartado de Correos 1030  
02001 Albacete.  
Tel: 647914236/ 627504359  
E-mail: apalbacete@fape.es  
Página web: www.periodistasdealbacete.es  
97 asociados

## Alicante

• José Manuel Soto Tornero  
C/ San Fernando, 53- 2º dcha.  
03001 Alicante  
Tel: 965212086 | Fax: 965214051  
E-mail: apa@asociacionprensaalicante.com  
Página web: www.asociacionprensaalicante.com  
274 asociados

## Almería

• Covadonga Porrúa Rosa  
Plaza San Sebastián, 5. Galería Comercial.  
Edif. Concordia. Esc. Izqda, 1-1  
04003 Almería.  
Apartado de Correos 1063,  
04080 Almería.  
Tel: 950260141 | Fax: 950260141  
E-mail: asociacion@periodistas2005.com  
Página web: www.periodistasfape.es/almeria;  
www.periodistas2005.com y www.anuariocritico.es  
168 asociados

## Aragón

• José Luis Trasobares Gavín  
C/ Cinco de Marzo, 9  
50004 Zaragoza  
Tel: 976225384 | Fax: 976222963  
E-mail: info@aparagon.es  
Página web: www.aparagon.org  
560 asociados

## Ávila

• José Ramón Budiño Sánchez  
Apartado de Correos, 35  
05080 Ávila  
E-mail: apaavila@gmail.com  
22 asociados

## Badajoz

• Antonio Tinoco Ardila  
Facultad de CC de la Documentación y la  
Comunicación. Despacho 109  
Plazuela Ibn Marwan, s/n  
06001 Badajoz  
Tel: 924286400  
E-mail: aprensabadajoz@gmail.com  
www.asociaciondelaprensadebadajoz.com  
59 asociados

## Burgos

• Mar González Menas  
C/ Teresa de León, 2.  
09006 Burgos  
Tel: 947242140 | Fax: 947242140  
E-mail: aperiodistasbur@gmail.com  
86 asociados

## Cáceres

• Isabel Bravo Cañadas  
C/ Comandante Sánchez Herrero, 2 bajo

(Casa de la Chicuela)  
10004 Cáceres  
Tel: 927627597  
E-mail: info@periodistascaceres.com  
Página web: www.periodistascaceres.com  
155 asociados

## Cádiz

• Libertad Paloma Jiménez  
C/ Ancha, 6.  
11001 Cádiz  
Tel: 956212059 / 956212370  
Fax: 956220783  
E-mail: apc@prensacadiz.org  
Página web: www.prensacadiz.org  
173 asociados

## Campo de Gibraltar

• Javier Martínez Manuel  
C/ Poeta Daniel Florido, s/n.  
Edificio Cooperativa Dos Mares.  
11207 Algeciras (Cádiz).  
Apartado de correos 1100  
Tel: 956601656  
E-mail: apcg@apcg.info  
Página web: www.apcg.info  
100 asociados

## Cantabria

• Dolores Gallardo Ceballos  
C/ Cádiz, 9-2º izda.  
39002 Santander  
Tel: 942224860 | Fax: 942227165  
E-mail: apc@apcantabria.es  
Página web: www.apcantabria.es  
284 asociados

## Castellón

• Basilio Trilles Torrent  
C/ Obispo Salinas, 14. bajo.  
12003. Castellón  
Tel: 629625968  
E-mail: apc.periodistas2@gmail.com  
18 asociados

## Ceuta

• Rafael Peña Soler  
Apartado de Correos número 91.  
51080 Ceuta  
Tel.: 649391479  
E-mail: ceuta@efe.es  
29 asociados

## Ciudad Real

• María del Mar Gómez Torrijos  
(Presidenta Comisión Gestora)  
Apartado de Correos 136.  
13080 Ciudad Real  
Tel: 636383877  
E-mail: ciudadreal@periodistasclm.es  
112 asociados

## Córdoba

• Manuel Fernández Fernández  
Glorieta Conde de Guadalhorce, s/n.  
14008 Córdoba  
Tel: 957492414  
E-mail: asprenacor@arrakis.es  
Página web: www.asprenacor.com  
76 asociados

## Cuenca

• Nuria Lozano Sánchez  
c/ Radio Nacional nº 2, bajo  
16003. Cuenca  
Tel: 969238567 | Fax: 969238567  
E-mail: apcuenca@fape.es  
41 asociados

## Granada

• José Antonio Barrionuevo Ortiz  
Escudo del Carmen, 3.  
18009. Granada.  
Tel: 958229517 | Fax: 958227898  
E-mail: apgr@aprensagranada.org  
210 asociados

## Guadalajara

• Mar Corral Martínez  
Centro de Prensa de Guadalajara.  
Felipe Solano Antelo, 7.  
19002 Guadalajara  
Tel: 949215669 / 949491696  
E-mail: asociación@aprensaguadalajara.es  
Página web: www.centrodeprensa.org  
www.asociaciondelaprensa.com  
119 asociados

## Huelva

• Rafael J. Terán Giménez de Cisneros  
C/ Julio Caro Baroja, 2.  
Apartado de Correos 97.  
21002 Huelva  
Tel: 959250720  
E-mail: aphuelva@gmail.com; aphuelva@fape.es  
Página web: www.prensahuelva.es  
85 asociados

## Islas Baleares

• Ángeles Durán Mañes  
Costa Zaragoza, 16  
07013 Palma de Mallorca (Baleares)  
E-mail: Aperiodistasib@gmail.com  
XX asociados

## Jaén

• José Manuel Fernández Ruiz  
C/ Bernabé Soriano, 6-1ª planta  
23001, Jaén.  
Teléfono de contacto: 953 23 44 95  
e-mail: info@prensajaen.com  
Página web: www.prensajaen.com  
96 asociados

## Jerez de la Frontera

• María José Pacheco Guerrero  
Apartado de Correos 435.  
San Cristóbal, 8, 2ª planta  
11403 Jerez  
Tel: 679 931 112  
E-mail: asociacionprensajerez@jerez.es  
Blog: http://apjerez.blogspot.com/es/  
113 asociados

## La Coruña

• Manuel González Menéndez  
Durán Loriga, 10-4º.  
15003 La Coruña  
Tel: 981223486 | Fax: 981223486  
E-mail: info@periodistascoruna.es  
Web: www.apcoruna.com  
248 asociados

## La Rioja

•Javier Alonso García  
Edificio Casa de los Periodistas.  
Plaza San Bartolomé, 5.  
26001 Logroño  
Tel. 941253369 | Fax. 941262226  
E-mail: asociacion@periodistasrioja.com  
Página web: www.casadelosperiodistas.com  
315 asociados

## Lanzarote-Fuerteventura

•Salvador Hernández Nieves  
Las Arenas Canal 9.  
Nave Industrial 1º C.  
Zona Industrial de Playa Honda,  
35550 San Bartolome (Lanzarote)  
Tel. 928822950 | Fax. 928822951  
E-mail: directorbiosferatv@gmail.com  
20 asociados

## Las Palmas

•José Miguel Suárez Mújica  
C/ Espirito Santo, 39  
35001-Las Palmas de Gran Canaria  
Tel. 629830116  
E-mail: josemiguel70@gmail.com  
48 asociados

## León

•Pedro Lechuga Mallo  
Edificio Cámara de Comercio.  
C/ Padre Isla, 30  
24002 León  
Tel. 622001025 (vocal, Juan Diéguez)  
E-mail: contenidos@apleon.es  
Página web: http://www.apleon.es/  
59 asociados

## Lugo

•Benigno Lázare López  
Centro de Prensa da Lugo  
Rúa Nova 19. 2ª planta, puerta Nº3.  
27001 LUGO  
Tel. 982251412  
E-mail: asociaciondeprensalugo@gmail.com  
54 asociados

## Madrid

•Victoria Prego  
Juan Bravo, 6.  
28006 Madrid  
Tel. 915850010 | Fax. 915850035  
E-mail: apm@apmadrid.es  
Página web: www.apmadrid.es  
6.318 asociados

## Málaga

•Rafael Salas Gallego  
C/Panaderos, 8-1º.  
29005 Málaga  
Tel. 952229195 | Fax. 952229195  
E-mail: apm@aprensamalaga.com  
Página web: www.aprensamalaga.com  
265 asociados

## Melilla

•José María Navarro Gil  
Apartado de Correos 574.  
52080 Melilla  
E-mail: correo@apmelilla.com  
44 asociados

## Mérida

•Máximo Durán Abad  
C/ Moreno de Vargas, 2, Bajo  
06800 Mérida  
E-mail: periodistasmerida@gmail.com  
Página web: www.periodistasmerida.es  
101 asociados

## Murcia

•Juan Antonio de Heras y Tudela  
Gran Vía Escultor Salzillo, 5. Entlo.  
30004 Murcia  
Tel. 968225106 | Fax. 968225106  
E-mail: asprensamurcia@yahoo.es;  
colegio@periodistasrm.es  
Página web: http://www.periodistasrm.es/  
330 asociados

## Navarra

•Miguel Angel Barón Calvo  
Ansoleaga, 12, 1º A 31001 Pamplona  
Tel. 948224079 | Fax. 948229289  
E-mail: asociacion@periodistasdenavarra.es  
Página web: www.prensapamplona.com  
163 asociados

## Oviedo

•José Antonio Rodríguez Fernández-Brón  
Melquiades Álvarez, 16-1º izda.  
33003 Oviedo  
Tel. 985225763  
E-mail: info@asociacionprensaoviedo.com  
gprensa@correo.uniovi.es  
Página web: www.asociacionprensaoviedo.com  
357 asociados

## Euskal Kazetarien Elkarteak

•Jesús Coterón Molina  
Alameda San Mamés, 37, 4º dpto. 6  
48010 Bilbao  
Tel. 944106040  
E-mail: asociacion@periodistasvascos.com  
Página web: www.periodistasvascos.com  
273 asociados

## Palencia

•Juan Francisco Rojo Bellota  
Apartado de correos 55  
34080 Palencia.  
Tel. 607852784  
E-mail: asociacionprensapalencia@hotmail.com  
70 asociados

## Salamanca

•Elena Martín Morollón  
Calle Romero 14, 1ºE  
37005 Salamanca  
Tel. 647544968  
E-mail: asperiodistas@gmail.com  
47 asociados

## Santa Cruz de Tenerife

•Salvador García Llanos  
c/ Numancia, 22 - 2º  
38004 Santa Cruz de Tenerife.  
Tel. 822041506. Fax. 822041506  
E-mail: aptenerife@fape.es  
Página web: www.aptenerife.es  
102 asociados

## Santiago de Compostela

•Luis Menéndez Villalva  
Centro Socio-cultural de Vite  
"José Saramago". Rúa Carlos Maside, 7.  
15704 Santiago de Compostela.  
Apartado de correos 191.  
Tel. 686243465 (Lucía), 689686924 (Jessica)  
Fax. 981560896  
E-mail: apsantiagoc@hotmail.com  
Página web: www.periodistascompostela.org  
115 asociados

## Segovia

•Miguel Ángel López  
Apartado de Correos 180.  
Plaza Cirilo Rodríguez, s/n. 40001 Segovia

Tel. 921461717  
Fax. 921437979  
E-mail: apsegovia@fape.es  
110 asociados

## Sevilla

•Rafael Rodríguez Guerrero  
C/ Torneo, 77 - 1º.  
41002 Sevilla  
Tel. 954293940/ 626386280/ 902013964  
Fax. 954214544  
E-mail: aps@asociacionprensa.org  
Página web: www.asociacionprensa.org  
844 asociados

## Soria

•Jesús Javier Andrés Barrio  
Apdo. de Correos 280.  
42080 Soria  
Tel. 659504580  
Fax: 975239062  
E-mail: chusja@pinaresnoticias.com  
65 asociados

## Talavera de la Reina

•Blanca Bermejo  
Apdo. de Correos 265.  
45600 Talavera de la Reina  
Tel. 670757013/ 654531509/ 607488994  
E-mail: periodistatalavera@yahoo.es  
52 asociados

## Toledo

•Rosa Nogués Campos  
C/ Santo Domingo de Guzmán, 17  
45190 Nambroca (Toledo)  
Tel. 674688540  
E-mail: toledoprensa@yahoo.es  
65 asociados

## Valencia

•Sergi Pitarch Sánchez  
Plaza del Forn de Sant Nicolau, 6  
46001 Valencia  
Tel. 963920968  
E-mail: unioperiodistes@unioperiodistes.org  
Página web: www.unioperiodistes.org  
602 asociados

## Valladolid

•Aranca Jiménez Gutiérrez  
Ferrari, 1-3º izquierda.  
47002 Valladolid.  
Apartado de correos 401.  
Tel. 983380263 / 607309257  
E-mail: apv@periodistasvalladolid.es  
Página web: www.periodistasvalladolid.es  
203 asociados

## Vigo

•Mª Teresa Díaz-Faes Santiago  
C/Oporto, 1, tercera planta.  
36201, Vigo  
Tel. 686385575 / 610533650  
Email: periodistasvigo@gmail.com  
Página web: www.periodistasvigo.com  
29 asociados

## Zamora

•Susana Arizaga Alvarez  
Apartado de Correos 630.  
49080 Zamora  
Tel. 630364644/ 648250206  
E-mail: asociaciondelaprensazamora@hotmail.com  
42 asociados

# ASOCIACIONES VINCULADAS\_

## ACIJUR

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES E INFORMADORES JURÍDICOS

Presidenta: Patricia Rosety  
Avenida de Bruselas, 66, 3º 1  
28028 Madrid  
Teléfono: 670 207 252  
E-mail: [acijur@acijur.es](mailto:acijur@acijur.es)  
Página web: [www.acijur.es](http://www.acijur.es)  
108 asociados

## AECC

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN CIENTÍFICA

Presidente: Antonio Calvo Roy  
c/ Diana Nº 16. 1º-C.  
28022 Madrid  
Teléfono: 917424218  
Email: [secretaria@aecomunicacioncientifica.org](mailto:secretaria@aecomunicacioncientifica.org)  
Web: [www.aecomunicacioncientifica.org](http://www.aecomunicacioncientifica.org)  
320 asociados

## AEPD

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PERIODISTAS DEPORTIVOS

Presidente: Julián Redondo Pérez  
Juan Bravo, 6  
28006 Madrid  
Tel. 915850036  
[aepd@apmadrid.es](mailto:aepd@apmadrid.es)  
2.958 asociados

## AEPEV

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PERIODISTAS Y ESCRITORES DEL VINO

Presidenta: Mª. Isabel Mijares y García-Pelayo  
c/ Abdón Terradas, 5. Local 1. Bajo  
28015 Madrid  
Tel. 915501550  
[secretario@aepev.es](mailto:secretario@aepev.es)  
120 asociados

## ANIGP-TV

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INFORMADORES GRÁFICOS DE PRENSA Y TELEVISIÓN

Presidente: Víctor Lerena Lumbreras  
Centro Internacional de Prensa  
María de Molina, 50-2ª planta.  
28006 Madrid  
Tel. 914413045  
Fax. 914420897  
[anigp01@gmail.com](mailto:anigp01@gmail.com)  
617 asociados

## ANIS

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INFORMADORES DE LA SALUD

Presidente: Emilio de Benito  
Juan Bravo, 6  
28006 Madrid  
Tel. 911123491 (10-15. L-V)  
[secretaria@anisalud.com](mailto:secretaria@anisalud.com)  
574 asociados

## APAE

ASOCIACION DE PERIODISTAS AGROALIMENTARIOS DE ESPAÑA

Presidenta: Lourdes Zuriaga  
EUIT Agrícola  
Universidad Politécnica de Madrid  
28040 Madrid  
[presidencia@apae.es](mailto:presidencia@apae.es)  
[apae@apae.es](mailto:apae@apae.es)  
105 asociados

## APB

ASOCIACION DE PERIODISTAS DE BELLEZA

Presidenta: María Eugenia León  
Covarrubias, 38-4º  
28010 Madrid  
Teléfono: 914436575  
E-mail: [secretario@asociacionperiodistasbelleza.es](mailto:secretario@asociacionperiodistasbelleza.es)  
Página web: [www.asociacionperiodistasbelleza.es](http://www.asociacionperiodistasbelleza.es)  
70 asociados

## APIA

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE INFORMACIÓN AMBIENTAL

Presidenta: Clara Navío Campos  
Apartado de Correos, 3.143  
28080 Madrid  
General Arrando, 10 1ºC  
28010 Madrid  
Email: [apiacorreo@gmail.com](mailto:apiacorreo@gmail.com)  
Página web: [www.apiaweb.org](http://www.apiaweb.org)  
186 asociados

## APIE

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA

Presidente: Iñigo de Barrón Arniches  
Francisco Silvela, 46, entreplanta  
28028 Madrid  
Tel. 913600846  
[apie@apie.es](mailto:apie@apie.es)  
237 asociados

## APP

ASOCIACION DE PERIODISTAS PARLAMENTARIOS

Presidente: Anabel Díez  
C/ Cedaceros, 11. 2º D  
28014 Madrid  
tlfno: 699964381 / 913692803  
fax: 913906020  
email: [secretaria@periodistasparlamentarios.org](mailto:secretaria@periodistasparlamentarios.org)  
[appcortes@gmail.com](mailto:appcortes@gmail.com)  
web: [www.periodistasparlamentarios.org](http://www.periodistasparlamentarios.org)  
129 asociados

## FEPEP

FEDERACION ESPAÑOLA DE PERIODISTAS Y ESCRITORES DE TURISMO

Presidente: Mariano Palacin Calvo  
Palacio de Fernán Núñez  
c/ Santa Isabel, 44  
28012 Madrid  
Tel. 91 506 17 48  
E-mail: [mariano@fepet.info](mailto:mariano@fepet.info)  
Página web: [www.fepet.info](http://www.fepet.info)  
150 asociados

## MPPM

Mujeres Periodistas del Mediterráneo

Presidenta: Marosa Montañés  
c/ Profesor Severo Ochoa, 12. P. 8  
46010 Valencia  
Teléfono: 649963332  
E-mail: [marosamontanes@yahoo.es](mailto:marosamontanes@yahoo.es); [contacto@mujeresperiodistasdelmediterraneo.org](mailto:contacto@mujeresperiodistasdelmediterraneo.org)  
101 asociados

## UCIP-E

UNION CATOLICA DE INFORMADORES Y PERIODISTAS DE ESPAÑA

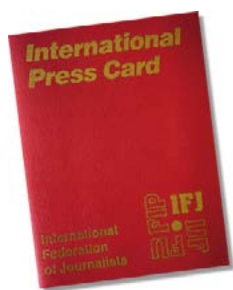
Presidente: Rafael Ortega Benito  
[rafaelortegabenito@hotmail.com](mailto:rafaelortegabenito@hotmail.com)  
Alfonso XI, 4, 6º  
28014 Madrid  
Tel. 915221064  
E-mail: [ucipe@telefonica.net](mailto:ucipe@telefonica.net)  
228 asociados

## UP

UNIÓN DE PERIODISTAS

(Asociación de ámbito nacional)

Presidente: Juan Ángel Ortiz Olivas  
c/ Teruel, 11  
28020 Madrid  
Teléfonos: 91 129 11 99 - 91 533 03 00  
E-mail: [jaortiz@uniondeperiodistas.org](mailto:jaortiz@uniondeperiodistas.org)  
Página web: [www.uniondeperiodistas.org](http://www.uniondeperiodistas.org)  
345 asociados



## CARNÉ INTERNACIONAL DE PERIODISTA

EL CARNÉ FAPE DA DERECHO A LA OBTENCIÓN DEL CARNÉ INTERNACIONAL DE PERIODISTAS QUE EXPIDE LA FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, CON VALIDEZ EN MÁS DE 120 PAÍSES.

SAGRARIO PÁEZ / 91 360 58 24 / [FAPE@FAPE.ES](mailto:FAPE@FAPE.ES) / [WWW.FAPE.ES](http://WWW.FAPE.ES)

## SOLICITUDES E INFORMACIÓN

SAGRARIO PÁEZ / 91 360 58 24 / [FAPE@FAPE.ES](mailto:FAPE@FAPE.ES) / [WWW.FAPE.ES](http://WWW.FAPE.ES)



## Sabemos que juntos podemos construir un mundo mejor

Por eso en Repsol hemos desarrollado 13 Planes de Sostenibilidad que integran las expectativas de la sociedad en nuestra toma de decisiones, avanzando así en el ámbito de la responsabilidad corporativa.

Conoce toda la información sobre la responsabilidad corporativa de Repsol en [repsol.com](http://repsol.com)



**REPSOL**

*Inventemos el futuro*