# 0

Segunda quincena
de marzo de 2012


Obertura

## Sobrevivir entre las ruinas

Página 3

Ad libitum

## Joshua Bell, el arte sin relojes

Página 12

Nemonimias

## Entrevista a José Luis Ledes-

Página 16


Rapsodias

Rapsodias || Número 0 || Revista gratuita || Segunda quincena de marzo de 2012 || Publicado en Zaragoza

# Índice

*Sobrevivir entre las ruinas*
J. Guarch, S. Peribáñez
A fondo || Página 3

*Del documental al docudrama*
C. Marco
Tomas falsas || Página 8

*Joshua Bell, el arte sin relojes*
L. Baeza
Ad libitum || Página 12

*Y la palabra se hizo verdad*
S. Peribáñez
Ad libitum || Página 14

*No se le pueden poner puertas al campo*
N. López
Nemonimias|| Página 14

*De relleno*
M. Valenzuela
Blocks Populi || Página 19

*Sobre crustáceos y moluscos*
P. Puebla
Híbridos || Página 22

*Sus majestades, las reinas de la moda*
M. Valdovín
Demodé || Página 25

*Nociones básicas de Ciberactivismo*
J. Guarch
Sálvate || Página 28

## Cero

No es por miedo al folio en blanco. No es porque no podamos recoger y plasmar algunas piezas del mundo que se cae a pedazos a nuestro alrededor. Nada de eso. Señor, señora: en esta revista hablaremos de periodismo.

Esta decisión poco tiene que ver con la casualidad; muy pronto se aprende en la carrera de Periodismo que ningún enfoque es inocente. De hecho, la falta de inocencia en la manera de entender el oficio periodístico se encuentra en un proceso de transformación: de defecto a virtud. La información ha perdido su concepción como derecho y ahora se menosprecia, moldea y vende como cualquier bien de consumo más.

La redacción de *Rapsodias* cuenta la suerte de hallar treinta y dos páginas puras, en blanco, una pradera donde caer rodando allá donde lleve la libertad de expresión. Lejos del ruido y la rapidez que limitan al periodista moderno; en la antípoda del mercadeo de las palabras.

Hay que reconocer que entre la euforia de moverse sin barreras se esconde el desconcierto que provoca la pérdida de puntos de referencia. Y, por tanto, un grupo de ocho personas a unos pocos meses de terminar el grado de Periodismo ha de encontrar su punto de partida precisamente en su nexo común: el periodismo.

*Rapsodias* se propone, gracias a su libertad de movimientos, pensamientos y actitudes acercarse de nuevo a la esencia del periodismo. Volver a lo que la vocación nos contaba que sería este oficio y despojarnos de cuatro años de palabras y palabras supeditadas al formato, al medio y al atractivo. Treinta y dos páginas donde esbozar una realidad que nace del placer y el deber de contarla, no de la necesidad de venderla.

Esta continua mirada al periodismo será un *leit motiv* de *Rapsodias*; además, le dedicamos este número cero íntegro para fundamentar un punto de partida sólido desde el que comenzar a construir las narrativas de otras temáticas. Por lo interesante de abordar el mundo periodístico y definirlo y desmitificarlo y bajarlo aquí, a la tierra, con nosotros, y preguntarle acerca de sus contradicciones y sus miserias —una máxima del buen periodista es nunca dar nada por sentado—. Asimismo, antes de adentrarnos en campos que no hemos recorrido tanto como el que nos ha visto crecer, nos conviene criticar lo que conocemos, lo que amamos y vivimos. Así, a la hora de desarrollar esta humilde publicación no habrá prejuicio o idea preconcebida que ate a ninguna palabra. Porque tras cuatro años de Periodismo se aprende que al adentrarse en una historia se ha de partir de cero.

## Redacción

Redactor jefe
Santiago Peribáñez

Jefa de cierre
Cristina Marco

Diseñadora
María Valdovín

### Equipo de redacción

Luis Baeza

Jorge Guarch

Nicolás López

Pilar Puebla

Miguel Valenzuela

# Obertura

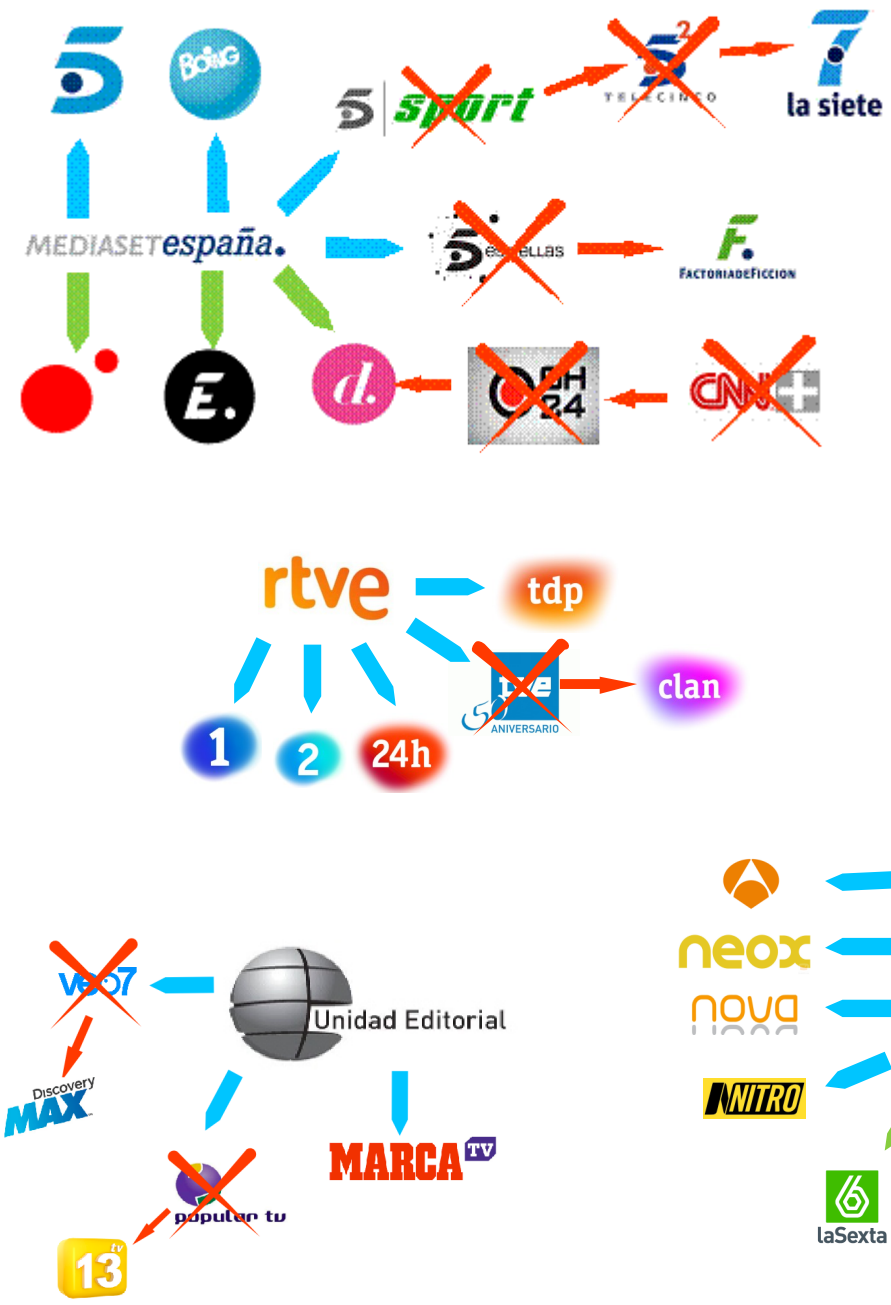
Sobrevivir entre las ruinas

La cosa está mal. El monstruo de la crisis se está llevando empresas, gobiernos y familias sin dejar campo por arrasar. Como siempre, el periodismo sigue a la sociedad en esta caída libre y cada semana se extingue un nuevo medio que elogiar. Sin embargo, esta crisis no es nueva para el periodismo sino que la lleva sufriendo varios años: la popularización de Internet ha estado estrangulando a la prensa escrita y las redes sociales cuestionan el papel del periodista, más si cabe desde el auge del llamado periodismo ciudadano. A pesar de todos sus males, parece que todavía hay esperanza para el moribundo y nuevas formas de periodismo florecen en Internet y fuera de él, aunque todavía queda mucho para que maduren.

Un caso significativo de la crisis es el cierre del diario Público. El periódico llegó por última vez a los quioscos el pasado 24 de febrero, después de varios meses sin pagar las nóminas de los trabajadores. La cabecera había entrado en concurso de acreedores «para procurar la viabilidad futura del proyecto» pero, al no encontrar nuevas vías de financiación, sus 185 empleados acabaron en la calle. Lectores y no lectores lamentaron «la pérdida de una voz crítica indispensable para la pluralidad informativa» que todavía sigue viva en su versión digital aunque con una redacción más recortada.

La crisis no afecta solo a las empresas de comunicación sino también al ente público. Desde que pasó a ser corporación en 2006, RTVE ha despedido a más de 4.000 trabajadores. Hoy en día siguen los recortes: nuevos despidos hasta alcanzar casi el 40% del personal, congelación de series emblemáticas como *Cuéntame* o *Águila Roja* o incluso el cierre de *59 segundos* y *Saber y ganar* y los canales temáticos Clan y Teledeporte. Estas medidas pretenden reducir la deuda de 7.500 millones de euros, una cantidad similar al primer rescate de Grecia o las ventas de los bonos italianos.

El sector audiovisual ha experimentado cambios recientes también en el sector privado. El grupo Mediaset, propietario de Telecinco, desembolsó a finales de 2009 550 millones de euros a Prisa por el 22% de Digital +, englobando Cuatro y otros tres canales de TDT. Este año ha sido el turno de Antena 3 y laSexta, que también se fusionan para combatir contra el gigante de Mediaset. Las más perjudicadas con este panorama son las cadenas pequeñas, que ven cómo estas dos corporaciones controlan el 85% del mercado publicitario. Desde la implantación de la TDT, más de 20 emisoras han cerrado, además de otras muchas que han sido absorbidas por grupos como Unidad Editorial o Vocento. Este proceso ha llenado de periodistas la cola del paro; solo el adiós de CNN+ ya supuso el despido de 189 trabajadores.




**Pertenecen desde el principio al grupo empresarial**

**Fueron adquiridos por el grupo**

**Cerraron y en su lugar pasó a emitir otro canal**

**Aragón también sufre los recortes**

Radio Benabarre es una pequeña emisora con solo dos trabajadores pero con mucha historia: ha cubierto las bodas de las infantas y de los príncipes, además de la santificación de Escrivá de Balaguer. Su voz, José Luis Brualla, ha sido premiado por la Asociación de la Prensa de Aragón y por el Diario del Alto Aragón, además de recibir la insignia al mérito periodístico en Aragón. Ahora, puede cerrar. «El tijeretazo en subvenciones ha sido bestial. Los anunciantes se mantienen más o menos constantes pero es un momento muy difícil; no sé si podré seguir con la emisora».

Una situación similar se vive en Zaragoza Televisión. La cadena, propiedad del Grupo Heraldo, ya echó a la mitad de sus trabajadores el verano pasado y suprimió varios espacios, entre ellos, los servicios informativos. Pero los despidos han seguido desde entonces y la lista de programas eliminados es cada vez mayor. «Hay que recortar gastos por donde sea», dice una fuente de la empresa. «Quitamos los informativos porque no tienen patrocinador y luego le tocó a Actualidad Municipal porque el Ayuntamiento no pagaba las ayudas». Ahora, siguen emitiendo tres programas de elaboración propia: uno de cocina, otro de deportes y otro de coches, «todos ellos con patrocinadores que todavía ponen dinero». Queda patente que los cierres no entienden de medio ni de dimensión. Televisión, radio y, sobre todo, prensa escrita, afrontan el futuro con muchas dudas.

**La adaptación es clave**

La corriente pesimista es lógica después de conocer el panorama general del periodismo ante su particular crisis. Pero es en momentos como este cuando la imaginación toma el mando. Nuevos formatos, nuevos medios y nuevos modelos de negocio surgen como gran alternativa al fracaso de lo estático.

Los dos medios líderes en la prensa escrita española, El PaÍs y El Mundo, han afrontado este cambio desde diferentes perspectivas. Mientras El Mundo aboga por cerrar contenido y vendérselo al lector a través de una plataforma digital (Orbyt), El País insiste en pulir su página web y no cerrar contenido hasta que este pueda considerarse digno de ser cobrado. Esas son las conclusiones que se extraen de las palabras de Gumersindo Lafuente, director adjunto de El País y responsable del cambio de su web: «Es verdad que estamos muy acuciados por la crisis y a veces parece que existe la tentación de poner-te a cobrar por algo que ni siquiera es maduro. Las empresas y los consejeros tendrán que tener suficiente personalidad para saber aguantar el tirón y no poner las carretas por delante de los caballos.

A partir del modelo de producto, seguro que saldrán modelos de pago. No creo que podamos exigirle al nuevo medio que pague el coste de las estructuras del viejo mundo». Manuel Jabois, colaborador de El Mundo y JotDown.es entre otros, defiende la postura contraria. «Orbyt es un experimento interesante y que tiene más de 60.000 usuarios. Hay gente que está pagando por contenidos de calidad. New York Times es otro medio que está cerrado, Wall Street Journal creo que también está cerrado, es una opción que hay que ir probando». Si algo queda claro es que no hay todavía un camino marcado para aventurarse en el nuevo periodismo. El País ha optado por diferenciar el producto escrito del digital, ofreciendo en este último material original, sin volcado del papel y sin el abuso de noticias de agencia. Además, 'Eskup' se ha consolidado como herramienta clave para la imagen del medio, en un intento de acercar a periodista y lector.

> «El gran pecado del periodismo siempre ha sido la soberbia, y las redes sociales pueden curar ese mal»
>
> Gumersindo Lafuente, director adjunto de EL PAÍS

En el ámbito de los grandes medios, hay un pensamiento compartido: no se están rentabilizando los millones de lectores que hay en Internet. La publicidad tiene sus límites, y todavía se están explorando nuevas formas de financiación. Las donaciones suelen ser utilizadas por medios más humildes, y su inconstancia hace que no se pueda confiar en ellas como soporte principal, si bien su uso es cada vez más común en medios digitales.

La cultura del 'todo gratis' va ligada a la era Internet. Tras todos estos años todavía no se ha encontrado la fórmula definitiva, y ahí se encuentra el principal problema, especialmente para los periodistas sin una base de sustentación anterior. Los modelos de pago como Orbyt pueden crear la imagen de menor calidad en la información gratuita. La apuesta por la calidad y el contenido original, sin cobrar por ello, necesita de financiación para no verse obligada a rebajas en medios y en periodistas que, a la larga, repercuten de todas formas en la calidad del producto. Un círculo peligroso, aún por resolver.

*Nube con las *palabras más utilizadas en el Libro de Comunicación del XIII Congreso de Periodismo Digital.*

> «Los que afrontan el reto de emprender micro-medios online deben hacer frente al intrusismo profesional, al periodismo ciudadano y aficionado, al *crowdsourcing* y, en general, al periodismo de cantidad»
>
> Dra. Ángeles Fernández Barrero y Dra. Mª José Ufarte Ruiz. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

**Prosperar al margen de los grandes**

Si las grandes empresas se enfrentan con dificultades al nuevo panorama, la situación pinta mucho peor para los pequeños medios o para nuevos periodistas que quieren hacerse un hueco en el magullado mundo del periodismo. Las facilidades que pone la red para difundir contenido e ideas, no son exclusivas para aquellos licenciados en periodismo. La masificación de Internet, la sobre-información y la excesiva oferta de canales complican la labor del periodista y confunden a un lector sobrecargado. El éxito, en estas circunstancias, debe pasar por la diferenciación con contenidos de calidad, la fidelización de usuarios y la originalidad en el producto. También parece necesaria una especialización para poder llegar un punto más lejos que aquellos sitios que dedican su actividad a la recolección y reproducción de todo tipo de materiales, sin ofrecer más de lo que ofrecen otros tantos usuarios de la telaraña informativa que conforma Internet.

Existen ejemplos de medios que, siguiendo el modelo de la diferenciación, han sido exitosos naciendo como publicaciones online. Uno de los más evidentes y reconocidos es JOT DOWN (www.jotdown.es), magazine cultural que ha optado por remar en sentido contrario a la brevedad y la rapidez, y que con sus extensos artículos y reportajes se ha ganado un nombre en la red. No solo en este sentido han ido contracorriente sino que, en vistas de la aceptación que ha tenido, sus creadores están planteándose hacer el salto del digital al papel. Puede sonar a locura hoy en día, pero la fidelidad de sus lectores y el hecho de que haya gente que todavía no lea en Internet y prefiera la versión en papel, han impulsado esta iniciativa.

Uno de sus colaboradores, Manuel Jabois, afirma que aunque «la apuesta sería arriesgadísima», puede triunfar porque hay mucho público al que le gusta tener la revista en papel. «Si los contenidos son muy buenos, al fin y al cabo, eso siempre va a funcionar».

La profundidad del artículo frente a la creciente tendencia hacia el mínimo análisis. Ricardo González, subdirector del medio, ha encontrado una alternativa a la mayoría de los medios de Internet, que ve como «muy parecidos». El éxito de sus contenidos en las redes sociales, compartidos por miles de personas en sus tablones de Facebook, abalan esta fórmula de vuelta al viejo periodismo.

> «Hay un público que busca estar dos horas leyendo tranquilamente artículos más profundos en lugar del resto de contenidos que son todos muy parecidos»
>
> Ricardo González. Subdirector Jotdown.es

**Innovar tiene premio**

La creatividad es la clave en tiempos difíciles. Hay varios ejemplos al margen de JotDown, comenzando por el de los periodistas Jordi Pérez Colomé (Obamaworld) y Antonio Martínez Ron (Fogonazos), entrevistados al final de estas líneas. Ambos fueron galardonados en el pasado XIII Congreso de Periodismo Digital en Huesca, demostrando que existen salidas al mal momento del periodismo (ambos tuvieron mala suerte en sus anteriores empleos en medios convencionales, y se embarcaron en aventuras online, llegando con ellas a una posición de privilegio).

Con las empresas recortando empleados y la demanda de trabajadores cada vez más escasa, la figura del periodista *freelance* surge como gran alternativa. Se trata, claro, de un empleo inestable. Tan pronto ganas un buen sueldo y algún que otro premio con un reportaje, como pierdes la inversión por falta de compradores. El punto de partida para colocar los trabajos realizados es, además de por supuesto un producto de calidad, el crear un valor de marca que atraiga a potenciales lectores. Así lo expresa Ignacio Escolar, creador del reconocido blog Escolar.net: «Tengo la certeza de que la firma periodística tendrá el mismo valor ahora y en el futuro. La marca permite generar una relación de confianza entre quien la lee y quien la firma». Internet ofrece unas posibilidades inéditas a los periodistas para potenciar el valor de su marca individual.

> «El periodismo autónomo da para comer. Pero no para desayunar o cenar»
>
> Ander Izagirre. Periodista *freelance*.

Ser autónomo requiere de vocación, de dinero y de tiempo. En la mayoría de los casos es necesario complementarlo con otro tipo de trabajos para conseguir soporte económico. «Lo último que he hecho es corregir un texto de una empresa de camiones. Con ese dinero que obtienes por otras vías te estás ganando tu libertad», comentaba Ander Izagirre en el Congreso Digital.

Para paliar este riesgo y la incertidumbre de no saber si vas a recuperar tu inversión inicial, han surgido nuevas alternativas. Una que está en auge hoy en día es el *crowdfunding*, mediante el cual todo el mundo puede aportar a un proyecto concreto la cantidad de dinero que elija. Muchos portales en Internet permiten dar a conocer tu iniciativa y que la gente colabore para llevarla a cabo, como Kickstarter o Goteo. Otros casos como Lánzanos permiten fijarse un plazo límite para recaudar los fondos; en caso de no lograrlos se devuelve a cada donante la cantidad aportada. Sin embargo, muchos periodistas desechan este método para sus reportajes porque implica dar a conocer su investigación y arriesgarse a que otros reporteros le pisen el tema.

Por esto, otros medios prefieren las donaciones directas mediante PayPal, por ejemplo. Aunque es un caso todavía por explorar en España, muchos periodistas *freelance* y medios digitales norteamericanos lo utilizan para sufragar los gastos. El pionero en nuestro país es Jordi Pérez Colomé, autor del blog Obamaworld y protagonista de una de nuestras entrevistas. Politikon es otro medio que ha implantado las donaciones mediante PayPal en su web, un portal de bitácoras sobre política y

Jordi Pérez Colomé, ganador del premio José Manuel Porquet

## «Mi trabajo es muy distinto al que pueda hacer la CNN»

**¿Supone este premio un reconocimiento a tu modelo de negocio más que a tu blog, Obamaworld?**

Eso son palabras mayores, aún no es válido. Lo que yo intento hacer es que sea un modelo de negocio multicanal. O sea, una cosa es la financiación directa que llega del blog mediante el PayPal o con lo que se pueda publicar pero también el blog sirve para que te den cosas como esta, un premio con remuneración. También te pueden dar de repente un curso, una charla... es una cosa que está empezando. Este es un modelo que hoy es así y el mes que viene puede tener un aspecto completamente distinto porque se me pueden haber ocurrido mil cosas diferentes. Quizás recurra también al *crowdfunding,* que es una cosa a la que le estoy dando vueltas. No es modelo consolidado; intento primero que sea bueno, que guste y luego intento de ahí sacar un negocio, conseguir financiación con cualquier cosa que se me ocurra. Por lo cual, es un modelo completamente inestable y completamente ilusorio aún. Pero bueno, algo es algo.

**Pero un negocio así requiere un cierto potencial económico al alcance de unos pocos.**

Esto es una inversión y requiere por tanto mi tiempo y mi dinero. El capital inicial del viaje es mío, aunque intento por lo menos quedar a cero, aunque no gane dinero. Me sirve no solo para darme a conocer sino también para aprender yo un poquito. Porque claro, vas de viaje tú solo y tienes que producir, buscar, escribir, ver los temas… Claro, si eres la CNN tienes dos productores, dos cámaras, la luz, todo arreglado. Eso es completamente distinto, es un trabajo completamente distinto, aunque también resulta muy enriquecedor.

**Coincide que los dos premiados este año -Antonio Martínez Ron y él– fueron despedidos antes de comenzar sus proyectos.**

No creo que se trate de una cosa propia de nuestro entorno. Yo tengo amigos ingenieros y diseñadores que dicen: a ver si me echan para hacer mis propios proyectos. Es como que te da un empujón. No se puede comparar la situación porque ahora vives un poquito al límite con el pincho. Yo sigo viviendo así pero haces tanto lo que me gusta que digo: "bah, aguanto un mes más, o aguanto seis meses más y voy tirando". Además siento que necesito estar ahí, tenemos que contar lo que pasa, las claves para que la gente pueda entender un poquito qué es lo que está sucediendo. Como decía Carlotti -Maurizio Carlotii, vicepresidente del grupo Antena 3– el periodismo es una necesidad humana, tenemos que ocupar ese tiempo libre de la gente. Yo creo que hay una parte humana, natural, que es enterarte de lo que le pasa a tu vecino, de lo que le pasa al gobierno de tu país, de lo que puede pasar en un país que estén bombardeando. Ahí tenemos un hueco y hay muchas formas de rellenarlo. Yo lo estoy intentando rellenar de una manera y a ver si hay suerte y puedo seguir disfrutando mucho tiempo más.

economía.

Los medios novedosos que aportan información sobre un campo específico pueden buscar una mayor implicación del lector. Hace dos años surgió Periodismo Humano, un portal dedicado a los contenidos de denuncia social y que se centraba en los más desfavorecidos. Para poner en marcha el proyecto, los periodistas pidieron a los internautas que se hicieran socios y pagaran una cuota mensual. Sin embargo, lo novedoso de este sistema es que todos pueden acceder a los contenidos, no solo los socios que pagan sus cuotas. «Puede parecer un modelo utópico pero es el único lógico con los contenidos que estamos haciendo», explica el periodista y único español ganador del Pulitzer Javier Bauluz, además de ser uno de los fundadores de Periodismo Humano.

Sin embargo, la solución más extendida hoy dista mucho de esta utopía. El muro de pago o *paywall* se alza en muchos medios digitales para proteger sus contenidos, solo disponibles mediante pago. Obviamente, esta es la solución favorita de los gigantes empresariales como el New York Times. Otros como el Financial Times permiten leer diez artículos antes de obligar a desembolsar dinero. En España, El País obligó a pagar por acceder a su versión digital en 2002, aunque los usuarios cayeron tanto que dieron marcha atrás. Desde 2010, El Mundo abrió una plataforma de pago, Orbyt, donde ofrece contenidos complementarios a los de su página web, todavía gratuitos. De esta forma se acerca a un modelo *freemium*, que ofrece contenidos gratuitos además de producir otros contenidos de pago para aquellos que quieren profundizar.

Muchos periodistas se sienten perdidos ante este panorama. Algunos como Manuel Jabois defienden que no es su tarea: «Nosotros tenemos que hacer buenos reportajes y olvidarnos del modelo de negocio. Somos periodistas, no empresarios». A pesar de todo, algunas voces vinculan la crisis actual con la oportunidad de crear un nuevo periodismo que acabe con los vicios anteriores. Es el caso de Rosental Calmon Alver, director del Knight Center for Journalism in Americas: «Es una época fascinante para ser periodista y participar de la reinvención del periodismo en la era digital». El futuro de esta profesión no depende tan solo de los empresarios que buscan rentabilidad o de las tecnologías que marcan el compás. El buen periodismo seguirá ocupando a miles de personas mientras crean que lo que hacen merece la pena. Está en nuestras manos.

> «Es una época fascinante para ser periodista y participar de la reinvención del periodismo en la era digital»
>
> **Rosental Calmon Alves. Director del Knight Center for Journalism in Americas.**

Antonio Martínez Ron, ganador del Blasillo de Hues-

**Su blog Fogonazos lo ha hecho merecedor del premio Blasillo de Huesca. Junto a su portal Amazings son dos ejemplos de divulgación científica. ¿Cómo es la relación entre investigadores y periodistas?**

No es una elección de cara o cruz ni de blanco o negro. Hay sitio para todos y la mezcla es perfecta: periodistas que divulguen, científicos que hagan algo parecido al periodismo... La mayoría de los científicos tienen una dificultad a la hora de divulgar aunque casi todos los mejores divulgadores tienen una formación científica. Lo mejor es una convivencia, es absurdo si el final es el mismo; no veo la diferencia. En Amazings hacemos una cosa así: hay gente que es científica pura y dura, luego estamos otros que somos periodistas y lo que intentamos es unir las habilidades de ambos. Esa creo que es la combinación perfecta.

**Uno de sus últimos trabajos, el especial *El mal del cerebro*, ha recibido grandes ovaciones y casi se ha convertido de inmediato en un referente de visualización.**

Una cosa como el documental *El mal del cerebro* es una excepción. Debería ser la práctica habitual porque los especiales audiovisuales o interactivos son más viejos que la tos pero no se hacen. Todos quieren hacer lo mismo: los mismos chorizos, las mismas informaciones, todos están detrás del mismo caso. Es un absurdo. El periodismo contemporáneo es el mayor absurdo que te puedas imaginar. Dentro de unos años espero que mejore y que lo veamos todos como un ridículo. Estuvimos todos durante años intentando hacer el periódico universal que cubriera todos los ámbitos del mundo. No hay tantos lectores para tantas historias. Te tienes que meter en un nicho, en una región y luego ya ver por dónde va.

**Parece que poco a poco se va haciendo un hueco en ese nicho. Sin embargo, también ha dado el salto al papel.**

No se puede hablar de bandos enfrentados, es un debate que ya no lleva a ningún lado. El papel sobrevivirá pero no en los términos actuales. Los periódicos son para nuestros abuelos, han abandonado a generaciones de gente a la que no se dirigen. Cuando los adaptan lo que hacen son productos digitales para gente muy mayor. Yo no quiero leer las noticias de ayer en un PDF sino otro tipo de cosas. Sobre todo los formatos audiovisuales, gráficos, vídeos… las posibilidades que te da Internet ni siquiera se atreven a explorarlas.

**Sin embargo, la gente todavía otorga una legitimidad mucho mayor al papel que a los medios digitales.**

Hay que buscar cosas nuevas, cambiar el periodismo que se hace hoy. Es como si un edificio se desmorona y los periodistas corren para meterse dentro. Pues no, yo prefiero vivir al margen, construir una pequeña chabola y ahí, poco a poco, ir viviendo y creciendo. Hoy en día la prensa escrita es la prensa panfletaria. Se han convertido en instrumentos de poder político y se han enterrado ellos solos, anulando la credibilidad absoluta de toda la prensa. Encima piden explicaciones a los de Internet porque les han robado el bocadillo. Chico, si has cogido tu solo y has enterrado esta profesión y has estigmatizado la profesión. Yo soy periodista y a los sitios a los que voy tengo que dar explicaciones. Y encima, estos mismos que se lo han cargado, te dicen que los de Internet lo hemos roto. Internet cumple hasta el supuesto valor añadido de la prensa escrita: el análisis. Es una falsa premisa que el papel vaya a hacer más periodismo que el resto. La prensa escrita tiene un cierre mientras que la web puede hacer un análisis continuo, sin ceñirse a un cierre. Se vio muy claro en el incidente de Fukushima: en los periódicos reinaba el alarmismo; había que acudir a los blogs para informarse de verdad sobre los últimos cambios en la central nuclear.

# Del documental al docudrama

Hay documentales demasiado descarnados como para ponerlos en medio de una programación televisiva que intenta reconstruir una realidad feliz. Sin embargo, es cierto que este género, propio del cine y de la televisión, ha encontrado en esta última su principal vía de exhibición. La pequeña pantalla imprime unas características en el documental que en ocasiones nada tienen que ver con el compromiso y la crítica social que lo definen en el ámbito cinematográfico. La espectacularidad, lo exótico y lo curioso pasan a menudo por delante de las principales metas del género: despertar el interés del público hacia problemas sociales, plantear soluciones y levantar el entusiasmo de la audiencia.

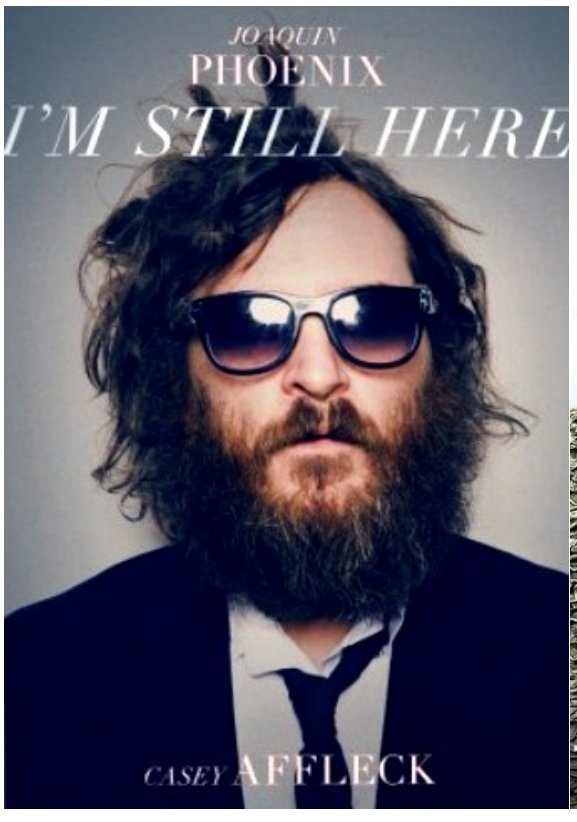
No fue hasta los años cincuenta, con la progresiva implantación del televisor, cuando el documental sufrió importantes transformaciones. Tuvo que incorporar la dramatización de los hechos a su producción, un formato que siempre había rechazado dada su condición realista. Fue así como vieron la luz los llamados "docudramas", que proliferan con un éxito creciente en el medio televisivo. Los documentales más críticos quedan, de este modo, relegados a un segundo plano y a los horarios más apartados.

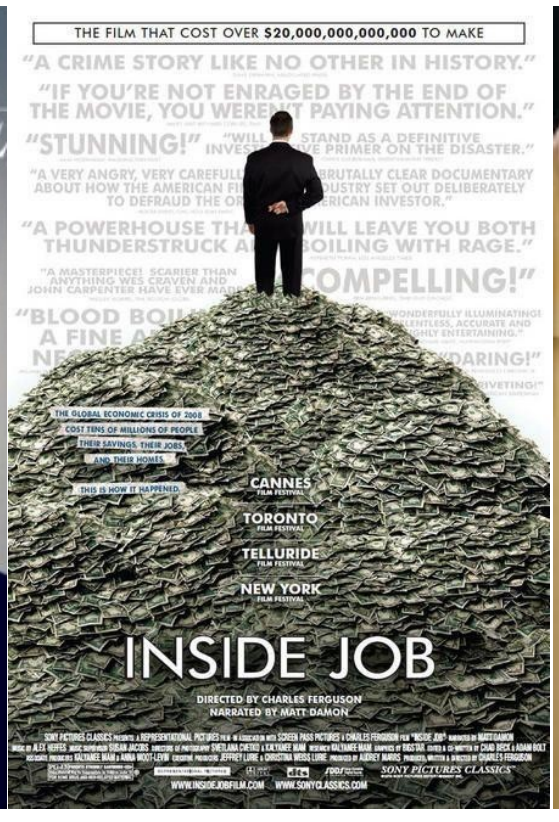
Entre las creaciones contemporáneas se encuentran producciones tan aclamadas como polémicas. Es el caso del reciente falso documental *I' m Still Here* (2010), que tuvo en jaque a toda la comunidad del entretenimiento durante varios meses y que convirtió a Joaquin Phoenix en el hazmerreír de Hollywood durante el rodaje. Una controversia muy distinta fue la que desató el mismo año el largometraje sobre la crisis, *Inside Job* (2010), por hacer públicos testimonios que delataban ante la comunidad global a los actores del desastre económico, con nombres y apellidos.

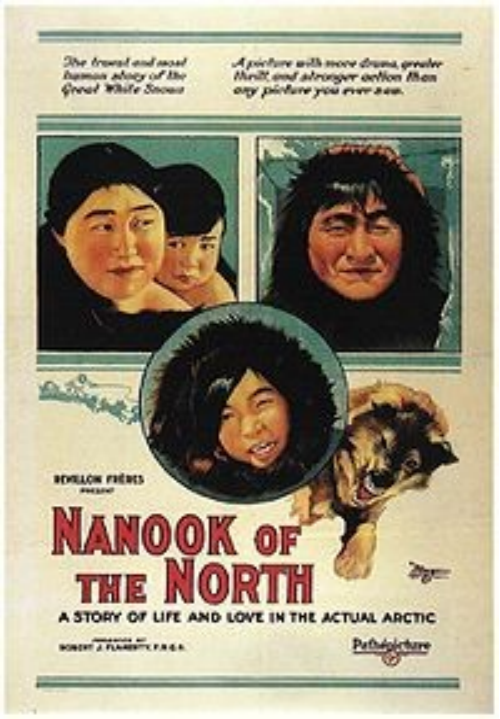
Mención aparte merecen los trabajos de Michael Moore, el documentalista estadounidense conocido por su postura progresista y su visión crítica hacia la globalización y la violencia armada. Ya levantó ampollas con *Bowling for Columbine* (2002), un análisis sobre la cultura armamentística de su país en el que reta a Charlton Heston, líder de la Asociación Nacional del Rifle. Luego se lanzó al rodaje del documental más taquillero de todos los tiempos, *Fahrenheit 9/11* (2004), sobre las causas y consecuencias de los atentados del 11-S en los Estados Unidos.

**Nuevos formatos de documental**

En la programación televisiva están de actualidad formatos como el de *Callejeros*, a medio camino entre el reportaje y el documental. Este tipo de programa representó una novedad en sus comienzos, pero a día de hoy (y teniendo en cuenta su notable audiencia) ha degenerado en una búsqueda de espectáculo y morbo que deriva en producciones raramente fieles a la realidad. Por otra parte, las posibilidades que ofrece la red posibilitan una mayor difusión del género documental. Plataformas como Youtube, Yahoo o Jooster permiten colgar vídeos y disfrutar de las obras de otros usuarios. Muchos están sujetos a derechos de autor, aunque existen numerosas opciones para verlos respetando las leyes de propiedad intelectual. El documental es otro modo de construir ficciones, se eleva el género a la categoría de obra artística sin que pierda por ello el fuerte compromiso con la realidad que lo viene caracterizando desde sus comienzos.






Se piensa que el primer documentalista existente fue Robert Flaherty con *Nanook el Esquimal* (1922), un vídeo que muestra el modo de vida de un esquimal en el Ártico. Sin embargo, el cine viene registrando meras realidades desde sus inicios, con los hermanos Lumière. Se podría considerar al mismo Louis Lumière como el mesías de este género, con su plano secuencia *Trabajadores saliendo de la Fábrica Lumière* (1895), el primer filme documental. Los inventores del cinematógrafo proyectaban situaciones cotidianas: una pareja de enamorados en una plaza, el pasar de los transeúntes, la llegada de botes a un puerto, e incluso, el famoso recorrido del tren que tanto asustó al público en las salas de proyecciones. Este cine se dio en llamar más adelante *cine documento* porque, si bien es cierto que mostraba imágenes de la realidad, no presentaba un punto de vista claro de ella ni intentaba una dramaturgia propia. Muchos expertos rechazan que el de Flaherty sea el primer documental de la historia porque incumple algunas condiciones fundamentales del género como es la neutralidad, pero sus argumentos se quedan cojos teniendo en cuenta la concepción que tienen del documental importantes cineastas, entre ellos Robert Flaherty, que lo consideraba más como una visión personal del autor que como un retrato objetivo de la realidad.

Michael Moore se ha convertido en el látigo de los republicados a golpe de documentales como *Fahrenheit 9/11* (2004) y *Bowling for Columbine* (2002). Este último, ganador del Óscar a la mejor película documental, ha sido ferozmente criticado y admirado a partes iguales. Moore nos embauca una vez más en un viaje a la Norteamérica profunda señalando, en este caso, a los cómplices indirectos de la tragedia acontecida en Columbine en 1999, cuando dos adolescentes protagonizaron el tiroteo más sangriento que ha habido en un instituto de los Estados Unidos. El director sureño no genera dudas en el espectador: expone los hechos e impone una opinión evidente pero atípica en gran parte de la sociedad estadounidense. Se refleja una sociedad norteamericana sumida en el miedo y la ignorancia, que ve como única salida la posesión de armas de todo tipo. Michael Moore entrevista a personajes en tela de juicio como Marilyn Manson, acusado de inducir a la violencia a los niños a través de las letras de sus canciones, o Charlton Heston, entonces presidente de la Asociación Nacional del Rifle. El encuentro entre este último y el documentalista se produce en un ambiente de absoluta tensión en el que Moore coloca entre la espada y la pared al famoso actor con sus obstinadas preguntas hasta ponerlo tan nervioso e incómodo que termina huyendo vergonzosamente de su propia casa.

Ochenta minutos de documental bastan a los periodistas José González y Paco Toledo para sumergir al espectador en las entrañas de la zona más marginal de la flamante Barcelona, el barrio de Can Tunis, también llamado "supermercado de la droga". Y lo hacen de forma realista y cercana, dejando que sean los protagonistas quienes cuenten su propia historia. El filme muestra la vida del barrio desde 2002, año en que empezaron los contactos para poder introducirse a grabar hasta 2005, cuando las máquinas excavadoras derribaron todas las casas porque la zona se encontraba afectada por la reforma del puerto. El desalojo de las familias, que llevaban 25 años viviendo en Can Tunis, es la motivación principal y el hilo conductor de un documental que exhibe las relaciones entre los gitanos como nunca antes se había hecho, lejos del morbo y de la polémica fácil. El espectador saca sus propias conclusiones de una realidad que se le muestra tal cual es, sin aditivos, sin voz en off ni manipulación alguna, simplemente con escenas cotidianas que no necesitan palabras para entenderse, solamente capacidad de observación de las relaciones entre unos niños de once y doce años que fuman, beben, conducen coches robados y juegan a atracar bancos. Fruto de una inmersión de los directores durante cuatro años en Can Tunis, sus habitantes se comportan con naturalidad y confianza frente a unas cámaras transparentes que proyectan la imagen degradada de una zona a medio derribar. A pesar de su futuro incierto, los gitanos cantan, bailan, apuestan en peleas de gallos y hasta organizan pedidas de mano por todo lo alto. La droga no deja de estar presente en el documental, pero se aborda con total espontaneidad y franqueza, sobre todo por parte de un muchacho de once años que demuestra ser muy consciente de la magnitud del problema y de las malas condiciones del barrio. Después del recorrido en coche, se despide del cámara con una amplia sonrisa y un «Bueno, ¡hasta otra!».

# Una estación de cuento

El primer minuto de *La Invención de Hugo* es un alarde de belleza que roza la perfección. El sonido mecánico de relojes gigantes se funde con una deslumbrante vista del París de los años treinta.

El espectacular plano secuencia que sigue nos transporta hasta la estación de Montparnasse, dejándonos caer en los husmeantes ojos azules de Hugo, un muchacho de doce años que vive, literalmente, dentro del reloj de la estación.

La complicidad del público con el mundo de magia creado por Martin Scorsese es inmediata. Una excelsa fotografía, desde luego, ayuda. Todo gira en torno al secreto que tan celosamente guarda Hugo: un autómata que inquieta tanto como fascina y que comenzó a reparar su padre antes de morir. Una vez funcione, desvelará un importante mensaje que el muchacho debe descifrar. Pero no lo hará solo, le ayudará Isabelle, una niña que, huérfana como él, se encuentra ávida de aventuras.

El filme da un interesante giro cuando el misterio se resuelve y el protagonismo se transfiere en gran medida desde Hugo hacia el tosco vendedor de juguetes. La clave de toda la trama la componen los orígenes del cine y, especialmente, uno de sus impulsores: Georges Méliès. Martin Scorsese rinde así un sincero homenaje a su pasión más absoluta haciendo que confluyan en un mismo largometraje los inicios con el futuro del cine, el 3D. La imaginación de un niño no podría haberse plasmado de otra manera. Todo está rodado de forma sobredimensionada: si los relojes tienen ruedas y engranajes, Hugo recuerda más; todo es más grande y exagerado y así lo ha filmado Scorsese, metiéndose en los sueños infantiles, aprendiendo a pensar y a sentir como lo hacen los niños de doce años.

No solo se rinde tributo al cine, también a la literatura. Son constantes las referencias a personajes, obras y escritores tales como Julio Verne o Christina Rossetti. El chico, que parece sacado directamente de una obra de Dickens, se encuentra en un estado de aislamiento y soledad que el director del filme siente muy de cerca por haber sufrido un severo caso de asma en su infancia que le obligaba a permanecer alejado del mundo exterior. Hugo percibe la vida a través de los números de un gran reloj que él mismo cuida y hace funcionar. Se entretiene observando cómo los caminos de hombres y mujeres muy dispares se cruzan en una estación que posee todos los elementos que hacen de ella el escenario perfecto de un cuento.

Entre los personajes, absolutamente estereotípicos, encontramos a un policía con la pierna rota que recuerda al clásico soldadito de plomo suspirando por su bailarina, la dulce florista *chapliniana*. Se trata, quizás, del personaje más equívoco de todos, puesto que imprime en la película un toque desenfadado y bobalicón que resta categoría al conjunto. La interpretación, por parte del actor cómico Sacha Baron Cohen, tampoco está a la altura de las demás. Ben Kingsley, sin embargo, llena de matices su complejo personaje: un vendedor de juguetes atormentado por un pasado que se niega a recordar, inesperadamente ligado al de Hugo mediante una misteriosa libreta.

Aunque le sobra metraje, las vistas de cuento de hadas, la exquisita ambientación y una estética más que cuidada hacen de *La Invención de Hugo* una película para soñar, pero sorprendentemente la conjunción de todos esos preciados elementos se muestra incapaz de hacer vibrar por completo las emociones de un espectador que entra al cine buscando todavía algo más, tratándose de Scorsese.

# *Música y periodismo*

## *Una relación de intereses*

El primer sonido es importante: es el que rompe el silencio, y debe quedar muy claro cuándo termina el silencio y cuándo comienzas tú". Así se refería Daniel Barenboin, el famoso director de orquesta, al modo de iniciar una sonata de Beethoven para piano. Y ello, precisamente, queda recogido en una tribuna publicada en el diario El País (30/08/2008) por la periodista y escritora argentina Leila Guerrero. No tendría nada de sentido este artículo, no obstante, de no ser porque presenta un interesante punto de vista sobre la relación entre música y periodismo.

La autora de este texto, de hecho, compara el inicio de aquella sonata de Beethoven con la ruptura del silencio de una página de periódico. O el "coraje para realizar un crescendo" con "el necesario que hace falta para guiar a un lector hacia el centro donde, como una angustia lejana, como una enfermedad antigua, late la semilla de una historia".

Desde esta perspectiva es muy atractiva la relación entre estas dos disciplinas tan diferentes. Una, el periodismo, que cuenta con un código verbal que tiene la capacidad de significar algo concreto y otra, la música, que, como dice Thomas Mann —el Dios de la literatura Alemana y universal— por sí sola puede ser muy peligrosa.

«La música es lo informulado, lo equívoco, lo irresponsable, lo indiferente. Tal vez quieran objetar que puede ser clara, pero la naturaleza también puede serlo al igual que un simple arroyuelo, ¿y de qué nos sirve eso? No es la claridad verdadera, es una claridad engañosa que no significa nada y no compromete a nada, una claridad sin consecuencias y, por tanto, peligrosa, puesto que nos lleva a contentarnos... Dejad tomar a la música una actitud magnánima. Bien... así inflamará nuestros sentimientos. ¡Pero se trata de inflamar nuestra razón! […] La música es inapreciable como medio supremo de provocar el entusiasmo, como fuerza que nos arrastra hacia adelante, cuando encuentra el espíritu preparado para sus efectos. Pero la literatura debe haberla precedido. La música sola no hace avanzar el mundo. La música sola es peligrosa.». Las palabras de Thomas Mann en *La montaña mágica* siguen siendo válidas.

Pero, ¿cómo se manifiesta en la vida real esta interacción entre música y periodismo? ¿Cómo y en qué lugares se da? El periodismo musical, la crítica musical, las revistas especializadas son algunas respuestas.

**Crítica musical y opinión pública**

Una de las diferencias más destacadas entre el periodo originario de la crítica musical —siglo XVIII— y la actualidad es la proliferación de medios a través de los cuales llega la información. En la actualidad hay una mayor complejidad del contexto comunicativo y de canales de comunicación. Este hecho, es posible, posibilita que un "cierto elitismo" de épocas pasadas en cuanto a la música clásica se abra camino en la carroza de los *mass media* para abordar a un público medio y abandonar la idea anterior de que sólo los ilustrados tenían acceso a este tipo de productos culturales.

Pero, ¿la crítica musical realmente es reflejo de este pluralismo al que llegan los medios de comunicación?

Debates aparte, la función principal de la crítica musical es la de crear una opinión. Y quizás sea éste el campo más coincidente con el periodismo.

Entonces, ¿cómo debe construirse una buena crítica? La realidad es que en este género subyace una intención de crear opinión para, de alguna manera, entablar buenas relaciones con el sistema económico capitalista.

Así es. En la crítica musical también entra en juego el papel de «publicitar» y, por tanto, «comercializar» el evento del que se habla, el cd sobre el que se discute o la soprano sobre la que se desmenuzan sus portentosas habilidades sobre el escenario.

# El arte sin relojes

¿Estamos preparados para percibir la belleza un día cualquiera, a una hora cualquiera y en un lugar cualquiera?

*The Washington Post* dio una respuesta a esta cuestión hace unos años. Y, grosso modo, se podría decir que no. Joshua Bell, uno de los violinistas más famosos del mundo, fue conejillo de indias para su experimento.

En una estación de metro en Washintgton el violinista interpretó, durante 45 minutos, una pieza de Bach. Sólo seis personas se detuvieron ante el músico para escuchar la actuación. No fue mucho el dinero que recaudó el intérprete, en cuya agenda habitual se escriben los mejores escenarios. Cuando su violín calló y lo encerró en su estuche nadie aplaudió. No hubo reconocimiento por el público porque nadie se dio cuenta de que la persona que estaba tocando en las entrañas del metro, en medio de la vorágine de la rutina, era uno de los mejores músicos en activo de la actualidad.

**El talento de una estrella**

Joshua Bell debutó a los catorce años como solista con la Orquesta de Filadelfia, dirigida por el famoso director italiano Riccardo Muti.

¿Y cómo nace una estrella? Según ha afirmado el músico en varias entrevistas, fueron sus padres los que lo introdujeron en el sonido del violín. Una de las características de este violinista es su gran versatilidad en la interpretación de diversos estilos. Además de interpretar el repertorio normal de conciertos, Bell interpreta obras de nueva composición. Nicholas Maw, por ejemplo, le dedicó su concierto de violín que estrenó en 1993. Su contribución musical también llega al cine: interpretó la parte solista de la banda sonora escrita por John Corigliano para el filme «El Violín Rojo», película por la que recibió un Oscar a la mejor banda sonora.

¿Quién es capaz de reconocer un Stradivarius de 3.5 millones de dólares como el que utiliza Joshua Bell para sus conciertos? Lo cierto es que muy poca gente está preparada para percibir la grandeza del arte en el epicentro del día a día, donde se mezclan las preocupaciones y las prisas. El estudio sociológico de *The Washintong Post* es revelador: el arte en la vida cotidiana no tiene espacio, es invisible. Pero la realidad es que el arte está por todas las partes. El reto ahora será aprender a verlo.

**Concierto en la sala Mozart**

Para entrar al paraíso es necesario ir sin relojes; es imprescindible, si quieres ascender al mejor de los mundos, olvidar el tiempo. Eso es lo que sucede cuando se escucha a Joshua Bell.

Para escuchar música es necesario olvidar el mundo exterior para introducirte de lleno en un nuevo espacio que, en lugar de hormigón, paredes y columnas, está construido a base de sonidos que vienen y van. Todo es efímero. La existencia de la música es la existencia del tiempo.

Para saber qué es un concierto basta con atender a esta amena explicación del compositor y director estadounidense Leonard Bernstein.
**http://youtu.be/sMzFs295UN4**

En este vídeo escuchamos a Joshua Bell, protagonista de esta edición en Adlibitum, interpretando el concierto de violín de J.Brahms.
**http://youtu.be/VZU4eZTUJws**

Por eso, precisamente, para escuchar, entender y disfrutar esta música no hay que tenerlo. O mejor: tenerlo todo; poseer el tiempo con todas las agujas o una cajita con todos los relojes.

Joshua Bell estuvo el pasado día 24 en la Sala Mozart del auditorio de Zaragoza. Interpretó el concierto para violín de Brahms con la Orquesta Filarmónica de Londres. La orquesta, además, interpretó la 'Sinfonía número 32 de W.A. Mozart' y las 'Danzas Sinfónicas de S.Rachmaninov', una conjunción de clasicismo y romanticismo musical. La Orquesta Filarmónica de Londres posee una larga trayectoria y está considerada como una de las orquestas más importantes del Reino Unido. Y a pesar de que las danzas de Rachamaninov fueron todo un espectáculo de ritmos y sonido, el concierto de Brahms fue el eje del programa, una delicia para buenos paladares.

Un concierto, como forma musical, es un diálogo –o una lucha- entre un instrumento solista y una orquesta. A veces solista y orquesta acaban el orgasmo de la mano. Pero en ocasiones la tragedia es inminente. Ver un concierto de música clásica –

**Lo que no sabría Joshua Bell es que él sí se quedaría sin reloj la misma noche en la que paró el tiempo en Zaragoza**

concierto entendido como forma musical- es observar y, sobre todo, escuchar cómo se relacionan los instrumentos, cómo conversan y gritan a lo largo del tiempo. 30 minutos aproximadamente.

La interpretación de Joshua Bell fue soberbia e intensa. Y aunque el público lo hizo salir cinco veces para saludar entre una marabunta de aplausos, no regaló el bis que todos esperaban. Y ahí quedó congelad el tiempo.

**Intento de robo del Stradivarius**

Según explicaron fuentes policiales, una banda organizada irrumpió en la habitación del hotel Reina Petronila donde se instalaba el intérprete. Su intención era robar su valioso violín: un Gibson Huberman Stradivarius del año 1713 valorado en unos cuatro millones de euros.

Pero los ladrones no consiguieron lo que buscaban. Aunque consiguieron algo, quizás, más preciado de Bell: su tiempo. Los saqueadores hurtaron de la caja fuerte un reloj de la marca Breguet valorado en 29.000 euros. Los cacos no lo tuvieron muy difícil para usurpar su personalidad en el hotel. Increíble pero cierto. Fue tan sencillo como hacerse pasar por el violinista y pedir la llave de la habitación.

Audición de las danzas sinfónicas de Rachmaninov en Youtube. Es una de las piezas que interpretó la London Orchestra en el auditorio de Zaragoza.
**http://youtu.be/46fe9x_4HqQ**

Joshua Bell interpreta Bach en el metro. Experimento que realizó *The Washington Post.*
**http://youtu.be/hnOPu0_YWhw**

# Y la palabra se hizo verdad

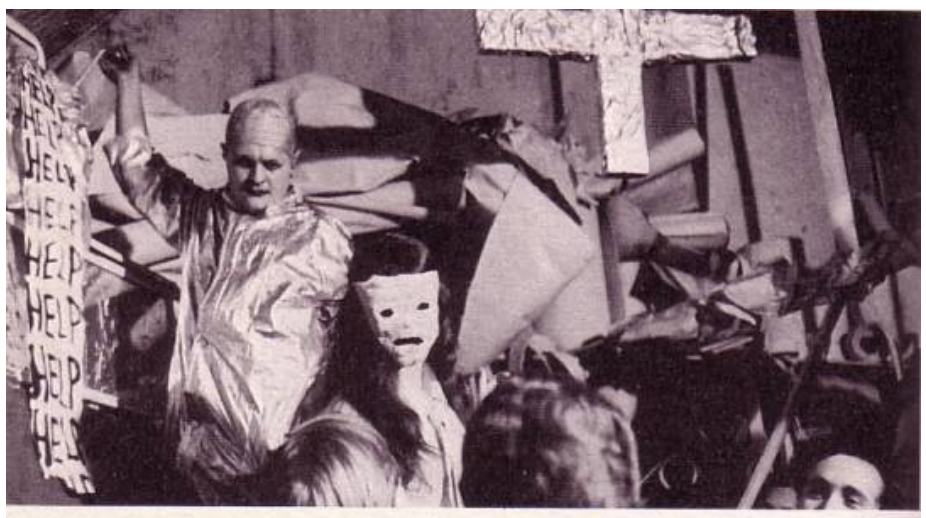
**Durante décadas, el periodismo solo ha buscado reflejar la realidad de la forma más fiel y objetiva posible. Sin embargo, en la segunda mitad del siglo XX surgieron nuevas voces que abogaron por un estilo más literario que reflejara la verdad de una forma más honesta. Este es el principio del Nuevo periodismo y estos son sus autores más destacados**

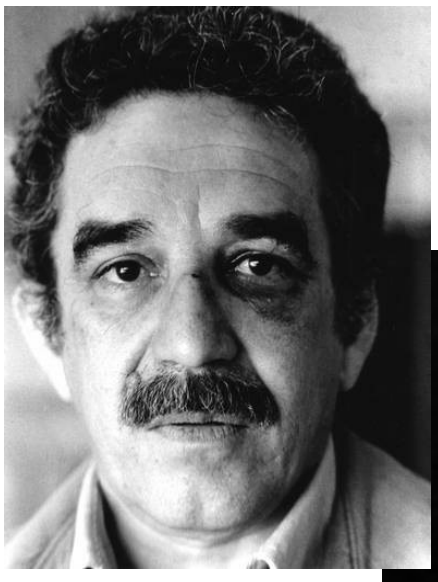
¿Es Truman Capote un escritor o un periodista? Al lector perezoso poco le importará pero la cuestión es fundamental para cualquier reportero. La obra del autor norteamericano altera la realidad para subrayar los pequeños detalles que considera esenciales. Una característica extrapolable a los demás componentes del Nuevo Periodismo: una corriente que quiso renovar el oficio y fue denostada por confundirse con la literatura de ficción. Podemos poner la frontera donde queramos; la calidad reina más allá de los mapas.

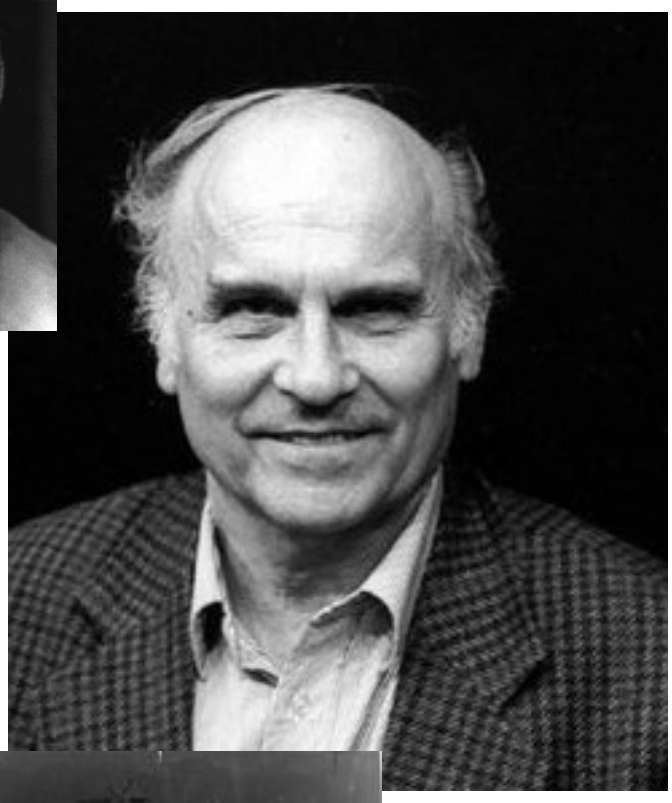
Pongámonos académicos. El término 'Nuevo periodismo' tiene su origen en la obra homónima de Tom Wolfe. Publicado en 1973, el libro recoge 23 textos ya publicados por diferentes autores con un rasgo común: hartos del periodismo objetivo-aburrido deciden incorporar técnicas literarias y subjetivas. La primera confrontación está servida: ¿estamos ante periodismo o literatura? Si es periodismo, ¿no supone una pérdida de rigor y, por tanto, de calidad? Como la pregunta no es nueva las respuestas tampoco lo son. El propio Wolfe defiende que el nuevo estilo "ha de ser tan preciso como el periodismo tradicional", aunque "ya ha demostrado ser incluso más fiel a la realidad que el antiguo periodismo", según él.

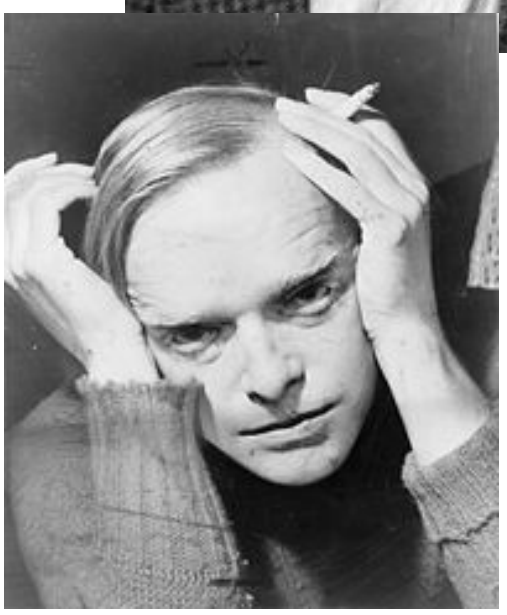
Esta corriente periodística se bautiza en 1973 pero nace mucho antes. Rodolfo Walsh publica en 1957 *Operación Masacre*, una investigación sobre el fusilamiento de civiles sospechosos de frenar la revolución que acabó con el gobierno de Perón en Argentina. Walsh publica su trabajo en un libro de más de 200 páginas donde detalla no solo los hechos sino también cómo llevó a cabo la investigación, sentando las bases de un estilo que Capote popularizaría.

Los niños aprenden desde la escuela que *A sangre fría* es una novela de no ficción, aunque novela al fin y al cabo. Sin embargo, Truman Capote trabajó seis años sobre un asesinato real en 1959 del que reunió más de ocho mil páginas de anotaciones. Una vez detenidos, entrevistó a los culpables en la cárcel y alimentó a los críticos del Nuevo Periodismo: que si Capote mantuvo una relación con uno de los asesinos y por eso su imagen no es tan negativa, que si no hizo nada para salvarlos de la ejecución para completar su relato… Aunque luego Capote negara que su obra perteneciera a la corriente defen-

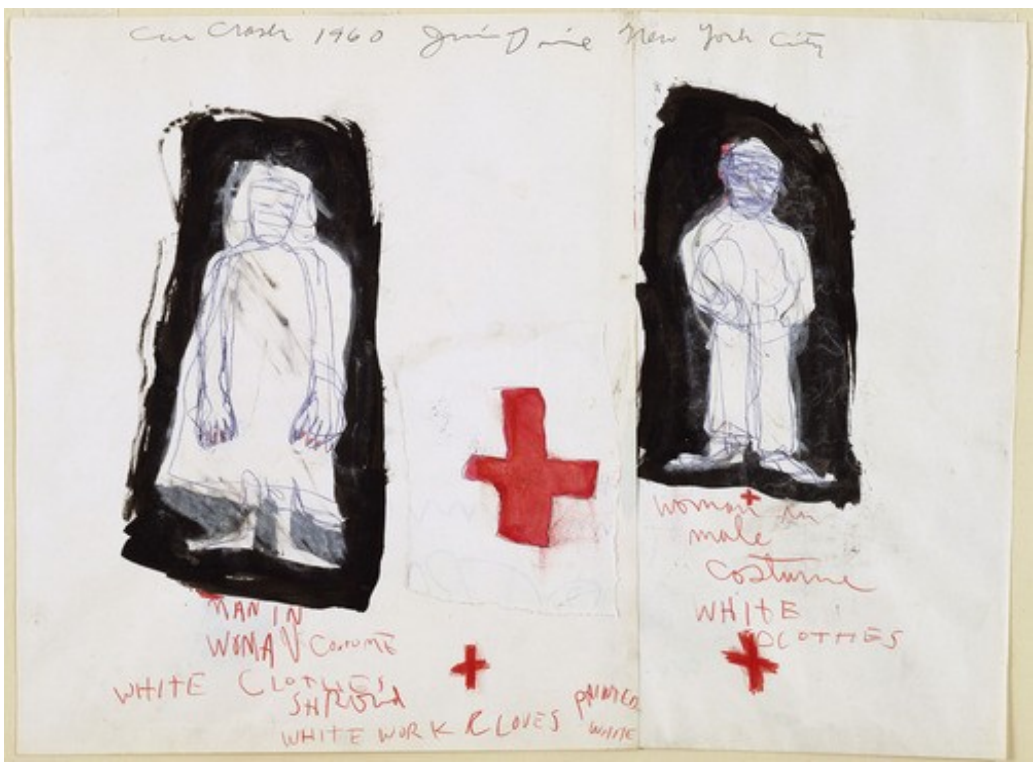








La lista de 'nuevos periodistas' es larga, confusa y en permanente revisión. Todos los países descubren a un reportero clarividente que adelantó algunas técnicas de este estilo y piden que su nombre sea grabado ipso facto con letras doradas. La envidia corroe a estudiosos hasta el punto de cuestionar la obra de los grandes figuras ya laureados y sostienen que, en realidad, nada de lo que hicieron era Nuevo Periodismo, con mayúsculas, sino robar ciertos trucos que veían a sus compañeros. Sin embargo, dentro de esa lista informe podemos encontrar los dueños de todos estos rostros. De izquierda a derecha, Hunter S. Thompson, Manuel Vázquez Montalbán, Tom Wolfe, Truman Capote, Riyzard Kapuscinski y Gabriel García Márquez.




El nuevo periodismo supuso una unión entre periodismo y literatura difícil de extrapolar a otra disciplina artística. Los *happenings* partieron del teatro y las performance para buscar la colaboración del lector y que abandonara el papel de público pasivo. Al igual que el periodismo gonzo, el autor no busca mostrar una verdad sino forzar una reacción. En la imagen de la derecha, Jim Dine en *Car Crash*, el accidente de automóvil como metáfora de las múltiples guerras cotidianas que pasan inadvertidas. Sobre estas líneas, unos estudios previos de dicha obra.

dida por Tom Wolfe, la presencia de un punto de vista marcado y la narración literaria de la obra apuntan todo lo contrario.

Hunter S. Thompson inaugura en 1966 el periodismo gonzo con su novela *Hell's Angels*, donde se introduce en una banda de moteros. Este nuevo estilo acaba con las divisiones entre objetividad y subjetividad al introducirse el periodista dentro de la narración y ser el protagonista e hilo conductor de la historia. Thompson se ganó el odio de muchos periodistas que consideraron que había renunciado a "los ideales básicos del periodismo". Sin embargo, el norteamericano siempre defendió su postura: "¿Por qué no puede ser un periodista igual de conocido y admirado que una estrella del rock?"

Otro periodista puesto en la picota por su supuesto afán de protagonismo fue Ryszard Kapuscinki. El polaco es considerado una de las grandes figuras del periodismo de todos los tiempos. Negó una y otra vez que su obra se encuadrara dentro del Nuevo periodismo. Entonces, ¿qué hace en este reportaje? Desde su publicación, la veracidad de sus relatos fue cuestionada y se planteó si el periodista no había 'adornado' un poco la realidad. Una biografía publicada en 2010 por su compañero de redacción reavivaba el debate y reconocía que el gran periodista "coloreaba" las crónicas para acercarse a la literatura, su verdadero objetivo a través del periodismo.

Si hablamos de literatura y periodismo sale obviamente el nombre de Gabriel García Márquez. El ganador del premio Nobel en 1982 comenzó trabajando como periodista, oficio que calificó como "el más bonito del mundo". De hecho, en 1994 fundó la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano para "contar historias de forma creativa y con rigor en la investigación periodística". La pasión de Gabo por el periodismo se puede ver en obras como *Relato de un náufrago*, catorce crónicas sobre el superviviente al naufragio que pasó 10 días en alta mar.

Para acabar este repaso, debemos señalar que también en España hay algunos autores cuya obra se puede catalogar de Nuevo Periodismo. Por ejemplo, Manuel Vázquez Montalbán, famoso por su novela negra, fue pionero en su introducción del nuevo periodismo gracias a obras como Crónica sentimental de España . En ella, Montalbán analiza los mecanismos por los que se crea el imaginario popular español.

Como hemos dicho antes, la lista puede ampliarse hasta el infinito y ramificarse de forma innumerable. Como toda literatura, resulta imposible acotar autores u obras; todas conforman una maraña sin principio ni final. Por eso, la solución más adecuada suele sumergirse en cualquiera de estas obras y dejar que la realidad discurra a través de

JOSÉ LUIS LEDESMA. HISTORIADOR Y ANALISTA DE POLÍTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

# «No se le pueden poner puertas al campo»

José Luis Ledesma Vera (Soria, 1973) ha abordado numerosos temas en su carrera profesional. Licenciado en Historia por la Universidad de Zaragoza, ha escrito diversos libros sobre la represión y diferentes aspectos de la Guerra Civil, así como sobre la Segunda República Española y diversos movimientos políticos o sociales. También ha llevado a cabo periodos de investigación en universidades de Florencia, Yale, París o Londres. Su relación con la cultura también es directa, pues fue uno de los colaboradores en la creación de "La Pantera Rossa", un centro social y librería zaragozana donde se llevan a cabo proyectos enfocados a tratar la cultura y la economía más social y solidaria, y con la que sigue trabajando. Asimismo, colabora en "Bajo aragonesa de agitación y propaganda", una asociación que trata de ser un motor de dinamización cultural al margen de las instituciones. Además, Ledesma es profesor del Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza y escribe regularmente columnas de opinión para el Heraldo de Aragón. Rapsodias ha hablado con él para conocer una visión profunda sobre el estado actual y variable de la profesión periodística y sobre el momento que está viviendo la cultura en relación con el periodismo y la política.

**La profesión del periodista parece estar poco valorada por buena parte de la sociedad, sobre todo por los más jóvenes. Si los periodistas fuesen más críticos, ¿Habría más respeto por su profesión o el desencanto viene por otros factores?**

No me cabe duda de que si el periodista fuese más crítico sería mucho más respetado. Un paralelismo bien comparativo es el de los políticos, pues hay una mala prensa hacia los políticos como la hay hacia los periodistas, pero eso no tiene que significar que haya una mala imagen del periodismo y de la política; pues son cosas diferentes. La política es mucho más que lo que dicen los políticos. La política es lo que hacemos cuando vamos a una manifestación, cuando protestamos por algo o cuando marcamos la casilla de los fines sociales o la de la iglesia en la declaración de la renta. Y con los periodistas ocurre lo mismo, que algunos periodistas o medios tengan mala imagen no significa que la profesión lo tenga que tener también.

**¿El periodista especializado en cultura es, a menudo, poco conocedor de lo que escribe?**

Depende de cuál es el concepto que tengamos del periodista. Por definición, el periodista no puede estar muy especializado en algo, pues eso le limitaría a la hora de acceder a un trabajo. Éste debe manejar información sobre diversos temas y gestionarla de manera rápida. Existen carencias y errores claro, pero considero que el nivel de los periodistas culturales españoles es bueno. Además, no creo que, a diferencia de otras profesiones, una especialización muy concreta sea exigible para los periodistas, tanto por lo amplia que puede ser la materia como el poco tiempo del que disponen para manejar las informaciones.

**¿Hasta qué punto tenemos que tener en cuenta el periodismo ciudadano, los blogs, las redes sociales y la información en la red en general?**

La red es, por definición, inabarcable y amenaza con ser infinita. Y eso tiene aspectos positivos y negativos. El flujo de información que circula es tan brutal que en la red cabe de todo: lo bueno, lo malo, la información contrastable, la falsa, etc. Pero no creo que eso tenga que llevar a consideraciones negativas. Hay un peligro de saturación de información en los ciudadanos de forma que, con tanta información, al final puede adquirir la misma importancia una información veraz y otra que no lo es. Pero a la vez, tampoco pienso que ese riesgo deba llevarnos a desconfiar de la red como instrumento de acceso a la información, pues ha conseguido dinamitar las puertas de entrada a la información de forma que tenemos la posibilidad de acceder a más datos que nunca, y eso es algo positivo también. Además, los medios de comunicación deben tener en consideración la información publicada en la red, pues puede ofrecerles noticias que no conocían y que son de interés general.

**¿Qué opina de los medios de comunicación alternativos como *La Haine, KaosenlaRed.com* o *Tercera Información*?**

Su existencia me parece muy saludable. Es cierto que tienen un tratamiento de la información muy subjetivo pero, al final, ¿qué medio no es subjetivo ni está ideologizado? Antes, el acceso a este tipo de información estaba mucho más limitado y la red posibilitó la explosión de medios y la posibilidad de que se consuman este tipo de informaciones, que sí que son sesgadas y subjetivas, pero eso no tiene por qué ser algo negativo. De hecho,

pueden verse como instrumentos que sirven a la sociedad de contrapeso hacia las subjetividades de otros medios de comunicación que también las tienen pero que las exponen de una manera menos explícita.

**¿Qué opina del debate entre derechos de autor y libre difusión de la cultura generado por la promulgación de la Ley Sinde?**

Es un conflicto que está lleno de aristas. Me parece que lo que es inviable es tratar de poner puertas al campo. Regular algo por definición ingobernable como es Internet solo va a dar pie a arbitrariedades y errores. En este caso, creo que es más peligroso atentar contra la libertad de expresión que menoscabar los derechos de autor. Si ni las instituciones ni la sociedad en general hemos sabido aún respetar las dos cuestiones es un error que tenemos que solventar entre todos, pero no creo que se deba hacer a golpe de ley.

**Como profesor de Grado que es usted, ¿Cree que el Plan Bolonia contribuye a que los estudiantes acaben sus carreras con una buena base cultural?**

Creo que con el plan educativo anterior había un mayor cuidado al seguimiento de las asignaturas que aportaban una mínima cultura general. Y ahora temo que se puede estar perdiendo terreno en ese sentido. Sería terrible que porque las empresas financiaran la educación superior se eliminaran las asignaturas que se consideran poco rentables, porque no se puede valorar la cultura general ni las humanidades en términos de rentabilidad económica. La rentabilidad que proporcionan es de otro tipo, no se puede medir ni sus efectos se ven a corto plazo, pero es imprescindible mantenerlas como un tronco fundamental del entramado del aprendizaje universitario.

**¿Qué es lo que más echa de menos en las publicaciones culturales?**

Bueno yo creo que hay una diferencia entre las publicaciones con carácter institucional sufragadas por fondos públicos y las que no lo son. En cuanto a las primeras, es evidente que estamos en una situación de declive porque faltan medios para sustentarlas. En estas publicaciones lo que se echa en falta es un mayor pluralismo de opiniones y huir de lo políticamente correcto, porque esto no siempre refleja la diversidad de la sociedad. En lo referente a las publicaciones al margen del aparato institucional, pienso que están menos encorsetadas y que exponen mejor la pluralidad de la población.

**Ahora que se dice que es necesario recortar en todo lo que no sea imprescindible, ¿Qué importancia tienen las subvenciones culturales?**

Ese planteamiento está viciado en su origen. Si fuera verdad que hay que hacer recortes en muchos aspectos por orden de relevancia, yo tengo claro que la cultura estaría en uno de los últimos lugares de los que recortar. Yo reduciría presupuestos de otras cuestiones que me parecen menos prioritarias como Defensa, que ha sido el único ministerio que no ha sufrido recortes. Me parece escandaloso que se recorte en materias como la cultura, siendo que se están comprando helicópteros Tiger que valen millonadas y con cuyo coste se podrían mantener las actividades culturales de varias comunidades autónomas durante un año. Por supuesto que hay que tener en cuenta la austeridad porque no estamos en un buen momento económico, pero los recursos con los que cuenta el estado son más de los que se nos dice. Además, antes que recortando, se podrían obtener más recursos por ejemplo modificando la política fiscal para que paguen más los que más tienen o que no haya excepciones a la hora de pagar el IBI, como se hace con la iglesia.

> «Las publicaciones culturales deberían ser más plurales y huir de lo políticamente correcto. Eso no siempre refleja la diversidad de la sociedad»

**¿Cree que hay suficiente material cultural reivindicativo y crítico a disposición del público?**

Yo creo que sí que lo hay, gracias a la red sobre todo. Los medios alternativos son importantes en este sentido, aunque están a mucha distancia de los medios más convencionales en lo que a público se refiere. Todo lo que esté tocado por los grandes medios difusores de la cultura (como Hollywood) va a tener una dosis de mojigatería, de concesiones a los lugares comunes y a los tópicos y de lo políticamente correcto. Y parece que tiene que ser así si quieren acceder de manera inmediata a un porcentaje alto de la población y los grandes medios siguen la lógica del consumo. Pero me parece más interesante desarrollar medios alternativos de cultura que generen a medio y largo plazo perspectivas más plurales aunque no tengan un éxito comercial a corto plazo, lo cual es imposible si plantean, como lo hacen actualmente, visiones con aristas de cada problema, con lados oscuros, con dudas y retos y no un relato muy sencillo con buenos y malos.

**¿Qué opinión le merecen los artistas que actúan para partidos u organizaciones políticas?**

No le veo mayor problema. Sí que es cierto que es una forma de encasillarse, pero no me parece mal en el sentido de que es una manera de comprometerse por una causa, y los artistas no pueden estar siempre sin involucrarse en nada y creer que viven en su torre de marfil en la que nada de la realidad les afecta. Prefiero a George Clooney, aunque vaya a actos a favor de Obama, que al que está viviendo de las rentas de sus últimas películas en su mansión de Hollywood sin comprometerse nunca con nada.

**Para finalizar, me gustaría que recomendara a nuestros lectores un elemento cultural que considere interesante.**

Pues, aunque puede sonar mal porque yo soy colaborador, recomiendo sin duda a todo el mundo que pueda que visite "La Pantera Rossa", que es un centro social en el que se organizan jornadas y eventos interesantes y hay numerosos libros de temáticas muy diversas. Y, en cuanto a libros, destacaría las obras de teatro completo de Bertolt Brecht, que contiene frases tan significativas como la que dice que la injusticia se perpetúa a fuerza de repetirse. Y quizá eso podría extrapolarse al periodismo en algunas ocasiones y a cómo se transmite la información actualmente: La mentira se hace verdad a fuerza de repetirse. Eso es algo con lo que tenemos que tener cuidado.

# *Ley Sinde*

## *¿Apaño o traición?*

NICOLÁS LÓPEZ

Pasado un año desde que se aprobara el primer proyecto y apenas un mes desde que entrara en vigor la última y definitiva "Ley Sinde-Wert", me dispongo a compartir una serie de reflexiones sobre el tema.

No cabe duda de que esta ley ha sido una de las que más conflicto ha creado en el terreno cultural de nuestro país en los últimos tiempos. Parece que ahora comienzan a verse algunos de sus efectos, pues hay algunas webs que han cerrado y otras que han retirado buena parte de sus contenidos ante el temor de que las eliminaran de la red como ocurrió con Megaupload. Es cierto que algo parece haber cambiado, pero ni mucho menos todo. Aún es posible consumir a gran escala contenidos audiovisuales en la red por los numerosos servidores que siguen operando y por las técnicas de los hackers y de los responsables de las páginas web de difusión de contenidos culturales consistentes, por ejemplo, en crear webs espejo, de forma que los mismos contenidos de la página que esté siendo vigilada (y por tanto que en un futuro se pueda cerrar) se expondrán en otra de condiciones similares y a la que se podrá acceder fácilmente, pero con otro nombre.

Y es que esta ley ha generado una gran polémica, no solo por lo que prohíbe, sino por la forma en la que lo hace. Otorgando a una Comisión Cultural o de propiedad intelectual el poder absoluto de cerrar las páginas web que considere que violan derechos de autor, la ley muestra la injusticia y la subjetividad en la que se basa. Esto es así porque una cantidad ingente de artistas necesita y se sirve de Internet para darse a conocer y para vivir profesionalmente, pues la red es el trampolín que posibilita a los intérpretes la divulgación de su mensaje y la plataforma por la que su público sabe de ellos y luego va a verlos a los conciertos, que es donde realmente ganan dinero. Salvo las grandes estrellas mundiales, el resto de intérpretes viven de los conciertos e Internet es el medio para que estos cumplan con unos objetivos decentes de aforo. Ya apenas se compran discos porque toda la música está en Internet. La red ha permitido que el usuario adquiera conocimientos culturales (musicales, audiovisuales, literarios…) a niveles insospechados e inimaginables hace unos años. Si esta ley funciona, todo eso desaparecerá, y lo hará porque mientras los precios no paran de subir y los discos y las películas son cada vez más caros, el nivel de vida, reflejado en los sueldos, no para de estancarse e incluso bajar, por lo que por una cuestión de lógica la gente no va a poder adquirir esos productos. Pero eso no hay ley que lo regule.

Quizá el método más justo de consumo cultural sea uno similar al que parecía intentar establecer Kid Dotcom (el fundador de Megaupload) poco antes de su detención. Se trata de crear en la red un sistema de consumo e intercambio de contenidos culturales en el que el artista estuviese directamente conectado con su público. De esta forma, el intérprete colgaría en la red su producto cultural (canción, película, etc.) y el usuario que deseara adquirirlo pagaría por él una pequeña cantidad de dinero que iría prácticamente íntegro (exceptuando un porcentaje que se llevaría el servidor que lo contuviera) para su autor. Así, no habría discográficas ni productoras que mediaran en ese intercambio pidiendo cantidades económicas improcedentes y tanto el intérprete como el usuario saldrían ganando.

> «Mientras los precios de discos y películas no paran de subir, los sueldos no paran de estancarse e incluso bajar. Y eso no hay ley que lo regule»

Actualmente, unas 25 páginas web están siendo estudiadas por la Comisión de la Propiedad Intelectual del Ministerio de Cultura. No se le da tanta cobertura en los medios, pero es importante saber que buena parte de las casi 300 denuncias que ha recibido la Comisión han sido de las propias páginas de descargas como parte de las operaciones que Anonymous y otros grupos de la red disconformes con la ley están tratando de llevar a cabo para saturar el sistema judicial y administrativo que afecta al cierre de estas páginas. Además, estos grupos ya han anunciado que continuarán con los ataques a las webs institucionales.

Es bueno recordar que esta ley vio incrementada, en gran parte, su controversia el pasado mes de diciembre de 2010 cuando el diario El País publicó un artículo en el que se informaba sobre los más de 30 cables diplomáticos de la embajada de los Estados Unidos en Madrid, mostrando cómo los norteamericanos habían presionado al Gobierno español para que aprobara una ley antidescargas a la mayor brevedad. Eso, sumado a los rumores de las presiones de las grandes industrias audiovisuales al Gobierno y las irregularidades de la norma, le hace replantearse a uno seriamente si esta ley, más que una solución justa al conflicto entre los derechos de autor y la libertad de expresión, es un apaño que los políticos españoles han hecho en una nueva concesión a los grandes mercados mundiales.

Pero lo que parece más seguro es que se trata de una traición. Es una traición a la concepción mundial e inicial del medio de comunicación y divulgación más libre e independiente de todo el mundo: Internet. La esencia y el atractivo que tiene la red se basan en la libertad que tiene el usuario para publicar los contenidos que desee (siempre que con ello no se cometa un delito) y en que todos pueden colgar espacios, de forma que la red se convierte en el mayor medio de intercambio de información, cultura, ocio y entretenimiento posible. Con esta ley se traiciona ese principio. Y se hace porque, aunque parezca que solo se prohíbe la publicación de unos determinados contenidos protegidos, es evidente que esto solo será la punta del iceberg, y pronto se seguirán eliminando del panorama cibernético los contenidos que no interesen al gobierno. Todo ello amparado por otras normas o leyes dudosas que no tardarán en aflorar.

Pero bueno. Salvo estos inconvenientes, el panorama no es del todo desalentador. Que Internet sea un medio relativamente nuevo ha hecho que sea el que más permite combatir la legalidad. Esto se traduce en que los hackers y determinados grupos de internautas tienen mucho poder porque conocen entresijos y caminos interminables para burlar algunos de los aspectos más importantes de esta y otras disposiciones. Por tanto, el Gobierno puede tardar mucho tiempo en cerrar por completo una página web si los que la llevan son hábiles manejando estas técnicas.

En cualquier caso, la aprobación de esta ley debe hacernos reflexionar. Porque aunque es la época de los recortes y sin duda eso es ahora lo más grave, el hecho de que se corte también con esto supone otro atentado más contra derechos fundamentales como el de la libertad de expresión y el derecho a la información. Y ya van siendo tantos que empieza a resultar ofensivo.

# De relleno

## *El periodismo abandona la solidaridad*

*Laura Quintín atendiendo a los medios* | Foto de archivo

1994 despertó a parte de la ciudadanía española con las protestas lideradas por las Organizaciones No Gubernamentales que exigían la adopción del 0'7% en los presupuestos del Estado. Las ONG consiguieron llevar a miles de personas en toda España a acampadas en las que se reclamaba la inclusión del porcentaje de Ayuda a la Cooperación y el Desarrollo. Desde entonces, el papel de las ONG como movilizadores sociales se ha diluido y su presencia en los medios de comunicación ha abandonado las primeras páginas.

La pérdida de apoyo social y su invisibilidad mediática han complicado la labor de las ONGD pero no la han parado. Laura Quintín (Mediana de Aragón, 1986) estudió Periodismo en la Universidad San Jorge de Zaragoza. No encaminó su carrera por los cauces normales: se alejó del anhelo de exclusivas y trabajo en grandes medios y se acercó a la cooperación. Una vocación atípica para una alumna de periodismo. "Durante esta etapa fui especializándome en este ámbito": estudió asignaturas como Cooperación al Desarrollo, Derechos Humanos o Procesos culturales contemporáneos. «enía claro que me quería dedicar a esto», apuntilla Laura, «y aquí sigo».

Ahí sigue, como responsable de comunicación de una ONGD —cuyo nombre prefiere que no figure para expresar libremente su opinión—. Su testimonio narra en primera persona el desinterés del periodismo por la solidaridad.

**¿Cómo ves el periodismo en España?**

Se caracteriza por el entretenimiento, por mediatizar la política y la justicia, trivializar los asuntos públicos, simplificar el tratamiento de los hechos e interesarse por lo sensacional y dramático. A mi juicio, deberíamos plantear otro tipo de periodismo, un periodismo que realmente nos informara y nos hiciera partícipe de lo que ocurre a nuestro alrededor pero, sobre todo, que creara conciencia crítica.

**17.000 niños mueren diariamente de hambre, una situación que podría evitarse. ¿Crees que la falta de remedios, o su no aplicación, tiene que ver con esa falta de conciencia crítica?**

Absolutamente. Lo que resulta surrealista es que sabiendo que en el mundo se producen suficientes alimentos para abastecer a la población existente, una

sexta parte de la humanidad esté pasando hambre. Hace falta presionar a los gobiernos para que establezcan medidas de control que garanticen las alimentación es trabajo de todos y todas. Está claro que las situaciones que atraviesan los países del Sur no están dentro de la agenda mediática de nuestros medios de comunicación. Se trata más de un tema de relleno. Yo lo compruebo todos los días en mi trabajo.

**¿Cómo es la relación de una ONGD con los medios de comunicación?**

Intento trabajar con ellos y hacerles partícipes de nuestro trabajo. General

pública nos increpa porque creen que pretendemos que se haga cooperación en el Sur pero nos olvidamos de las situaciones que ocurren aquí. Y nada que ver, luchamos por que las partidas destinadas a servicios sociales sean prioritarias en situaciones como las que estamos atravesando. ¿Quién se ocuparía de personas con riesgo de exclusión si no existieran instituciones que se encargaran de ello? ¿Quién se encargaría de integrar en la sociedad a las personas con discapacidad si no existiera ATADES.? ¿El Gobierno se iba a encargar de esto? Permíteme que lo dude.

do transmitirlo aquí. Por eso también hay un menor apoyo social en momentos como el que estamos viviendo. Es momento para reinventarnos, afianzando lo que ya hacemos bien y cambiando todo aquello que se pueda mejorar.

**En tu trabajo tienes que leer a diario historias y datos bastante tristes sobre la pobreza y el hambre del Sur. ¿Te resulta difícil convivir con ello?**

No es plato de buen gusto leer algunas cosas, sobre todo cuando se trata de grandes atrocidades que podrían haber sido paliadas. Pero el corazón se acostumbra a todo, incluso a hablar de mi-

mente hacemos denuncia social sobre temas donde se están vulnerando derechos fundamentales. Una cosa que me funciona muy bien es vincular temas del Norte —es decir, problemas que tenemos aquí— con situaciones que son comunes con el Sur. Por ejemplo, el 22 de marzo es el Día Mundial del Agua, una fecha señalada en el calendario de las ONGD donde siempre pedimos que el agua sea un derecho al alcance de todas las personas, indistintamente del lugar donde vivan. Con las últimas noticias de la privatización de las aguas, como es el caso del Canal de Isabel II en Madrid, también se pone en riesgo el acceso aquí, en España. Esta vinculación Norte-Sur suele funcionar.

**¿Por qué crees que se ha producido la pérdida de fuerza de las ONGD?**

Ha sido la suma de muchas situaciones. Desde que comenzó la crisis se ha intentado hacer creer a la gente que esto es una lucha de pobres contra pobres. Que si les damos a los de allí, se lo quitamos a los de aquí. Y las ONGD luchamos por que las personas sean lo primero, independientemente del lugar en el que residan. Parte de la opinión

**¿Te parece que las ONGD hablan de los conflictos que abordan con la rotundidad que deberían?**

Una de las misiones fundamentales de todas las ONGD es promover cambios sociales y hacer denuncia. Entre otras cosas hacemos incidencia política; es decir, intentamos promover cambios a nivel gubernamental y en algunos casos hemos conseguido grandes logros como, por ejemplo, en el caso del famoso 0,7% o en el comercio de armas. Pero es cierto que muchas ONGD no gozan de la independencia deseada y a veces es difícil lanzar mensajes.

**¿Puede que se esté quedando obsoleta, por lo menos, la forma de financiación de las ONGD? ¿Está en crisis la forma de entender las ONGD?**

Dicen que las crisis ponen a cada uno en su sitio y estoy de acuerdo. Las ONGD tienen que buscar nuevas fórmulas. Para la financiación y también en la forma en la que transmitimos nuestro trabajo aquí. Durante años se ha hecho un trabajo exquisito en el Sur, hemos conseguido grandes logros mejorando la salud de comunidades indígenas y de poblados africanos pero no hemos sabi-

llones de muertes. Algunas veces te sientes impotente y piensas que lo difícil que es todo. Pero luego el día a día te demuestra que pequeños avances como letrinizar o llevar agua potable hasta una comunidad en Guatemala supone mejorar la calidad de vida de muchos hombres y mujeres. Te da fuerza para pensar que el mundo se puede cambiar.

**El ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, García-Margallo, insinuó un recorte en los presupuestos para la cooperación. Las ONGD ya llevan algún tiempo lidiando con el descenso de la financiación de la administración. ¿Qué se espera ahora?**

La Ayuda Oficial al Desarrollo no es una partida prescindible sino obligatoria. Nuestros políticos creen que sólo debemos dar cuando nos sobra, pero ya estamos las ONGD para recordarles que estamos hablando de millones de vidas humanas. Es tan sencillo como entender que la malaria no va a dejar de provocar la muerte a 800 millones de personas porque en España estemos en crisis. Ya lo he dicho antes: mi discurso estos últimos días es repetir una y otra vez: las personas primero.

# *Basura de precisión*

Miguel Valenzuela

Tan solo hay que pararse a pensar un momento sobre el nombre: Organización No Gubernamental. Se puede pensar que la denominación con que se conoce a las ONGD proviene tan solo de su entidad jurídica. Sin embargo, el nombre significa mucho más. Este tipo de organizaciones no son gubernamentales porque, precisamente, los ámbitos en los que desarrollan su actividad tampoco lo son.

La entrevistada en *Blocks Populi* este número, Laura Quintín, responsable de comunicación de una ONGD, explica así su visión del periodismo: «se caracteriza por el entretenimiento, por mediatizar la política y la justicia, trivializar los asuntos públicos, simplificar el tratamiento de los hechos e interesarse por lo sensacional y dramático». Un funcionamiento tan sencillo como efectivo.

Los gobiernos y poderes fácticos han abandonado las poco elegantes formas de censura con que se trataba en el pasado de acallar cualquier intento de disidencia ideológica. El control mediático se ejerce ahora a través de la omisión temática. El mundo queda dividido por un paréntesis, dentro del cual se agrupan los temas corrientes que no rompen el *contínuum*, el normal transcurrir de las cosas. Fuera queda toda información cuya naturaleza cuestione el estilo de vida occidental. El trabajo de los medios de comunicación tiene lugar dentro del paréntesis y en ese abanico se mueven con libertad.

En *Modenity and self-identity*, el sociólogo Anthony Giddens describe este fenómeno: «Dentro de los marcos de la vida cotidiana, la confianza básica se enteinde como una puesta entre paréntesis de los posibles sucesos o hechos que podrían, en determinadas circunstancias, ser causa de alarma». En su libro, Giddens aborda más concretamente la relación entre seguridad —confianza— y desarrollo de la vida de la modernidad. Su atención se centra en las instituciones modernas y el sistema capitalista. Y, en esta relación, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial.

Los medios de comunicación masivos son todavía, a pesar de la emergencia de Internet, el canal principal a través del cual la ciudadanía esboza su visión del mundo que le rodea. Un canal controlado por las elites económicas que, por tanto, omiten o dejan en un segundo plano las informaciones que podrían poner en tela de juicio la idoneidad del sistema político y socioeconómico que les ha permitido alcanzar la elite. Laura Quintín confirma que comprueba esta situación todos los días en su trabajo: «Está claro que las situaciones que atraviesan los países del Sur no están dentro de la agenda mediática de nuestros medios de comunicación. Se trata más de un tema de relleno».

El porqué de este comportamiento ha de buscarse en la publicidad que otorgan los medios a las informaciones que tratan. Los medios tienen el poder de recrear la realidad de la gente que no tiene otra forma de conocerla. Por tanto, lo que aparece en la prensa, ya sea tratado positiva o negativamente, existe; lo que no aparece, simplemente, no existe.

«El secuestro de la experiencia significa que, para muchos invididuos, es muy poco común y fugaz el contacto directo con sucesos y situaciones que anudan el espacio vital a las cuestiones de la moralidad y de la finitud», explica Anthony Giddens en *Modenity and self-identity*, y lo ilustra con un sencillo ejemplo: «¿Qué conductor, pasando cerca de un grave accidente de tráfico, no ha tenido necesidad, desde entonces, de conducir con más precaución? (…) Pero el sentimiento de invulnerabilidad relativa pronto regresa y las posibilidades de que el conductor aumente la velocidad son bastante elevadas».

Este fenómeno se manifiesta de forma nítida en ese lugar común en el que un espectador contempla una noticia sobre la pobreza en un país africano y se siente mal momentáneamente para cambiar de canal acto seguido. Los medios de comunicación, como apunta Laura Quintín, entretienen, trivializan, buscan lo sensacional, lo dramático, lo morboso, y simplifican el tratamiento de los hechos. Los contenidos de calidad cuestionable, en especial la conocida como *telebasura*, con que se inundan las informaciones cotidianas tienen poco de inocente o circunstancial: son una marea precisa y ampliamente controlada cuyo objetivo es justificar el sistema en que vivimos a través de la connivencia de la población. La solidaridad ni aparece en los medios ni interesa a la audiencia.

Como ya explicó Adorno en *La industria cultural*, «la idea de que el mundo quiere ser engañado se ha hecho más real de lo que jamás pretendió ser. Los hombres no sólo se dejan engañar con tal de que eso les produzca una satisfacción por fugaz que sea, sino que incluso desean esta impostura aun siendo conscientes de ella; se esfuerzan por cerrar los ojos y aprueban, en una especie de desprecio por sí mismos que soportan, sabiendo por qué se provoca. Presienten, sin confesarlo, que sus vidas se hacen intolerables tan pronto como dejan de aferrarse a satisfacciones que, para decirlo claramente, no son tales».

híbridos

Rapsodias

# *Sobre crustáceos y moluscos*

## ***Hábitos y hábitats de informadores itinerantes***

Los corresponsales son invertebrados. Muchos lo ignoran, pero así es, son seres invertebrados y en su mayor parte acuáticos. Algunos, emulando a los artrópodos, han convertido su mochila en un esqueleto externo a modo de coraza para afrontar los infortunios, pero es pura fachada. De hecho, si se les consigue hincar el tenedor, son blandos y raquíticos. No se sabe muy bien si para colarse sin problema por cualquier cerradura o si es este el defecto de fábrica que les hace depender de la disponibilidad de presupuesto. El mundo sabe muy poco acerca de esta figura itinerante que tanto alumno de primero dice querer ser pero que, al final, pocos son lo suficientemente ovíparos. Y es que, a parte de cargar siempre con la casa acuestas, el corresponsal se ve sometido a los deseos de la inclemente marea que todo lo arrastra.

Consultemos la RAE: <<El que es correspondiente>> aclara agudo el máximo referente lingüístico del castellano. <<Curioso -pensará algún redactor jefe-, si el mío ni es oportuno, ni conveniente y bien sabe Dios que pocas veces satisface las condiciones de nuestra relación>>.

¿Qué es pues un corresponsal? ¿Qué tipos existen? ¿Cuál es su hábitat? ¿Cómo se alimentan? ¿Cómo se sociabilizan? ¿Qué llevan consigo? ¿Tienen problemas de espalda o, al menos, ampollas en los pies?

Existen tres especies: el cangrejo, también llamado reportero de guerra o, para ser políticamente correctos, corresponsal en zonas de conflicto; la ilustrada ostra internacional amante del politiqueo y los organismos oficiales; y el joven y morboso caracol mochilero que ni sufre ni padece las desgracias. He aquí una guía rápida para conocer las cualidades básicas de estos salvajes animales del gremio.

### La ostra

La ostra, plato exquisito para paladares burgueses y entrenados, puede encontrarse en los restaurantes de cualquier ciudad de abundante politiqueo. Al contrario que el cangrejo o el caracol, este animal permanece inmóvil en su rincón del mundo filtrando las aguas turbias y solo se desplaza de un salto cuando se crea un remolino.

Las ostras se cultivan poco a poco. Aprenden idiomas, saben de política y desarrollan, a fuerza de llevar traje, un marcado acento de ninguna parte que les da un aire más sofisticado. Bruselas, Nueva York, París o Estrasburgo son los destinos más codiciados por las ostras más ambiciosas. Pero solo las mejores los consiguen.

Su concha hermética y su destino estable le permiten proteger su situación privilegiada , forjar su reputación en los grandes medios y encandilar a gigantes para que financien su rincón en Internet.

## El perseverante cangrejo

Animal solitario por excelencia, vaga rebuscando por las zonas más profundas del océano para encontrar las grietas más dolorosas. Su objetivo es que la luz del sol llegue hasta ellas. Eliminar del mar la tinta de los calamares que todo lo emborronan con sus patrióticos discursos.

Testigo de la mayor maldad del ser humano, ha desarrollado la habilidad de andar hacia atrás para vigilarse las espaldas y se ha forjado una coraza que le permite sobrevivir a las peores visiones. Su peso es tan ridículo en comparación con la fuerza del mar, que se ve obligado a dejarse arrastrar por las corrientes de una punta a otra del globo cuando la implacable actualidad y el que pone el dinero así lo requieren.

Aún así, su trabajo es de profundidad, de observación, de análisis: <<Yo no sabría producir contenidos a diario - afirmaba David Beriain, claro crustáceo español en el Encuentro Internacional de Foto y Periodismo de Gijón– se necesitan meses trabajando con las fuentes y buscando historias para lograr un periodismo que responda a la complejidad y a los grises de la vida. La vida es gris y el periodismo tiene que ser gris>>.

## El caracol vividor

Belén, Lucía, Tirma y Luis, reporteros de Españoles por el Mundo, pertenecen a la familia de los caracoles. Si hace sol, salen de paseo con la casa a cuestas y cargados de vitamina D. Sus antenas, que solo reciben ondas desde arriba, les permiten localizar historias y personas en los lugares con buena cobertura. Su baba les protege de cualquier fricción y su equipo de cualquier tipo de peligro. Disfrutan como nadie de los días despejados y las compañías aéreas pero, para evitar envidias, aseguran que nunca tienen tiempo ni para quitarse la mochila. Algunos caracoles han evolucionado según la audiencia y la cadena y han cambiado el jardín por playa, morbo y fiesta.

# *Cámaras contra fusiles*

## *Hitos, muertes y mitos del reporterismo*

Vehículos blindados españoles escoltan un convoy de la Unprofor por la 'ruta de la muerte'. Bosnia, 1993. El por entonces comandante Moreno viaja junto a su general, responsable del contingente multinacional. De repente, a pocos kilómetros de la base en Móstar, el grupo se topa con un vehículo sospechoso abandonado en la cuneta. Podría ser una bomba más en tan incomprensible guerra. El anagrama de Radio Televisión Española se define ante los ojos incrédulos de los españoles. Un Nissan blanco, las puertas abiertas de par en par, ni un alma cerca… algo no cuadra. El contingente se detiene y Moreno y sus hombres comienzan a buscar por los alrededores. Debería haber algún periodista. Lo llaman a voces. Silencio. Cautela, fusiles en la mano, dedo en el gatillo. «SSSShhhhh». Atraviesan sin pensarlo los arbustos y ¡zas! ahí están los que faltaban: el joven Arturo Pérez Reverte y su cámara tirados en el suelo, bocabajo, encañonados por milicianos de una de las tantas facciones de aquella compleja guerra.

«A medida que las guerras se hacen largas y a la gente se le pudre el alma, los periodistas caen menos simpáticos», escribió el superviviente dos años después en *Territorio Comanche.* La casualidad quiso que Reverte viviera para contarlo y para estar eternamente agradecido al hoy coronel Moreno. «Cada vez que coincidimos en Madrid insiste en invitarme a comer», cuenta el oficial. Otras muchas veces, sin embargo, el rescate no llega a tiempo y el fusil se descarga sobre el informador. Un testigo menos.

**Testigo molesto**

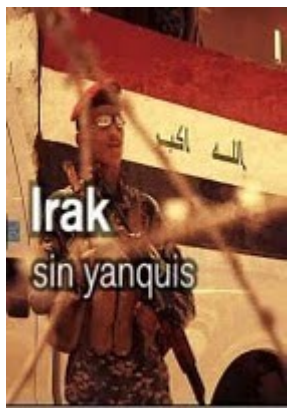
En los últimos dos años ha habido que lamentar sucesos como la muerte de Tim Hetherington y Chris Hondros (Libia, 2011) la de Marie Colvin (Siria, 2012) o el secuestro durante un mes de Manu Bravo junto a otros tres periodistas por las tropas leales a Gadafi (abril-mayo 2011).

Tristes sucesos que demuestran la vulnerabilidad de los reporteros en las zonas de conflicto y reafirman la valentía de los osados que dedican su vida a ser los ojos de todos a lo largo y ancho del mundo. Sin ellos, pocos habrían oído hablar alguna vez de Irak, Afganistán o la Primavera Árabe.

**De primera mano**

Algunos reportajes que no se pueden dejar de ver, leer, ni sentir:

***Irak sin yanquis***. David Beriain, una de las primeras voces desde el terreno durante la guerra de Irak, vuelve al país árabe para mostrar como ha quedado tras el conflicto. Editado por Nuria Gómez y Fede Pascual para CNN+ y CNN en español para el programa REC Reporteros Cuatro.




www.enpiedeguerra.tv (contraseña: epdg)

***Restrepo.*** Tim Hetherington y Sebastian Junger. 2010. Documental grabado durante 15 meses de convivencia en Afganistán con los soldados estadounidenses allí destinados. Tildado por el espíritu patriótico americano no deja de mostrar las crueldad de la guerra. Fue candidata al Óscar a mejor documental.

***Crónicas de Ramala. Una periodista israelí en territorio ocupado.*** 2005. Amira Hass, periodista israelí residente en Gaza, aborda aspectos conflictivos de la realidad de la zona como la expansión de asentamientos judíos, la corrupción o las detenciones ilegales por parte de la Autoridad Palestina.

# Sus majestades,

## las reinas de la moda

En el París de principios de siglo, Coco Chanel era la reina indiscutible de la moda. Es cierto que compartía pocos momentos de protagonismo con Elsa Schiaparelli, pero ella era la única que dictaba las reglas. La ciudad donde había fundado su *maison* era la cuna de las tendencias y todo lo que alimentaba a lo que hoy llamamos periodismo de moda nacía en el 31 de la Rue Cambon. En la actualidad nada queda de aquel París, todo ha cambiado, la moda está en todas partes y todo es foco de la noticia. Además, valga la redundancia la moda está de moda y por lo tanto en este sector reina la sobreinformación. De internet han nacido muchos *bloggeros* con pretensiones de periodistas de moda y de superestrellas, pero el ser un visionario y tener un sexto sentido en este sector se demuestra en el trabajo y se lleva grabado en el ADN, no en el disco duro.

Sin embargo, mientras las ventas de multitud de medios de comunicación caen en picado, las publicaciones de moda siguen en auge. La información de esta industria y todo lo que la rodea de la red no logra alcanzar el savoir faire que tienen las míticas publicaciones como Harper's Bazaar, Elle o Vogue; y en estos casos, sobre todo en ésta última, gran parte de su éxito se debe a las grandes figuras que forman sus equipos. Un grupo de celebridades que escriben y protagonizan titulares a partes iguales.

Las majestades más importantes de este selecto club no son otras de Carine Roitfeld, exdirectora de Vogue Paris, Giovanna Battlagio, editora en Vogue L'Uomo, la inconfundible Anna Dello Russo, editora de Vogue Japón, Grace Codigton de Estados Unidos y la número uno Anna Wintour, directora de la versión norteamericana y se podría decir también que del mundo de la moda en general, por su tremenda influencia. Su personaje inspiró a la protagonista de "El Diablo viste de Prada" encarnado por Meryl Streep en la gran pantalla. Fue en este film donde el gran público conocía de verdad la contraportada de las grandes revistas de moda y donde se aludía a esta profesión como "el trabajo por el que un millón de chicas matarían".

Ellas son las auténticas gurús y profesionales de este universo en el que no todo es frivolidad y apariencia, y viendo sus trayectorias queda constancia de ello. No existe quizás otro sector en el que el papel de los periodistas de un medio sea tan influyente. Si son maestras a la hora de comunicar, también lo son para captar el espíritu de la moda colección tras colección y por eso llevan a lo más alto sus publicaciones y hacen que sean verdaderas biblias de estilo.

Su opinión es siempre la última palabra, de ellas depende el que la última colección de Prada guste o no, que un joven diseñador despegue o de elegir qué modelos son las mejores, por lo que son las auténticas hadas madrinas de las firmas.

Éste *petit comité* son las Cocos Chanel contemporáneas, iconos de estilo y creadoras de moda, aunque en lugar de hacerlo en los talleres de costura, lo hacen en las páginas de sus publicaciones. Saben mejor que nadie qué es lo que se lleva y cómo combinarlo. Son poseedoras de un sello individual en sus looks y demuestran que la moda no solo está encima de la pasarela, si no alrededor de ella, hasta un punto que no se sabe quién alimenta a quién. Beben de las tendencias antes que nadie y ejecutan e interpretan toda esa valiosa sobreinformación con alevosía. Las musas del clan Vogue son y crean estilo.

# ... y sus claves de estilo

## CARINE ROITFELD

Carine y seducción son nombres prácticamente equivalentes. Ella es la personificación del chic parisino. Diez años ha estado al frente de Vogue Paris, publicación a la que dotó de un tono provocativo y que incrementó su tirada de 100.000 a 140.000 ejemplares. Ahora es estilista *freelance* que colabora con Chanel y Tom Ford entre otros y este año publicó sus tres décadas de trabajo en *Irreverent* obra donde se recogen las mejores imágenes de sus editoriales, célebres por su enorme carga erótica. Transmite armonía y sencillez en sus looks compuestos siempre por sus *estilettos*, sobre los que vive literalmente, faldas tubo y media melena despeinada.

## EMMANUELLE ALT

Es la nueva redactora jefe de Vogue París. Resultaba difícil sustituir a la carismática Roitfeld pero sin duda ha sabido estar a la altura, aun reconociendo que ha dulcificando la línea de la publicación. También es estilista para campañas de publicidad de firmas como Balmain o Gucci. Como todas las demás, el estar rodeada de tendencias queda patente en su look. Alt posee una estética *rock & roll chic* muy determinada, chupas de cuero, jeans pitillos, taconazos y muchas tachuelas al estilo de las grandes divas británicas como Kate Moss o Sienna Miller.

## GIOVANNA BATTLAGIA

Encantadora, dulce y a la vez tremendamente sexy. Su elegancia innata y serena belleza recuerdan a otras italianas raciales como Sofía Loren o Claudia Cardinalle. Sus grandes ojos y cincelada figura protagonizaron campañas y desfiles de Dolce & Gabanna, pero Giovanna pasó de solo alimentar flashes hambrientos a ser editora de la revista L'Uomo Vogue, trabajo que compagina con el de estilista *freelance*. Sus claves de estilo son la ultrafeminidad en looks que dibujan sus medidas perfectas. Ella luce como nadie un Valentino con el mismo estilo que unos shorts Levi's, por eso se ha ganado el título de musa del *street style*.

CARINE ROITFELD: 1 L'Wren Scout, 2. Jimmy Choo, 3. Stella Mcartney, 4. Alexander McQueen
EMMANUELLE ALT: 1. Maje, 2. Christian Louboutin, 3, Chanel Le Vernis
GIOVANNA BATTLAGIA: 1. Giambattista Valli, 2. Prada, 3. Bimba & Lola.

## ANNA WINTOUR

Anna Wintour es temible a la par que admirada. La dama más poderosa de la moda es mucho más que la directora de la edición norteamericana de Vogue, es una auténtica gurú del sector. Su reconocible corte de pelo *bob* no corresponde con la actitud de las *flappers* de los años 20 que lo pusieron de moda. Ella siempre permanece seria, rígida e imponente allá donde vaya. Sus estilismos lady se basan siempre en vestidos *cocktail* estampados o trajes de *tweed* siempre rematados con perlas y sus grandes gafas de Chanel. Es ya mítico el documental *The September Issue* donde además de mostrar el proceso de preparación de Vogue, se crea un perfil de la legendaria Wintour.

## GRACE CODINGTON

Grace Codington se disputa con Sonia Rykel la cabellera pelirroja más famosa del firmamento *fashion* y es la directora creativa de la revista Vogue norteamericana desde hace más de 20 años. Si la moda es un arte, ella en su trabajo lo explota como nadie. Es la mano derecha de *Miss* Wintour y realiza las producciones de modas más célebres de la mítica publicación, siempre inspiradas en época pasadas. Su peculiar look se caracteriza por el negro y la sobriedad, y aunque ella no sea una *fashionista* empedernida ,sabe cazar las tendencias como nadie.

## ANNA DELLO RUSSO

Trasgresora y extravagante a partes iguales. Anna Dello Russo es la reina de las mezclas. Se puede permitir el lujo de romper todos los convencionalismos reinventando las combinaciones más explosivas. Las plumas, los colores y los tocados imposibles son sus señas de identidad. En la actualidad es editora de moda de Vogue Japón y aunque los minivestidos le sientan como a una quinceañera lleva trabajando para Conde Nast Italia desde hace 18 años. Es una de las féminas más fotografiadas y cada semana de la moda de París se adueña de las Tullerías haciendo que todo el mundo se gire a su paso. En realidad, cada vez que va a un desfile ella sola monta la pasarela.

ANNA DELLO RUSSO 1 Moschino 2. Dior 3. Yves Saint Laurent, 4. Chanel
GRACE CODINGTON: 1. Miu miu 2. Pretty Ballerinas, 3, Zara, 4. Dior
ANNA WINTOUR: 1. Giambattista Valli, 2. Chanel, 3. Emilio Pucci, 4. Michael Kors

# Nociones básicas de Ciberactivismo

**Si el activismo es una acción o actividad que pretende efectuar un cambio social o político, no es difícil averiguar qué es el ciberactivismo. Internet facilita el contacto entre quienes tienen las ideas y quienes tienen la voluntad de apoyarlas. No obstante, cabe hacer un estudio de sus posibilidades. El activismo online no se limita a Anonymous o a compartir un enlace en el muro de tu Facebook.**

Las nuevas tecnologías han inundado casi todos los aspectos de la vida cotidiana (o, por lo menos, en aquellos países que pueden disponer de ellas). Internet ha revolucionado las comunicaciones y ha supuesto un avance inconmensurable hacia la globalización. Las fronteras se disipan, las opiniones vuelan, y los usuarios se agrupan. En este nuevo contexto que plantea la red, uno de los grandes beneficiados es el activismo.

**La moda del 'hacktivismo'**

El 'hacktivismo' consiste en el uso de herramientas digitales ilegales o que se encuentran en un marco de legalidad ambiguo, con el fin de poner en jaque a sus objetivos a través de sus plataformas online. El tipo de ataque más común es el de denegación de servicio, que consigue mediante el poder de la masa, sobrecargar los objetivos para dejarlos fuera de funcionamiento. Con este método se han logrado 'tirar' webs de todo tipo, normalmente relacionadas con el marco político o cultural, cuyas decisiones en contra de la libertad de internet han provocado a sus usuarios. Existen otras muchas formas de hacerse notar en este aspecto: desde movimientos de tal importancia como el robo de información, a cosas más simples como la sustitución del contenido de la web objetivo para hacer una parodia o transmitir un mensaje.

El movimiento más notorio en este ámbito es el conocido como 'Anonymous'. Esta ilimitada asociación de personas surge de lo más profundo de internet (4chan.org), y se ha convertido en una suerte de 'defensor del pueblo'. Su fuerza reside en su multitud, su anonimato, y sus conocimientos informáticos. Sus objetivos suelen ser aquellos focos de poder que tratan de poner barreras, límites, imposiciones a la red o al libre intercambio cultural. Algunas de sus decisiones han sido discutidas, como la publicación de datos personales de policías o el ataque a instituciones como el FBI o la

CIA. No faltan quienes aseguran que, algunos de estos movimientos, puedan haber sido cosa de los propios organismos con el fin de legitimar sus acciones contra la libertad online. En este sentido, y hasta el momento, no se puede asegurar nada.

Lo que sí puede afirmarse es que 'Anonymous' es una voz sin cabeza. De ahí vienen su nombre y su símbolo. Por eso, no queda sino reírse de noticias como la surgida en España en la que la policía aseguraba haber detenido a la 'cúpula' de la organización. No es posible detener a quien no existe. Ahí reside la fuerza de este movimiento, que no deja indiferente a nadie. Desde quienes los toman por paladines del siglo XXI, hasta quienes hablan de "terroristas de la red", vulnerando seguridad y derechos a su antojo. Queda en cada persona el valorar sus actos y las consecuencias que puedan tener. Sus logros hasta el momento (además de crear conciencia), han sido tales como ayudar a la localización de pedófilos para su detención, participar del movimiento prorevueltas árabes en internet, recopilar documentos secretos de organizaciones como la OTAN para su denuncia, promoción y defensa de Julian Assange (uno de sus principales motivadores, otro tipo de Ciberactivismo), o frenar la puesta en marcha de la ley SOPA, así como ofrecer alternativas para el intercambio cultural tras el cierre del referente Megaupload.

**El activismo 'de toda la vida'**

Los ataques son muy vistosos y han centrado opiniones en los últimos meses. Sin embargo, el Ciberactivismo es mucho más amplio. Recogidas de firmas, colaboraciones, voluntariado, soporte técnico, donaciones, contrainformación... hay muchas formas de colaborar en la red.

Las organizaciones más conocidas, como Greenpeace, Aministía Internacional o Intermón Oxfam se han sumado a la renovación con visible éxito. Las ventajas comunicativas y organizativas que ofrece el medio han elevado el protagonismo de estas ONGs.

Además de sus actividades naturales, han surgido iniciativas como la recogida de firmas online para denunciar e intentar detener injusticias en todo el mundo. Desde lapidaciones de mujeres, hasta la cancelación de actividades culturales de dudosa honestidad. En este sentido cabe destacar páginas como Actuable.org (que se fusionó con Change.org, la más potente de las webs de este ámbito), PetitionOnline o AVAAZ.

Estos medios se sirven del 'boca-a-boca' digital, y ofrecen subscripción a los usuarios para recibir todo tipo de campañas de protesta en su e-mail, facilitando así la difusión. La más destacada a nivel europeo es la plataforma española Actuable, que con la comentada fusión con Change.org se han convertido en el referente a nivel mundial. Francisco Polo, fundador del sitio, remarca la identidad del proyecto: "El activismo online no va enfocado a grandes cambios. A los grandes problemas, como el hambre, la pobreza, el cambio climático se les intenta dar grandes soluciones, pero en muy pocas ocasiones se materializan". Actuable se centra en protestas específicas y materializa las firmas online con peticiones formales a los implicados. Así, han conseguido cambios reales, juntando pequeñas victorias para crear un cómputo muy positivo. Francisco Palo, así mismo, considera que lo que realiza Anonymous es "vandalismo", y que su propuesta de plataforma es muy práctica ya que con dicho modelo la multitud cuenta, comparando los logros de Actuable y el 15-M.

**Crowdfunding**

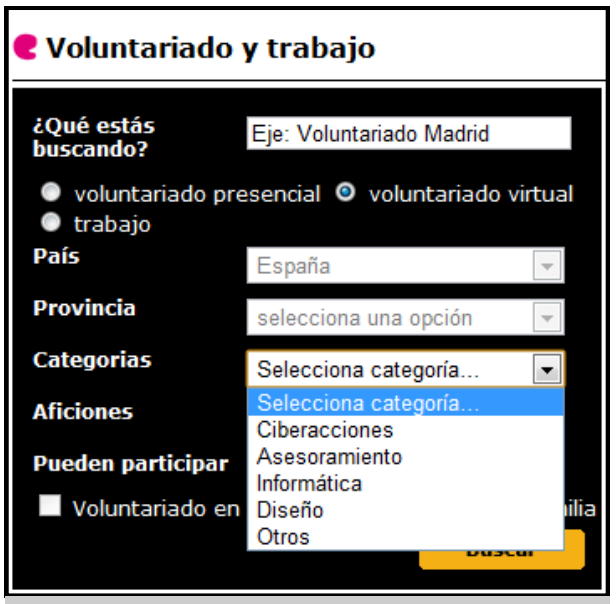
Internet facilita todo tipo de donaciones a ONGs y demás plataformas que cuenten con este modelo de financiación. Sin embargo, es necesario señalar un nuevo modelo que está funcionando ya en España con ejemplos palpables. El crowdfunding es un fenómeno que consiste en la financiación de proyectos con ayuda del público, que puede aportar el dinero que crea necesario. La suma de todas las cantidades va en pos de una marca total fijada por el creador para dar vida a una acción en concreto. Es interesante visitar la primera página española (www.lanzanos.com) y descubrir sus posibilidades. Antonio Martínez Ron, entrevistado en las primeras páginas, mantiene su web Amazings.com mediante este sistema; Rebeláos.net, una revista online de información alternativa, acaba de lanzar 500.000 copias en papel para consumo gratuito de los lectores con dicha financiación; una de las organizaciones más activas en el activismo online, Amnistía Internacional, consiguió gracias a los aportes de una gran cantidad de usuarios comprar la portada de la publicación escrita más leída en España, 20minutos, con el fin de usarla para denunciar unas situaciones que de otra forma no ocuparían un lugar de tanta importancia en la prensa (o ni siquiera tendrían cabida).

Modelo de la portada de Amnistía Internacional que cobró vida el 12/12/2011. También se consiguió adquirir el interior de la portada, que se rellenó con los nombres de aquellos donantes que lo hicieron posible.

**Organización y difusión**

Las redes sociales, como no podía ser de otra manera, ocupan también un papel destacado en el ciberactivismo. Twitter y Facebook se han consolidado como herramientas globales de intercambio y difusión, como se ha podido observar recientemente con el polémico vídeo

Los movimientos sociales han copado listas de '*trending topics*' y su mensaje se ha globalizado.




Hacesfalta.org demanda todo tipo de colaboración online, siendo una de las páginas punteras en el Ciberactivismo nacional. Pertenece a la Fundación 'hazloposible', formada por 4 sitios cooperativos.

'Kony 2012'. Polémico por parte del autor, que ha sido objeto de críticas por supuestamente aprovecharse de la creación para hacer caja, pero ejemplo perfecto del poder de las redes. Millones de personas se hicieron eco de la denuncia de 'Invisible Children' y pusieron su granito de arena compartiéndola. Los 'Trending Topics' de Twitter se han convertido en una especie de medidores de la actualidad, siendo objetivo de plataformas para expandir su mensaje. De los últimos movimientos sociales, como el 15-M, la Primavera Árabe en todas sus vertientes, las acampadas, o el Occupy Wall Street, se extrae la relevancia de las redes para la organización de sus promotores, y la difusión hacia un público que se encarga de transmitir el mensaje a la masa digital. Creación de páginas webs, de cuentas oficiales, seguimiento al instante, etc. han sido determinantes para el funcionamiento de unas movilizaciones que, eso sí, se han dado en la calle. Los métodos son diferentes, su éxito a corto plazo también, pero si algo tienen en común las corrientes que fluyen en redes sociales, las recogidas de firmas, el crowdfunding o el 'hacktivismo', es que han transmitido la idea de que las nuevas tecnologías abren un nuevo horizonte para la protesta y la voluntad de cambio de los ciudadanos.

## Ciberactivismo: sí, pero sin acomodos

Es evidente que la adaptación a los nuevos tiempos, si se sabe hacer, no puede resultar negativa. Las plataformas de ayuda y protesta han encontrado varías vías de actuación a través de la red. Considero que se ha marcado un antes y un después en este aspecto, y que hay que aprovecharlo. Ejemplos del avance hemos tenido muchos, desde acontecimientos históricos como la Primavera Árabe, hasta logros tan simples como impedir que un cantante que incita a la violencia homófoba toque en una sala. No solo en la organización de la protesta, o en la concentración de fuerzas se han notado los efectos positivos: también en la comunicación. Nuevos medios surgen financiados por los lectores. Nuevas plataformas de información independiente, no ligadas a grandes entidades, emergen en todas partes. Siempre hay, claro, excepciones. Todo medio es censurable y manipulable, Internet no iba a ser menos. Pero parece más difícil ponerle barreras a este mar que no duda en defenderse de las amenazas que le envían. La variedad de fuentes, y la posibilidad de encontrar todo tipo de informaciones de primera mano, ofrecen la oportunidad de contrastar la información de manera más detallada (otra cosa es que la gente lo haga). **Claro**, que la comodidad de sentarse frente al ordenador puede ser contraproducente. Si bien en muchos ámbitos se puede jugar un papel clave mediante Internet, en otros puede ser insuficiente. En el caso de las manifestaciones, las protestas, o las grandes concentraciones contra todo tipo de injusticias y abusos, no debemos conformarnos con twittearlo o hacer un estado en el Facebook. En estos casos las redes sociales deben ser siempre un medio. Un medio de comunicación, información y organización. Pero nunca un fin.

*Existen muchas otras plataformas online que apuestan por el ciberactivismo. No hay mejor forma de conocer que buscar, contrastar e informarse. Participar es más fácil que nunca, el único requisito que existe es la voluntad de hacerlo.*

# Recomendaciones

# Rapsodias

BLOCKS *populi*

## El rey de Compton

**Kendrick Lamar.** 2011 fue un año excelso para la escena rap norteamericana. Salieron a la luz una gran variedad de trabajos de calidad; sin embargo, uno destacó por encima de los demás: el Section.80 del debutante Kedrick Lamar. Instant classic. Desde entonces, K-Dot no ha parado de asombrar: Ever Heard of Section 80 es una mixtape que recopila sus nuevos trabajos y colaboraciones. 36 temas que abren boca antes del nuevo trabajo que en 2012 lanzará el que apunta a ser el icono del rap de esta década.

## El súmmum del sensacionalismo

NEMONIMIAS

**Network. Un mundo implacable (Sidney Lumet. 1976)** es un retrato magistral de la búsqueda de audiencia por parte de las cadenas de televisión. El filme ofrece profundas reflexiones sobre el negocio de la televisión que son perfectamente aplicables hoy en día y que explican de forma muy detallada las intenciones que los directivos de las compañías tienen cuando deciden crear un programa. Todo ello acompañado con finos toques de humor que hacen más original y atractiva si cabe la carga social de esta brillante película.

hibridos

## No se asuste

***Guía del autoestopista galáctico.*** Juegos de palabras, sarcasmos incomprendidos e ironía constante son los tres elementos que convierten la Guía del Autoestopista Galáctico en algo más que una novela de ciencia ficción. El primer tomo de esta'trilogía en cinco partes' de Douglas Adams es, si se lee despierto, una hilarante crítica al funcionamiento de la política, a las incoherencias del mundo y al egocentrismo del ser humano. Los malos son unos extraterrestres burócratas, la mejor forma de viajar es utilizar la energía de la improbabilidad infinita y un pez traductor consigue demostrar la no existencia de Dios. Ah, y el mejor consejo a la hora de viajar, nunca olvides tu toalla.

## La mejor serie carcelaria

Sálvate

**Oz.** Fue germen de lo que hoy en día es HBO. Realidad, crudeza, imaginación, filosofía, arte, diálogo, profundidad. Con la libertad creativa que caracteriza hoy a la cadena, dejó para el recuerdo 6 temporadas que transcurren casi por completo en la Penitenciaria Oswald. Cuando pasas cerca de 50 horas entre los muros de una prisión, y te quedan ganas de más, es porque el producto es de calidad. Pese a que a veces la trama parezca repetirse, y se abuse un poco de la violencia, Oz es una obra que te sumerge en su mundo y te presenta un elenco de personajes que debería pasar a la historia de la televisión.

ad libitum

## Escucha la versión definitiva

Escuchar a Anne Sophie Mutter es situarse ante el paradigma del violín. Sus versiones son dogma en todo el mundo y su belleza musical es poderosa; una realidad que se percibe con todos los sentidos. El CD que recomendamos, del sello Deutsche Grammophon, contiene el concierto de violín de Brahms y también el de Beethoven. Disfrutamos, sin duda, de una de las violinistas más completas y versátiles. Este disco es imprescindible para adorar estos conciertos para violín.

## Arriba, equis, abajo, Shakespeare, triángulo

recitar

**Metal Gear Solid.** Los videojuegos solo eran matar y gastar kilos de munición hasta que llegó Hideo Kojima. En pleno auge de la PlayStation, la saga creó su gran mitología: ocelotes, lobos y cuervos; Shakespeare, Plauto o incluso el mejor Sergio Leone narran este conflicto humano que derrocha poesía en cada enfrentamiento. La soledad del soldado sin nombre, los miedos invisibles y la muerte deshumanizada merecen volver a empuñar los mandos y latir con fuerza una vez más.

tomas falsas

## Un argentino y un chino unidos por la vaca caída del cielo

**Un cuento chino (Sebastián Borensztein)**. Probablemente el éxito de la nueva película protagonizada por Ricardo Darín sea eso, que es él quien interpreta. Una vaca que vuela, un chino perdido en Buenos Aires y un ferretero hosco y maniático son los ingredientes de un filme que mezcla el surrealismo más puro con la realidad más cruda, pero desde el punto de vista del humor. El final no puede ser más entrañable y deja un buen sabor de boca.

## La biografía de moda

DeModé

***Coco Chanel. Sa vie.*** Además de revolucionar el mundo de la moda y de permanecer como eterno icono de estilo, Coco Chanel nos dejó su más apasionante legado, su biografía. Justine Picardie la ha recogido tras 10 años de investigación en ésta obra. Sus páginas, sublimemente ilustradas por Karl Lagerfeld, hilan la historia de la firma Chanel, pero también desvelan conversaciones de la diseñadora con Churchil o Cocteau y desmitifican leyendas negras como su colaboración con el ejército nazi.

## *En el próximo número...*

### *Rapsodias*

Viaja en busca de **refugios**, lugares reales o imaginarios que un día sirvieron para ocultar ideas, esconder personas y proteger los sueños.

### *Exilio y exiliados*

Las figuras que una vez se fueron por creer en libertades.

### *Cerebros de aquí allá*

Jóvenes formados que huyen en busca de un futuro a causa de la crisis.

### *Literatura, cine, música, moda…*

Porque el arte puede ser la mejor forma de escapar.

### *Internet*

El espacio menos íntimo del planeta ofrece las mejores oportunidades de fuga.

### *Babel en casa*

Las fronteras se disipan, la convivencia multicultural se normaliza.

## *Agenda alternativa para Semana Santa*

La Semana Santa nos invade. Durante los próximos días los encapuchados ocuparán las calles y las ventanas se estremecerán a causa de los tambores. Si las antiguas tradiciones no son precisamente de tu gusto, he aquí algunos consejos:

- Pon cinta aislante en puertas y ventanas e insonoriza tu vivienda con hueveras básicas.
- Dedica tu aislamiento a disfrutar de la música, los libros y las películas que te recomiendan nuestros colaboradores.
- Busca refugio junto a Madame Butterfly en el Teatro Principal de Zaragoza. Una magnífica ópera sobre el abandono repleta de sentimientos desbordados.
- Si te van las conspiraciones, escápate al cine para ver 'Los idus de marzo'. Una intriga política con George Clooney nominada a cuatro Globos de Oro.

# *El periodismo fuera de plano*

Si todavía quedan mitos del periodismo por desmontar, dedicamos nuestra contraportada a ofrecer una visión realista del reportero de guerra. Dedicamos con cariño esta página a todos los estudiantes de periodismo que anhelan la adrenalina del frente de batalla. Si quieres sensaciones fuertes, ve al parque de atracciones.

La vestimenta de los corresponsales y enviados especiales es un símbolo del propio periodista. Si vives una guerra parece imposible disponer siempre de una camisa recién planchada. Siempre hay excepciones como Arturo Pérez-Reverte, perfecto en cada crónica desde Sarajevo. De todas formas, en los reportajes en profundidad actuales se vuelve a poner de moda la camisa sudada y la ropa sucia, símbolo de infatigable trabajo.

Los fotógrafos deberían agradecer a diario la invención del zoom. Gracias a estos sofisticados objetivos pueden tomar fotografías de lugares alejados mientras permanecen seguros en hoteles o zonas francas. Por supuesto, las buenas fotografías siempre están tomadas al pie del suceso pero no suelen ser tan comunes como nos imaginamos. Pero no solo en la guerra ayudan los teleobjetivos; hasta los fotoperiodistas del corazón los utilizan para conseguir un primer plano de la famosa de moda dándole un beso a sus tiernos niños.

Aunque nos parezca imposible una vida sin móvil, los reporteros no dependen tanto de ello. De hecho, deben evitarlo en lugares como Siria para no ser cazados. Así que es conveniente que sólo lo utilicen en ocasiones puntuales y en momentos de urgencia si no quieren ser localizados. Las redes sociales se están convirtiendo ahora en la herramienta más utilizada de los reporteros para comunicarse entre ellos y con el exterior .

Los cascos lucen muy bien en las películas pero no en la vida real. Un leitmotiv de cualquier facultad de periodismo es una noticia no vale una vida humana. Debe primar siempre antes la seguridad personal del trabajador que la obtención del producto informativo.

El gran poder en la cobertura de las guerras es de los freelance y alguna agencia informativa, que luego venden sus piezas al mejor postor. Ninguna televisión costea el viaje de sus reporteros hasta cada rincón del planeta donde surge una noticia. Solo con este modelo de organización es posible que medios regionales dispongan de imágenes recientes sobre las revueltas en África o Corea. Sin embargo, esta despersonalización del periodismo también puede implicar pérdida de calidad al no haber relación entre el cámara que graba las imágenes en el lugar de los hechos y el redactor que monta y redacta la noticia a miles de kilómetros de distancia. Esta es una razón más del auge de las redes sociales, que permite una conexión directa con la noticia en el extranjero.

En los tiempos de Twitter la información debe circular más rápido que los rumores. Fundamental llevar un portátil para mandar el reportaje en cuanto se vuelva al hotel. El paradigma de la información actual es la primacía de la inmediatez aun por encima de la calidad, que muchas veces se resiente.

El mejor valor del reportero de guerra es ser crítico. Las ideologías caen al patrullar por Bagdad, las naciones no existen cuando las personas se pisan unas a otras. El buen periodismo busca imponer un orden, aunque rara vez lo logre. Por ejemplo, los periodistas que viajaban a Vietnam acompañaban a los comandos norteamericanos pero muchos de ellos no se limitaron a recoger solo el punto de vista estadounidense. Gracias a trabajos como Seymour Hersh salieron a la luz matanzas como la de My Lai, donde los soldados acabaron con la vida de centenares de civiles inocentes. En situaciones límite, el periodista puede intervenir como juez.