



02

P2P

De amigo a amigo

25 periodistas comentan el congreso de Huesca

P2P

De amigo a amigo

25 periodistas comentan el congreso de Huesca



© 2005, Antonio Espejo, Vanesa García Bermejo, Antón Castro, Samuel Barraguer, Dolores Pou, Kike Caraballo, Ricardo Villa, Laura Laliena, Cristina Remartínez, Pablo Romero, Guillermo Rodríguez, José Cervera, Ignacio Escolar, Rafael Bardají, Jorge Orús, Fernando González Urbaneja, José Alonso Seco, Rubén Cristóbal, Jorge Alcalde, Darío Pescador, Bruno G. Gallo, María Maicas, Roberto García, Esther Puisac y Fernando García Mongay

© 2005, de esta edición:
Congreso Periodismo Digital / Asociación de Prensa de Aragón
Cinco de Marzo, 9 - Zaragoza

1ª edición: septiembre de 2005

Impreso en España por Gráficas Huesca, S. L.
Depósito Legal: Hu-312-05
ISBN: 84-609-6889-8

Este libro se puede leer en formato digital en las siguientes direcciones:
www.aparagon.es
www.congresoperiodismo.com/P2P

P2P

De amigo a amigo

25 periodistas comentan el congreso de Huesca

Antonio Espejo, Vanesa García Bermejo, Antón Castro, Samuel Barraguer,
Dolors Pou, Kike Caraballo, Ricardo Villa, Laura Laliena, Cristina Remartínez,
Pablo Romero, Guillermo Rodríguez, José Cervera, Ignacio Escolar,
Rafael Bardají, Jorge Orús, Fernando González Urbaneja, José Alonso Seco,
Rubén Cristóbal, Jorge Alcalde, Darío Pescador, Bruno G. Gallo,
María Maícas, Roberto García, Esther Puisac y Fernando García Mongay

La Asociación de la Prensa de Aragón y el Congreso Nacional de Periodismo Digital agradecen la colaboración y el apoyo de Gobierno de Aragón, Ayuntamiento de Huesca, Diputación Provincial de Huesca, Ibercaja y Microsoft, instituciones y empresas que con su patrocinio han hecho posible las seis ediciones del Congreso de Periodismo de Huesca.

Decía Josep Pla que es más fácil opinar que describir. Por eso la periodista María Maicas, que ha sido quien ha cuidado la edición de este libro, pidió a unos cuantos asistentes a la sexta edición del Congreso de Periodismo de Huesca, que se celebró los días 20 y 21 de enero de 2005, que escribieran una crónica de lo que habían visto y oído. Se trataba de que contaran cómo lo vivieron tanto si se encontraban en el escenario interviniendo como ponentes o escuchando en el patio de butacas.

El objetivo era obtener un relato de las ponencias, los talleres, la exposición de fotografías y, en definitiva, de cada una de las cosas que sucedieron en Huesca en esos días de enero. El encargo dejaba libertad a los autores para decidir el estilo. Eso sí, se pidió brevedad porque se pretendía que los textos se pudieran leer con la misma frescura de la que gozan muchos de los blogs o diarios personales que se escriben en Internet.

“Empecé a venir en el tercero”, “yo vengo desde el segundo”, “llevo cinco congresos y todavía estoy esperando a que se hable de...” son frases que todos los que asisten al congreso de Huesca han escuchado en alguna ocasión.

Algunos de los que escriben en este libro han participado en todas las ediciones porque Huesca es una cita a la que se acude siempre que se puede. Al fin y al cabo, no es lo mismo que te lo cuenten que vivirlo entre amigos. Y, como opina el maestro Kapuscinski, “es erróneo escribir sobre alguien con quien no se ha compartido al menos un poco de su vida”.



Los asistentes al taller de fotografía digital haciendo prácticas en la puerta del Palacio de Villahermosa, Centro Cultural de Ibercaja.

TALLER DE FOTOGRAFÍA DIGITAL

Por Antonio Espejo

Antonio Espejo es
periodista y fotógrafo
Ciberpaís-El País

www.elpais.es

Hacer un taller de fotografía digital con periodistas debería ser obligatorio en los tiempos que corren. Y lo digo tanto por los de la pluma como por los de la cámara. El desarrollo tan acelerado de la tecnología y, en particular de la fotografía digital, hace necesaria una puesta a punto casi continua.

Todos los profesionales de nuestro medio deberían llevar como una herramienta más del trabajo una cámara digital, aunque sea de las de bolsillo, incluidos los propios fotógrafos de prensa. Prácticamente todas dan una calidad más que suficiente para publicar cualquier imagen en el periódico y, por supuesto, en una página web.

Como es lógico, no todos tienen los conocimientos suficientes para manejar con cierta soltura una cámara y muchos menos son los que conocen todas sus posibilidades. En el taller del congreso, todos tenían una cámara digital y su nivel de conocimiento se podría considerar medio. Así que un repaso rápido de la tecnología y una visión actual de todos los componentes, en especial del sensor, creo que les ayudaron mucho.

Pero sin duda, lo que más interesaba a los participantes del taller era el control de todos los procesos. Desde cómo sujetar un “aparato” tan pequeño, hasta cómo aprovechar la más mínima luz sin necesidad de un flash. Una vez obtenida la fotografía digital, hay que “trasladarla” al ordenador y editarla. Esto supone saber manejar algún programa como Photoshop para corregir el color, el encuadre y hasta el propio formato del archivo digital. Por último, también hay que saber de qué forma se puede enviar el archivo al medio correspondiente para su publicación.

Demasiadas cosas para tan poco tiempo. Hubo que correr mucho. Pero creo que todos descubrieron cosas nuevas y cómo sacar más partido a sus cámaras.



Antonio Espejo posa para una de las alumnas del taller de fotografía.

EL TALLER DESDE EL OTRO LADO

Por Vanesa García Bermejo

Vanesa García Bermejo
es coordinadora de
contenidos del Grupo
Aragón Digital

www.aragondigital.es

¿Qué pueden hacer once profesionales del mundo del periodismo y de la comunicación, aficionados a la fotografía digital, durante dos días, con un experto en la materia? Pues, obviamente, tratar de exprimirle para obtener el máximo de información posible. Éste es, básicamente, el resumen de lo que intentamos hacer en el taller de fotografía digital celebrado en Huesca durante los días previos al congreso.

Antonio Espejo abrió el curso definiéndose como un experto en nuevas tecnologías, especialmente fotografía digital, de la que es un apasionado. El programa teórico incluía un repaso a la historia de la fotografía, las diferencias entre el sistema analógico y digital, los elementos de la cámara fotográfica y muchos otros puntos. Así, entre tema y tema, todos nos afanamos en conseguir trucos y consejos de este gran profesional.

Antes he empleado el verbo *exprimir*, y lo hacía con toda propiedad, ya que tratamos de estirar los días al máximo. En el descanso de media mañana salíamos, cámara en ristre, a fotografiar todo lo que se nos ponía delante, para luego preguntar a Antonio Espejo cómo se podía mejorar. Incluso aprovechábamos la hora de

la comida para entresacarle consejos y, sobre todo, para que nos hablara de sus experiencias. En principio, el horario del curso era hasta las seis de la tarde, pero ninguno de los dos días le dejamos escapar del Palacio de Villahermosa antes de las ocho.

El segundo día se centró en el retoque fotográfico, con el todopoderoso Photoshop. Los allí presentes ni parpadeábamos viendo la facilidad con la que Espejo manejaba el programa y, a la vez, evidenciaba que ninguno de nosotros sabía tanto como pensaba. Es imposible abarcar todas las posibilidades que esta herramienta ofrece, por lo que todas las pistas que te puedan dar son muy útiles, principalmente si, como en este curso, se busca responder a las necesidades de los alumnos.

El objetivo no era aprender a utilizar el Photoshop ya que todos habíamos hecho nuestros pinitos (es casi impensable que alguien con cámara digital no emplee el dichoso programa), pero lo que allí aprendimos es a sacar mayor partido a una fotografía que pensamos publicar con trucos que aplicar en el día a día. Una pista: con la fotografía digital no es necesario preocuparse tanto por las luces, por que todo esté bien iluminado... Mientras la foto esté enfocada, aunque salga casi negra, el Photoshop hace milagros.

La fotografía digital se está convirtiendo en el instrumento definitivo tanto para aficionados como para profesionales. Antonio Espejo contó que él fue uno de

los primeros fotógrafos en España en dejar de lado lo analógico y, aunque al principio le miraban como a un bicho raro, el tiempo le ha dado la razón porque la mayoría de los reporteros gráficos también se han vuelto digitales.

Y es que no son pocas las facilidades que ofrece el sistema y, si tengo que destacar una, sin lugar a dudas, es la inmediatez. Ahora ya no hay que esperar a revelar la fotografía para ver cómo ha quedado; tras un simple clic ya podemos manipular las imágenes; el trabajo se puede enviar en tiempo real a las redacciones... todo esto se está convirtiendo en algo vital para el trabajo periodístico, siempre empeñado en luchar por la última hora. A este respecto, Espejo nos contó muchas anécdotas, como aquella vez que tuvo que revelar fotos en los lavabos de un avión para que pudieran llegar a tiempo. Esto ya es pasado porque, en el momento en que él toma la imagen, tan sólo necesita una conexión a Internet y, en cuestión de segundos, su periódico recibe el material.

Pero no es sólo por la inmediatez; hay muchas más cualidades que nos hacen pensar que ya será difícil que volvamos a comprar cámaras analógicas. Los bits y los bytes, oponiéndose al papel, permanecen inalterables al paso del tiempo, por lo que nuestra imagen no se va a deteriorar; el retoque fotográfico ya no es sólo cuestión de expertos: cualquiera puede tener su “laboratorio” particular en casa; el precio se va equiparando, y la

falta de calidad, principal inconveniente que los reporteros profesionales achacaban a lo digital, ha desaparecido. De hecho, la mayoría de las cámaras digitales “normalitas” del mercado ofrecen una calidad incluso superior a las analógicas.

La mayor parte de los alumnos del taller no necesitábamos que nos convencieran de las bondades del nuevo sistema. Pero cuando un profesional de la talla de Espejo, experto en nuevas tecnologías (no en vano es el pionero del *Ciberpaís*, suplemento sobre Internet del diario *El País*) corrobora toda esta serie de afirmaciones, tus convicciones se hacen más firmes y te sientes tú también, por qué no decirlo, un poquito más sabio en la materia.

Al final, el único problema que puede suponer la tecnología digital es saber qué cámara nos podemos comprar, porque para todo aquel que no esté bien enterado de datos técnicos y nuevas tecnologías, no será fácil elegir ante una estantería repleta de cacharros. Siguiendo esa avidez por obtener buenos consejos, tratamos de que Espejo nos diera las claves para saber elegir una buena cámara fotográfica. Y nuestras pesquisas tuvieron resultados; tomen papel y lápiz porque esto es lo que hay que preguntar para saber qué aparato elegir: si el sensor es CCD o CMOS, ya que CCD es mejor; el tamaño del sensor, ya que la distancia focal está relacionada con este dato; la profundidad de bit; si tiene un firmware actualizable; si el objetivo es de len-

te esférica, y la velocidad de disparo o, en su defecto, el tiempo que tarda la cámara en estar preparada. Estos datos, en los que muchos ni nos habíamos parado a pensar, pueden marcar la diferencia entre una cámara y una buena cámara, casi del terreno profesional.

El taller nos dejó un buen sabor de boca y lo finalizamos con ansias de aplicar cuanto antes la nueva información recibida. Tanto es así que quienes coincidimos durante los días posteriores al curso en el Congreso de Periodismo Digital y nos saltábamos el saludo para pasar de lleno a describir orgullosos lo bien que nos habían quedado las fotos que tomábamos aplicando las enseñanzas de Antonio Espejo.



Belchite.

LA FOTO DE BELCHITE Y EL PADRE INVISIBLE

Por Antón Castro

Una de las cosas que más me gusta es conducir. Y, en concreto, conducir hacia Huesca, bajo la claridad de sus cielos, entre el llano y la montaña. Sin dejar el volante, sin dejar de mirar la luminosa transparencia, no dejo de hacer fotos mentalmente: aquel verde, aquella ermita que cuelga del monte, una casa cerrada con un muro de piedra coronado de hiedra, y siempre, siempre, la fuerza del celaje que anda a tumbos sobre las colinas. Aquella mañana llevaba compañía: Antonio Calvo Pedrós y su mujer, Rosa. A Antonio lo entrevisté en varias ocasiones, tomo café con él algunas mañanas y habría dicho que lo sabía todo de él. Además de conducir, y de los placeres habituales, me fascina oír historias. Me encanta asistir a esa representación oral: el otro, el que cuenta, arma un discurso, levanta un mundo, desgrana un puñado de sensaciones y de recuerdos que son como una terapia o como una invitación al sueño. Y aquella mañana, Antonio estaba dispuesto a contarlo todo.

Contó que había sido seminarista, que tuvo un hermano gravemente enfermo, que había formado

**Antón Castro es escritor
y periodista. Comisario
de la exposición de
fotografías de Antonio
Calvo Pedrós**

www.heraldo.es

**[www.blogia.com/
antoncastro](http://www.blogia.com/antoncastro)**

varias compañías de teatro amateur y que, durante uno de los ensayos, se enamoró irremediabilmente de una de las actrices: la misma mujer menuda que venía en el asiento de atrás, la mujer de agua y tenacidad que hubo de suplantarle muchas veces en el estudio cuando él andaba de aquí para allá con un reportaje entre las cejas. Y contó, sobre todo, algo que me pareció espeluznante: el relato de su padre, que tenía tres carreras, que fue herido en el frente de Belchite, atrapado y trasladado más tarde a Codo, donde sería fusilado. Era asistente del general Varela y tal vez el único de su familia que pertenecía al bando nacional. Tenía treinta años y se había casado con una modista muy guapa. Cuando le anunciaron su muerte, la mujer, para lograr una pensión de viudedad, hubo de reconocer el cadáver. Le enseñaban un día y otro día un montón de cuerpos acribillados, que a veces se completaban con extremidades ajenas. Tenía una cuñada que, ante aquella experiencia espantosa, le rogaba que dijese que era uno cualquiera. Ella se negaba una y otra vez, y seguía revisando los cadáveres. Al final pudo decir: “Éste es el cadáver de mi marido”. Le preguntaron por qué lo había reconocido y contestó: “Porque lleva las iniciales de su nombre en el calzoncillo, que yo mismo le bordé”.

Reinaba un extraño clima de emoción y dolor. Pero en Huesca nos esperaba la felicidad. Por allí andaban maestros de la fotografía como Jordi Cotrina, autor

de un magnífico libro sobre el Barcelona del *dream team*, y Antonio Espejo, un espléndido fotógrafo de *El País*, cuyas fotos había utilizado yo años atrás en los tiempos del suplemento *Imán* de *El Día de Aragón*. Recuerdo sus retratos de Juan Benet y Juan José Millás, especialmente. Me gustó el cariño con que trataron a Antonio, reconocían que él poseía un archivo increíble de documentalista de la realidad y que era un hombre que se había atrevido a mirar la vida sin ostentación alguna. Y cuando se inauguró la muestra “Antonio Calvo Pedrós. El temblor de la realidad”, Antonio habló lo justo, con una timidez absoluta. Optó por comentar las fotos casi en privado. Y entre ellas, en aquella fiesta del periodismo digital de Huesca, estaba una de Belchite, el pueblo que había retratado en múltiples de ocasiones en recuerdo a su padre. Era la única foto con alguna voluntad artística, tal vez. Antonio Calvo Pedrós se quedó parado un momento ante ella y pensó en su padre, al que apenas llegó a conocer. Su padre, el soldado, el abogado, el intelectual, invisible a los ojos, seguía allí.



Inauguración del congreso. De izquierda a derecha, Fernando Elboj, alcalde de Huesca; Alberto Larraz, consejero de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón; Samuel Barraguer, presidente de la Asociación de la Prensa de Aragón, y Ramón Miranda, presidente de la Comisión de Nuevas Tecnologías de la Diputación Provincial de Huesca.

EL ARRANQUE

Por Samuel Barraguer

**Samuel Barraguer
es presidente de la
Asociación de la Prensa
de Aragón**

www.aparagon.es

¿Sabrá quienquiera que lea estas líneas lo que cuesta preparar una edición de lo que pomposamente conocemos como Congreso Nacional de Periodismo Digital? Si esperan que se lo cuente yo, ya pueden dejar de leer. Los detalles los conocen el director del evento y quienes trabajan a su lado. Lo hacen durante todo un año, para que las cosas salgan bien desde el mismo instante de la inauguración, de la que sí les puedo hablar.

Instante que, afortunadamente para los más arriba citados, llegó en la mañana del 20 de enero. Porque, de algún modo, el comienzo oficial del congreso supone el alivio para quienes han estado tirando del carro en la sombra. Una vez en marcha, todo resulta más fácil. En especial, para los primeros en intervenir. Llega el turno de los –con todo el cariño– figurantes, que, como el que suscribe y con buenas palabras, inauguran el congreso. Bienvenidas a Huesca, alabanzas a la calidad de asistentes y ponentes, reivindicaciones de la ciudad rural que sabe ubicarse en el mundo digital, cantos a la continuidad asegurada del encuentro merced a la firma de convenios millonarios y, ¡oh, sorpresa!, la constatación de que trescientos periodistas tienen tiempo para

frenar en seco y aprender. Y para reconocer el trabajo de compañeros, como los de lavanguardia.es. Y para aprender cómo es el periodismo en otras partes del mundo... Un lujo.

Claro, que el personal recibió la primera en la frente. Porque tras los figurantes –con todo el cariño otra vez–, llegaron las figuras. Una de ellas, ilustre de la prensa escrita, lo hizo con la autorizada osadía de cuestionar el lugar que han de ocupar los medios digitales. Antonio Franco, director de *El Periódico de Cataluña* desde su fundación, repartió dudas y miedos entre quienes le escuchaban sentados en las butacas del Matadero. “Sí, la comunicación digital avanza, pero ¿sabe bien hacia dónde?”, llegó a decir. El ponente, que se reconoció inmerso en la crisis de identidad que sufre el llamado periodismo convencional, llenó de elogios a quienes se emplean en lo digital: mejoran su calidad, utilizan como nadie los recursos visuales, las ofertas personalizadas,... y plantan cara a la prensa escrita –sobre todo a la de pago– y a la radio. Para Franco, sin embargo, la televisión, “efectista y superficial”, y el teléfono, que todo lo puede –o dicen que lo podrá–, aparecen imbatibles para los medios digitales.

Si a todo lo anterior se une la dependencia creciente de las empresas periodísticas, que beben de grandes grupos con intereses tan diversos como incompatibles, o el agigantado descrédito de los profesionales, puesto de manifiesto últimamente en los medios estado-

unidenses..., no es raro que el director de *El Periódico* hablase de un “cierto pesimismo”.

Menos mal que, entre los nubarrones que se cernían sobre el patio de butacas, el propio Antonio Franco habló de una “puerta a la esperanza”. Desde los medios digitales y desde los convencionales. Oportunidad de oro para los profesionales que empiezan. Y para los que ya están. “Ocasión –terminó– para que nos regeneremos en las cuestiones que devalúan y deterioran el mundo de la comunicación”. Por esa puerta que se entreabría me fui yo con el pensamiento. Y todos los asistentes me acompañaron.



Entrega del Premio José Manuel Porquet de Periodismo Digital a lavanguardia.es.
De izquierda a derecha, Dolors Pou, Alberto Larraz y Txema Alegre.

MIS 20 SEGUNDOS DE GLORIA

Por Dolors Pou

¡Qué escalones más altos! Seguro que tropezaré. Sólo son tres. ¡Pero qué altos! Hay que subirlos para recoger el tan ansiado premio. ¡Por fin! Después de cuatro veces de quedarse en la antesala, aquí estoy cogida del brazo de Txema. Allá vamos, respira hondo, no te caigas. Sólo es un premio. Un premio que perseguías cada año.

Durante unos breves segundos pasa por mi cabeza toda la historia de ese trabajo. Quizás ahora te hayas ganado el perdón de los que enredaste para que participaran. Algunos alargaron su jornada laboral para poder compaginarlo con su quehacer diario, otros incluso le robaron horas a su tiempo libre para visitar los paisajes del pintor. Lejos queda ya el mal humor al ver montañas de folios con información a la que había que dar forma y ni una foto para utilizar. Complicado tema el de los derechos de este autor.

Montones de mails enviados a museos de todo el mundo para tan sólo conseguir el permiso para usar cuatro obras. Intercambio de correspondencia electrónica con el hijo de Descharnes, que, solamente después de dar el visto bueno a otros reportajes, accedió a

Dolors Pou,
es diseñadora de
“Desmontando a Dalí”,
trabajo que obtuvo el
Premio José Manuel
Porquet 2004

www.lavanguardia.es

dejarnos utilizar las fotos (de pequeño formato y baja resolución) de la web de su padre.

Y cómo no, la comprobación empírica de que la necesidad agudiza el ingenio. El nacimiento de la línea gráfica del reportaje. Qué placer poder estirar las pequeñas fotos a mi antojo y anular la palabra *deformación* bajo una estética retro. Jugar con la palabra *surrealismo* para darle forma a las palabras escritas. Crear “Desmontando a Dalí” como una narración interactiva, interesante e intuitiva, haciéndole un guiño al lector para que pasee con nosotros por la vida y milagros del pintor.

El tiempo se nos echaba encima y la información no dejaba de crecer, demasiada para mí y... ¿demasiada para el lector? Entrega por fascículos, la solución perfecta para todos. Cada semana apareció un capítulo del trabajo hasta completar el último y dar paso a la creación de la home, que no existía hasta el final. Un trabajo atípico con el que todos hemos disfrutado, sufrido y aprendido. Y el resultado: este premio. Qué orgullosa estoy de haber podido trabajar codo a codo con todos ellos, mis compañeros y muchos ya amigos de lavanguardia.es. Los echo de menos hoy aquí. Bajar los escalones no será más fácil.



Jordi Cotrina, fotógrafo de *El Periódico de Cataluña*, habla sobre la revolución de la fotografía digital.

EL MONOVOLUMEN

Por Kike Caraballo

**Kike Caraballo es
actor y periodista
de Aragón Press**

www.aragonpress.com

Ante la efervescente actualidad periodística, y bajo las disputas en los foros sobre las intromisiones de los no periodistas, surge el VI Congreso de Periodismo Digital. Y oculto por el estrés de la actualidad informativa, de las idas y venidas recogiendo y transmitiendo información, discurre el desarrollo imparable de las tecnologías. Sin darnos cuenta se han colado en nuestra vida cotidiana, sigilosamente, y ya son herramientas totalmente devoradas en muchas profesiones.

La estampación de una fotografía al momento, sin necesidad de revelados y esperas, ha alcanzado una calidad tal que dota al periodismo de una agilidad increíble a la hora de comunicar mediante imagen, con unos resultados excelentes. Tan excelentes que hay que saber chino para poder diferenciar un montaje de una foto real.

Es cierto. La facilidad que prestan las herramientas digitales para retocar y mejorar imágenes deja en manos de cualquiera la posibilidad de hacer un Mr. Hyde de un Dr. Jekyll. Sólo hace falta un ordenador y el programa Photoshop (hoy en día el más extendido). Esto es asequible para mucha gente. Cada día hay más

habitantes del planeta ante un monitor. Cada día hay más gente conectada a la Red. Y, ¿qué hay que no pueda ser extraído de Internet?

Cualquiera puede conseguir la imagen de una persona o de un suceso y dárselas de Miguel Ángel con el programa de marras para crear un fenómeno que al día siguiente pueda estar publicado por medio mundo. Ya han aparecido ejemplos en los diarios nacionales e internacionales de fotografías que se han publicado y, después, se ha reconocido su falsedad.

El mundo de la fotografía digital es muy amplio, y eso que apenas acaba de asomarse frente a la larga trayectoria de la fotografía analógica. Pese a que es una mejora, el mal fotógrafo seguirá siendo malo aunque en sus manos tenga la mejor de las cámaras digitales. Aún así, hay que reconocer que con la fotografía digital se ha elevado el listón de los fotógrafos amateurs. Las posibilidades de hacer una buena foto con una cámara digital y con pocos conocimientos de fotografía son altas.

La tecnología digital nos da unas prestaciones que suplen nuestra ignorancia a los mandos de una máquina. Es otro peldaño más en la escalera que empezó hace años, buscando suplir al hombre por la máquina. La ignorancia nos hará libres... para hacer nada. Pero, anda que no es cómodo disparar la foto sin pensar en la luz, el flash. Y no digamos poner la lavadora y que salga la ropa limpia y seca.

Una cosa es clara. Al César lo que es del César. Hay que ser consciente y diferenciar al que es fotógrafo profesional de aquel que profesa la fotografía. Aunque éste pueda realizar buenas fotografías, no tendrá los conocimientos del profesional. Y, probablemente, encontraremos que alguno de los que tengan estos conocimientos será un mal profesional. Éste es el auténtico baluarte que ha aportado la cámara digital, acercar la fotografía a cualquiera.

Hoy por hoy, la tecnología digital se presenta como una herramienta de futuro. Con múltiples aplicaciones. Pero hay que saber discernir. Un auténtico profesional va más allá de conocer la técnica y la tecnología para su trabajo. Al fin y al cabo, en esta carrera por el desarrollo tecnológico, es posible que mañana la cámara digital tenga los días contados frente a una PDA-cámara-móvil-impresora-secadora-monovolumen.



Carlos Enrique Bayo, de *El Periódico de Cataluña*, entrevista a Dima Khatib, periodista de Al Jazeera.

QUE ALGUIEN PONGA ORDEN

Por Ricardo Villa

Ricardo Villa es
responsable de
la edición digital
de *20 Minutos*

www.20minutos.es

Había leído en algún lado que Al Jazeera, incluyendo todas sus variantes ortográficas, superó al siempre recurrente *sexo* entre los términos más buscados en Lycos durante la guerra de Irak y que en Google pasó algo parecido. Signifique lo que signifique esto, sube al estrado del Congreso de Huesca Dima Khatib y nos cuenta a una audiencia entregada y seducida que “los árabes utilizan Internet para escapar de la censura”. ¿Cómo? ¿Pero no era que lo usaban básicamente para reivindicar asesinatos monstruosos, concertarse para poner bombas en cualquier esquina del mundo y otras aviesas intenciones?

¡Pero si George Tenet nos avisó explícitamente de que ya era hora de poner en orden la web!

Y encima Dima nos dice que se pueden encontrar discusiones interminables con posturas muy diversas. ¡Diversas! Peligrosa palabra, supongo que esto tendrá algo que ver con el hecho de que en numerosos países árabes se cierran páginas por atentar contra los “valores islámicos” (según informa la Arabic Network for Human Rights Information –HRINFO–). Casualmente estos cierres suelen coincidir con grupos de oposición

democrática o webs sobre derechos humanos. Alguien muy arriba en el poder de los países árabes ha entendido perfectamente bien lo que supone Internet para los pueblos que no gozan de democracia: la capacidad de hablar y discutir libremente, de leer opiniones e informaciones diferentes o incluso contradictorias sobre sus gobiernos. Algo tan peligroso es mejor cerrarlo o, mejor, desacreditémoslo asegurando que es un nido de terroristas. Esto no sólo está ocurriendo en China y en Cuba...

Al Jaazera ha supuesto un revulsivo en la información de los países árabes, una televisión relativamente libre que se atreve a contar cosas que nunca antes habrían visto en sus aparatos de televisión de las casas de Fez o de Bagdad. Pero además ha supuesto que en Occidente tengamos una información diferente a la exclusiva ofrecida por la CNN y las agencias internacionales sobre conflictos como el palestino-israelí y por ello ha sido vilipendiada por Washington. Su ventaja es que ha podido informar también en inglés y traspasar las fronteras islámicas. Con la red en árabe (Internet, no la de Bin Laden) está pasando algo parecido, sólo que el común de los occidentales estamos incapacitados para asomarnos a esta ventana escrita en caracteres extraños y nos limitamos a leer los avisos sobre reivindicación de secuestros que traducen los grandes medios. Así nos aseguramos de que es mejor poner en orden Internet.



Dima Khatib.

AL JAZEERA O LA ISLA DE LOS ENREDOS

Por Laura Laliena

**Laura Laliena es
periodista del
Gobierno de Aragón**

www.aragon.es

Sobre el escenario del Centro Cultural del Matadero de Huesca, Dima Khatib apuraba un vaso de agua, se recogía el pelo y se lo volvía a soltar y miraba con aire displicente al portavoz de una entrevista que pretendía ser colectiva. Carlos Enrique Bayo, de *El Periódico de Cataluña*, y con todo el respeto hacia un profesional modélico, se hacía de pronto pequeñito para gran parte de un auditorio dispuesto a enfrentarse con humildad a las contradicciones que provoca la ignorancia.

El aspecto de Dima, corresponsal en Hong Kong de Al Jazeera ('La Isla', en castellano) planteaba el primero de esos enredos. Absolutamente femenina, orgullosa de mostrar abiertamente una belleza que no dejó indiferente a nadie y consciente hasta rozar la prepotencia de que representar a la cadena árabe Al Jazeera despierta un inusual interés, Dima consiguió desterrar la idea preconcebida que sobre la mujer árabe se había fabricado una audiencia cómodamente occidental. Su autocomplacencia la llevó incluso a exclamar ante la comparación con otras periodistas: "¡Ah! Pero ¿es que hay más mujeres en este congreso?"

Eso sí, todo en un perfecto castellano, ya que, además, Dima domina a la perfección siete idiomas.

Era la primera contradicción, el primer enredo, pero Dima venía dispuesta a plantear muchos más en torno a Al Jazeera. En poco más de veinte minutos, dejó claro que la cadena qatarí es una isla enredada. Instalada entre dos aguas, entre la confianza y el recelo, entre la información y la propaganda y entre el eterno ni contigo ni sin ti. Lo cierto es que Al Jazeera ha revolucionado los medios de comunicación, el acceso a las fuentes de información, su sentido de servicio público y su código deontológico. Frente a ella, gigantes como la CNN y la BBC también se hacen pequeñitos.

Plácidamente instalados en una sociedad de la información que nos mantiene cada vez más desinformados, Dima Khatib imprimía sutiles aldabonazos a nuestras conciencias. Así, nos recuerda que las polémicas imágenes de Al Jazeera, donde la violencia se muestra sin eufemismos, no son más que el reflejo de la realidad de Oriente Medio, en cuyas calles hay muertes a diario. Pero Al Jazeera ha comenzado a meter el dedo en el ojo de Occidente, donde no acaba de convencernos el ver; no ya el sufrimiento de los compatriotas de Dima, que a eso ya estamos acostumbrados, sino el sufrimiento de los “nuestros”, algo que hasta ahora había permanecido en la sombra. Al Jazeera trae a Occidente una forma de vida estridente, una realidad que conocemos pero ignoramos, que no valoramos en

su justa medida hasta que nos toca de cerca, hasta que el vídeo habla de alguien como nosotros. En Oriente Medio no son aplicables las normas de Estados Unidos al tratamiento de la información, porque, entre otras cosas, la realidad no es la misma.

Por otra parte, mientras en España todavía nos debatimos entre la veracidad o no de la información aparecida en Internet, Al Jazeera ha caído en sus redes y de allí no se mueve. Una de sus principales fuentes de información es la Web, el mayor lugar de intercambio de ideas. Dice Dima Khatib que, mientras en el mundo árabe no hay libertad de expresión, en Internet sí. Los periodistas de los medios de comunicación online respiran aliviados, “¡ya te digo!”, exclama alguno. Entre bytes el debate es más fructífero que en la mejor de las democracias, la información se hace más escurridiza y más difícil su control por parte de los grandes poderes. Pero ¿significa eso que en la Red todo vale? Categóricamente no.

Sin embargo, el canal de televisión Al Jazeera, en el que la información sobre terrorismo islamista lo ha puesto en el punto de mira internacional, ha sabido enredarse para llegar a obtener de primera mano información sobre operaciones terroristas o los canales por los que éstos obtienen dinero. Ahora, son los terroristas los que se dirigen directamente a la cadena provocando un nuevo enredo: delimitar qué es propaganda y qué es información.

E inmersa en esa disputa cuasi metafísica, Al Jazeera se abre paso como la nueva referencia mundial entre los medios de comunicación, se convierte en fuente de información para el resto y se enfrenta a las contradicciones que su defensa de la libertad de expresión provoca en los diferentes gobiernos. Mientras desde Estados Unidos recibe continuas acusaciones de ser portavoz de organizaciones terroristas como Al Qaeda, desde su propio entorno les asemejan a menudo con el enemigo americano, con quien, paradojas de la vida, mantienen en Washington una excelente relación. Por otra parte, nombres tan sugerentes como Colin Powell, Condoleezza Rice o Donald Rumsfeld han buscado su aparición ante las cámaras de la primera cadena de televisión en el mundo árabe, mientras censuran la emisión de mensajes de Bin Laden.

Por otra parte, amparados en el escudo del anonimato que ofrece Internet, sus páginas web en árabe e inglés (www.aljazeera.net y <http://english.aljazeera.net>) han llegado a recibir tres millones de visitantes ansiosos por descubrir los vídeos que sólo Al Jazeera se atreve a emitir.

Esa tarde en Huesca, Dima Khatib enunciaba este enorme ovillo sin llegar a profundizar, lamentablemente, en ninguno de sus nudos. Y con aplomo y mayor convencimiento que en cualquiera de sus afirmaciones anteriores, dejaba sobre la mesa un titular: “Queremos que se juzgue a nuestro corresponsal en España”,

Taysir Alony, acusado de colaborar con otra Red, con Al Qaeda, el mismo año que se promovía en nuestro país la candidatura de Al Jazeera al Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades.

Definitivamente, Dima invitaba a reflexionar sobre la isla de los enredos.



Roberto Belo, de la BBC, interviene en la ponencia “Dos redacciones, una cabecera compartida”. A la derecha, Arsenio Escolar, director de *20 Minutos*.

BAJO EL MISMO NOMBRE

Por Cristina Remartínez

**Cristina Remartínez es
periodista de las
Cortes de Aragón**

www.cortesaragon.es

En el debate “Dos redacciones, una cabecera compartida” pudo observarse un verdadero cara a cara entre el periodismo convencional y el incipiente (en España) digital. Siempre es más fácil comparar entre dos iguales y percibir las diferencias, de ahí que de ese coloquio se extraiga que es complicada la convivencia entre las dos formas de hacer periodismo bajo un mismo nombre (llámese *El Mundo* o *La Vanguardia*).

Los ponentes reconocieron que en la mayoría de los casos se trata de dos redacciones separadas, física y editorialmente en muchas ocasiones, y por ello se sienten marginados por sus cabeceras. Un detalle significativo se desprende de la encuesta realizada para este congreso: cuando se pregunta de quién sería la última palabra en caso de conflicto sobre un contenido digital, el 66 % de los encuestados respondió que el jefe tradicional.

Una visión muy distinta tiene Roberto Belo, periodista de la BBC, que transmite la idea de que el suyo sí es un gran medio de comunicación, al tanto de los nuevos tiempos. El informador digital en esta empresa está considerado como un periodista más (cosa que

no ocurre en la mayoría de los periódicos españoles, siempre a años luz de los avanzados anglosajones) e incluso puede que esté bien valorado.

El desarrollo del periodismo digital en España avanza a paso de tortuga y lejos está de la exposición idealista que ofreció Belo. Entre otras cosas porque muchos del gremio hasta hace bien poco no habíamos oído hablar de esta especialidad y que, además, sirve para acercarse más al público (sobre todo al joven, alejado de la prensa escrita por la escasa afición a la lectura).

No es fácil tratar la misma información desde formatos distintos; siempre se pierde o se gana algo en el trayecto. Tal vez uno de los problemas es que no se puede ofrecer lo mismo en papel que en digital. En todo caso, como hace la sociedad, el periodista siempre debería estar evolucionando con ella. Una doctrina que los comunicadores españoles tendríamos que recordar cada mañana.



El periodista aragonés Ramón J. Campo.

ÉSTE PUEDE SER EL AÑO

Por Pablo Romero

Pablo Romero es
periodista de
El Navegante
de elmundo.es

[www.elmundo.es/
navegante](http://www.elmundo.es/navegante)

Las grandes cabeceras aportan un nombre de referencia para el internauta, una “marca” bajo la que identifican diario y página web. Esto se asume con naturalidad (en *Clarín* o *La Vanguardia* lo tienen muy claro), aunque no siempre es así. Existe una cierta independencia –más o menos marcada, según el medio– de la información en Red con respecto a la impresa.

Esta independencia de la cabecera en la Red frente a la de papel es una realidad obvia si se tiene en cuenta, por ejemplo, que la inmediatez de Internet marca una diferencia de peso. Y la manera de contar las cosas puede, y debe, ser diferente.

Otra vez el Congreso de Huesca saca a relucir una de las carencias más importantes (¿la más importante?) de la información en la Red: hay que inventar un nuevo lenguaje para que esto se mueva.

A las puertas de un año que se espera interesante (rediseños, cambios de modelos de negocios, fichajes en los medios *on line* y más ingresos publicitarios) los periodistas nos damos cuenta, como cada año, de que hay otras maneras de hacer periodismo, más visual, más participativo, más abierto. El reportaje “El oro de

Canfranc”, publicado en heraldo.es, sirve como ejemplo. ¿Los cambios traerán más cambios? Esperemos.

Los medios *on line* ya no pueden conformarse con una información parecida a la del periódico; hay que aportar algo más. Más opinión, más investigación, más formatos multimedia. Claro, que también se necesita más recursos humanos y más inversión, más dinero. Éste puede ser el año.



Jon Lee Anderson, periodista de *The New Yorker*.

EL TRIUNFO DE LO EFÍMERO

Por Guillermo Rodríguez

Guillermo Rodríguez
es el responsable de la
sección de Internet
de *Libertad Digital*

www.libertaddigital.es

Jon Lee Anderson, redactor de *The New Yorker*, desconoce qué se siente al escribir la décima noticia del día mientras el sonido del reloj golpea el cerebro. Practica un periodismo tranquilo, reposado, bello... privilegiado. Durante su ponencia en la VI edición del Congreso de Periodismo Digital de Huesca reconoce cuál es su ritmo de trabajo: entrega entre cuatro y seis reportajes al mes. Anderson no desentonaría en una redacción del siglo XIX, pero sería tachado de bicho raro (cuando no despedido directamente) en cualquier medio de comunicación online. Los periodistas digitales trabajan de otra forma: cortar y pegar se ha convertido en un vicio, la velocidad en una exigencia y el número de noticias publicadas en vara de medir a un redactor. Es una cacería en la que se valora el número de piezas abatidas, no su calidad... Las noticias, en fin, se pagan al peso. El periodista digital no tiene opción: entre belleza o inmediatez, siempre gana lo segundo. Conseguir que ambos términos sean compatibles se ha convertido en tarea exclusiva de aspirantes a becarios y periodistas ingenuos. No se cuidan las palabras porque se exige velocidad de publicación. No

se busca la belleza expositiva, aunque sí se premia la inmediatez.

Ante este lúgubre panorama tácitamente aceptado, Anderson abrió una espita de esperanza al abogar por “otra forma de periodismo”, esa en la que predomine el reportaje sobre la noticia, la reflexión sobre la información. Es la filosofía New Yorker: mejor un texto bien escrito que cien redactados de forma chapucera. Pero, sobre todo, animó a los periodistas a no quedarse en la superficie. A que asuman la responsabilidad, la obligación de arañar en la superficie y empezar a buscar en el sustrato. Cuestionarse todo lo que se les dice, dudar de cada información, negarse a creer que la realidad es tal y como se cuenta. Volver a ser Pepito Grillo, una figura que los periodistas han despreciado sustituyéndola por la de mero intermediario entre los lectores y agencias de prensa, partidos políticos o empresas.

Los periodistas en Internet sufren la dictadura de las páginas vistas. La posibilidad (real) de que un internauta deje de teclear la dirección de tu diario porque simplemente no publicas la información que sí ofrece el periódico de al lado, ha llevado a que se relegue la calidad en favor de la cantidad. Sin embargo, los diarios en Internet ni siquiera tienen tiempo para reparar en las propuestas de Anderson: siguen empecinados en cavar su propia tumba o, visto de forma más optimista, en acotar su ámbito de

actuación. Los periódicos digitales están abocados, si nada cambia, a ser canales de noticias en tiempo real donde siempre se canta la misma canción. Sólo se diferenciarán unos de otros en el titular.

Anderson resume toda su filosofía cuando se auto-define: es un narrador de historias, no un periodista. Que es lo que somos el resto, lo que es Ramón J. Campo, del *Heraldo de Aragón*, que compartía mesa con Anderson y que está obligado a redactar al menos un texto diario. Trescientos textos frente a cinco. Eso es lo que diferencia a un plumilla de un narrador de historias.

Un narrador de historias: lo que aspirábamos ser cuando nos metimos en esto del periodismo digital y que el triunfo de lo efímero ha terminado desbaratando.



El reportaje. De izquierda a derecha, Ramón J. Campo, José Cervera y Jon Lee Anderson.

EL REPORTAJE Y LOS MEDIOS EN LA RED

Por José Cervera

Hay que enfrentarse a la verdad: las promesas de que Internet iba a proporcionarnos una plataforma para un mejor y más completo periodismo no se han materializado. Se suponía que el periodismo electrónico iba a ser veloz como el rayo, completo como una enciclopedia, multimedia como las películas de ciencia ficción, interactivo como una charla con el quiosquero. Pero ha sido que no. Diez años después del lanzamiento de la Web, el periodismo electrónico está todavía en una infancia desvalida, derivada de un error fatal.

No estamos siendo lo bastante originales. Los medios de la Red hemos conseguido igualar en velocidad, sí, a los medios más rápidos: somos tan raudos como la radio o la televisión, y adelantamos sin duda a los periódicos en cualquiera de sus encarnaciones. Reproducimos los comunicados de las agencias de prensa a la misma velocidad que los más veloces de los medios electrónicos de antaño.

Pero poco más.

No hemos sabido crear un tipo de información que sea especial, particular y única de la Red, una

José Cervera es
periodista y blogger
de *Retiario* y *Perogrullo*

[http://navegante2.
elmundo.es/navegante/
weblog.html](http://navegante2.elmundo.es/navegante/weblog.html)

www.perogrullo.com

ventaja que convierta en imprescindible al medio. La radio puede informar mientras las manos y los ojos se ocupan en otra cosa; la televisión contiene imágenes que absorben nuestro cerebro primate; los periódicos ofrecen portabilidad, independencia de la electricidad, precio económico, profundidad de análisis. ¿Y la Red? ¿Qué hemos hecho en la Red que sea exclusivo, único, diferente?

Hay demasiada complacencia en los medios digitales, una complacencia nacida de la falta de competencia y de una inadecuada ambición. Los medios de la Red se han contentado con ganarse los unos a los otros; enzarzándose incluso en batallas de audiencia en las que comparan sus cifras con las de la competencia.

Es una batalla de enanos.

La verdadera guerra no es ganar en audiencia al de enfrente, sino a los periódicos, la radio y la televisión. Y para eso hay que ofrecer algo único, memorable y deseable. Algo que atraiga a la audiencia hasta la Red.

Por ejemplo, grandes reportajes, con componentes de archivo y multimedia.

El Gran Reportaje es un género prácticamente en desuso en España, y poco practicado incluso por los mejores diarios del mundo. No es extraño: es laborioso, caro, exige profesionales de primera línea y paciencia. No abundan los periódicos como *The New Yorker*, donde trabaja Jon Lee Anderson, o profesionales como Ramón Javier Campo, capaces de sacar adelante

grandes historias largamente investigadas y cuidadosamente escritas.

Este hueco en la prensa tradicional es una oportunidad para la prensa digital.

La posibilidad de utilizar enlaces para información de fondo, aclaraciones y ampliaciones; las capacidades multimedia y la falta de límites de extensión en Internet son elementos que hacen del html una tecnología ideal para explorar el género del Gran Reportaje. Buenos escritores, tiempo y paciencia y cierta inversión son necesarios, además de voluntad. El resultado puede ser un renacimiento del género y un producto único en la Red para atraer usuarios.

¿A qué estamos esperando?



Roberto García, director de *Aragón Digital*, escucha la intervención de Fernando Jáuregui, director de *ociocrítico.com*.

¿SE PUEDE VIVIR DE INTERNET?

Por Ignacio Escolar

Ignacio Escolar
es coordinador
de la web de
Informativos Telecinco
y blogger.

www.escolar.net

La respuesta es fácil. Sí, se puede. Pero llevarlo a la práctica es mucho más complicado que decirlo. El negocio de la información tiene en Internet todas las dificultades que de costumbre, los medios nunca fueron dinero fácil y la juventud del canal tiene aún más retos añadidos. Dicen que las minas de oro dan plata a los sesenta y cinco años, que los grandes buques son rentables en dos décadas y que para sacar dinero de un diario hacen falta al menos tres años.

Pero no es lo mismo construir un petrolero que un pequeño barco pesquero. En la Red, las inversiones para poner en marcha un medio no son tan altas como en el papel. No es necesaria una industria pesada detrás: ni tinta ni cara distribución.

Sin embargo, el hecho de que la inversión inicial necesaria para arrancar un medio digital sea más baja que en el mundo analógico no cambia los plazos de rentabilidad. Es una obviedad que muchas veces olvidan los impacientes inversores, tantas veces engañados en tiempos de la burbuja.

Se puede vivir de Internet, sí. “Se puede sobrevivir de Internet”, puntualiza en Huesca Guillermo Rodrí-

guez, de *Libertad Digital*. Pero ¿cómo? El tiempo va colocando los distintos modelos de negocio en su sitio y, pese a que aún sigue estando todo por inventar, ya hay algunos inventos que han demostrado ser del tebeo.

Pocos apuestan hoy por basar todo su negocio en cobrar directamente por la información a los lectores algo más que su atención y la mayoría de los modelos de negocio de medios en Internet pasan por la publicidad, más aún ahora, cuando el mercado ya sale del coma en el que entró hace cuatro años.

Aunque la publicidad no cabe en todos los sitios. Al menos, no como hasta ahora. “¿Cómo vendo publicidad a mis usuarios de PDA?”, reflexiona Albert Cuesta, de CanalPDA.com.

Pero el presente, como siempre, es mejorable. “Existe una cierta costumbre por no incluirnos en los planes de medios”, dice Fernando Jáuregui, de *Diario Crítico*. Y el futuro, aunque todos lo auguran brillante, tarda siempre más de lo deseado en llegar.



Jean François Fogel.

DE LA EDAD DE PIEDRA A LA GALAXIA DIGITAL

Por Rafael Bardají

Rafael Bardají es
periodista y director
del Máster de
Comunicación
de *Heraldo de Aragón*

www.heraldo.es/master

A un veterano amigo mío le gusta decir que su vida ha transcurrido y, por fortuna, y por mucho tiempo, transcurre, desde casi la Edad de Piedra a la de la tecnología digital.

Mi amigo cuando era crío araba con mulas, segaba a mano, hacía gavillas, trillaba en la era con trillo de pedernal y pisaba las uvas para hacer vino. La economía de su casa era autárquica. Antonio Angulo, mi amigo, es de Ejep, un pueblo de Huesca, perteneciente al municipio de Graus. A su pueblo, que no a su casa, llegaron más tarde el tractor y la cosechadora. Luego, en su vida profesional, en el *Diario del Altoaragón*, pasó de la tipografía al ordenador y ahora está inmerso en la era digital pues el periódico que dirige edita también una página web. Mi amigo no es un adorable vejstorio. Sigue siendo adorable, pero su edad no llega a los sesenta años y se encuentra en plena actividad profesional.

Yo soy un poco más joven, no mucho. Me crié en Graus, una población más urbana, y por el trabajo de mi padre, cobrador de la Contribución, no tuve que sufrir los rigores del campo. Pero sí que puedo decir

que en mis veinticinco años de vida profesional he pasado de la Edad Media a la digital.

Cuando entré en *Heraldo de Aragón*, en 1978, se conformaban los textos con el sistema tipográfico. En el taller, que olía a plomo, la composición de textos seguía realizándose, salvo en aquellos elaborados en la linotipia –el revolucionario invento de Ottmar Mergenthaler de finales del XIX–, con los principios de Johannes Gutenberg, lanzados al mundo a mediados del XV desde Maguncia. Asimismo, recuerdo de mi infancia cómo Gonzalo Lacambra, de la imprenta Gutenberg de Graus, accionaba la “minerva” buscando los tipos de letra del chivalete, tipo a tipo. Setecientos caracteres a la hora.

Poco a poco los periodistas nos hemos tenido que ir acostumbrado a la revolución tecnológica y a la digital de finales del XX. Ha sido un cambio vertiginoso y, en algunos casos, repentino. Todo es más rápido y más veloz. Cuando en 1992 se estrelló un Mirage F-1 en Albacete, se tardó horas hasta que el negativo llegó a las redacciones y, tras ser revelado y tratado, pasarse a las planchas de impresión de las rotativas. En 1998 colisionaron dos F-18 del Ejército del Aire español en Las Bardenas y Carlos Moncín, que me acompañaba en las tareas informativas, llegó al sitio y a los quince minutos la fotografía ya podía ser enviada a la rotativa.

Esta tecnología y la de Internet estaban ya permitiendo que los periódicos empezaran a lanzar sus

ediciones digitales. Si los lectores de *Heraldo* tuvieron que esperar al día siguiente para ver la fotografía de Moncín, con Internet la podían ver de manera casi instantánea. Entrábamos en el terreno de la galaxia digital, que el tiempo dirá si es más trascendente que los cambios provocados por la galaxia Gutenberg.

Si la tecnología digital sirvió inicialmente para que los periódicos pudieran hacerse más rápidos y los periodistas y fotógrafos realizaran su tarea con más inmediatez, para los lectores supuso la posibilidad de elegir entre el soporte de papel y el soporte digital. El futuro de este último está aún por ver. Nadie duda del enorme cambio que ha supuesto Internet para la comunicación personal y empresarial y para el intercambio de noticias. Las weblogs, los chats y los foros generan un campo informativo de primer orden, en muchos casos alternativo a la prensa convencional, pero no están concebidos como empresa informativa.

¿Son rentables los periódicos digitales? La mayor parte de las webs son un apoyo -fundamental y necesario, eso sí- para el soporte de papel. Y en la mayoría de los casos en esto consiste su razón de ser. Difícilmente desplazan al papel. Es un servicio imprescindible para quien está en las antípodas o para quien quiere conocer los titulares y los telegramas de las noticias. Tiene la ventaja de la inmediatez, pero el periódico convencional sigue siendo mucho más leído porque se le considera con más capacidad de análisis e

interpretación, con más posibilidades de jerarquizar las noticias y con una lectura más acorde con los hábitos culturales que siguen imperando. La mayor parte de los periódicos digitales responde a la marca del cabecero y allí está su credibilidad. Pero es falso, sin embargo, que tengan una tendencia a manipular las fotos. Es muy indicativo el caso de *El Mundo*, que hizo un montaje de los Príncipes de Asturias en su edición papel, algo que no ocurrió en elmundo.es.

Las webs tienen, asimismo, la posibilidad de presentar la narración informativa con imágenes en movimiento, vídeos y música, es decir, de utilizar los recursos multimedia. Este es el caso de “El oro de Canfranc”, de Ramón J. Campo y Pablo Calahorra, en *Heraldo*. Pegados como están muchos ciudadanos al ordenador, las páginas, textos, dossieres y especiales, sistemas de búsqueda y archivos que te llegan por Internet son, también, instrumento muy cómodo y de extraordinaria eficacia para cada fondo de documentación empresarial o particular.

Pero la experiencia nos dice que las ediciones digitales no son rentables económicamente. No conozco casos en España y muy pocos en el resto de los países del mundo; tan sólo, dicen, libertaddigital.com. Jean François Fogel, artífice de la página web de *Le Monde*, dijo en el Congreso de Periodismo de Huesca que al periódico parisino le salen las cuentas. Es posible.

Otra cosa es que los medios digitales sean extraordinariamente útiles para la agitación y propaganda o, por su potencial comunicativo y de información, servicio para los gabinetes de comunicación de empresas, instituciones y organismos.

A la prensa escrita le queda mucho futuro. Otra cosa es que tenga que modificar permanentemente su diseño y presentación o que en el futuro se vea abocada a utilizar soportes como el papel electrónico (e-paper). Y, además, como ocurrió con la irrupción de la radio en los años veinte del siglo XX, o la televisión en la década de los cincuenta, los nuevos soportes informativos han venido contribuyendo a la permanente transformación del periódico de papel.

De momento el futuro del periódico digital sigue siendo un misterio.



Carmen Rivas, responsable de la Agrupación de Periodistas de CC OO, interviene en la ponencia sobre la situación del periodista digital en España. A la derecha, Fernando García Mongay, director del congreso.

UNAS OCURRENCIAS QUE, POR LO TANTO, NO ASPIRAN A CAMBIAR EL MUNDO (Y MENOS LA PROFESIÓN)

Por Jorge Orús

Jorge Orús es
periodista del
Diario del Altoaragón

www.
diariodelaltoaragon.es

“Hay demasiadas weblogs que aspiran a cambiar el mundo”, afirma Forges en plena discusión sobre la incidencia de los bloggers en el periodismo. “En las weblogs se confunde información y opinión”, agrega Ramón Jáuregui al hablar sobre la pérdida de credibilidad de la profesión. Y un servidor cierra la suya contrito y confuso. Clausuro mi weblog no porque aspirara a cambiar el mundo y Forges me arroje a las tinieblas de la duda ni porque haya caído en que en la mía confunda hechos con deseos o eleve mis deseos y mis ideas sobre el mundo –que hasta las tengo– a categoría de acontecimiento. No, más bien la retiro porque no quiero contribuir al griterío que produce tanta weblog.

Es cierto: no se puede cambiar el mundo con ocurrencias, con millones de ocurrencias, con decenas de ocurrencias por cientos de miles de weblogs. Pues no aspiramos a cambiar el mundo –como es nuestro derecho y nuestra obligación– y por omisión convivimos con él echándonos la siesta en brazos del cinismo.

Continúan las exposiciones de Fernando González Urbaneja (presidente de la FAPE y “sabio” televisivo, dicho sea sin retranca ninguna), Carmen Rivas (de Comisiones Obreras) y el susodicho Jáuregui (diputado socialista en las Cortes Generales). Escucho en ocasiones, oigo a ratos, me llegan ocurrencias por momentos y hasta tengo barruntos; por ejemplo, percibo que cuando se abordaban estos asuntos en las primeras ediciones del congreso, en el auditorio había conatos de incendio. Ahora casi nos alcanza el calorcillo. Quizá nos estemos convirtiendo en pacientes sufridores o a lo peor vamos camino del cinismo que empieza por los interiores de la profesión y se contagia con facilidad al objeto del trabajo del periodista.

Recuerdo en este punto a Richard Kapuscinski: *Los cínicos no valen para ese oficio*, titula un afamado libro en el que recopila algunos de sus trabajos. Luego es necesario el compromiso porque el periodismo es un asunto vocacional. Aunque la frontera entre la vocación y el abuso laboral es difusa para buena parte del oficio; en general, para los extramuros de la fortaleza donde se refugian los nombres consagrados.

“Hay que dignificar la profesión”, concluyen los ponentes y asiente el auditorio. De acuerdo, pero quién empieza. “Hay una pérdida de credibilidad del periodismo”. Lo suscribo, pero quién es responsable. Porque, como siempre me recuerda un buen amigo

que tiene ideas, y de las buenas, nunca nada es lo que parece. Se refiere, naturalmente, a que los asuntos de la actividad humana, las causas últimas de las cosas, siempre nos producen sorpresas porque casi nunca responden a lo que nos dicen las apariencias. Así que, a lo mejor, del descrédito del oficio no tenemos sólo la culpa los periodistas; o, al menos no toda, o no la principal. Y no quiero decir que no la tengan los medios de información.

Algunos de los patronos mediáticos se autoconvocan para protestar por los planes del Gobierno y lamentar su talante (que, no olvidemos, puede ser bueno o malo, entre otras cualidades, un asunto este esencial que casi nadie recuerda, porque talante, lo que es talante, tenemos todos). Los mandamases puestos por los patronos mandan a sus mandatos. No caben preguntas tras la declaración. ¿Cómo van a defender ellos –los adinerados– la libertad de expresión? ¿Cómo podemos confiar en que respeten nuestros derechos laborales y profesionales? En todo caso, velarán por sus cuentas de resultados, sus acciones, sus datos de audiencia y sus relaciones con otros poderes.

Si la sociedad quiere prensa libre y de calidad –qué triste que haya que subrayarlo porque a estas alturas parece un oxímoron– ya puede aplicarse a defender el periodismo de sus patronos y de no pocos periodistas elevados a las alturas profesionales o empresariales. No siempre la culpa es de quien firma la información,

ese individuo al que la sociedad recurre para contar sus penas y que es incapaz de solucionar las suyas.

No pudo sustraerme, entre alusiones a los problemas laborales del sector, a las novedades del mismo: Internet y los bloggers. ¿Es el weblog un nuevo género –cerca de la crónica, más dada al subjetivismo, que no es lo mismo que invención– y un acicate para reencontrar el periodismo?

Los bloggers parecen los ácratas de la red. ¿Y qué alcance tiene tanta información y tanta opinión dispersa? ¿Es esta atomización el paso definitivo para la desmovilización del oficio? ¿No será que Internet lleva camino de convertirse en un metamundo en el que se reproducen los mismos fenómenos que en la realidad encarnada, donde funcionan grupos, estructuras e influencias? ¿No será que al final, la libertad absoluta que prometía Internet vuelve a estar condicionada por nuevos poderes y nuevas estructuras de influencia? ¿No será que sólo unas pocas comunidades son verdaderamente influyentes? ¿Y qué nuevos o antiguos mecanismos utilizan para lograrlo?

Ahora sí estoy a oscuras.

No parece posible un periodismo fuerte (que es distinto de poderoso) sin estructuras y las que tenemos nos han llevado a la desmovilización profesional, a la necesidad de hablar sobre cómo garantizar nuestros derechos laborales, a extender en la profesión el reinado de la beca y del colaborador.

Y al final, me sobreviene Pierre Bourdieu: “El periodismo es una profesión muy poderosa compuesta por individuos muy frágiles”, declaró en una postrera entrevista. El conjunto, vino a decir el filósofo que pensó sobre la “sublimación de lo banal” (gracias a los índices de audiencia), forma una estructura temible, pero los periodistas se encuentran desamparados y en situación de inferioridad respecto a otras profesiones u oficios.

Añade un diagnóstico terrible: el periodista sufre por la dureza inherente de su profesión y por sus condiciones de trabajo. El sufrimiento quiebra las conciencias y los periodistas se vuelven peligrosos –cínicos, por ejemplo– y dañinos en consecuencia.

De la bolsa que se entrega al inicio del congreso recupero el periódico oficial y leo este titular de Jeremy Dear, secretario general del sindicato de periodistas británico. “Cuando tu jefe dice durante años que te subirá el sueldo pero nunca termina de ocurrir, te vuelves cínico”. Eso, para quienes no tengan que luchar por algo que pueda llamarse sueldo.



Fernando González Urbaneja, presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid y de la FAPE.

SITUACIÓN DEL PERIODISTA DIGITAL

Por Fernando González Urbaneja

El mundo digital es una nueva puerta que se abre para los periodistas, un nuevo soporte y al mismo tiempo una herramienta que afecta y modifica todos los demás soportes. Hoy es muy difícil pretender ejercer el periodismo sin tener en cuenta Internet. Son tantas las oportunidades y las facilidades que proporciona la red que no es posible prescindir de la misma. Quienes lo hagan serán, lo son ya, piezas extravagantes de museo, ejemplo del periodismo que fue y ya no es, ni puede ser.

Aludir a periodistas digitales en contraposición a los de los medios clásicos o convencionales es irrelevante; no ayuda a entender la realidad. Todo el periodismo es digital, incluso el de los que no se han enterado. Los periodistas se ocupan de los contenidos, cómo se emitan esos contenidos es menos relevante.

El periodismo en la red, utilizando Internet como soporte, supone un nuevo soporte, una extensión del periodismo. En estos momentos se estima que más de mil periodistas profesionales se ganan la vida en la red, en medios en red. Es una cifra muy relevante que pone de manifiesto que la red va a más y que se instala en el universo de los soportes con enorme fuerza.

Fernando González Urbaneja es presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid y de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España

www.apmadrid.es

www.fape.es

El público que llega a la información a través de la red también es creciente y pronto alcanzará cotas semejantes a los medios clásicos (papel o audiovisual). Incluso hay segmentos de población para los cuales la red es fuente preferente de información. Por su propia naturaleza la red es plural, fragmentaria.

El coste de acceso para emitir es bajo, aunque también es difícil obtener ingresos. Cobrar no está bien visto, la cultura de la red es abierta y gratuita. Y la publicidad llega lentamente. La fuente principal de ingresos será la prestación de servicios, que requiere infraestructura y capacidad.

De momento el problema para quien se instala en la red es obtener ingresos, disponer de recursos para invertir en márketing hasta asentar marca y procedimiento de cobro. Por todo ello la mortalidad en la red será alta; el empleo, precario e incierto. Pero también creciente y con oportunidades cada vez mayores.

La red ha aportado al periodismo tradicional nuevos recursos, mejoras de productividad y de costes, y oportunidades de futuro.

Los periodistas en la red tienen que aspirar a ser como los demás periodistas; las reglas del oficio son las mismas y su condición profesional semejante. Quizá sean más imaginativos, más capaces y más audaces. Es decir, que parten de una situación más precaria pero pueden aspirar a más por sus propias capacidades y habilidades.

La aparente liviandad de la red, su disponibilidad y accesibilidad, no debe empujar a la trivialización, a la ligereza a la hora de preparar las noticias y comentarios. La red no puede dejar impune cualquier contenido. La red no es anónima, aunque lo aparente. No debe ser el espacio de los irresponsables.



El diputado del PSOE Ramón Jáuregui habló sobre la situación de los periodistas españoles.

EL ATAQUE DEL PERIODISTA DE LOS DOCE MILLONES

Por José Alonso Seco

José Alonso Seco
es editor de
Corresponsales

corresponsales.info

Gallega, de 27 años de edad, la estudiante pasa por mi despacho en la Universidad Carlos III de Madrid para “echar pestes” de la carrera (no es la primera, así que no me desvela nada nuevo). De paso, me cuenta todo lo que está aprendiendo en Europa Press, donde se ha incorporado hace menos de dos meses.

Ahora trabaja los fines de semana. La anterior reportera decidió exigir a la empresa que le pagase como corresponde legalmente los días no laborables. La agencia de noticias respondió con el despido y la estudiante ha ocupado el puesto a cambio de 196 euros mensuales.

Como éste, quienes hemos trabajado como periodistas conocemos muchos casos, si es que no los hemos sufrido en nuestras carnes. Por eso resulta especialmente irritante que un representante del colectivo profesional proclame en público que las cosas no están tan mal y que mejor nos iría si nos preocupáramos más por la ética.

Y es que así sucedió durante la sesión del congreso dedicada a la situación laboral en el periodismo digital.

El presidente de las Asociaciones de la Prensa de España, Fernando González Urbaneja, lanzó la “bomba” casi al final de la sesión, sin dejar apenas margen de maniobra para ofrecerle una respuesta. “Una buena parte de la profesión está en estructuras y en salarios medios que para sí quisieran otros. La media retributiva de las grandes empresas (*ABC, El País, La Vanguardia, El Mundo...*) está por encima de doce millones de pesetas [72.000 euros] año por trabajador y esos son números objetivos”, dijo Urbaneja. No todos cuentan lo mismo al respecto, la verdad!

No hace falta haber estado en Huesca en enero de 2005 para imaginar el revuelo en el salón de actos del Centro Cultural del Matadero. Ahora que lo pienso, me pregunto cuántas de las alrededor de trescientas personas presentes alcanzan esta cifra. Pocas resulta, posiblemente, un exceso si descontamos al propio autor de la frase.

Confieso que no esperaba menos (o más) de González Urbaneja, como tampoco me sorprendió la actuación de Carmen Rivas, de la agrupación de periodistas de Comisiones Obreras,² o del parlamentario socialista Ramón Jáuregui, que ya había hablado del asunto en el Congreso de los Diputados³ en noviembre de 2004. La primera realizó el discurso sindical al uso. El segundo se expresó con una sinceridad que me provocó miedo.

Aprobaremos un Estatuto del Periodista Profesional,⁴ vino a decir el político del grupo en el Gobier-

1. Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional:
www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/9/art26.htm

2. Agrupación de Periodistas de CC OO:
www.fct.ccoo.es/periodistas

3. Debate parlamentario sobre el Estatuto del Periodista Profesional:
http://senaix15.senado.es/legis8/publicaciones/html/maestro/index_PL_050.html

4. Propuestas de Estatuto del Periodista Profesional y Ley de Derechos Laborales de los Periodistas:
www.sindicato-periodistas.es/docs.php

no, pero no esperéis ningún beneficio laboral de ello, que primero tenemos que pactar la ley con los empresarios y, después, ya veremos cuáles son los niveles de cumplimiento. “Los derechos laborales –adelantó– no van a ser probablemente objeto de una norma salvadora” y los Estados cada vez tienen menos capacidad frente a las empresas.

Personalmente, no confío en que este Gobierno sea capaz de sacar adelante ninguna propuesta legislativa (los políticos tiemblan ante los empresarios del “cuarto poder”). Aunque fue bueno que Jáuregui recordara a los asistentes algo que resulta esencial y que funciona en otros países de Europa,⁵ pero que no existe en lo que hoy se llama España: organización y unidad de los profesionales para contar con un sindicalismo fuerte⁶ y con afiliados capaz de negociar un convenio del sector.

En fin. Que mi despacho dispone de un buen sistema de climatización y una magnífica conexión a Internet, cada día soy menos consciente de la “calidad” de la formación que ofrecemos y casi no me importa que la Universidad no quiera, de ninguna manera, meter mano en el asunto de la explotación de nuestros estudiantes⁷ mediante becas y prácticas. Así que, como señala el espacio de humor de la televisión vasca *Vaya semanita*,⁸ que a mí ni me va ni me viene, pero por comentararlo...

5. National Union of Journalists: www.nuj.org.uk/

6. Sindicato Unitario de Periodistas Italianos: www.fnsi.it/

7. Propuesta de la FeSP sobre prácticas de los estudiantes de periodismo: www.fesp.org/fesp/inf/index.php?nid=75

8. Pausoka, productora de *Vaya semanita*. www.pausoka.com/rea_index.php?id_tipo=8



Antonio San José, director de informativos de CNN +, interviene en el congreso.
A la izquierda, Jorge Alcalde, director de la revista *Quo*.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA, DE SANCHO AL LAZARILLO DE TORMES

Por Rubén Cristóbal

Rubén Cristóbal es
periodista de
El Periódico de Aragón

www.
elperiodicodearagon.
com

Por la izquierda, por la derecha y hasta por el centro. El debate del VI Congreso de Periodismo Digital “Medios públicos versus medios privados” se convirtió en un auténtico linchamiento contra el primero, que a mí personalmente me recordó uno de esos episodios del *Quijote* donde terminaban manteando al pobre Sancho, tan zarandeado al antojo de su caballero para ganarse el favor de la ínsula Barataria.

Como un escudero fiel, incapaz de traicionar las órdenes de su amo, la televisión pública ha servido al Gobierno de turno al tiempo que ha sido vilipendiado por el resto. Y así hasta que ha cambiado de signo y el comportamiento ha sido, pese a las críticas precedentes, exactamente su reflejo.

Quizás, el cambio en esta ocasión no es que se haya solucionado el problema, sino que el propio Gobierno se ha sumado por fin al linchamiento. En el debate celebrado en enero en Huesca, Fran Llorente, director de informativos de la televisión pública, se dio la primera en la frente: “Quién me iba a decir a mí que dejaría el telediario de La 2, que era un paraíso, para

dirigir los informativos de TVE, que no son un infierno, pero casi”.

En dos cosas parece estar de acuerdo Llorente con los directivos de informativos de Antena 3, Telecinco y Canal +: que la televisión pública es necesaria y que el modelo que ha funcionado hasta ahora ya no funciona. Bueno, en realidad todos parecen coincidir en que no ha funcionado nunca, pero ese ya es un debate pasado. La directora de Antena 3 Noticias, Gloria Lomana, le acusó de hacer “competencia desleal”, con más medios técnicos y profesionales gracias a su doble fuente de financiación.

Por su parte, Juan Pedro Valentín, jefe de informativos de Telecinco, le reprochó “vicios adquiridos” como la “manipulación y despilfarro”. Las alusiones a su deuda histórica, “tres veces por encima del presupuesto anual del Ministerio de Sanidad”, según Lomana, casi hicieron enojecer al nuevo director de informativos.

Tras las reprimendas, la dosis de optimismo la abrió Antonio San José, más condescendiente con la cadena pública, quizá por la menor incidencia que tiene su competencia en la cadena de pago. “El nuevo Gobierno, con su talante, –bromeó–, parece decidido a librar a la TVE del férreo marcaje de los Gobiernos de turno. Si se consigue será un gran paso en la historia de la televisión española”.

Pero el punto estrella fue el debate sobre la tan manida independencia. Ahí se hizo escarnio de las

“constantes comidas y cenas en Moncloa de un predecesor de Llorente” –ni él mismo pudo evitar la sonrisa– y de que después del 11-M, “Aznar tuviera que ir a una entrevista a Telecinco, para que le dieran algo de crédito”, como señaló su jefe de informativos. Las privadas, que apenas iba con ellos la cosa, también reconocieron sus servidumbres, sobre todo económicas. “A mí ya me explicaron que esto era un negocio y que se trata de ser rentables, de hecho tengo que competir con el hándicap de soportar un bloque de publicidad”, concluyó Valentín.

En este contexto, la solución para la televisión pública pasa por la pérdida del servilismo político y económico del que ha hecho gala hasta ahora, con más ingenio que buenas intenciones, para alcanzar su madurez con garantías. En este rito iniciático, el lacayo deberá dejar de soñar con la ínsula Barataria que le había prometido su amo por su lealtad y, con picardía, como hacía el Lazarillo de Tormes, coger más granos de uva de los que corresponde en cada tanda a fuerza de recibir palos, pero también de darlos.



Los directores de informativos de las cuatro cadenas nacionales de televisión se reunieron por primera vez en público en el congreso de Huesca.

De izquierda a derecha, Fran Llorente (TVE), Jorge Alcalde (director de *Quo* y moderador de la mesa), Juan Pedro Valentín (Telecinco), Gloria Lomana (Antena 3),

Samuel Barraguer (presidente de la Asociación de la Prensa de Aragón), Antonio San José (CNN +) y Fernando García Mongay (director del Congreso de Periodismo de Huesca).

¿FINANCIACIÓN?

Por Jorge Alcalde

Jorge Alcalde
es director
de la revista *Quo*

www.quo.wanadoo.es

La última pregunta, ya rebasada la hora en la que todos deberíamos estar tomando un café acompañado de “productos típicos de Huesca”, no suena impertinente. Pero en la mesa (formada por los cuatro directores de informativos más importantes de las televisiones patrias) se la han tomado a mal. “¿No les da pena que en un foro de periodistas hayamos pasado toda la tarde discutiendo de financiación de las empresas para las que trabajamos?”, dice el inquisitivo asistente entre el público.

Hay un poco de bronca. Contestaciones que rezuman cierta ofensa. “Tu pregunta es realmente naïf” le espetan desde el escenario. La verdad, no he captado dónde estaba la mala fe de la cuestión. Pero prefiero callarme.

Acabada la mesa redonda (“Televisión pública versus televisión privada”) nos hacemos una foto entre bambalinas. A los conferenciantes no deja de sonarles el teléfono móvil. Sobre todo a Fran Llorente, que nos obliga a retrasar nuestro paso a la inmortalidad fotográfica hasta que acabe su sin duda interesante conversación. ¿Ha pasado algo? ¿Alguna noticia de

última hora que obligue a cambiar la escaleta del próximo telediario? ¿Un escándalo? ¿Una llamada intimidadora de un ministro?... Se explica: “Perdón, me han liado con un problema presupuestario”. Algo relacionado con los costes de una grabación en exteriores, creo captar. Financiación, sí. La pregunta, ahora comprendo, era realmente naif. ¡Qué impertinente!



Las entrevistas abren un nuevo espacio en el Congreso de Periodismo.

EN SU JUSTO MEDIO

Por Darío Pescador

Darío Pescador es
periodista, redactor
técnico y consultor

No es la primera vez que desde los medios se habla del futuro de Internet como medio de comunicación, o lo que es lo mismo, del futuro de los medios de comunicación en Internet.

Se discute con vehemencia si Internet es heredera o tributaria de los otros medios consolidados, si es el crisol donde todos los medios terminarán amalgamados o si, en consecuencia, los periodistas que ejercen en Internet lo son de verdad. Hasta la fecha no hay respuestas concluyentes, sólo negros augurios y crujir de dientes.

Puede que, sencillamente, Internet no sea un medio de comunicación de masas. Desde luego no lo es para los cientos de millones de personas que utilizan el correo electrónico, o la mensajería instantánea. No lo es para los millones de bloggers (o bitacoreros, en modo más folclórico) que plasman en palabras la realidad todos los días. No parecen medios Google, Blogdex¹ o Wikipedia.²

Después de diez años, los medios de comunicación establecidos siguen empeñados en construir en la Red el altavoz global por el que todos escucharemos

1. www.blogdex.net

2. www.wikipedia.org

su hilo musical. No se han dado cuenta de que todo el mundo lleva puestos los auriculares de su propio iPod.³ Internet no es el canal, es el sumatorio de los extremos. Es la gente.

Dice Jean François Fogel que la gente busca en los medios una reproducción fiel de la realidad, por eso prefieren la televisión sobre la prensa. Dice que la información en Internet abandonará el texto para emplear sus posibilidades multimedia más a fondo, que se ofrecerá al internauta un paquete narrativo audiovisual con todos los ingredientes.

Es decir, el equivalente informativo del *happy meal*.

Sin embargo, cuando el internauta se informa en la Red, está en un buffet libre. Aún más importante: cuando los medios disparan datos a los internautas, los internautas devuelven el fuego, disparando con chats, blogs, foros, y otras armas de deconstrucción masiva a su alcance.

Se trata en fin de personas que hablan entre sí. Se critica a los blogs por la forma en la que se enlazan y referencian entre sí, sin darse cuenta de que en ese tejido tienen su mayor virtud. Los blogs forman una mesa de redacción global, donde se habla sólo de aquello que interesa a los lectores. La información se depura a sí misma. Esa es la esencia de lo que se cuenta en *Epic 2014*.

En este entorno, la comunicación entre las personas es un juego minimalista. Los adolescentes envían men-

sajes SMS. Los treintañeros escriben blogs. No todo el mundo puede producir una animación interactiva, pero el texto es democrático.

Hasta el momento, la ceguera de los medios tradicionales a esta realidad es apabullante. Las noticias de los diarios en Internet no contienen ni un solo enlace. No se permiten comentarios a las noticias. Publican blogs y los convierten en una sección parecida sospechosamente a las cartas al director. Las noticias multimedia están en una jaula aparte, para que no se confundan con las noticias de verdad. En esencia, la página de inicio de un diario en Internet es indistinguible de la del diario en papel. *Le Monde* no es una excepción.

Hasta cierto punto, es comprensible. Llevan unos doscientos años haciendo el mismo trabajo. Háganlo ahora, entonces. Observen, investiguen, analicen la realidad, consulten fuentes, extraigan conclusiones. Y después escuchen, y sobre todo, enlacen.



Antonio Fraguas, *Forges*, y Fernando Elboj, alcalde de Huesca, entregan a Arcadi Espada el Blasillo de Huesca, premio al ingenio español en Internet.

ENTREVISTA A ARCADI ESPADA, PREMIO BLASILLO DE HUESCA

Por Bruno G. Gallo

Bruno G. Gallo es
periodista de elpais.es

www.elpais.es

Arcadi Espada, periodista y profesor de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, mantiene una página de Internet que ha bautizado como *Diarios*, con el subtítulo *Blog de Arcadi Espada*.¹ Este cuaderno de bitácora tiene algo más de un año de vida, y en enero ha sido reconocido con el premio Blasillo de Huesca² por la contribución de ingenio que aporta a la Red en habla castellana. Amén de recibir su galardón, Espada ha participado en el Congreso Nacional de Periodismo Digital, que es quien se lo ha otorgado, manteniendo una charla a modo de entrevista con Mariano Gistaín, premiado el año anterior.

Entre las barrabasadas con ánimo de provocar con las que ha sazonado durante esta conversación su análisis sobre la prensa en Internet, Espada ha desvelado que la editorial Espasa-Calpe (que ha publicado y premiado su libro homónimo *Diarios*) le paga dinero por publicar su blog. De otra forma no lo haría, creo haber entendido que dijo el periodista, que no cuantificó sus emolumentos. Sin intención de juzgar a Espada, ni por sus comentarios ni por su actitud

1. www.arcadi.espada.com
2. www.blasillodehuesca.net

ni por las circunstancias de su cuaderno en Internet, me asalta una duda: ¿puede denominarse blog una colaboración escrita para un medio de comunicación/editorial/empresa, abonada y publicada en Internet? ¿Una columna de opinión en un medio digital es un blog por el mero hecho de llamarla de esa manera? ¿La presencia en la sombra de un contrato, un empleador, una relación laboral, aunque no coarte en modo alguno la libertad del autor, no atenta contra la naturaleza intrínseca de lo que socialmente se conoce como blog?

En resumen: ¿es lo mismo escribir un diario personal y llegado un día verlo publicado en letras de molde que escribir un diario personal con la intención de publicarlo en letras de molde?



Victoria Prego, subdirectora de *El Mundo*.

A LAS BARRICADAS

Por María Maicas

**María Maicas es
periodista y project
manager de Terra**

www.terra.es

“Ahora mismo, el periodista es un ser proletarizado, pero en términos asombrosos, del que se pide sumisión, al que no se le pide que cumpla con su misión y al que no se le enseña a tener criterio propio e incluso a que no lo mantenga si lo tiene”. Tomo nota de esta frase, una de las últimas que se oyen en el auditorio del Matadero de Huesca, y la voz que las pronuncia pertenece a Victoria Prego, subdirectora de un gran medio de comunicación en España.

Recuerdo entonces los primeros instantes de este congreso, en los que otro gran profesional, Antonio Franco, dejaba desazonados a muchos de los congresistas, sobre todo a los más jóvenes, al hablar de una crisis profunda de los periódicos de pago y la escasa profesionalidad de los medios digitales. Mal empezamos y peor acabamos.

Quizá soy demasiado joven, quizá soy demasiado inexperta, quizá no soy directora de nada. Pero creo que ambos fenómenos están demasiado relacionados. En los últimos años, la prensa escrita está sufriendo por unos cambios en la sociedad, en su entorno y en su propio modelo de negocio que ni siquiera se comienzan a atisbar.

Cuando este congreso daba sus primeros pasos, en el año 2000, la burbuja de Internet estaba a punto de estallar. Entonces, muchos de esos grandes profesionales decían que había que apostar porque “Internet es el futuro”. Y abrían portales donde se volcaba la información de su periódico. Y contrataban gente que tenía ilusiones en ese nuevo formato. No sabían muy bien dónde iba a ir a parar todo aquello, pero “hay que estar”.

Ahora, unos años después y varios millones de euros perdidos en el camino, esos mismos profesionales (es lo que tiene, el relevo generacional no se produce en este negocio) siguen con los tópicos. La diferencia es que hoy ni ellos se los creen. No apuestan por aquellas webs que abrieron apresuradamente para no “perder el tren”. Pocos de ellos contratan a gente, incluso muchos continúan con los despidos a pesar de que ya llueve menos.

Pero lo de “Internet está aquí para quedarse”, el último cliché, de tanto repetirlo se ha hecho realidad.

Y mientras los grandes profesionales, los padres de la Transición, los guardianes del tarro de las esencias, siguen pensando en abstracto sobre el círculo, algunos periodistas digitales y muchos bloggers juegan con la pelota. Y no sólo es que Internet ha venido y nadie sabe cómo ha sido. Sino que ya se puede ganar dinero con ella, aunque para eso sea necesario algo de fe.

Prego dice que sentía compasión por esos periodistas obligados a no tener criterio por una serie de intereses

económicos que atan a sus medios. Pero no significa que no exista el criterio y precisamente ése es el valor añadido que la Red aporta al periodismo. Los blogs han abierto el camino hacia la verdadera profesionalización del periodista, son ellos los que nos recuerdan a diario que la simplificación no puede ser el recurso habitual.

La falta de criterio y la manipulación (la consciente es peligrosa, pero la inconsciente es preocupante) es algo que los lectores nos pueden echar en cara. Ya no hablamos solos desde lo alto de las columnas. A esa parte de las redacciones donde se pisa moqueta no suelen llegar los gritos y quejas de la audiencia. Pero en Internet, son los usuarios los que juzgan con sus comentarios y sus blogs. Y no se van a callar.



A la edición del Congreso de Periodismo Digital de 2005 asistieron más de trescientos periodistas.

COBERTURA ON LINE: TODOS LOS INICIOS SON DIFÍCILES

Por Roberto García

**Roberto García es el
director del Grupo
Aragón Digital**

www.aragondigital.es

Tuve la suerte de seguir muy de cerca el I Congreso Nacional de Periodismo Digital en 2000 e incluso participé como moderador de una de las ponencias. Me impresionó tanto lo que vi que ya no tuve duda: quiero ser periodista digital. Y a ello me dediqué casi en exclusiva, empollando todo lo que caía en mis manos y acudiendo a cuantos cursos sobre la materia se pusieran a mi alcance (por cierto, fue García Mongay el profe que me dio las primeras lecciones de html).

A mediados de 2000, con el asesoramiento del IAF, decidí convertir todo lo aprendido en una empresa; el nombre era fácilmente esperable: Aragón Digital, y así me estrené en esto de los dominios registrando www.aragondigital.com. Poco después ya teníamos empresa y en octubre nació la primera Agencia Aragonesa de Noticias, Aragón Press, con la intención de informar de todo lo que interesara a nuestra comunidad utilizando las posibilidades de Internet.

Así, doce meses después me encontraba, ya no como moderador, sino como iponente! del II Congreso para explicar el nacimiento de nuestra empresa y, lo

que es más importante, formando parte del equipo de periodistas que se encargaba de la difusión de todo lo que acontecía durante aquellos dos primeros días de febrero de 2001. Creamos para la ocasión lo que denominamos *cobertura on line del congreso*: difusión de la información (tanto textos como fotos) a través de Internet, en cuanto ésta se producía.

Para ello llevamos a Huesca nuestros portátiles, cámaras digitales, móviles con puertos infrarrojos..., todo recién comprado (costó un dineral), y que nos parecían lo más moderno del mundo (aunque muy poco tiempo después todo estaba más que desfasado).

Con todo este equipaje nos lanzamos a la tarea de hacer un seguimiento exhaustivo de cuanto ocurría en el congreso, nos comprometimos a actualizar al minuto la web oficial, a enviar cuantos textos y fotos nos pidieran los medios tanto aragoneses como del resto del Estado, e incluso del otro lado del Atlántico, que de todo tuvimos.

Pues bien, cuando montamos todo, descubrimos que la infraestructura que teníamos en la sede del congreso no nos permitía salir a Internet y que ni siquiera teníamos una línea de teléfono fija, así que tiramos de los móviles, que por aquel entonces apenas permitían transmitir textos. Las fotos se acumulaban sin poder ser enviadas, las conexiones por móvil se cortaban cada dos por tres y la desesperación se adueñaba de todos.

Finalmente, conseguimos una línea de teléfono fija, pinchamos un portátil y a través de este equipo fuimos enviando el material; eso sí, los últimos que ese día comimos fuimos los de Aragón Digital. Por la tarde, tres cuartas partes de lo mismo, atasco en la transmisión y pelea con los encargados de las instalaciones del Centro Cultural del Matadero para que alargaran el cierre todo lo que pudieran al término de la jornada. Nuevamente, los últimos en cenar.

Aquel día de la primera cobertura on line que hicimos se ha repetido año tras año. Han sido cinco las ediciones en las que nos hemos encargado de la actualización informativa de la web oficial y en todas ellas el primer día ha estado marcado por las dificultades técnicas.

Año a año hemos pretendido enviar más textos, más fotos, con mayor calidad y a cada intento de mejora nos hemos encontrado con dificultades técnicas, que afortunadamente hemos podido superar. Cada primer día de cada Congreso de Periodismo somos más técnicos que periodistas: tiramos cables, probamos conexiones, configuramos tarjetas y nos buscamos la vida como podemos.

Nos debe gustar sufrir y por eso cada año lo hacemos más difícil todavía. Para la VI edición, además de textos y fotos con mayor calidad que el año anterior, hemos introducido cortes de audio. Y, un año más, nos encontramos con que no podíamos salir a Internet con

la mitad de los equipos y tarjetas que llevábamos. Hasta once portátiles y otras tantas tarjetas inalámbricas tuvimos que llevar en varios viajes desde Zaragoza hasta Huesca, para al final tener que recurrir al cable de toda la vida.

Hasta las 12.15 horas no pudimos colgar la noticia de la inauguración, así que la inmediatez en este caso llegó con un retraso de más de una hora y la confirmación de que en las primeras horas siempre tenemos problemas técnicos. Aún con todo, cada día del congreso colgamos una veintena de informaciones, muchas con sonidos, y distribuimos a través de web oficial o por peticiones directas más de un centenar de fotografías. Ahora mismo seguimos atendiendo solicitudes de textos e imágenes del congreso, especialmente de las facultades de Periodismo, tanto españolas como de América del Sur, donde se hace un especial seguimiento.

Si el próximo año la organización vuelve a confiar-nos la misión de contribuir a la difusión del congreso, hemos hecho firme propósito de no fiarnos y el día antes haremos todas las pruebas técnicas habidas y por haber para evitarnos el ataque de nervios de cada comienzo de cobertura. Aunque eso mismo dijimos el año pasado...



Los asistentes al taller “Un día con Jon Lee Anderson”, en el Centro Cultural de Ibercaja del Palacio de Villahermosa.

PERFIL DE JON LEE: SIN TÍTULO

Por Esther Puisac

**Esther Puisac
es periodista de
Televisión Española**

www.rtve.es

Posee un aire distinto y por eso supe diferenciarlo enseguida entre trescientas personas. Su melena, de un largo extraño, fuera de modas. Un pelo hecho para no tener que pasar por la peluquería cada mes, ni cada dos. Su ropa, extrañamente adaptada para cualquier ocasión: correcta en esta cena con colegas, adecuada para recorrerte Bagdad, abrigada para estar en Londres y fresca si se remanga para trabajar en Ayacucho. Un americano en medio de una mesa de españoles que le escuchaban con atención mientras gesticulaba. Un estadounidense extraño.

Me acababan de decir que Jon Lee Anderson estaba en mi ciudad y de un vistazo le identifiqué sin conocerlo de entre todos los asistentes al Congreso de Periodismo Digital. Como de costumbre, perdí el horario y por ello su conferencia. Pero dos días más tarde iba a tener la oportunidad de conocerle un poco más en un taller que él iba a impartir.

Y llegó el día. Aún con ropa distinta, el estilo todo terreno permanecía. Rostro cansado del que viaja desde Irak en guerra a Inglaterra y no se le ocurre nada mejor que tomarse el “respiro” que da un congreso.

Físicamente, es un híbrido entre Bryan Brown y Clint Eastwood. Entre el conjunto destacaba su reloj de Tintín y los bolos divertidos de las suelas de sus zapatos de ante. Y sus ojos azules azules. Ni azul marino, ni azul agua, ni azul petróleo. Son azules azules. Lo que han visto esos ojos.

Alguien que de repente hubiera abierto la puerta podía creer que era una clase más de las que se pueden impartir en el centro cultural en el que nos alojábamos. Pero su presencia allí era poco menos que milagrosa. De un solo hilo tejido desde catorce partes diferentes del mundo pendía la posibilidad de participar en el congreso. El avión de Bagdad, su nuevo próximo reportaje para *The New Yorker* en Afganistán, el enlace con Inglaterra, las galeradas de la última edición donde se publica su perfil de Iyad Alawi, las conversaciones con su editora, con su verificador de datos y con su editora de copia... Pero por una vez, esos catorce factores se unieron en el tiempo y a pesar del espacio y Jon Lee estaba allí, ante un puñado de periodistas y otro puñado de aprendices. Ni aún los más vividos podían resistirse a sus historias y le miraban atentamente mientras él relataba, supongo que por enésima vez, una selección de las mejores anécdotas de su vida periodística y un esquema de su estilo. “El perfil es un género que conlleva a todos los demás géneros. Es un retrato en palabras, y la vida de la persona que aboradas debe iluminar la Historia y no tiene por qué ser un líder mundial”.

Sus ojos azules azules enseñaban a los testigos de profesión cómo mirar. “Debéis ver la escena. Es lo más importante para un perfil. Cuando tienes una buena escena tienes ya una gran parte de tu trabajo hecho”, decía Anderson. Y así intentaba explicar al periodista de prensa escrita que vea en televisión; al de radio que mire en cinemascopio y al de televisión que piense en literatura. Encadenaba en aparente desorden, pero con sus lógicos aunque inverosímiles nexos, al rey Juan Carlos con Gabriel García Márquez, a Pinochet con Fidel Castro, Afganistán con el Amazonas, Nueva York con Granada, Inglaterra con Santo Tomé.

Y no les hablo de lo mucho que nos enseñó. Téngannos envidia a los que asistimos. Sólo apuntaré su rubor juvenil cuando una de las asistentes le dedicó el titular “Jon Lee, un tintín explorador de interiores” o la humedad de sus ojos al hablar de compañeros muertos a su lado en los conflictos del mundo que le ha tocado vivir. Tras la foto de rigor, cambio de tarjetas y la despedida. Huesca, Inglaterra, Afganistán, quizás Irak de nuevo. “Cuídate, Jon Lee”, le digo con cariño, a lo que me responde: “Suerte con tu reportaje en el pueblo ése que me has dicho. Estoy seguro de que será muy interesante”.

(JON LEE, SI LEES ESTAS LÍNEAS HAZME DE EDITOR, PÁSALAS POR LA LUPA DEL VERIFICADOR DE DATOS Y RECUÉRDAME QUE TENGAMOS UNA REUNIÓN CON LA EDITORA DE COPIA ANTES DE LAS GALERADAS. EL TÍTULO, POR SUPUESTO, ESTÁ PENDIENTE DE QUE LO REDACTE UN ESPECIALISTA).



Fachada de El Edén.

EL FUTBOLÍN DE EL EDÉN

Por Fernando García Mongay

**Fernando García
Mongay es director
del Congreso de
Periodismo de Huesca**

**www.
congresoperiodismo .
com**

Sudaba la gota gorda mientras, entre gol y gol, apuraba un Marlboro y un Cacique con Coca-Cola. Cuanto más sudaba, mejor jugaba. Al menos, eso es lo que creía el jugador que desprendía adrenalina manejando la media y la delantera. Le gustaba jugar “delante” donde “no vale pasar o hacer jugada”. Tampoco se puede arrastrar. La primera bola, al centro. Las siguientes para la media del equipo al que le acaban de meter el gol. Son las reglas.

Cumplió cuarenta pocos meses antes. Hacía muchos años que no jugaba al futbolín. En pocos minutos comprobó que era como ir en bici, que no se olvida nunca, y que el giro de la muñeca izquierda le permitía, como antes, meter goles con la media. Se lo estaba pasando en grande. Pidió la sustitución después de diez partidas. No fue el cansancio. Tres Caciques eran demasiados para cualquier vejiga. Mirando las baldosas del baño se percató de que estaba allí porque se había inscrito en un congreso de periodismo digital, el primero que se celebraba en Huesca. Salió del baño y, antes de regresar al campo de juego, pidió otro Cacique para celebrar, por ejemplo, que hacía unos días que había comenzado el 2000.

El Edén.¹ Un nombre apropiado. Un paraíso para el jugador de fútbol que quiere escuchar la buena música que selecciona Carlos en una máquina, por la que paga a la Sociedad de Autores, con un disco duro que almacena miles de canciones. Además, la bebida es de garantía. Pero el nombre se las trae para algunos asuntos. A las tres de la madrugada, un congresista paga una ronda. Mientras guarda cuidadosamente el ticket en la cartera, piensa en voz alta: “¿Cómo demonios voy a pasar una factura a la empresa de un bar que se llama El Edén?”. Al año siguiente, volverá a sonreír al recordar la carcajada de los de contabilidad al ver la factura. “Así que unas copitas en El Edén, ¿eh?”, le dijeron. “¡Oye, que no es un puticlub!”, contestó él.

En las primeras ediciones del congreso de periodismo, el fútbol funcionaba con monedas de 100 pesetas. Ahora, cuesta 1 euro. Pero en seis años se han visto cosas más extrañas. Por ejemplo, en la quinta edición, un curtido corresponsal de guerra caía abatido por dos periodistas que, para su mayor escarnio, eran unas jovencitas. La misma noche, un subdirector de periódico importante recuperó el giro de muñeca y pasó a la historia del evento como uno de los mejores jugadores de fútbol que se han visto por El Edén.

A veces, los debates continúan en El Edén, donde instalaron Wi-Fi antes del cuarto congreso. En enero de 2004, decenas de personas bailaban y media doce-

na se dedicaban a enseñarse páginas los unos a los otros. Ordenadores de bolsillo, portátiles, llaveros USB, cámaras de fotografía digital... Todo desplegado encima de la mesa.

Que no te den garrafón es una garantía de que la resaca siempre será más llevadera. En Huesca, dice uno de Madrid, los cubatas son enormes y baratos. Los oscenses no piensan lo mismo. Por lo de “baratos”, digo. Después del fútbolín, todos bailan. Mariano realiza una cabriola imposible. Los que miran contienen la respiración porque ha debido doler. Pero, no. Se recupera y sigue bailando mientras Matías y Jorge le aclaman.

En enero de 2005 en Huesca luce el sol. Una tarde, en los pasillos, entre ponencia y ponencia, alguien ha dicho que “cada edición del congreso es menos digital”. El sonido seco que produce el impacto de la pelota cuando entra en el cajón de la portería del fútbolín es excitante. Los jugadores aprovechan el descanso para beber de sus copas. Un tipo que ya no fuma anota en una iPaq:

Corresponsales
Periodismo – Escuela
Lo mejor de Internet
Diseñadores
Televisión e Internet
El usuario como periodista

No ha terminado la sexta edición del congreso y ya piensa en la séptima. Por suerte, al día siguiente no entenderá los garabatos que ha escrito mientras esperaba en el futbolín de El Edén. La culpa será del Cacique.

INTRODUCCIÓN	5
TALLER DE FOTOGRAFÍA DIGITAL	
Por Antonio Espejo	7
EL TALLER DESDE EL OTRO LADO	
Por Vanesa García Bermejo	11
LA FOTO DE BELCHITE Y EL PADRE INVISIBLE	
Por Antón Castro	17
EL ARRANQUE	
Por Samuel Barraguer	21
MIS 20 SEGUNDOS DE GLORIA	
Por Dolors Pou	25
EL MONOVOLUMEN	
Por Kike Caraballo	29
QUE ALGUIEN PONGA ORDEN	
Por Ricardo Villa	33
AL JAZEERA O LA ISLA DE LOS ENREDOS	
Por Laura Laliena	37
BAJO EL MISMO NOMBRE	
Por Cristina Remartínez	43
ÉSTE PUEDE SER EL AÑO	
Por Pablo Romero	47
EL TRIUNFO DE LO EFÍMERO	
Por Guillermo Rodríguez	51
EL REPORTAJE Y LOS MEDIOS EN LA RED	
Por José Cervera	55
¿SE PUEDE VIVIR DE INTERNET?	
Por Ignacio Escolar	59

DE LA EDAD DE PIEDRA A LA GALAXIA DIGITAL Por Rafael Bardají	63
UNAS OCURRENCIAS QUE, POR LO TANTO, NO ASPIRAN A CAMBIAR EL MUNDO (Y MENOS LA PROFESIÓN) Por Jorge Orús	69
SITUACIÓN DEL PERIODISTA DIGITAL Por Fernando González Urbaneja	75
EL ATAQUE DEL PERIODISTA DE LOS DOCE MILLONES Por José Alonso Seco	79
LA TELEVISIÓN PÚBLICA, DE SANCHO AL LAZARILLO DE TORMES Por Rubén Cristóbal	83
¿FINANCIACIÓN? Por Jorge Alcalde	87
EN SU JUSTO MEDIO Por Darío Pescador	91
ENTREVISTA A ARCADI ESPADA, PREMIO BLASILLO DE HUESCA Por Bruno G. Gallo	95
A LAS BARRICADAS Por María Maicas	99
COBERTURA ON LINE: TODOS LOS INICIOS SON DIFÍCILES Por Roberto García	103
PERFIL DE JON LEE: SIN TÍTULO Por Esther Puisac	109
EL FUTBOLÍN DE EL EDÉN Por Fernando García Mongay	113

9 788460 968894



ASOCIACION
DE LA PRENSA
DE ARAGON



1

1 0