

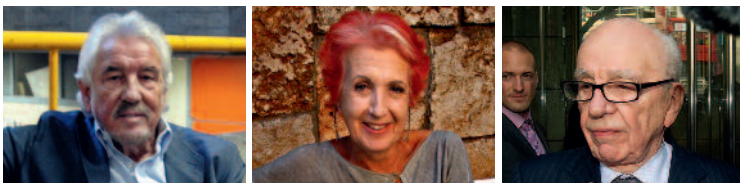
## Máximo ético, mínimo jurídico

*Más vale autorregularnos  
a que nos regulen*

**Reportaje.** La buena prensa  
**Cara a cara.** Libres y responsables  
**Tribuna.** Lucía Oliva  
**Panorama.** Perspectiva internacional  
**Opinión.** Juan Carlos Suárez



**ENTREVISTA: MANUEL NÚÑEZ ENCABO**  
**OFICIO: ROSA MARÍA CALAF**  
**A FONDO: CASO MURDOCH**





Hemos puesto el corazón  
en acercarte al mundo.

Ponemos a tu alcance más de 750 destinos en 150 países.



**IBERIA** 

[iberia.com](http://iberia.com)

**EDITA:**  
FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES  
DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (FAPE)  
TEL. 91 360 58 24

**JUNTA DIRECTIVA**

**PRESIDENTA:**  
ELSA GONZÁLEZ DÍAZ

**VICEPRESIDENTES:**  
NEMESIO RODRÍGUEZ  
AURELIO MARTÍN

**SECRETARIO GENERAL:**  
CARLOS SANZ ESTABLÉS

**VICESECRETARIO GENERAL:**  
ALFONSO SÁNCHEZ

**TESORERA:**  
MARÍA JESÚS CHAO

**VOCALES:**  
ABETA CHAS  
JOAQUÍN CLEMENTE  
MARÍA ÁNGELES SAMPERIO  
LIDIA YANEL  
MARÍA JOSÉ PACHECO  
MIGUEL ÁNGEL BARÓN

**REDACCIÓN**

**DIRECTOR:**  
EDUARDO SAN MARTÍN

**REDACTORA JEFA:**  
MARTA MOLINA

**IMPRESIÓN:**  
IMPRESOS Y REVISTAS

**DISTRIBUCIÓN:**  
ZELERIS

**DEPÓSITO LEGAL:**  
M-10336-2005

**EDICIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN,  
DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD:**  
GRUPO TPI  
AVENIDA MANOTERAS 26 – 3ª PL.  
28050 MADRID  
TEL. 91 339 67 30  
TEL. 91 339 68 63 PUBLICIDAD  
MAIL. maldaiturriaga@grupotpi.es  
FAX: 91 339 63 69  
www.grupotpi.es

CUALQUIER FORMA DE  
REPRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN,  
COMUNICACIÓN PÚBLICA O  
TRANSFORMACIÓN DE ESTA OBRA  
SOLO PUEDE SER REALIZADA CON  
LA AUTORIZACIÓN DE SUS  
TITULARES, SALVO EXCEPCIÓN PRE-  
VISTA POR LA LEY. DIRÍJASE A CEDRO  
(CENTRO ESPAÑOL DE DERECHOS  
REPROGRÁFICOS, WWW.CEDRO.ORG)  
SI NECESITA FOTOCOPIAR  
O ESCANEAR ALGÚN FRAGMENTO  
DE ESTA OBRA.

**SOLICITADO CONTROL OJD**



ILUSTRACIÓN PORTADA: DIEGO BLANCO

Año VII  
Otoño 2011

12



# Sumario

## nº26

- 4 Galería FAPE**  
Álvaro Ybarra Zabala.
- 7 Editorial**
- 8 En Portada**  
Reportaje. La buena prensa.  
Entrevista. Manuel Núñez Encabo.  
Actualidad. Quién es quién.  
Cara a cara. Libres y responsables.  
Tribuna. Lluçia Oliva.  
Panorama. Perspectiva internacional.  
Opinión. Juan Carlos Suárez.  
A fondo. *Caso Murdoch.*
- 30 Internacional**  
El mundo contado por los anglosajones.
- 33 Dos generaciones**  
José María Carrascal e Ignacio Escolar.
- 36 Oficio**  
Rosa María Calaf.
- 38 Noticias FAPE**
- 43 Asociaciones**  
Oficio enfermo.
- 48 Libros**
- 50 Carné FAPE**
- 53 Asociaciones Federadas**  
Y asociaciones vinculadas a la FAPE.





**ÁLVARO YBARRA ZAVALA**

ATESORA PREMIOS COMO QUIEN COLECCIONA CROMOS. ÁLVARO YBARRA ZAVALA, DE 31 AÑOS, RECIBIÓ ESTE AÑO EL GETTY GRANT Y QUEDÓ FINALISTA DEL VISA D'OR QUE OTORGA EL RENOMBRADO FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOTOPERIODISMO VISA POUR L'IMAGE. ESPECIALIZADO EN LA COBERTURA DE CONFLICTOS BÉLICOS, HA LLEVADO SU CÁMARA A LOS DE CHECHENIA, IRAK, AFGANISTÁN, COLOMBIA, UGANDA, RUANDA, LOS BALCANES, SUDÁN...

MIEMBRO DEL STAFF DE LA AGENCIA GETTY IMAGES, TAMBIÉN HA PUBLICADO EN *TIME*, *NEWSWEEK*, *LE MONDE*, *LIBERATION*, *VANITY FAIR*, *XLSEMANAL*, *ABC*, *L'ESPRESSO*, *GEO* Y *EL PAÍS*, ENTRE OTROS.

### LA MIRADA MADURA

En una visita a la sede de Getty Images, en enero pasado, inmediatamente descubrí esta imagen entre muchas otras.

La mirada intrigada, casi intimidada, de este niño colombiano que resiste bajo la lluvia capturó mi mente, eclipsando el resto de fotografías de la sala.


Hace completa justicia a su autor, Álvaro Ybarra, uno de los fotógrafos mejor dotados de su generación y, sin ninguna duda, uno de los grandes de mañana.

Desde sus inicios, sigo regularmente su trabajo y no deja de impresionarme, tanto por la madurez de su mirada como por la agudeza con que la posa sobre el mundo. Más allá de que incontestablemente esté considerado uno de los nuevos talentos de esta profesión, Álvaro es un tipo humilde, discreto, amable e inteligente. Encontrar tantas cualidades en un solo hombre obliga respeto.

*Jean François Leroy, fundador y director del Festival Visa pour l'Image.*

**FOTÓGRAFO: ÁLVARO YBARRA ZAVALA**  
FINALISTA EN VISA POUR L'IMAGE 2011





# Apostamos por la innovación para conectar a las personas

En Telefónica vemos hacia donde va el futuro de las telecomunicaciones y dedicamos gran cantidad de recursos humanos y económicos para alcanzarlo. Día a día generamos un mayor y mejor servicio que satisfaga todas las necesidades de comunicación y respete los entornos en los que trabajamos.

- El 76,6% de nuestra inversión total se dedica a transformación y crecimiento (nuevos servicios e infraestructuras).
- El 7,6% de nuestros ingresos totales anuales se destinan a innovación.
- En 5 años casi hemos duplicado nuestra inversión en I+D+i superando los 4 mil millones de euros.

**Transformamos el presente para mejorar el futuro.**

*Telefonica*

---



## Autorregulación

Cómo hacer que los periódicos sigan siendo fuertemente libres, menos extravagantemente horrorosos y sigan ganando dinero para sobrevivir. El semanario *The Economist* se hacía esta pregunta en medio de la crisis provocada este verano en la prensa británica por el caso de las escuchas telefónicas ordenadas por directivos de los periódicos de Rupert Murdoch, en unos casos a personajes famosos para obtener co-tilleos; en otro, que fue el que encendió la mecha del escándalo, pirateando el buzón de voz de una joven recién asesinada. La pregunta de la revista londinense resumía el dilema de la prensa contemporánea, enfrentada a una competencia desbordada en la Red, a la que no le

son exigibles los mismos estándares de calidad y rigor: cómo sobrevivir económicamente con un producto encarecido por esas exigencias, sin perder independencia ni caer en la tentación del sensacionalismo.

Ante casos como el de las escuchas que provocó una fuerte contestación social, los políticos suelen reaccionar ofreciendo nuevas dosis de intervencionismo. También en el Reino Unido, donde la libertad de prensa suscita normalmente un mayor respeto entre los gobernantes que en otros países europeos. Cameron hablaba de un regulador "efectivamente independiente", sugiriendo como modelo el que vigila las buenas prácticas en el mundo de la publicidad, mientras que el líder laborista Ed Miliband proponía sustituir la Comisión de Quejas de la Prensa por un organismo que no incluyera editores de prensa en activo. Sin embargo, mientras que otros sistemas de control fallaron, fue una parte de la propia prensa (*The Guardian*, de forma destacada) la que sacó a la luz el escándalo. Precisamente la que no gana dinero, recordaba el semanario.

Tampoco parece una buena idea modificar las leyes penales. Las que existían en el momento fueron suficientes para dar una adecuada respuesta judicial a los responsables del caso en cuestión y, además, existen muchas conductas reprobables desde el punto de vista ético y ciudadano que no son delito. La respuesta debe seguir siendo la autorregulación, aunque en el caso británico la veterana PCC, el espejo en que se han mirado otros países a la hora de abordar el problema de los excesos de la prensa, no haya estado a la altura de las circunstancias según todos los indicios. Perfeccionar los mecanismos de mediación del organismo regulador, sobre la base de una legislación civil más contundente en defensa de la privacidad, y convencer a los infractores que ésa es para ellos una alternativa menos arriesgada que ser llevados ante los tribunales, era la solución ofrecida por el editorialista de *The Economist*.

Con una vocación semejante nace la Fundación para la Comisión de Quejas de la FAPE. La Comisión, vinculada exclusivamente a la Federación, se constituyó en 2004 y desde entonces ha cumplido un meritorio papel en defensa de las buenas prácticas periodísticas. De lo que se trata ahora es de ampliar su espectro, dando entrada en el órgano de apoyo recién creado a otras asociaciones profesionales, organizaciones de editores y facultades de Ciencias de la Información, para garantizar su autonomía y su independencia. Autorregulación no es autocensura, como afirman voces interesadas; las mismas que solo admiten como norma el Código Penal porque prefieren pastar en las amplias praderas de las conductas inmorales no delictivas.

*Eduardo San Martín*  
Director de *Periodistas*

# La buena prensa

Regulación versus autorregulación. La FAPE responde al debate con la constitución de la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología, iniciativa que pretende implicar a todos los sectores de la sociedad en la tarea de velar por un ejercicio periodístico sano

Texto: Marta Molina

“El problema de nuestra profesión es más bien ético”. La frase es de Ryszard Kapucinsky. Dicen de él que fue uno de los periodistas más honestos, pero incluso sobre el mejor pesan sombras. Artur Domszlawski, su discípulo y amigo, asegura en *La no ficción de Kapucinsky* (Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, 2010) que el maestro condimentaba sus crónicas periodísticas con ciertas dosis de fantasía.

Jason Blayr arrastró consigo al director y exdirector de *The New York Times*. Hasta que saltaron las alarmas, el prolífico exredactor falseó 36 de los 73 reportajes que publicó en el prestigioso diario estadounidense sin que uno solo de sus *fact-checkers* (verificadores de datos) lo investigara. Desde la concesión del Premio Pulitzer a Janet Cooke por *El mundo de Jimmy*, la entrevista a un niño toxicómano inexistente, hasta la portada de los principales periódicos españoles el 12 de marzo de 2004 acusando a ETA del atentado de Atocha pasando por la tendencia

a extralimitarse y su apego por los juicios paralelos, las presiones a las fuentes para obtener declaraciones en una línea dirigida, el amarillismo rallante y la contaminación política de ciertos medios, la historia de esta profesión está salpicada de manchas que, aunque anecdóticas, ensucian el expediente.

Al periodismo se le atribuye una base inquebrantable de integridad y buen hacer por su finalidad de servicio público y su compromiso con la ciudadanía, pero la buena prensa también falla. Al público de juzgar, *News of the World* echó el cierre en julio pasado tras 168 años sin faltar a su cita dominical. El tabloide del magnate australiano Rupert Murdoch, ejemplo de periodismo amarillo, se hundió en su propia ética de barro. El escándalo de las escuchas telefónicas con que conseguía sus exclusivas levantó en armas a la sociedad británica que, tras más de 60 años de ejemplar autocontrol, exigió un nuevo sistema de regulación de los medios.


De notable prestigio, la Comisión de Quejas de la Prensa Británica (PCC, por sus siglas en inglés) patinó esta vez dando pie a los detractores de la autorregulación a reivindicar una reforma del modelo, los moderados, y una legislación específica para el periodismo, los más restrictivos. El debate volvió a estar sobre la mesa y la pregunta estrella en boca de todos: ¿Cuál es la mejor ley de prensa?

Las opiniones fluctúan entre la postura reguladora, que propugna un régimen de normas y sanciones específicas, y la liberal, que rechaza cualquier vigilancia, inclusive la interna. En un punto medio, la profesión se decanta mayoritariamente por dotarse de mecanismos de autocontrol que velen por un ejercicio periodístico sano. Consejos de prensa, códigos deontológicos, libros de estilo, defensores del lector y de la audiencia, verificadores de datos, fes de erratas, rectificaciones, declaraciones y manifiestos trabajan por preservar los estándares periodísticos señalando fugas en la responsabilidad social del periodismo.

Con ese interés, cinco organizaciones profesionales crearon el 28 de julio pasado la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, entidad que, según reza la escritura de constitución, viene a completar “un sistema de autorregulación de la profesión que pretende dar explicaciones a la sociedad y a los propios periodistas sobre la buena práctica”.

*Periodistas a nuestros zapatos*, así tituló la presidenta de la FAPE una autocrítica tribuna de opinión a propósito del caso *Murdoch*, publicada en el diario *Público*, en la que se preguntaba qué hubiera sucedido en España en una situación similar. “Instaurar mecanismos de control para agrandar la delgada línea roja entre la libertad de información y la protección al honor, el interés público, solo afectaría negativamente al derecho de los ciudadanos que se pretende amparar, el de recibir una información libre, rigurosa y de calidad”, advertía en su





## Consejos de prensa, códigos deontológicos, libros de estilo, defensores del lector y de la audiencia, fes de erratas... trabajan por preservar los estándares periodísticos

artículo. Elsa González defendía “una prensa valiente frente al poder establecido, pero con altura moral”. Y no es de cumplir la norma a rajatabla de lo que hablaba, sino de “responsabilidad”.

### Máximo ético, mínimo jurídico

La autorregulación periodística encierra cuatro palabras: “Máximo ético, mínimo jurídico”, una de las frases recurrentes de Manuel Núñez Encabo. Redactor y ponente del Código Europeo de Deontología del Periodismo, el presidente de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE advierte: “El autocontrol es la única manera de evitar códigos penales y sanciones desorbitadas del código civil y de hacer que justos no paguen por pecadores”.

Margaret Thatcher se siente atacada por la prensa. La dama de hierro está al filo de su mandato, corre 1990 y ha perdido ya el liderazgo y el apoyo del Partido Conservador. Anuncia entonces una reforma restrictiva de la legislación antilibelto, que recibe la respuesta unánime de la industria: “Señora ministra, ahórrese el trabajo de regularnos que ya nos autorregularemos nosotros”. Nace así la Comisión de Quejas de la Prensa, patrón de la Comisión de Quejas y Deonto-

logía de la FAPE, constituida en 2004, 13 años más tarde que su homóloga británica y siete después que su equivalente catalán, el Consejo de la Información de Cataluña.

Creado con anterioridad “gracias a la simpatía de la industria y de la clase política regional hacia el proyecto que facilita su nacimiento” –explica Fernando González Urbaneja, presidente saliente de la Asociación de la Prensa de Madrid y promotor del órgano autorregulador de la FAPE–, el Consejo de Cataluña abre la espita en España, donde ya había calado hondo el Código Europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa, 1993).

La FAPE trabaja con ahínco y en siete años la Comisión emite medio centenar de resoluciones sobre demandas presen- ►

# EN PORTADA

## MÁXIMO ÉTICO, MÍNIMO JURÍDICO

### REPORTAJE

► todas a iniciativa de parte que denuncian infracciones del Código Deontológico de esta Federación, vigente para todos los periodistas miembros desde su aprobación en 1993.

#### El músculo de la Comisión

La necesidad de fortalecer el órgano lleva a Fernando González Urbaneja a proponer un modelo donde tengan cabida universidades, editores y otras entidades y organizaciones interesadas en la defensa de la libertad de información. La FAPE, la Asociación de la Prensa de Madrid, la Asociación de la Prensa de Guadalajara y la Asociación de Periodistas de Información Económica se constituyen en promotoras y el de 28 de julio pasado ve la luz la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología, “una iniciativa privada, financiada por sus patronos, al servicio de la sociedad y sin vinculación oficial o política”, en palabras de Elsa González, sobre quien recae la doble responsabilidad de presidir la Federación y la entidad que sostiene su órgano regulador.

La Fundación nace con la voluntad de ampliar su espectro de actuación y dotarse de una estructura robusta. “Queremos una entidad a imagen de la Press Complaints Commission, con personal propio y servicio de estudios incluido, que publique informes periódicos, organice charlas y celebre seminarios sobre ética y deontología del periodismo”, expone Fernando González Urbaneja, quien al final de su mandato ve como se consolidan los esfuerzos por concienciar a profesionales y ciudadanos.

Dormida en el cajón de los proyectos difíciles durante once años, Fernando González Urbaneja res-

cata la idea promovida por Jesús de la Serna, presidente de la FAPE entre 1994 y 2000, y busca la complicidad de los principales medios de comunicación españoles, no sin dificultades. Los detractores de la autorregulación excusaron su falta de compromiso con variedad de argumentos: asimilaron la Comisión a un tribunal de honor, acusaron a sus promotores de promover la autocensura y de pretender ocupar un espacio reservado a los tribunales y al código penal e, incluso, atribuyeron la idea a una maniobra del grupo Prisa, entre otras consideraciones. Con todo, los impulsores echaron el resto y la Comisión se estrenó en 2005 con el *Informe sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo*, que la Federación Internacional de Periodistas (IFJ, por sus siglas en inglés) asumió en septiembre.

Presidida por Antonio Fontán hasta su fallecimiento en enero de 2010, la Comisión reformó su estructura tras la toma de posesión de Manuel Núñez Encabo ese mismo mes y redujo sus miembros a nueve. Los periodistas quedan en número de tres (María Dolores Masana, Alejandro Fernández Pombo y Marisa Ciriza), otro tercio es ejercido por expertos del mundo judicial (Rafael de Mendizábal, Luis Martín Mingarro y Carlos Hernández San Juan) y una tercera parte por personalidades relevantes (Manuel Núñez Encabo, José Sánchez Faba y José Luis Martínez Albertos).

Desde su primer mandato, este cónclave de sabios “comprendió que la profesión periodística y sus organizaciones son sensibles a la ética y a la responsabilidad profesionales”, pero la buena prensa también falla y por eso, igualmente desde siempre, apostó por herramientas de autocontrol “para que la mera voluntad no deje en papel mojado los códigos”, según plasma Antonio Mora, presidente de la Asociación de la Prensa de Granada, en *La virtualidad de los códigos deontológicos en periodismo. El caso español de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España a través de las resoluciones de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE*, tesis publicada por la Universidad de Málaga en 2010.

Con cada queja que recibe, la Comisión llama a las partes a presentar alegaciones, estudia la cuestión y nombra un ponente encargado de redactar una resolución que contendrá el veredicto al que ha llegado tras investigar y debatir el caso “en orden a reforzar el arbitraje, la mediación, el entendimiento, y la recomendación de petición de disculpas u otros”, según figura en su Reglamento.

Al mediar entre los profesionales y las personas que se sienten agraviadas por un determinado comportamiento periodístico, la Comisión evita la judicialización de conflictos entre la información y sus usuarios. Aunque no entra a valorar asuntos de competencia jurisdiccional, sus resoluciones sirven a los jueces “como base documental para dictar sentencia sobre casos previamente valorados por la Comisión”, explica Manuel Núñez Encabo, quien además destaca la “rapidez y gratuidad” con que son emitidas.

El modelo funciona y España alcanza en poco tiempo niveles de autorregulación pe-

## La autorregulación periodística encierra cuatro palabras: “Máximo ético, mínimo jurídico”

riodística similares a los países más avanzados de su entorno. Las organizaciones profesionales predicán sus códigos deontológicos, aunque las resoluciones de los órganos reguladores obtienen todavía poca publicidad en los medios. El público, sin embargo, da muestras de conocer las reglas de la profesión y acude a defensores del lector y de la audiencia invocando normas y principios editoriales.

#### Legisladores de sí mismos

Desde su tribuna de director del Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano que preside Gabriel García Márquez, Javier Darío Restrepo anima a los periodistas a convertirse en legisladores de sí mismos. “Las buenas formas no las impone la ley”, resume coincidente Josep Pernau, promotor del Código Deontológico del Col.legi de Periodistes de Catalunya y presidente del Consejo catalán de la Información entre 2004 y 2008, en un sentido que comparte María Dolores Masana, expresidenta de la sección española de Reporteros Sin Fronteras y vicepresidente de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE. “Más vale autorregularnos a que nos regulen”, instruye. Lapidario. ■

Más información sobre la Comisión, resoluciones, informes y modelo para formular quejas en [www.comisiondequejas.com](http://www.comisiondequejas.com)

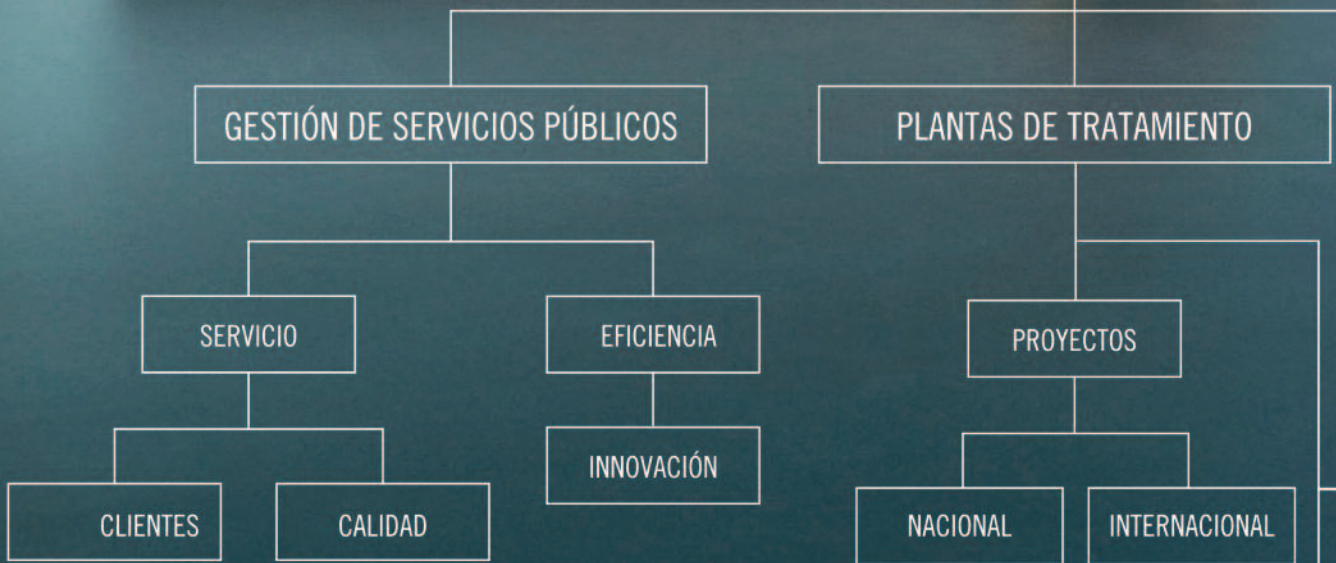
NOSOTROS GESTIONAMOS  
EL CICLO DEL AGUA A  
TRAVÉS DE AQUALIA.  
TÚ HACES UN CONSUMO  
RESPONSABLE.

LO ESTAMOS  
HACIENDO JUNTOS



Servicios Ciudadanos

Infraestructuras | Medioambiente  
Gestión del agua | Energías renovables



## Manuel Nuñez Encabo

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DE LA FAPE

# “El Derecho aplicado por los tribunales resulta insuficiente”

Texto: José Manuel G. Torga

Quedamos en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, donde el profesor Manuel Nuñez Encabo desempeña una cátedra europea Jean Monnet. Le conocí hace años, compartiendo un tribunal de tesis doctoral. De nombre, me había quedado en la memoria cuando votaba en el hemiciclo del Congreso, antes de la irrupción de Tejero. Ahora, el diálogo es sobre la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, que preside.

**¿Cuántas resoluciones lleva dictadas la Comisión?**

Son 60, teniendo en cuenta que la Comisión de Quejas tardó en ponerse a funcionar, por los ataques que tachaban su labor de censura. Quien la pone en práctica es Fernando González Urbaneja, lo cual tiene un gran mérito. Desde que en 1993 se aprueba el Código Deontológico de la FAPE, pasan muchos años hasta la creación de la Comisión. Hemos ido trabajando, con Antonio Fontán, como primer presidente del órgano, una persona de un renombre intelectual fuera de serie, que ha sido muy importante para prestigiarla.

**¿Destacaría alguna resolución?**

La primera resolución que se dio, de ámbito

nacional, por un tema muy polémico, fue en el caso de Lydia Lozano con la familia Al Bano. Durante un año, la periodista informó de manera falsa sobre el caso de la muerte de una de las hijas en Telecinco y en otras televisiones, diciendo que estaba viva. Fue un escándalo. La Comisión elaboró y emitió una resolución, muy estudiada, que fija la ética periodística. A partir de ahí han venido otras resoluciones que abarcan a todos los medios –prensa, radio, televisión, Internet– sobre cuestiones diversas del ejercicio periodístico.

**¿La Comisión actúa siempre a solicitud de alguien afectado o puede hacerlo de oficio?**

De las dos formas. El reglamento prevé que se reciban las demandas por parte de cualquier ciudadano que tenga un interés legítimo en relación con el tema y entonces se abre un expediente. También la Comisión puede, de oficio, abrir expedientes en casos que denominamos de urgencia o escándalo público.

**¿Qué diferencia hay entre esta Comisión y los tribunales de honor, proscritos por la Constitución?**

La voluntariedad hace la diferencia; el que se somete a la autorregulación lo hace voluntariamente, porque a la ética no se puede

ir impelido por la fuerza. Ahora bien, uno puede asumir obligaciones voluntariamente y obligarse a cumplirlas. Y ¿cómo se obliga? Con el compromiso público de cumplimiento por el periodismo.

**Pero ese sometimiento no es individual sino, entiendo, del colectivo periodístico.**

La autorregulación es del periodismo, que está integrado por una realidad dual: que son los periodistas y los editores. ¿Quiénes se deben comprometer voluntariamente?: los periodistas y los empresarios, porque tienen un deber con el derecho fundamental de los ciudadanos.

**En algunos países la autorregulación abarca a periodistas y empresas periodísticas. ¿En España también?**

No, todavía, aunque el Código Europeo de Deontología del Periodismo establece que deben comprometerse los periodistas y las empresas periodísticas.





## “La Comisión actúa a solicitud de alguien afectado o de oficio”

### ¿En qué países se aplica así?

En cada país la autorregulación ha tenido un origen histórico. En el Reino Unido fueron los empresarios los que crearon la Comisión de Quejas; pero la Comisión, en la realidad, está integrada por empresarios, por periodistas y por el sector social que es mayoritario y obliga no solo a las empresas sino, indirectamente, también a los periodistas. Los diversos modelos, tienen todos ellos unas señas de identidad comunes. ¿Qué comisiones nacen ya con periodistas y empresarios? Las de Suecia y Alemania. A partir de 1993, el Consejo de Europa se-

ñala que la ética debe alcanzar a empresarios y periodistas; por tanto la autorregulación debe ser común para ambos. Desde entonces comienzan a aprobarse en Europa múltiples códigos deontológicos y comisiones; pero la mayoría solo por iniciativa de periodistas, no de empresarios. Los periodistas querrían que estuvieran también los empresarios; sin embargo, en muchos casos, éstos siguen siendo reacios.

### ¿Qué actitud hay en España?

La actitud en España por parte de los empresarios fue de mucho recelo a la hora de aprobarse el Código de la FAPE; pero

pienso que ahora es menor. Yo creo que hay un convencimiento tácito por parte de las empresas informativas, después de cinco años de experiencia, de que nuestras resoluciones son enormemente prudentes, muy fundadas y que se pueden fiar de ellas. Creo que es el momento de hacer un llamamiento a los empresarios para que ellos también se adhieran a la Comisión de Quejas y Deontología. Esto coincide con una actitud, a mi modo de ver muy oportuna, por la iniciativa de crear la Fundación para la Comisión de Quejas. Hasta ahora es la FAPE la que sostiene la Comisión, pero ha señalado que es importante abrir un paraguas mayor y dar entrada a nuevas entidades. Por ese motivo, ahora mismo se está creando un protocolo de adhesión, con el cual tienen cabida las empresas, las universidades, las entidades sociales y también los ciudadanos. ►



## “La autorregulación se basa en el autocontrol del periodismo”

► **Retomo una polémica: ¿Existe el peligro de que estas comisiones sean otra restricción para la libertad de información? Recuerdo que ya alertaron figuras como el francés Terrou.**

En primer lugar, Francia es la única excepción en Europa, por no tener Código de Deontología del Periodismo ni Comisión de Quejas. Por lo tanto la experiencia y la autoridad de Francia en este campo es mínima, por razones históricas partiendo de la libertad total del periodista que se agrupa sindicalmente. La cuestión nuclear del tema es la autorregulación del periodismo, que es dual, formado por empresarios y perio-

distas. A su vez, hay que garantizar simultáneamente la libertad de los emisores – empresas informativas y periodistas– y el derecho a la información veraz, que tienen los ciudadanos. El Derecho y su aplicación por los tribunales resulta insuficiente hoy, en la sociedad de la información, con las nuevas tecnologías, para resolver la realidad del periodismo que produce efectos instantáneos, simultáneos y universales; estas tres características rebasan las normas jurídicas en relación con los medios de comunicación social. El Derecho es ya como un perro muy bien alimentado que tiene una liebre delante, pero la liebre es mecá-

nica. La autorregulación se basa en el autocontrol del periodismo, que depende de los propios emisores de la información, por lo que no supone ni una censura ni una imposición externa a los mismos. Un tribunal de justicia resuelve un caso en año o año y medio.

► **¿Y la Comisión?**

En un mes y medio. Y gratis.

► **Como observador cualificado ¿qué opina del caso Murdoch?**

Es el escándalo, yo creo, más grave de la historia del periodismo en las etapas democráticas. Es la desnaturalización, tanto del periodismo como de la política. Hay una complicidad de los gobiernos –de un signo político y de otro, laboristas y conservadores– que dejan hacer porque, al mismo tiempo, ese grupo, a cambio de la impunidad, les ayuda a ganar las elecciones. ■

## Compromiso de Novartis con España

TALENTO



### Crecemos juntos

El talento cualificado es nuestra mejor inversión.  
No hay mejor patrimonio para nosotros ni mejor garantía para los pacientes.

Por eso apostamos por captar y desarrollar el talento.  
Lo hacemos promoviendo becas de investigación y desarrollando programas formativos.

Lo hacemos promoviendo la diversidad y facilitando la creatividad que ésta comporta.

Y siempre juntos.

Porque si el talento crece, todos crecemos.

Porque queremos seguir siendo uno de los mejores lugares para trabajar.

Porque el talento mueve el mundo. Y a Novartis.

Porque avanzamos para llegar más lejos.

*Llegar más lejos para estar más cerca*

# Quién es quién

en la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE

*María Dolores Masana*  
**Vicepresidenta**



A María Dolores Masana le preocupa el reto de extender el mandato de la Comisión “a los nuevos canales de información que están llevando el periodismo ciudadano a primera línea”. La vicepresidenta, que estuvo al mando de la sección española de Reporteros Sin Fronteras hasta junio pasado, considera que el futuro será de las nuevas fuentes y de los nuevos consumidores de información. Periodista en clave exterior –ha sido redactora jefa de la sección Internacional del diario *La Vanguardia* durante dos décadas–, lleva

cinco años integrada en la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, cuyo trabajo define como “necesario, serio, riguroso, independiente y guiado siempre por los principios de nuestro Código Deontológico”. Adalid del autocontrol, defiende el modelo de la Comisión antes que cualquiera otro: “Más vale autorregularse a que nos regulen”.

*Alejandro Fernández Pombo*  
**Vocal**

Presidió tanto la FAPE (2000-2004) como la Asociación de la Prensa de Madrid (1999-2003), dice que el trabajo de la Comisión consiste en “resolver los casos que nos presentan los periodistas o sus lectores referentes a las injusticias que se han cometido contra la verdad (quejas) y en ir creando poco a poco un tratado de los deberes de los periodistas en el ejercicio de la información (deontología)”. Si algo teme del futuro del órgano, es que alguna de las cuestiones que plantean periodistas y ciudadanos quede sin contestar. Fue profesor y director de la Escuela de Periodismo de la Iglesia (1960-1975) y puede apreciarse cierta voluntad pedagógica cuando expresa su inquietud porque no se dé el suficiente valor a las resoluciones de la Comisión.



*Manuel Núñez Encabo*  
**Presidente**

Quizá uno de los mayores expertos en ética y deontología periodística de Europa. Catedrático de Ciencias Jurídicas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y de Filosofía del Derecho, Moral y Política en la de Derecho, desempeña la cátedra Jean Monnet de Derecho de Ciudadanía Europea e Información y es autor de numerosas publicaciones sobre ética y deontología periodística. Sucede en el cargo, desde octubre de 2010, al fallecido Antonio Fontán y su mandato será recordado por alumbrar la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE.

Firme partidario de la autorregulación, Manuel Núñez Encabo apuesta por aplicar un máximo ético y un mínimo jurídico, pero también habla de “mecanismos u órganos de autocontrol que garanticen su cumplimiento”. De ahí, la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE y su Fundación.

*Rafael de Mendizábal*  
**Vicepresidente**

Define la Comisión de Quejas y Deontología como un juez sin *potestas* por su carácter arbitral pero autorregulador. Apuesta por el autocontrol porque opina que es preferible “limpiar uno mismo la propia casa y, en cualquier caso, evitar a toda costa la interferencia de los poderes públicos, con una evidente vocación imperialista, dejando como *última ratio* a los jueces”. Por esto la importante labor de la Comisión, “que puede servir de filtro y evitar muchos pleitos”.

Magistrado del Tribunal Supremo y del Constitucional y dos veces presidente dos de la Audiencia Nacional, el currículum de Rafael de Mendizábal no ofrece lugar a la duda. Tal es su acreditación que aspira a que la Comisión logre “crear una doctrina coherente, realista, equitativa y valiente como instrumento *actoritas*, pretendiendo que se imponga por su capacidad persuasiva, su fuerza de convicción”.







## José Sánchez Faba Vocal

Comprende la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE como un medio muy útil para reforzar su efectividad e independencia. Considera que los periodistas que conocen la Comisión están, en general, “satisfechos del modelo”, pero opina que la actuación de este órgano no es lo suficientemente difundida por los medios de comunicación. Magistrado en la jubilación, como jurista cree que en España sobran normas y disposiciones. “Lo importante es que haya un aprecio y un respeto generalizado de los valores éticos comunes y de los deontológicos propios de cada profesión, y que sean los mismos profesionales quienes, a través de organismos adecuados creados por ellos mismos depuren la adecuación del ejercicio de su trabajo a las normas éticas generales o específicas de la profesión que ejercen”, antepone.

## Luis Martín Mingarro Vocal

Luis Martín Mingarro se expresa categórico: “La Fundación refuerza el objetivo de que los comportamientos éticos de los profesionales del periodismo se valoren y enjuicien desde la propia profesión periodística”. Precisamente, esa “es una garantía de independencia frente a tentaciones de manipulación, censura o control externos”. Para este letrado y presidente de la Unión Iberoamericana de Colegios de Abogados, la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología es una muy buena cosa: “Al configurar ese órgano como Fundación, no se pierde el vínculo con la FAPE pero se desliga orgánicamente de la misma, y la función deontológica queda a cargo de un órgano que tiene la independencia que es exigible a todo aquel que juzga”.



FOTO: PEDRO SANZ

## José Luis Martínez Albertos Vocal

“Muy oportuno y casi necesario”, así define José Luis Martínez Albertos el nacimiento de la Fundación. Viene a respaldar la actuación de la Comisión de Quejas y Deontología y refuerza todavía más su autonomía e independencia. Profesor emérito de Periodismo en la Universidad Complutense y autor de *El ocaso del periodismo* y *El zumbido del moscardón*, entre otros, cree que cuanto mayor sea el número de entidades comprometidas en este objetivo común, “más será la fuerza moral de la Comisión”. Con todo, deja un espacio al pesimismo: “Honradamente, pienso que en España ni periodistas ni medios están todavía preparados para aceptar íntegramente los presupuestos profesionales que inspira el Código Deontológico de la FAPE”.



## Marisa Ciriza Vocal

Periodista de estirpe y vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid, Marisa Ciriza está satisfecha con el paso. “Es importante para dotar a la Comisión de mayor



FOTO: M.A. BENEDICTO

proyección social, independencia y autonomía”, resalta. “La constitución de una Fundación que la ampare fortalecerá su personalidad al respaldarla, si se adhieren como está previsto, las asociaciones de editores y las universidades que imparten la titulación de Periodismo”, amplía. Convencida de que los profesionales del periodismo “saben perfectamente cómo deben actuar”, ofrece un voto de confianza a la Press

Complaints Commission británica. “Tiene una larga trayectoria de servicio público en la defensa de la buena práctica periodística”, recuerda. “Los errores no anulan la credibilidad de la Comisión”, zanja.

## Carlos Hernández Sanjuan Secretario

Abogado y periodista, su perfil conjuga la esencia de esta Comisión. Compaginó el periodismo especializado con el derecho, si bien a partir del año 1980 se dedica única y exclusivamente al ejercicio profesional de la abogacía, prestando sus servicios para la Asociación de la Prensa de Madrid y para la FAPE desde 1981. Hernández Sanjuan estima que el trabajo de la Comisión requiere una especial atención “como en cualquier actividad en la que hay que hacer un pronunciamiento con el que siempre habrá alguien que no esté de acuerdo”. Asimismo, recuerda que no se puede olvidar al ciudadano y su necesidad de información libre y veraz, sustento de la democracia. “La Comisión de Quejas y Deontología podrá colaborar poniendo de manifiesto las actuaciones profesionales que sean contrarias a los principios de actuación contenidos en el Código Deontológico”, subraya.



FOTO: PABLO MORENO

# Libres y responsables

La Comisión de Quejas británica ha salido malparada del caso *Murdoch*, pero el error debe reforzar el autocontrol. No es posible autorregular sin una buena regulación previa y sin que los autorregulados asuman, además, la transparencia y notoriedad de los dictámenes. El camino a la prensa (sirve para cualquier medio) de calidad, que justifica el periodismo, pasa por un compromiso con las buenas prácticas y, para garantizarlas, la autorregulación efectiva es una condición necesaria aunque no suficiente.

Por Fernando González Urbaneja



Modera:

## Fernando González Urbaneja

PRESIDENTE SALIENTE DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID Y PROMOTOR DE LA FUNDACIÓN PARA LA COMISIÓN DE QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DE LA FAPE

## Milagros Pérez Oliva

DEFENSORA DEL LECTOR DE 'EL PAÍS'

## Josep Roviro

DEFENSOR DEL LECTOR DE 'LA VANGUARDIA'

## Niceto Blázquez

PROFESOR DE ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DEL PERIODISMO EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

## José Antonio Martín Pallín

EXMAGISTRADO DEL TRIBUNAL SUPREMO



**Fernando González Urbaneja:** ¿Cabe en España la autorregulación? ¿Merece la pena? ¿Debemos trabajar por ella? En los casos de los defensores del lector y de la audiencia, ¿no debería recaer este cargo en alguien externo a la empresa?

**Milagros Pérez Oliva:** Depende. Personalmente, yo me encuentro cómoda en mi puesto. La figura del defensor del lector solo es uno de los varios instrumentos de autorregulación de los que disponemos. El problema para su efectividad es la credibilidad, que crean en ella quienes tienen que aplicarla. Disponemos de normas, códigos deontológicos, libros de estilo, autorregulaciones específicas en el ámbito de la violencia de género, de los juicios paralelos, de la información de sucesos... Finalmente, estas experiencias son fruto de la voluntad de unas vanguardias comprometidas con el periodismo para que preserve su personalidad de servicio público, pero con las que no colmuga el grueso de la profesión. Hay quienes consideran que estos mecanismos son una cortapisa a su libertad.

Ahora bien, una vez que un medio instruye una u otra herramienta de autorregulación, tiene que ser con todas las de la ley. Ejerce plenamente y con toda libertad e independencia mi cargo de defensora del lector. Los errores que cometa son solo imputables a mi falta de pericia, no a terceras cuestiones por las que no hubiera aceptado esta responsabilidad.

**Josep Roviro:** Suscribo al cien por cien. Puede parecer un contrasentido que un asalariado defienda a los lectores en contra de los errores que comenten sus compañeros, pero es una regulación que la empresa acepta y que hace figurar en sus



De izquierda a derecha, Josep Rovirosa, Milagros Pérez Oliva, Fernando González Urbaneja, José Antonio Martín Pallín y Niceto Blázquez, en el encuentro que mantuvieron para debatir sobre la autorregulación de la prensa.

Estatutos, por lo cual cada uno sabe en qué equipo está. Totalmente de acuerdo: o nos autorregulamos o habrá una *heterorregulación*. La autorregulación es abordada en un reciente estudio de cuatro universidades españolas, cuyos resultados sorprenden. La ética es el tercer problema más grave para los periodistas españoles, por detrás de la precariedad y el 60% de ellos considera que los códigos deontológicos son poco útiles si no van acompañados de medidas coercitivas, mientras que el 80% de los ciudadanos opina justo lo contrario, pero al mismo tiempo ven a los periodistas como poco éticos. La autorregulación es, por lo tanto, necesaria. La ética es una cuestión personal y quizá los periodistas todavía no la hemos interiorizado.

**Niceto Blázquez:** En mis inicios como docente, no existía prácticamente bibliografía sobre ética y deontología del periodismo. Recuerdo que celebramos la aparición del código del Col.legi de Catalunya como un paso digno de aplauso. Inmediatamente después vino la FAPE con un texto propio y comentamos ambos códigos con todo detalle. Entre otras cosas, echamos de menos que en el del Col.legi no se hablara de verdad ni de veracidad, mientras que en el de la Federación la verdad se convertía en un servicio angular al bien común. El nacimiento de estos dos códigos deontológicos fue un hito histórico. A partir de aquel momento, proliferaron los estudios sobre ética y deontología de la información.

Dos anécdotas. Poco después de publicar *Ética y medios de comunicación*, me topé con un individuo en una librería que miraba el libro sorprendido. Se giró hacia mí y me preguntó: ¿Es eso verdad? ¿Ética y medios de comunicación? En

aquella época, la prensa, valga la redundancia, tenía muy mala prensa. Era solo el comienzo. Poco después escribí *La nueva ética de los medios de comunicación*, una historia de la deontología periodística en España, donde planteo la conveniencia de los códigos deontológicos, extremadamente necesarios para crear conciencia y responsabilidad profesional. La autorregulación sirve para distinguir entre buenos y malos profesionales.

**José Antonio Martín Pallín:** Empecé a preocuparme por estos temas en la Escuela Judicial. Los alumnos queríamos hacer un viaje y, para autorizarnos, el Ministerio de Información y Turismo nos encargó un trabajo sobre la Ley Fraga.

Mi parte de la investigación me llevó a profundizar en la jurisprudencia estadounidenses sobre libertad de expresión. Desde entonces, recurro asiduamente a una frase pronunciada por John Kennedy en su discurso de toma de posesión: “El grado de madurez democrática de un país se mide por el volumen de información verdadera que el gobierno ofrece a sus ciudadanos tratándolos como adultos responsables”. Pero hay otro aspecto, novedoso desde el punto de vista de la información y de los periodistas. El público es finalmente un consumidor que tiene derecho a mostrarse airado cuando siente que el producto no respeta las normas de calidad. Quizá esto haga ver a las empresas que la ética y deontología periodística tiene una dimensión que hasta ahora no habían calculado.

**Milagros Pérez Oliva:** Todo el mundo sabe a qué jugamos, aunque percibo incomodidad entre los periodistas. Tenemos dificultades para asumir nuestros errores. Ofrecemos cantidad de ►

► argumentos peregrinos para justificar lo injustificable, para salir del paso... En cambio, creo que la función de autorregulación es esencial por el malestar creciente en la sociedad respecto de las desviaciones de la prensa. El día en que la ciudadanía piense que no somos capaces de autorregularnos, querrá aplicarnos normas como ya sucedió en Reino Unido con el caso *Murdoch*, cuando numerosas voces reclamaron una regulación de la prensa.

La autorregulación es un intento de establecer límites y evitar que la prensa abuse del poder que le dan los ciudadanos. Si la autorregulación no funciona, llegará un momento en que la ciudadanía pedirá que sean otros los que nos regulen, lo cual es bastante peligroso.

**José Antonio Martín Pallín:** Prescindiría del término autorregulación porque las reglas tienden a convertirse en normas jurídicas que, a mi juicio, no son las más adecuadas en este caso. Prefiero hablar de autorrestricción: el periodista o el medio deben reflexionar sobre la conveniencia de dar determinada noticia. Y el límite no es el mismo para un personaje público que para uno privado. Dejaría todo lo demás a lo que la jurisprudencia estadounidense acuñó como *balancing* o principio de ponderación... Pero ¿quién debe ponderar? En principio, el propio periodista, aunque es muy difícil que lo haga, arriesgándose a una demanda y a que sea el juez quien examine.

**Fernando González Urbaneja:** En el código *Valores*

“La sanción moral bien practicada es la más efectiva de todas las posibles” Niceto Blázquez



“Si la autorregulación no funciona, la ciudadanía pedirá que sean otros los que nos regulen” Milagros Pérez Oliva

y criterios de la BBC se plantea un terreno movedizo; dice: “Consulta con otros y fórmate criterio”...

### LIBRES Y RESPONSABLES

**Milagros Pérez Oliva:** Cuesta mucho concretar cómo se aplica una conducta ética. Veo, además, un primer problema: el discurso de la ética profesional ha sido secuestrado por quienes hacen un ejercicio muy poco ético del periodismo. Los abandonados de la libertad de expresión son muchas veces quienes utilizan la defensa de ese derecho a favor de intereses ilegítimos o, cuanto menos, particulares. El debate se ha pervertido. Dan lecciones de ética quienes tienen cero interés en autorregularse. Ningún periodista puede invocar su condición profesional en la manera que le dé la gana. Podemos hacer mucho mal, mal colectivo. Una información sesgada y deliberadamente manipulada, que crea una realidad virtual, perjudica la democracia, daña a la ciudadanía porque dificulta un debate sobre hechos reales. La verdad periodística que puede ser demostrada con hechos es más verdad que la interpretativa que se resiste a pasar por este filtro. La realidad tiene unos hechos y esos hechos deben ser mesurables y medibles. Hemos de defender la libertad de expresión, pero no podemos seguir hablando en términos absolutos, sino de libertad/responsabilidad.

**Niceto Blázquez:** Como docente, me he dedicado siempre a concienciar del carácter nobilísimo de la profesión periodística, que entronca con la esencia misma de la persona humana. Los ciudadanos necesitamos profesionales que nos den a conocer todas esas verdades esenciales para la convivencia humana y a las que tenemos derecho. Por lo tanto, ser periodista no es un privilegio sino una necesidad social y, por consiguiente, la sociedad necesita unas garantías. Una sociedad civilizada sin profe-



sión periodística caería en el nepotismo de los políticos o en el nepotismo jurídico.

## SERVICIO PÚBLICO

**Milagros Pérez Oliva:** La sociedad no puede vivir sin información, sin buena información... pero los profesionales debemos admitir restricciones a esa libertad. ¿Cuáles? Por ejemplo, en el uso del poder cuando provoque daños causados por un mal ejercicio de la profesión. Sin embargo, no admitiría restricciones en la cantidad de información... Hay quien pretende que los medios eludan los índices de mortalidad del cáncer de pulmón porque solo el 15% se cura. La información verídica no es dañina y el ciudadano tiene pleno derecho a recibirla. Otra cosa, bien distinta, es cómo facilitarla. Tenemos al enemigo en casa: los más reacios a la autorregulación son precisamente quienes hacen mal uso del periodismo.

**Fernando González Urbaneja:** El informe de la Fundación Compromiso Empresarial *Esporas de helechos y elefantes* sobre la responsabilidad corporativa de las empresas periodísticas toma como indicadores de calidad la existencia de mecanismos de autorregulación en estos medios y pide que se generalice su presencia.

## SANCIÓN MORAL

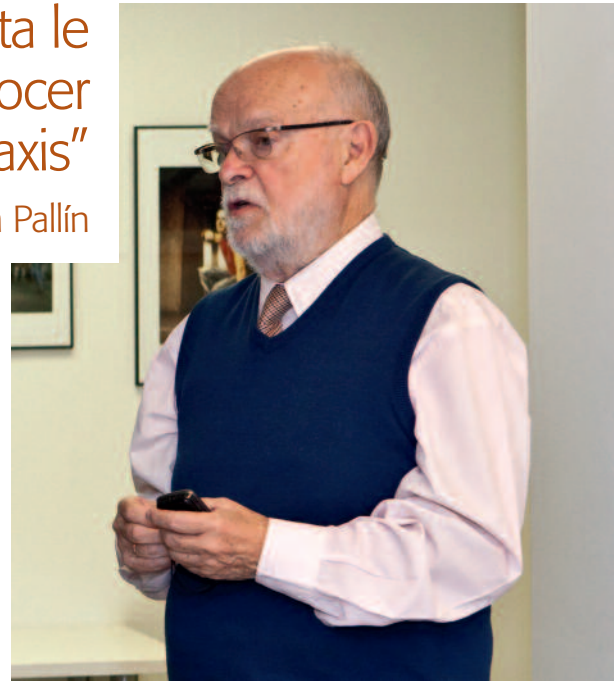
**Milagros Pérez Oliva:** La figura del Defensor del Lector tiene interés porque el tipo de sanción que aplica es ejemplarizante y no económica o profesional. El miedo del periodista a ser cogido en falta hace que se extreme la precaución. Me preocupa que un sistema de sanciones pueda crear más problemas de los que resuelve.

**Josep Rovirosa:** Además de corregir pública-

“La ética es una cuestión personal y quizá los periodistas todavía no la hemos interiorizado” Josep Rovirosa

“Al periodista le cuesta reconocer su mala praxis”

José Antonio Martín Pallín



mente al periodista que realiza una mala praxis profesional, la figura del Defensor del Lector tiene también una vertiente didáctica muy importante. A veces es importante explicar a los lectores cómo se hace un periódico y por qué se cometen ciertos errores. También resulta muy enriquecedor transmitir las reacciones del público a la plantilla, así que el Defensor es también un animador del debate entre los lectores y los periodistas.

**José Antonio Martín Pallín:** Pero al periodista le cuesta reconocer su mala praxis.

**Fernando González Urbaneja:** También la debilidad de los jefes hace mucho daño.

**Josep Rovirosa:** Sin embargo, cualquier otro tipo de sanción sería menos eficaz.

**Niceto Blázquez:** Los códigos deontológicos, por su propia naturaleza, son expresiones de buena voluntad y por ello su incumplimiento no va acompañado de sanciones jurídicas. Esto tiene el inconveniente de que los códigos éticos a veces quedan en papel mojado. No obstante, estoy convencido por experiencia personal y ajena que la sanción moral bien practicada contra el mal trabajo informativo es la más eficaz de todas las sanciones posibles.

**Fernando González Urbaneja:** Los profesionales deberíamos ir entendiendo que los mecanismos de autorregulación nos vienen bien. ■





## ‘News of the World’ y sus daños colaterales

Por Lluïcia Oliva

Las escuchas telefónicas en el periódico de Rupert Murdoch *News of the World* han puesto en la picota el sistema de autorregulación de la prensa británica, ejemplo y guía para la mayoría de países occidentales. Por eso, lo que ocurra en Londres afectará a todos los países comprometidos con este sistema, basado en una prensa libre y responsable, dispuesta a respetar sus principios éticos y los derechos de las personas, así como a dar cuentas a la sociedad si se equivoca.

La autorregulación de la prensa británica se lleva a cabo a través de la Press Complaints Commission (PCC), lo que en otros países se llama consejo de la información. Como todos los consejos de la información, la PCC tramita las quejas de la gente cuando la prensa vulnera su código ético y también media entre las partes. Ha satisfecho dignamente a miles de querrelantes desde 1991 y los medios han publicado sus resoluciones cuando se han equivocado, lo que contribuye a mejorar el periodismo. Sin embargo, el PCC falló a la hora de vigilar las actuaciones de *News of the World*. No fue al fondo del asunto cuando se conocieron las primeras acusaciones de que violaba la ley para conseguir información.

El sistema de autorregulación es útil, pero no es perfecto porque precisa que todas las partes implicadas en la información, periodistas, sociedad y medios de comunicación, se comprometan a fondo con él. Las exigencias del mercado que todo lo puede en los medios, la pérdida de valores

morales en la sociedad y la desorientación de los periodistas ante todo esto y los efectos de los cambios tecnológicos, han hecho tambalear los principios.

Curiosamente, el primer ministro David Cameron, tan amigo de los directivos de *News of the World* que no supo ver sus maldades, la ha emprendido sin piedad contra la PCC. Ha ordenado una investigación a cargo del juez Lord Leveson, cuyo primer objetivo será el de estudiar a fondo el sistema de autorregulación de la prensa británica.

Hasta hoy sus sanciones son solo morales, ahora algunos piden que sea un órgano regulador que multe e impida la publicación de noticias que violen la ética profesional. Otros abogan directamente por obligar a los medios con el peso de la ley.

Está claro que hay que mejorar y, tal vez, completar el sistema de autorregulación para reforzar la libertad de prensa,

mientras se asegura una información veraz, completa, contrastada y conseguida por medios legítimos. ¡Es un derecho democrático de los ciudadanos! Pero también hace falta pensar qué ocurre en el mundo del periodismo que algunos se permiten delinquir en nombre de la libertad de información.

“El sistema de autorregulación precisa que todas las partes implicadas se comprometan”

**LLÚCIA OLIVA**  
PRESIDENTA DEL CONSEJO  
DE LA INFORMACIÓN DE CATALUÑA  
[HTTP://WWW.PERIODISTES.ORG/FCIC](http://www.periodistes.org/fcic)



***Es bueno  
que algunas cosas  
no cambien nunca***

En "la Caixa" seguimos creyendo que  
estar a tu lado nos llevará muy lejos.  
Ayer, hoy y siempre.  
Nuestros valores no cambian.



**"la Caixa"**

**[Tú] eres la Estrella**



Patrocinador del Equipo  
Olímpico Español

[www.laCaixa.es](http://www.laCaixa.es)

# Perspectiva internacional

# Las manecillas en hora

Texto: Marta Molina

**Las instituciones y la sociedad civil de la pluralidad de naciones democráticas amparan la independencia de los medios. En la mayoría de los casos, las instituciones independientes creadas para preservar la naturaleza esencial del periodismo proyectan únicamente su autoridad moral sobre la sociedad y los medios, y su eficacia se corresponde con la propia cultura del Estado de derecho.**

Desde la ética individual hasta los códigos profesionales pasando por instrumentos reguladores auspiciados por organizaciones de editores y periodistas, el periodismo se examina en función de distintos modelos que varían según países y tradiciones.

Reino Unido, y en general el mundo anglosajón por su tradición autorreguladora, constituye quizá la cuna de este camino hacia la excelencia periodística, donde no existe la sanción jurídica sino la publicidad de la mala praxis, sometiendo así a medios y periodistas al juicio libre de la ciudadanía.

Por lo general, la autorregulación parte en cada país de un código ético de amplio espectro elaborado por organizaciones profesionales y sindicales, consejos de prensa, comisiones deontológicas, marcos generalistas o específicos, auditorías, manuales de estilo, verificadores de datos y defensores del lector y de la audiencia...

Fuente de inspiración de otros países europeos, el modelo británico recorrió un trabajoso camino de 60 años hasta constituir la Press Complaints Commission (PCC), espejo en el que se miraron las organizaciones profesionales españolas para alumbrar el Consejo de la Información de Cataluña, primero, y la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, después, con sus respectivos códigos deontológicos.

La existencia de un código deontológico y un consejo de deontología del periodismo permitieron que la FAPE ingresara en la Alianza de Consejos de Prensa Europeos Independientes de la que forman parte 27 países europeos, en septiembre de 2006. España sincronizaba así con el resto de Europa, colocaba las manecillas en hora. ■

**El periodismo se examina en función de modelos que varían según países y tradiciones**



## Reino Unido

En 1985 fue creada en Reino Unido la Society of Editors, de la que forman parte los directores de los diarios. Seis años más tarde nace la Press Complaints Commission (PCC), institución independiente de regulación del sector que goza de un elevado prestigio, aunque algo magullado tras el escándalo Murdoch. Es ejemplo para otras comisiones y consejos de prensa.

## Estados Unidos

El periodismo estadounidense se rige por códigos éticos desde 1923. La Sociedad Estadounidense de Editores de Noticias fue la primera en aprobar uno. Le siguieron la Sociedad de Periodistas Profesionales y el de la Asociación de Editores de Prensa.

El *ombudsman* es una figura habitual en el *staff* estadounidense. Aunque proviene de la cultura escandinava, sin embargo fue en Estados Unidos donde se trasladó a la prensa. También las auditorías éticas en la profesión periodística tienen *copyright* estadounidense, siendo precursora la Universidad de Minnesota, que lo aplica desde 1936.

## Francia

Desde 2009 se debate la puesta en marcha de un consejo estatal de prensa, hasta ahora inexistente en Francia. Este es uno de los países donde los códigos éticos gozan de una mayor implantación. *Le Monde*, *Ouest-France*, *L'Express*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Point*, *L'Équipe* y *La Tribune* cuentan con el suyo propio. Varios medios audiovisuales como las cadenas públicas France 2, France 3, France 24 y





# Panorama exterior

Radio France Internationale, también. Los digitales Mediapart, en 2008, y Rue89, en 2009, se dotaron asimismo de uno.

El diario *Le Monde* fue el primero en crear la oficina del defensor en 1994, le siguieron *La Dépêche du Midi* (2001), *Midi Libre* (2004), *Sud Ouest* (2006), *L'Express* (2006), *La Nouvelle République du Centre-Ouest* (2006) y *Le Nouvel Observateur* (2007), figura también practicada en las televisiones públicas y las emisoras Radio France Internationale y RFO.

## Italia

La Carta de Deberes Éticos de los Periodistas de la Federación Nacional de la Prensa y la Orden de los Periodistas data de 1993; el Código de Autorregulación de las Televisiones Italianas, de 1997. La Autoridad para la Garantía de la Comunicación supervisa, regula y controla el sector de los medios, también por lo que respecta a sus contenidos periodísticos. Esta es una autoridad convergente, un modelo casi excepcional en el mundo.

## Alemania

Desde 1973 existe un Consejo de Prensa, el *Deutscher Presserat*, destinado al desarrollo de una prensa libre, pluralista e independiente. Promueve la ética periodística y tramita las quejas de los lectores a quienes ampara ante desviaciones no deseadas de los medios.

Los códigos éticos son poco comunes en la tradición periodística alemana, según refleja un estudio realizado por los profesores de la Universidad Miguel Hernández José Luis González Esteban y José Alberto García Avi-

lés. Con todo, los grupos Axel Springer, WAZ y Bertelsmann cuentan con reglamentos propios. Desde 2007, las cadenas alemanas de televisión privada se rigen por el FSF, una institución voluntaria de autocontrol que estableció un código ético muy amplio.

La figura del defensor desapareció del panorama mediático alemán en la década de los noventa, aunque algunos medios han intentado reavivarla recientemente, informan los profesores José Luis González Esteban y José Alberto García Avilés en *La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo* (Revista Latina de Comunicación, 2011). Por su parte, los grupos Axel Springer y WAZ fueron los primeros en establecer un consejo consultivo de lectores, que se encarga de hacer sugerencias a la redacción sobre los errores, posibles temas para la cobertura y otras iniciativas.

## Portugal

En el país vecino funciona la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), creada en 2005, que es el órgano independiente encargado de velar por el cumplimiento del derecho a la información, la libertad de prensa y la independencia de los medios frente a los poderes político y económico. Asimismo, en 1997 fue creado el Instituto de la Comunicação Social (ICS) y el Observatório da Comunicação (Obercom).

## Austria

Tiene consejo de prensa (*Presserat*) desde 1963, creado a iniciativa de la sociedad nacional de editores y periodistas del país. Los

códigos de conducta de los medios austriacos son más bien superficiales. Ninguno de sus 17 periódicos cuenta con un libro de estilo y tampoco existen mecanismos de autorregulación en las emisoras de radiotelevisión. *Der Standard* es el único diario austriaco con defensor del lector.

## Países Bajos

El Consejo de la Prensa, el Raad voor de Journalistiek, una institución independiente, integrada por periodistas y representantes de la sociedad civil existe desde 1960. En paralelo, se crea el *Bedrijfsfonds voor de Pers* para fomentar, a través de las ayudas económicas, la pluralidad e independencia del órgano.

## Dinamarca

El Consejo de la Prensa (*Pressenævnet*) funciona como organismo independiente de autorregulación por consenso del conjunto de los medios de comunicación daneses.

Los códigos deontológicos son una herramienta bastante extendida en la cultura periodística de este país. En 1998, el consejo de prensa danés hizo público un código ético que inspira las decisiones de los periodistas y tres de los principales periódicos de difusión nacional han publicado su propio código deontológico: *Fyens Stiftstidende*, *Politiken* y *Jyllands-Posten*. También las cadenas públicas DR y TV2/Danmark cuentan con códigos, adoptados en 2001. *Politiken* es el único diario con un *ombudsman*, denominado *læsernes redactor*. Las cadenas DR y TV2/Danmark establecieron la figura en 2002 y 2003. Ningún medio online cuenta con defensor del lector.



# Deontología para todos, periodistas y medios de comunicación

Por Juan Carlos Suárez

El periodismo, como institución encargada de administrar la libertad de expresión y el derecho a la información de la ciudadanía, debe articular fórmulas para dirimir las controversias profesionales en el seno de su organización y garantizar así la tutela efectiva de este derecho. Cualquier profesión que se precie ha de contar con mecanismos que garanticen su buen hacer y su crédito social. A este respecto, la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE constituye una vía eficaz para dotar de mayor peso al Código Deontológico de la Federación como referente de la identidad ética y social del periodista.

No se puede hablar de la ética de los periodistas aparte de la ética de los medios de comunicación, tal y como ha señalado el Código Europeo de Deontología del Periodismo. La deontología debe ser para todos, periodistas y medios de comunicación. La actividad informativa del periodista se realiza en empresas gracias a las que es posible su difusión y el ejercicio de la profesión periodística se enmarca en una actividad empresarial que, con demasiada frecuencia, se aleja del interés informativo para modular el mensaje que llega a la opinión pública en consonancia con otros aspectos.

Se entiende así que las responsabilidades en los atropellos de los derechos de las personas afectadas por la noticia, la utilización de medios ilícitos para su obtención o la manipulación informativa son cargas solidariamente compartidas por medios y periodistas. El reproche moral al profesional de la información es una medida necesaria pero no suficiente, pues éste actúa bajo la responsabilidad que es exigible al medio de comunicación desde el que informa. Por eso, la Comisión de Quejas debe apreciar las infracciones deontológicas del periodista como un indicio de una actitud negligente del medio en su de-

ber de preservar ciertos derechos de los ciudadanos. De lo contrario, es muy probable que los periodistas aprecien dicha Comisión de Quejas y Deontología como un papá ausente que solo le riñe cuando se entera de que se ha comportado mal. Así, antes de airear las “culpabilidades” de los periodistas es más conveniente solicitar de los medios un mayor respeto a su condición profesional. De este modo, los periodistas tendrán la seguridad de que se vela por sus deberes con el mismo celo que se defienden sus derechos.

En este aspecto no caben contradicciones. Por ello, es de celebrar que la FAPE haya sido capaz de modificar su discurso al afirmar que no procede abrir diligencias contra una cadena por que su actuación se limita a “cuestiones de deontología y ética periodísticas” (Resolución 2006/7), para aseverar dos años después que una cadena es responsable subsidiaria de los contenidos de sus emisiones, pero también del cumplimiento de las normas de la deontología profesional por parte de sus empleados (Resolución 2008/22).

La autorregulación solo será efectiva si la profesión es capaz de movilizarse con una sola voz para reivindicar que la condición profesional no se oferta en el mercado. Si dicha Comisión de Quejas y Deontología consigue ejercer su *auctoritas* sobre los profesionales, tendrá también *potestas* sobre los medios de comunicación y, seguramente, así será refrendado por los tribunales de justicia. Pues la deontología es una vía de transición hacia la norma jurídica, con la ventaja sobre ésta de hacer un análisis más próximo y ajustado a la realidad de la profesión.

“Es conveniente solicitar de los medios un mayor respeto a su condición profesional”

**JUAN CARLOS SUÁREZ**  
PROFESOR DE ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA  
EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA



Izquierda: Colin Myler, director de *News of the World*, muestra su última portada, el pasado 9 de julio en la sede del dominical en Londres (Reino Unido). A la derecha, Rupert Murdoch, propietario del grupo de comunicación News Corporation, editor del periódico cerrado.

# 'Caso Murdoch'

## Lecciones inglesas

Texto: Nemesio Rodríguez, vicepresidente de la FAPE

**Todo comenzó en Edimburgo en agosto de 2009**, cuando el hijo del magnate de la comunicación Rupert Murdoch, James, sostuvo en el cierre de su discurso en la convención anual sobre televisión MacTaggart que la única garantía fiable, duradera y perpetua de la independencia de un diario es el beneficio.

Todo terminó en julio pasado, cuando Rupert Murdoch cerró el tabloide *News of the World*, una de sus principales fuentes de ingresos, después de 168 años de historia, dilapidados precisamente por la aplicación a rajatabla de la máxima del beneficio a toda costa.

El escándalo de las escuchas ilegales, investigado con tenacidad por *The Guardian*, acabó con uno de los pilares del imperio mediático de Murdoch. El *News* había implantado un régimen del miedo entre políticos y famosos con la compra de información, los sobornos a policías y la contratación de detectives privados para obtener informaciones, traspasando en muchas ocasiones los límites de la legalidad y violando sistemáticamente el derecho a la intimidad, a la privacidad y a la

dignidad de las personas. En definitiva, un verdadero atentado contra la ética.

“No hay justificación del daño causado a las víctimas ni para la profunda mancha que ha dejado en nuestra historia”, decía el editorial de despedida del dominical en el que, como escribió Gregorio Morán en *La Vanguardia*, “un grupo de delincuentes periodísticos sin escrúpulos” llevaba al menos diez años “comprando y vendiendo basura”.

### El periodismo, mero producto

Pero, en contra de lo que afirmaba el editorial del adiós del *News*, sí había una justificación para publicar informaciones que dañaban a las personas. Y tal justificación estaba en el broche del discurso de James Murdoch en las jornadas de Edimburgo.

La frase no era nueva, ya que corría por el mundillo de los editores y directores de

medios metidos a editores. Se la he escuchado a más de uno en España, tanto en empresas privadas como públicas. Se supeditaba así el ejercicio del periodismo al negocio, la necesidad imperiosa de someter la información al dictado de la cuenta de resultados. Además, y para redondear la perversión del enfoque, surgieron los incentivos, el *bonus*, un sistema basado en la obtención de resultados rápidos mediante la ejecución de objetivos a corto plazo. Cuanto más corto, mejor. El periodismo convertido en un mero producto.

El encaje del círculo vicioso nos llega en estos meses de aguda crisis en los medios, en este tiempo de despidos masivos, de cierres, de rebajas salariales, de humillantes salarios, de explotación de becarios a bajo coste o a coste cero: los directivos siguen cobrando los *bonus*. Incluso en las empresas ▶

## La búsqueda obsesiva de los beneficios trastocó los valores del oficio periodístico

► públicas. Nadie puede entender que aquellas compañías que han disminuido drásticamente sus beneficios en los últimos años o que estén en pérdidas sigan premiando a los gestores del desastre mientras firman despido tras despido.

La búsqueda obsesiva de los beneficios y el condicionamiento del periodismo a los incentivos trastocó los valores del oficio y es una de las causas de la crisis de la prensa escrita, ya que alejó a los medios de los ciudadanos. Se dejó de buscar la verdad y se pasó a difundir lo interesante, es decir, lo que se puede vender mejor, tenga calidad o no la tenga, que casi nunca la tiene. La exigencia de calidad cedió ante un mercantilismo periodístico de bazar de baratijas.

En *Los elementos del periodismo*, Bill Kovach y Tom Rosenstiel sostienen que la gestión por objetivos ligada a la cuenta de resultados divide las lealtades del periodista. La empresa te dice que debes anteponer tu lealtad a la empresa matriz y al accionista, a la lealtad a los lectores, oyentes o espectadores. ¿Y si el anunciante declara que aumentará su cuenta de publicidad si el medio abandona la cobertura de cierta noticia o aparta de una historia a cierto reportero? ¿Cómo transmitir información sin temores ni favoritismos cuando el empresario le dice al director que uno de sus objetivos más importantes para el trimestre es conseguir beneficios?

### En busca de información barata

Una vez que la cuenta de resultados se colocó en el vértice de la pirámide de la información, editores y directores con pocos escrúpulos éticos vieron el cielo abierto. Todos se lanzaron a buscar la información barata. Y, para ello, no dudaron en quebrar los principios éticos y deontológicos, archivando la responsabilidad social de la prensa. Otros, repasando los objetivos a corto plazo, se lanzaron a operaciones suicidas que presentaron como negocios brillantes y, cuando fracasaron, lo atribuyeron a la crisis, jamás a su incompetencia.

Ante la crisis, las explicaciones que nos dan sobre el futuro nos asombran todavía más: “Los diarios de papel se quedarán para el análisis en profundidad y las buenas cró-



## Recordemos que los principios éticos son la piedra angular de nuestro trabajo

nicas”. Si se han desprendido en los últimos años de sus mejores profesionales, la pregunta inevitable es quién hará esos análisis.

El fenómeno WikiLeaks ha sido presentado por los medios que accedieron a las filtraciones como un ejemplo de periodismo de investigación. Sin embargo, poco se ha dicho sobre un aspecto fundamental de la publicación del material que facilitó el creador del portal de filtraciones, Julian Assange: *El País* rescató, y fue una decisión inteligente, de su prejubilación forzosa a periodistas experimentados, conocedores de la política internacional, excelentes editores, con fuentes en los países citados en las filtraciones, para que pudieran separar el grano de la paja, contrastar y verificar. Hacer periodismo, en definitiva.

Este “rescate” nos ilustra sobre el tipo de periodismo que estamos obligados a ejercer si queremos enterrar para siempre ejemplos como el del *News of the World*, ya sea en los medios de papel, audiovisuales o digitales. Un periodismo que persigue la verdad con objetividad, que verifica los hechos, que contrasta las fuentes, que no paga por la información, que no juega con las miserias y las necesidades de algunas personas, que rechaza la mercantilización del dolor ajeno, que no manipula, que no mezcla opinión e información, que no hace juicios paralelos, que evita que los periodistas se contaminen con la publicidad, que fomenta

el espíritu crítico, la ética y el compromiso, que resiste las presiones vengan de donde vengan, que considera la información como un bien irrenunciable y no como una simple mercancía.

Un periodismo, en definitiva, que sitúa como su pilar fundamental la integridad. Y esta es la

lección inglesa principal. Se lo recordó en agosto pasado Mark Thompson a James Murdoch en *The Guardian* a propósito del discurso de Edimburgo de 2009: “Si James Murdoch tuviera que pronunciar su discurso este año en lugar de 2009 y en el (sí, admito que improbable) caso de que me pidiera un consejo sobre el borrador, le sugeriría que incluyese solo una palabra en esa resonante sentencia final. La única garantía fiable, duradera y perpetua de la independencia no es el beneficio es la integridad”.

Thompson nos dibuja el camino. Y, nosotros, los periodistas, los ejercientes de una profesión que nació para contar la verdad, sabemos qué debemos llevar en la maleta. Elevemos nuestra voz para denunciar bien alto que la información no es una mercancía, que no podemos sustituir a los jueces, que el derecho a la intimidad, a la vida privada y a la dignidad es una obligación fundamental, que no podemos hacer publicidad porque perdemos independencia y credibilidad y que no debemos, por la misma razón, mezclar información y opinión. Recordemos a diario que los principios éticos de imparcialidad, objetividad y veracidad son la piedra angular de nuestro trabajo, como refleja el Código Deontológico de la FAPE, nuestro código. Digamos alto y claro que quien incumple tales principios no es digno de llamarse periodista. ■

## ‘Caso Murdoch’: Otros escándalos

# Renglones torcidos

La prensa comete errores pero también cae en mala praxis y, en ocasiones, incluso incurre en delitos. Por fortuna estas desviaciones son excepcionales en el panorama mundial de la información. *News of the World* no es un caso aislado, aunque sí uno de los más graves. Antes que el tabloide británico, otros medios y periodistas han escrito la actualidad en renglones torcidos.

M.M.

**“Defiendo la prensa libre, son los diarios lo que no soporto” son palabras del dramaturgo británico Tom Stoppard al conocer el escándalo de las escuchas ilegales de *News of the World*, el tabloide amarillista de Rupert Murdoch ya desaparecido.**

El caso deja enseñanzas y sospechas sobre el periodismo, la política y sus relaciones no solo en Gran Bretaña. Con anterioridad, otros medios y otros periodistas, aquí y allí, se han desviado de la senda dando de bruces en la mala praxis. Por lo general comprometida y ética, los ejemplos de conducta inmoral en esta profesión, aunque sonados, son una rareza.

## Los medios españoles pecan de estar ligados a los poderes más allá de la conciencia editorial

Fue la prensa amarilla la que, de hecho, forzó la Guerra de Cuba entre Estados Unidos y España en 1898. William Randolph Hearst, conocido en las pantallas como *Ciudadano Kane*, puso a sus 28 diarios a maquinarse con la intención primera de hacer dinero; sus intereses políticos vendrían después.

España no tiene prensa amarilla, al menos no declarada, aunque exista una tendencia creciente a la espectacularización de la información. Los medios españoles pecan de estar estrechamente ligados a los

poderes más allá de la conciencia editorial, de ser devoradores de la vida y la intimidad de los demás, en cliché, papel prensa y televisión, según señala Juan Varela en su blog. “Tenemos medios que convierten la telerrealidad en información, medios donde la presión del tiempo real y la lucha por la audiencia anima a todo tipo de exageraciones y falta de rigor”, denuncia este periodista y consultor de medios.

Los casos de las niñas de Alcázar, Marta del Castillo o Mariluz son ejemplos de intromisiones irrespetuosas en el tratamiento de las fuentes. Por sentirse agraviados, los familiares de las víctimas del accidente de

Spanair en 2008 pidieron a la FAPE que reclamara a los periodistas el mayor respeto a su dolor e intimidad, atendiendo al punto 4.b. de los Principios Generales del Código Deontológico de esta Federación.

Los medios españoles también abundan en los juicios paralelos. Cierta parte del periodismo español condenó a los acusados del caso Army y a la atleta Marta Domínguez, por citar dos ejemplos, antes de conocer las respectivas sentencias judiciales que, más tarde, los exculpaban. Y, contaminado por las fuentes, cometió errores



gruesos como atribuir la autoría del atentado del 11M a ETA. “Periodismo de queso” como lo definió el exeditor de *The Washington Post* Ben Bradlee, “aquel en que los reporteros echan gasolina en no importa qué fuego antes de determinar qué se está quemando y por qué”.

Pero hasta la fecha no se ha descubierto en España a ningún profesional que falsificara sus informaciones, negligencia que ha costado más de un disgusto al periodismo estadounidense. La Universidad de Columbia debió retirar varios Pulitzer a periodistas de creatividad desmesurada. Después del sonado caso de Janet Cooke, merecedora del galardón en 1981 por *El mundo de Jimmy*, la entrevista a un niño toxicómano inexistente, *The New Republic* despidió a Stephen Glass en 1998 por inventar cientos de datos, citas, fuentes y acontecimientos. La misma suerte corrió en 2003 Jayson Blair, de *The New York Times*. Este mismo diario admitió en 2005 que al menos cinco de los artículos redactados por Judith Miller, también ganadora de un Pulitzer, sobre la Guerra de Irak eran falsos. Finalista del prestigioso galardón en 2002, Jack Kelley, del *USA Today*, produjo historias ficticias durante más de una década. Tommaso Debenedetti, otro periodista trotero, declaró sentirse orgulloso de ser “el campeón italiano de la mentira” tras fingir 79 entrevistas en algunos de los principales medios nacionales.

La lista no es larga, pero enturbia. Incluso Herodoto, el primer periodista de la historia, fue acusado de sensacionalista y mentiroso por sus contemporáneos. ■



Texto: Cecilia Ballesteros,  
periodista

# El mundo contado por los anglosajones

## La dimensión global del periodismo en español, aún por descubrir

**El dominio informativo internacional anglosajón** nació con la famosa frase de Stanley a Livingstone (“Doctor Livingstone, supongo”), pronunciada cuando el periodista del *New York Herald* encontró por fin al famoso explorador y científico británico desaparecido en África. Todo sigue igual casi un siglo y medio después. Pese a la crisis económica, el cambio de modelo de negocio, la revolución digital, las redes sociales y la globalización, que han supuesto un revulsivo para la prensa de todo el planeta, el inglés sigue siendo la *lingua franca* de la información en papel o en la web, el idioma en el que se cuenta el mundo, mientras la dimensión

global del periodismo en español (el segundo idioma en importancia, si no se cuenta el chino) está aún por descubrir.

Los medios anglosajones aprovechan la potencia de su idioma para expandirse a una audiencia global en tiempos de crisis (por ejemplo, el desembarco de *The Guardian* en Estados Unidos). En cambio y mientras Irán anuncia el lanzamiento para 2012 de su canal en castellano, Hispan TV, tanto en España como en la propia América Latina, por razones históricas y por falta de capacidad de inversión, las empresas periodísticas han sido incapaces, salvo honrosas excepciones (la estatal agencia EFE o el canal in-

ternacional de RTVE y los casos de Telefónica en televisión e Internet, la inversión de Planeta en El Tiempo y la renovada apuesta latinoamericana del grupo PRISA, que supone ya el 20% de sus beneficios) de introducirse en el mercado americano y viceversa.

### Falta expansión española

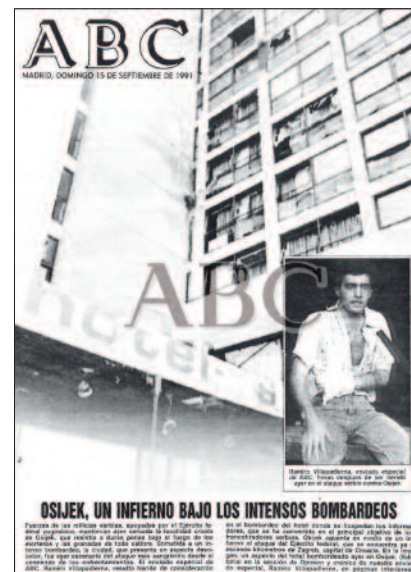
“Los medios no han abordado la misma expansión que otras empresas españolas. Primero, quizá por falta de ambición. Después, por poca capacidad y orientación de internacionalización, pero también porque allí existen medios y grupos muy fuertes”, dice Juan Varela, periodista, consultor de medios y gran conocedor del subcontinente. “Europa ha desplazado a Latinoamérica en las preferencias informativas de los españoles. Los lazos ancestrales por la emigración y culturales ya no son tan grandes. América se ha abierto mucho más a Estados Unidos, Asia o Europa y España ya no tiene tanto valor como puerta para esos mundos”.

Daniel Moreno, director de la web mexicana AnimalPolitico.com, no se explica este fenómeno. “Siempre me ha sorprendido el desprecio de los medios españoles a lo que ocurre en América Latina y a los lectores que tiene, pero sobre todo, que podría llegar a tener en esta región”, asegura. “Los españoles no parecen interesados en contar y explicar lo que sucede aquí, ni siquiera pensando en su propio público y despreciando el potencial de



FOTO: SERGIO CARO

El periodista David Beriain en una entrevista a un comandante Talibán.



## “El inglés sigue siendo la *lingua franca* de la información en papel o en la web”

crecimiento de sus medios en esta zona. El País.com, por ejemplo, tiene importantes niveles de lectura en América Latina, pero es ahora cuando se han empezado a abrir los espacios dedicados a los lectores de esta región”.

Las explicaciones de este desencuentro entre las dos orillas son muchas, pero todas ellas parten del mismo axioma: no hay una sola América Latina, sino varias. “Los países son muy distintos. Cualquier cambio en las políticas públicas de inmigración en Estados Unidos es, para ponerlo en lenguaje periodístico, una nota muy importante para México y medianamente relevante en Uruguay. De igual forma, una crisis sobre el mismo tema en España tiene un impacto en Ecuador que no es comparable al que pueda tener en México”, dice Daniel Moreno. “Ese es el error que ha cometido Europa (y los medios europeos, incluidos los españoles): suponer que los problemas de América Latina son los mismos, que su democracia, economía y cultura son las mismas, que su desarrollo periodístico es parecido”.

Pese a esta diversidad, la influencia norteamericana (sobre todo, en televisión), la contaminación del inglés y la desconfianza heredada de la colonización son rasgos comunes a casi todo el continente que sufre, además, como ocurre en España y en el resto del mundo, los problemas que padece la información internacional hoy en día: reducción de

corresponsalías y de enviados especiales, recortes en las coberturas o colaboradores a la pieza. Contar lo que pasa en el mundo es caro y no vende ni en España ni en América Latina. “Es ya un lugar común en México decir que la información internacional mata el *rating* y se vuelcan en los temas que demanda la gente”, asegura Moreno.

Y, sin embargo, ahora más que nunca sería el momento de explotar la ventaja de un idioma común para 500 millones de personas, sin contar el crecimiento de la población hispanohablante en Estados Unidos que ya supera a la de España y de eso ya ha tomado nota el *Huffington Post* que acaba de lanzar Latino Voices, pero en inglés, aprovechando el bilingüismo de las nuevas generaciones.

### Más oportunidades que nunca

A pesar de las enormes dificultades que persisten, muchos países de América Latina están viviendo los mejores años de su historia y la región está inmersa en un proceso de profunda transformación. El aumento de la clase media (180 millones de ciudadanos en toda la zona) –y por extensión, de la prosperidad general– ha disparado la demanda de información (por ejemplo, solo en México hay 21 informativos diarios que compiten en la radio y se vive una edad de oro de las revistas como *El Gatopardo*, *Etiqueta negra* y del periodismo comprometido, en la mejor tradición estadounidense). Nunca ha ha-

Izquierda: Mónica Bernabé en Badghis (Afganistán). Sobre estas líneas, Ramiro Villapadierna, corresponsal del diario ABC en Centroeuropa, herido en Osijek (Croacia), durante la Guerra de los Balcanes / ABC.

bido tantas oportunidades como las que ofrecen las innovaciones tecnológicas actuales para crear sinergias entre ambas orillas sin retórica hueca ni paternalismo ni suspicacias, sino con independencia y veracidad, con buen periodismo.

Probablemente, la información en castellano no pueda competir con la anglosajona en lugares como Afganistán por razones históricas, culturales y geoestratégicas, pero sí podría encontrar su propia voz, una visión del mundo en español, pensada y enfocada desde su propia sensibilidad. “No creo en esa visión del mundo lingüística. Ayuda, pero no es suficiente”, asegura Juan Varela. “Hoy, con un mundo mucho más globalizado, la mayoría de las miradas de los medios latinoamericanos no se dirigen prioritariamente a España, donde el nuevo periodismo y su negocio –digital o en medios convencionales– está menos desarrollado que en otros mercados”. Daniel Moreno no comparte este punto de vista. “Creo que hay mucho camino por andar”, dice. “Y que es responsabilidad de ambas partes buscar puntos en común para, antes que nada, aprovechar las posibles colaboraciones. Y que toca a los españoles, particularmente, apostar por América Latina.

Alguna vez escuché a un directivo español de una empresa de comunicación decir: “Esta empresa no es global. Y la prueba es que el 90% de sus principales directivos en el mundo son españoles”. Al parecer esto está cambiando. ■

Tenemos un

# VEHÍCULO

para cada ocasión



Disfruta de descuentos exclusivos  
por ser miembro de FAPE

Información y reservas:  
[www.atesa.es](http://www.atesa.es)

902 100 101

Código descuento FAPE 1300018



 **National**

**ATESA**

La seguridad en el alquiler de vehículos



## JOSÉ MARÍA CARRASCAL E IGNACIO ESCOLAR



# Columnistas y tertulianos

Cuando vas a mantener una charla con otro compañero periodista y lo primero que te dice es que él enviaba sus primeras crónicas por avión y se publicaban tres días después, conviene hacer una reverencia de admiración. Las nuevas generaciones de periodistas no han vivido los tiempos en que llegó a las redacciones el fax, el ordenador, el teléfono móvil, Internet... Ahora que tenemos todo eso, hay que imaginar cómo era el trabajo de un corresponsal, 50 o 60 años atrás, con su Olivetti, en algún lugar perdido del mundo. José María Carrascal lo sabe bien. Y ha compartido su experiencia con Ignacio Escolar, décadas menor que él, pero con un demostrado olfato para la noticia y para la opinión crítica. Representan dos tiempos de una misma profesión apasionante, apabullante, arrolladora, agobiante, incomparable. La profesión de contar las cosas que pasan. Ayer, hoy y siempre.

*Vicente Vallés,  
director de Noticias 1 de Antena 3*

**Vicente Vallés:** Hubo un tiempo en que las tertulias no existían.

**José María Carrascal:** El periodismo entonces era el de los periódicos. La radio daba el parte, también lo hacía la televisión. Pero en estos años, más que los formatos, lo que ha transformado este oficio es la tecnología. Ni necesariamente para bien ni para mal. En unas cosas se avanza y en otras se retrocede. Cuando empecé como corresponsal en Berlín enviaba mis crónicas por correo aéreo. Creo que son mis mejores informaciones pues tenían que aguantar tres fechas.

**Ignacio Escolar:** Me inicié en el periodismo cuando la tertulia era ya parte esencial de la radio y de la televisión.

**V.V.:** ¿La tertulia condiciona la información pura y dura, las noticias? ►



**José María Carrascal**  
(Madrid, 1930)

Encarna, quizá como pocos, la imagen de corresponsal español, por sus 34 años de ejercicio en el extranjero. Todavía hoy pasa seis meses al año en Estados Unidos, su última plaza exterior, que abandonó ya siendo corresponsal de Antena 3 para trasladarse a Madrid, desde donde dirigió el informativo nocturno de la cadena. Carrascal impulsó a la madrugada un particular estilo informativo urdido en la opinión, sin la que considera imposible ofrecer un producto completo a las audiencias.

## **“Considero muy naïf la disyuntiva entre opinión e información, cuando la primera lleva siempre implícita la segunda”** José María Carrascal

► **I.E.:** Sí. Los políticos están mucho más preocupados por lo que se dice en las tertulias que por lo que se escribe en los periódicos. La tecnología ha hecho el cambio. Mi caso es un ejemplo. Llegué a la opinión gracias a mi blog, cuando trabajaba como especialista en Internet en Informativos Telecinco. Escribía en mis ratos libres y eso terminó cambiando mi carrera. Es cierto que hay una avalancha de tertulias en radio y televisión, pero no es nada comparado con el volumen de opinión que se genera en Internet.

### **Opinadores**

**V.V.:** ¿Dais credibilidad a aquello de que los tertulianos opinan de lo que saben pero que también opinan de lo que no saben?

**J.M.C.:** Más que saber, en estos debates se emiten consignas, eslóganes... El público busca verse reafirmado en sus opiniones. ¿Qué es un periodista? La mejor definición se la oí a Sebastian Haffner: “Somos los bufones de las sociedades democráticas”. Durante el viejo régimen, el bufón era el único que decía las verdades al Rey. Muchas veces, eso le valía una paliza o acabar en el río. El pueblo soberano es el monarca de hoy en día, los políticos son los cortesanos y nosotros estamos aquí para decirles la verdad. Por esto no puede haber ni relación directa ni personal entre políticos y periodistas. Ejercemos funciones distintas.

**I.E.:** Tengo mis dudas, porque es verdad que en una relación muy cercana acabas como en las peleas de boxeo: el político te

abrazo para que no le golpees y eso es terrorífico. Pero cierto contacto es obligatorio. De lo contrario, opinarías de aquello que desconoces. Sobre todo en España, donde tanto se abusa del *off the record*.

**J.M.C.:** Una de las cosas que más me sorprendió de la llegada de la democracia a España, téngase en cuenta que yo regresé al país en los noventa, era la impudicia con que los periodistas presumían de sus relaciones con los políticos. No comprendo ese entendimiento de los políticos con “sus” periodistas.

**V.V.:** ¿Existe el tal “sus periodistas”?

**I.E.:** Muchos periodistas dependen económicamente de las tertulias. Como la temporalidad en estos espacios es muy alta y hay meses en que ganas bien y meses en los que no ingresas nada, algunos tertulianos necesitan hacer favores para mantenerse en antena.

**J.M.C.:** Yo, que he estado acostumbrado a que el corresponsal en la Casa Blanca fuera siempre el mismo gobernara quien gobernara, he observado con estupor los relevos de los periodistas que cubrían La Moncloa o el Ministerio de Defensa al más mínimo cambio. La problemática económica es tremenda. El periodista tiene que vivir, necesita ingresos y le es muy difícil evitar una influencia del poder. La prensa es muy poco libre en España. Pobre del compañero que quiera ser independiente en un periódico español en el que no esté a gusto.

**I.E.:** Con todo, creo que se puede hacer de forma honesta y que hay periodistas que dicen lo que piensan moleste a quien

moleste y que, a veces, reciben más presiones que de los de enfrente.

**J.M.C.:** Pregunto: ¿qué es un periodista? Un profesional de la información, como un médico lo es de la medicina. ¿Qué hace un profesional? Es un especialista en un ramo determinado que, ante un problema, lo estudia y emite una opinión. Considero muy naïf la disyuntiva entre opinión e información, cuando la primera lleva siempre implícita la segunda.

**I.E.:** Totalmente de acuerdo. Por eso creo que la opinión es más sincera que la información. Lo tramposo suele estar en las informaciones en las que, bajo una apariencia de objetividad, se da opinión. También creo que en la opinión hay una parte de divulgación. La gente ve las tertulias o lee las columnas para armarse con argumentos con que defender sus opiniones en el bar.

**V.V.:** ¿La expansión de las tertulias está devaluando el viejo columnismo?

**I.E.:** Las columnas siguen funcionando. En Internet tienes todos los formatos y funcionan.

**J.M.C.:** Las tertulias han comenzado su declive. Habíamos llegado a una inflación, encendías la tele a una determinada hora... cada cadena con su tertulia. Todo se desgasta. El problema de los medios audiovisuales es su deriva hacia el entretenimiento.

**I.E.:** Al priorizar tanto en el *infotainment*, cualquier otro formato es expulsado de la parrilla. En cuanto a la explosión de las tertulias, mucho tiene que ver con la proliferación de canales de TDT y con el predominio de cadenas de derecha o centro-

derecha que dan muy bien para los debates a la contra. La opinión política funciona mucho mejor a la contra que a favor. Si se da un cambio de Gobierno, se va a notar.

### Cualquier tiempo pasado...

**V.V.:** ¿El columnismo de hoy es comparable al de otros tiempos?

**J.M.C.:** Puedo resultar muy parcial, pero los artículos de Camba se leen hoy magníficamente, valen tanto como en 1914, algo muy difícil de lograr en el columnismo actual. Los de hoy estamos mucho más presionados por la noticia del día, aquel no es nuestro columnismo.

**I.E.:** También se ha reducido el espacio, los artículos son más cortos. Antes, el canon era Larra. Era un tipo de columnismo más literario que periodístico. Importaba antes el cómo que el qué. En mi caso, intento elaborar columnas al estilo estadounidense, centradas en el dato, conjugando opinión e información.

**J.M.C.:** Te doy la razón. Uno de los defectos del periodismo español es estar demasiado infectado de literatura, posiblemente porque España sea el único sitio donde los periódicos han dado de comer no solo a los periodistas, sino también a los escritores y a los filósofos. La obra de Ortega fue publicada toda en periódicos y eso ha contagiado al periodismo

porque el periodismo no es literatura, sino que es el análisis de lo actual.

**I.E.:** Volviendo al columnismo, una anécdota. Me decía un amigo politólogo: “Quiero escribir crítica literaria, pues estoy harto de que escritores que no saben nada de política opinen sobre ello; por lo tanto, yo que no sé nada de literatura debería escribir crítica literaria con los mismos argumentos”. A lo mejor es un poco exagerado, pero refleja esto que sucede: en ocasiones, el columnismo utiliza la política como fórmula para recrear un género literario.

### Crisis y calidad

**I.E.:** Primero, porque las redacciones han perdido efectivos, segundo porque los periodistas que quedan en ellas tienen miedo a perder su trabajo y tercero porque los medios de comunicación son empresas ligadas a la situación económica, nacional y mundial. Todo eso incide en la calidad del periodismo. Hacemos peor información no porque nosotros hayamos cambiado, sino porque el entorno no es el mejor.

**J.M.C.:** Esta crisis no es una crisis cualquiera, casi puede verse como la sustitución de una guerra imposible. El periodismo no va a ser inmune. La situación a la que te refieres en las redacciones es penosa. El periodismo se puso de moda en los sesenta y setenta y,

después, inundó las universidades de aspirantes a periodistas. No creo en las facultades de Periodismo, dudo de que sean tan útiles en nuestra profesión como lo son en medicina. El periodismo tiene tanto de ciencia como de arte, y el arte es poco enseñable. Esto es, más bien, un oficio. De tal modo, nuestra profesión, una de las más en auge de las últimas décadas del siglo XX, será una de las que más baje en el XXI.

**I.E.:** Tenemos dos crisis, coyuntural y estructural. La primera por la depresión en Occidente y la segunda, causada por las nuevas tecnologías. La competencia infinita en Internet disminuye el tamaño del mercado. Craigslist.com es un ejemplo de esto que digo. Esta web acapara hoy gran parte del mercado de clasificados en Estados Unidos facturando muchísimo menos que los diarios en la era del monopolio del papel. Hagamos cuentas: ¿qué porcentaje de los periodistas que trabajaban en España en 2006 seguirán haciéndolo en 2012?

### El futuro está aquí

**V.V.:** Para terminar, ¿cómo veis la profesión dentro de diez años?

**I.E.:** Existe cierto horizonte de independencia absoluta. Prestemos a las nuevas tecnologías la importancia que se merecen, pues ayudan a crear marca personal. Internet permite generar audiencias basadas en la propia firma. Ya no es el director del periódico quien propone las lecturas, sino que es tu primo o tu compañero de trabajo quienes hacen las recomendaciones. El prescriptor acaba siendo una masa indefinida de conocidos y desconocidos. Las redes sociales constituyen una fantástica herramienta. Tengámoslo presente, lo digo por experiencia personal.

**V.V.:** ¿Se va a poder comer de eso?

**I.E.:** Sí, ya está pasando. Microsiervos.com es un ejemplo. Este tipo de iniciativas no darán de comer a todos los periodistas de España, pero constituyen una alternativa que antes no existía.

**J.M.C.:** El futuro es la especialización y lo dice un periodista que ha tenido que hacer crítica teatral y que también ha cubierto un partido del Atlético de Madrid en Europa del Este, entre otras historias. La especialización y las nuevas tecnologías son la combinación estrella del mañana. Los periodistas muy especializados ya están siendo los más demandados. ■

**“Prestemos a las nuevas tecnologías la importancia que se merecen, pues ayudan a crear marca personal”** Ignacio Escolar



**Ignacio Escolar**

(Burgos, 1975)  
Columnista y analista político. Publica un artículo diario de lunes a viernes en *Público*, diario del que fue su primer director. Hijo del veterano periodista Arsenio Escolar, siguió los pasos de su padre y, desde 1995, ha pisado varias redacciones de prensa escrita, televisión, radio e Internet. Acólito de la Red, firma el blog Escolar.net, considerado uno de los más influyentes de España según la clasificación de Wikio. Colaborador de varias tertulias televisivas, *The Guardian* lo fichó en marzo pasado para integrar su *staff* de columnistas.

ENTREVISTA A:

## Rosa María Calaf

PERIODISTA

# Amistad

Jesús Martínez

En Barcelona las olas alcanzan, como mucho, metro y medio de altura. Los tsunamis solo tienen forma de prima de riesgo, no son efecto de terremotos que hayan trastocado las placas tectónicas en alguna fosa mariana. La periodista Rosa María Calaf (Barcelona, 1945) descansa en Barcelona de su ajetreado deambular por esos mundos. Ella cubrió el maremoto de las navidades de 2004, en Sri Lanka y Tailandia. “En todos mis años de carrera, es lo peor que he vivido”, confiesa. Y son muchos los años de carrera: cuatro décadas. Rosa María se ha prejubilado de RTVE. Lectora de *Il fatto quotidiano*, ha sido corresponsal de TVE en diferentes capitales y, en su última etapa en la televisión pública, en Asia y el Pacífico Sur. Desde que volvió de Pekín, el centro base de sus andaduras por Oriente, no ha dejado de estar en contacto con su secretaria, Verónica Lau, nacida en Shanghai. Su mano derecha.

Quizá, esta haya sido su última conversación telefónica con Verónica Lau:

Rosa María Calaf marca el 00 + 86 + 10 + el teléfono de Verónica en Pekín. Tres tonos...

– Verónica, ¿cómo estás?

– ¡Hola, Rosa, cómo me alegro de escuchar tu voz!

– Te llamo para saber si, finalmente, vas a venir a visitarme este agosto.

– Sí, iré con mi hijo, Gary.

– ¿Cuántos años tiene ya?

– 14, ya es todo un hombre.

– Pues podrías hacer una ruta por España. Podéis ir primero a ver Andalucía, y os acompañará Mary Chelo.

– ¿Tú no vendrías?

– De vuelta, cuando recaléis en Barcelona, estaré enteramente por vosotros. Iremos unos días al Baix Penedès... Te gustarán sus viñedos y cavas... Comeremos pescado junto al mar e iremos a pasear en bicicleta por los muelles. Luego nos trasladaremos de nuevo a Barcelona y haremos el recorrido que te interesa...

– ¿Gaudí?

– Claro, te encantará la arquitectura modernista, La Pedrera, la Sagrada Familia...

– Y comeremos paella...

– Y beberemos sangría en el Gòtic y en las Ramblas, la calle que nunca descansa...

– Te echo de menos, Rosa.

– Yo también a ti. Ando metida en la docencia. Me interesa mucho acercar el periodismo a los niños para que comprendan la importancia de estar bien informados. Ya ves que no me sobra tiempo: colaboro con *oenegés* y en aquello en lo que crean que pueda ser útil. También participo como jurado en festivales cinematográficos –amo el cine–, y no dejo de viajar. Por España, redescubriendo el país tras casi 30 años de estar fuera, y por el extranjero. Tú me conoces, no sé estarme quieta y necesito el contacto con otros lugares y con otras

gentes. De donde se aprende es de lo distinto, me parece.

– ¿Cómo ves a los nuevos periodistas de hoy? ¿Te hacen caso?

– Como siempre ocurre, aquellos que han aprovechado los estudios en la Universidad, con una enseñanza de calidad, están mucho más preparados: mayor acceso al conocimiento, excelente dominio de la tecnología y prácticas útiles en el mundo laboral. Sin embargo, este cuadro perfecto no es el habitual.

– Me sorprende que tengáis en España tantas facultades de comunicación. Cada año se gradúan más de mil nuevos periodistas, lo que me parece increíble...

– Falta un marco laboral serio que respete la profesión y, a menudo, una idea clara de que el periodismo es servicio y compromiso.

– Servicio y compromiso.

– Y el compromiso es con lo que se hace, uno se ha de esforzar por aprender y por mejorar continuamente: curiosidad y humildad. Y añadiría lo siguiente: comprender que este trabajo es mucho más que servicio y compromiso: responsabilidad. Amar la profesión y creer en ella. Y no estar dispuesto a bajar el listón.

– Precisamente, se trata de denunciar la imagen-espectáculo, algo que tienen asimilado los estudiantes como normal.

– Es imprescindible y esencial la denuncia de esa perversión que conduce a hacer creer que se da información cuando lo que se ofrece es entretenimiento y nada sano, además. La mezcla de géneros periodísticos es nociva y peligrosa. La buena información es un derecho tan fundamental como la salud y la educación. Lamentablemente, la frivolidad –y la

**“Me interesa mucho acercar el periodismo a los niños para que comprendan la importancia de estar bien informados”**



FOTO: MARC JAVIERRE

manipulación— se ha extendido por la televisión, y es fácil confundirse. El todo vale y el mercantilismo imperante no solo se encuentran en los medios de comunicación; forman parte del diseño social actual. Por una parte, se difunde este mensaje y, por otra parte, somos víctimas del mismo. La noticia nunca debe ser tratada como una mercancía. El objetivo de un medio de comunicación no es la cuenta de resultados sino la excelencia informativa. Pero hay quienes se ponen un chaleco o un velo o una mascarilla aunque sea innecesario, simplemente porque, en cámara, queda más espectacular...

— Pero eso es una lección que hoy, a veces, no se enseña. Los periodistas de hoy no han tenido la suerte de tener tus profesores, ¿o no te acuerdas?

— Es verdad. Primero, yo estudié Derecho y, después, Periodismo. Empecé en la radio —mi medio favorito—, y fui la primera reportera de calle con unidades móviles recién llegadas a España. Enseguida lo simultanéé con la televisión, de la mano de grandes profesionales: José Joaquín Marroquí, Antoni Serra, Alfredo Amestoy, Enrique Martí Maqueda, José Luis Balbín, Diego Carcedo... Siempre con la intención de especializarme en informa-

ción internacional y de ser corresponsal. Como referentes eran un consejo “vivo”, y su mejor ayuda, sinceramente, fue no cerrarme el paso, sino todo lo contrario; no era sencillo para una mujer penetrar en los ámbitos considerados “masculinos”. Las mujeres suelen ser las olvidadas cuando, generalmente, son el sostén de la comunidad.

— Nunca me has dicho qué te costó más cuando estabas aquí con nosotros, en China...

— Pues subir o no subir a un helicóptero con ayuda de emergencia para las víctimas del terremoto de la isla de Nias, en Indonesia, en el 2005, me planteó un conflicto ético. Si subía con todo el material técnico televisivo, se debían descargar doscientos y pico kilos de material de ayuda. No subí. Siempre he hecho lo que en su momento creía que debía hacer y el medio siempre ha respetado mi decisión. Y tú, ¿qué día llegarás a Barcelona?

— El 17 de agosto.

— Perfecto, yo acabo de regresar de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, y ahora estoy en el Penedès. Pasaré por Barcelona el 17 de agosto para recogeros, a ti y a tu hijo. Entonces, estaréis unos días en Andalucía, con Chelo. Después nos encontraremos en Cataluña, porque tengo, a partir del 24 de agosto, cursos en Castelló y en Santander, otra vez.

— Quiero subir al Tibidabo, a sus atracciones, y contemplar los cuadros de *Las Meninas*, de Picasso, y conocer el arte románico...

— Creo que aprovecharemos el tiempo al máximo: turismo, cultura, gastronomía y amistad.

— Sí, amistad. ■

## 20N: Políticos responsables

**Una campaña electoral más, la FAPE pide sensatez a los partidos políticos para que el derecho a la libertad de información de los ciudadanos no se vea alterado por cortapisas al trabajo profesional de los periodistas**

**R**uedas de prensa sin preguntas, información electoral cronometrada en las televisiones públicas y privadas, contenidos enlatados, injerencia y censura previa.

Casi por norma, las trabas al libre ejercicio del periodismo aumentan con la convocatoria de comicios. Los políticos se pertrechan, al tiempo que periodistas y ciudadanía les recuerdan sus respectivos derechos a informar y a estar informados.

Las cosas no pintan mejores este 20 de noviembre, ante la convocatoria de elecciones generales. Frente a la tardía reacción de los políticos, la ciudadanía reclamó por todos los medios a su alcance —con las redes sociales como principal canal de comunicación— la celebración de un debate electoral entre los candidatos de los dos partidos mayoritarios en España, convocado el 7 de noviembre. La FAPE secundó la ola de reivindicaciones para pedir también la convocatoria de un cara a cara en la Red, además del que acordaron celebrar en la Academia de la Televisión los candidatos socialista y popular.

La primera organización profesional de periodistas de España insiste. Combate las ruedas de prensa sin preguntas, denuncia la imposición de bloques electorales a las televisiones privadas, señala a políticos y personajes públicos que eluden responder a las preguntas de los periodistas, califica de censura la tentativa política para injerir en la elaboración y edición de contenidos de los medios públicos... Y, con motivo de las elecciones generales del 20 de noviembre próximo, la FAPE persevera y se compromete a destinar mayores esfuerzos a prevenir y condenar los in-

**Los periodistas están obligados a mantenerse en guardia en época electoral**

tentos del poder político por controlar la información periodística.

Reunida en Segovia el primero de octubre, su Junta directiva aprobó una Declaración, bautizada con el nombre de esta ciudad, en la que insta a los partidos políticos a actuar con responsabilidad durante la campaña previa a las elecciones generales de 2011.

### La ciudadanía exige respeto

Antigua advertencia de esta Federación, los periodistas están obligados a mantenerse en guardia en época electoral. Y parece que no están solos. Con la crisis provocada por el Consejo de Administración de TVE, la ciudadanía demostró con airado malestar el valor que concede a un servicio informativo público elaborado por profesionales cualificados y donde los partidos han de limitarse a servir de fuente de información. #rtvedetodos fue el hashtag que llevó el debate a Twitter convirtiéndolo en *trending topic*. “Los políticos ya saben, por la reciente experiencia con el Consejo de Administración de RTVE, que los ciudadanos exigen el máximo respeto a la libertad de información y de expresión y rechazan rotundamente cualquier atisbo de censura o de limitación de estos derechos”, constata la Declaración de Segovia.

El documento insiste en denunciar las cortapisas en la cobertura de los procesos electorales. Con motivo de las pasadas elecciones autonómicas y municipales, la FAPE llamó a los medios de comunicación españoles a renegar de las ruedas de prensa sin preguntas y no cubrirlas. El *Manifiesto contra las ruedas de prensa sin preguntas y otras anomalías informati-*

vas, promovido por la FAPE y la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y hecho público el 4 de mayo pasado, recibió el respaldo de 172 medios y de más de 10.100 ciudadanos, que dan cuenta del hartazgo de la sociedad ante los reiterados intentos del poder político por controlar la información.

### El decálogo de la FAPE

En otro paso hacia la normalización, la FAPE y la APM emitieron un decálogo de recomendaciones dirigido a periodistas y medios donde se rechaza el término conferencia de prensa para denominar actos informativos que no incluyan turno de preguntas. Ambas organizaciones entienden que el formato en este caso es de declaración, “lo que debe advertirse previamente a los informadores”. En el mismo decálogo se recomienda a profesionales y editores hacer constar en las informaciones el formato y las circunstancias de cada caso y colocar el icono identificativo de #sinpreguntasnocoberturas, así como las preguntas que hubieran querido formular y no les fueron admitidas. E idéntico *modus operandi* en relación a notas de prensa e imágenes procedentes de partidos políticos, empresas e instituciones. “No debe pasar como propio lo que sea material de una fuente del periodista”, se precisa en el decálogo.

Como recuerda su presidenta, la FAPE se mantendrá vigilante ante los continuos es-





REUTERS

## La FAPE habilita un email (generales2011@fape.es) al que dirigir las quejas sobre injerencias en el control de la información

fuerzos del poder político por ofrecer una visión sesgada de la realidad limitando la libertad de los periodistas para informar de manera libre y responsable. Con esta voluntad y como ya hizo en el transcurso de las pasadas elecciones autonómicas y municipales, la Federación habilita un correo electrónico (generales2011@fape.es) al que periodistas y público en general pueden dirigir sus quejas sobre la injerencia de políticos y dirigentes en el derecho de todo ciudadano a recibir información libre y veraz.

**Versión íntegra de la Declaración de Segovia en [www.fape.es](http://www.fape.es)**

## Despidos. El cierre de medios continúa

EXTRACTO DEL OBSERVATORIO DE LA CRISIS EN LOS MEDIOS, COORDINADO POR LA FAPE.

LOCALIDAD/ PROVINCIA	MEDIO	EMPRESA	AFECTADOS	MOTIVO
GALICIA	<i>Galicia Hoxe</i>	Galicia Hoxe	19	CIERRE
CAMPO DE GIBRALTAR	Emisora <i>Onda Cero</i>		1	DESPIDO IMPROCEDENTE
HUELVA	<i>Odiel Información</i>	<i>Odiel Información</i>	13	ERE
MADRID	Periódico <i>Qué!</i>	<i>Qué!</i>	3	DESPIDO IMPROCEDENTE
VALENCIA	<i>Superdeporte</i>		2	DESPIDO
NACIONAL	<i>Público</i>	Mediapubli	29	ERE
NACIONAL	<i>Don Balón</i>	Publicaciones del Sur	6	CIERRE
NACIONAL	Diarios <i>Bahía de Cádiz e Información Jerez</i>	Publicaciones del Sur	10	CIERRE

**AFECTADOS DESDE NOVIEMBRE DE 2008: 4.156**  
**AFECTADOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE: 79**

Los datos son aproximativos y no pretenden dotar de rigor científico a este Observatorio por la imposibilidad de un seguimiento individualizado de los casos. En el número total de afectados no están incluidas las previsiones, ni los ERE no llevados aún a cabo pese a estar firmados o presentados.



## Bajo la sombra del terror

La Federación Internacional de Periodistas asume las recomendaciones de la FAPE sobre el tratamiento informativo de actos terroristas

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) asumirá las recomendaciones de la FAPE sobre el tratamiento informativo de actos terroristas. De este modo, la primera organización de periodistas, que representa a más de 600.000 profesionales en 131 países, valora el *Informe sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo*, elaborado por la Comisión de Quejas y Deontología de esta Federación en 2005.

La FAPE creó en agosto pasado la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología, que nace para sostener y garantizar la independencia de la Comisión. Las competencias de esta Fundación serán designar los miembros de la Comisión, recibir información periódica y perceptiva de sus actividades y acuerdos y financiar su funcionamiento.

El interés que despertó la propuesta española en la conferencia *El periodismo a la sombra de las leyes antiterroristas*, organizada conjuntamente por la Federación Europea de Periodistas (FEP) y la FIP los 10 y 11 de septiembre pasados en Bruselas (Bélgica), motivó que los participantes solicitaran su difusión internacional, así como su estudio en el comité de expertos para la aplicación en todos los sectores periodísticos interesados del mundo.

El informe de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE recoge, entre otros asuntos, recomendaciones para los profesionales tales como el cuidado del lenguaje, la no reiteración de imágenes, la especialización, el equilibrio entre información y privacidad, los trabajos en tiempo real, el respeto a los familiares de las víctimas y la no utilización de términos propagandísticos o la propia neutralidad del periodista.

Los debates mantenidos durante la conferencia, a la que asistieron representantes de organizaciones profesionales de todo el mundo, se centraron en la repercusión de las leyes antiterroristas promulgadas a raíz de los atentados en Estados Unidos sobre el trabajo de los periodistas.

Además de presentar el informe de la Comisión de Quejas y Deontología, la delegación española —integrada por la presidenta de la FAPE, Elsa González, y el delegado para las Relaciones Internacionales de la Federación, Luis Menéndez— expuso la situación de los periodistas amenazados en España por la banda terrorista ETA. Todavía hoy, más de 50 profesionales de la información trabajan y viven con escolta en el País Vasco, denunciaron los representantes españoles en el foro internacional de periodistas.

Versión íntegra de la Declaración adoptada por la Conferencia FIP/FEP en: [www.fape.es](http://www.fape.es) y [www.ifj.org](http://www.ifj.org)

### Resolución 2005/1

Un tratamiento periodístico bien detallado y sistemático de los hechos terroristas tiene efectos sociales y políticos beneficiosos. Por esto, la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE recuerda a editores y periodistas que:

1. El derecho de informar queda supeditado al deber de respeto a la dignidad humana, a la propia imagen, a la intimidad y privacidad cuando exista conflicto entre ambos.

2. El rechazo a cualquier expresión de violencia, a sus métodos y objetivos deberá ser siempre explícito, llevando por ello a excluir de los contenidos periodísticos a cuanto incite a la violencia o a la subversión institucional.

3. Las tareas informativas deben ser llevadas a cabo con discreción y sensibilidad, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias. Reviste especial importancia el cuidado del lenguaje utilizado.

4. A las personas afectadas directa o indirectamente por la violencia terrorista se les debe tratar no solo como personas dignas del mayor respeto, sino como necesitadas de una atención y un trato especialmente prudente.

5. La protección de los menores constituye un compromiso ético que no ofrece excepciones.

6. No criminalización de los parientes y amigos inocentes de quienes están incurso en ilícitos penales de esta naturaleza.

7. No resulta conforme a la ética profesional la utilización de estas cuestiones como medio para aumentar el número de lectores o las audiencias.



# Nueva oleada de despidos

2011, el año de los recortes en el periodismo español



Los medios de comunicación españoles perdieron más de 1.000 empleos en 2011, el triple que en 2010, hasta destruir 4.156 puestos de trabajo desde noviembre de 2008, en datos del Observatorio de la Crisis de la FAPE.

Los editores españoles están empeñados en hacer más con menos: combatir la crisis con el mazo de los recortes. A golpe de ERE, Mediapubli, editora de *Público* y de *Publico.es*, suprimió a finales de octubre 29 empleos periodísticos de las cabeceras digital y papel dirigidas por Jesús Maraña. La desinversión en puestos de trabajo en el diario generalista más joven de España fue anunciada dos días después del cierre del semanario deportivo *Don Balón*, que dejó en la calle a otros 12 profesionales.

## El cierre de medios no cesa

La sangría se ha cebado en especial con Andalucía, sobre todo en la provincia de Cádiz. Publicaciones del Sur dejó de editar los diarios *Información Jerez* e *Información Bahía de Cádiz* el 1 de octubre pasado. Casi al mismo tiempo, el Ayuntamiento de Jerez solicitó concurso de acreedores para la radiotelevisión municipal Onda Jerez, lo que conlleva la aprobación de

un ERE para más de la mitad de la plantilla, integrada por 83 trabajadores. Idéntica suerte corrió RTV La Línea, al disolverse la sociedad y dejar en la calle a 22 trabajadores en agosto. También en el Campo de Gibraltar, TV Los Barrios suspendió servicios por quiebra en julio, alistando a 28 trabajadores en el desempleo. Punto Radio protagonizó el, por ahora, último episodio de la debacle andaluza al apagar sus micrófonos en Cádiz y Málaga, y Asturias en el norte. Las tres emisoras sumaban 22 trabajadores.

Asturias, pero también Galicia sufrieron este trimestre la guadaña del desempleo. *Xornal de Galicia* echó el cierre antes de cumplir su tercer aniversario, en agosto pasado. Antes del periódico editado en A Coruña dejaron de publicarse *Galicia Hoxe* (único diario de pago íntegramente en gallego), el semanario *A Nosa Terra*, el quincenal comarcal *A Peneira* y el periódico digital *Vieiros*, pionero en la información online en lengua vernácula, por no hablar de otras webs con menor audiencia que, en los últimos años, han ido pasando a peor vida. Resiste, todavía, el mensual *Tempos Novos*.

## La FAPE insta a los editores a "evitar las medidas unilaterales y negociar acuerdos que limiten los daños de sus decisiones"

Ante esta situación, en septiembre la FAPE emitió un comunicado instando a los editores a "buscar fórmulas alternativas a los despidos y, en último caso, a evitar las medidas unilaterales y negociar con los interlocutores sociales acuerdos que limiten los daños de sus decisiones".

"La FAPE reitera que el periodismo de calidad por el que dicen apostar los editores como remedio a la crisis nunca podrá realizarse si se vacían las redacciones y se despide a los periodistas experimentados, motivadores y promotores de la buena práctica de este oficio", advirtió en la nota. "El debilitamiento de las redacciones quiebra principios ligados al ejercicio y promoción del periodismo de calidad, y abre paso a un periodismo decidido a violar todas las normas éticas y deontológicas con tal de satisfacer la avaricia de los que solo buscan la rentabilidad económica a toda costa", aperebió. "Solo hay que mirarse en el caso de *News of the World*", concluía el comunicado.

## Informes de Gestión



### PRESIDENCIA

## La recompensa de la unidad

Elsa González, presidenta

Desde luego el periodismo no es para gente sin pasión. Tenemos demasiados retos que afrontar para que este oficio avive su presencia en la sociedad y no se resienta la democracia. El *Libro negro del periodismo*, que el catedrático Bernardo Díaz Nosty presentó en la Asociación de la Prensa de Madrid, evidencia que la escalada de despidos y precariedad no solamente no se ha frenado, sino que, lamentablemente, mantiene su ritmo ascendente.

Los efectos de esta crisis provocan, por ejemplo, que el número de corresponsales y enviados especiales se haya reducido drásticamente. Y en sus manos se halla esa información diferenciada y singular desde el lugar de los hechos que, junto al periodismo de investigación, constituye una de las razones de ser de nuestro oficio. Aportan la noticia de forma directa, independiente y veraz. Pero, además, ofrece la imagen de marca que proporciona credibilidad.

Algunos medios de comunicación con peso específico en nuestra sociedad encabezan ahora esta destrucción de la calidad.

Atravesamos un momento crucial para el futuro del periodismo. Y la adversidad debe encontrarnos más unidos que nunca, para ganar en fortaleza, y disponer de armas que nos permitan defender la profesión, situarla en el lugar que se merece en las administraciones públicas y en la sociedad. Además de ganar imagen social, pero también, y esencialmente, respeto entre nosotros mismos.

Seguramente los colegios nos van a ayudar en esa meta. Estas últimas semanas se han producido avances decisivos para el nacimiento del Colegio de Periodistas de Andalucía. Castilla-La Mancha y Castilla y León progresan, asimismo, es este objetivo.

Desde aquí os invito a realizar un ejercicio de compromiso y responsabilidad que permita a estos colegios aportar vitalidad y calidad a la profesión, en sintonía de colaboración y respeto hacia aquellas asociaciones que no se plantean dar este paso porque consideran que, así, pueden defender igualmente a sus profesionales. Ambas fórmulas han de convivir en armonía y eficacia.



### FORMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

## Empresas, cero en formación

Aurelio Martín, vicepresidente para Formación y Tecnologías de la Información y de la Comunicación

En el marco del II Congreso de la Blogosfera Sanitaria, celebrado en Madrid, presentamos el resultado del I Sondeo Janssen Observer 2.0. Periodismo Sanitario y Medios Sociales, realizado con la colaboración de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS) y la FAPE.

A quienes seguimos de cerca el uso de las tecnologías digitales no nos ha sorprendido gran parte de la conclusión científica del sondeo, como que el 94% de los periodistas españoles utiliza las redes sociales e incluso el 68% hace uso de ellas varias veces al día en su trabajo. Sin embargo, la actitud de las empresas sí es para detenerse a pensar: mientras que un 58% de los periodistas consultados no se considera bien formado, al 88% no le han ofrecido formación. Es patente la falta de implicación, incluso cuando podría resultarles gratis. Entretanto, tienen que ser las organizaciones de profesionales, como la FAPE, quienes promuevan iniciativas, en las que estamos trabajando en profundidad y esperemos que con buenos resultados, en breve. Es curioso que la falta de perspectiva, como lo demuestra la ausencia de inversiones en formación, choca con la visión que tienen algunos editores acerca del periodismo, vinculándolo con la calidad. Este aspecto lo hemos recogido en la última declaración de la FAPE, aprobada en Segovia, donde instamos a los editores a que inviertan en formación porque, de lo contrario, se está cerrando la puerta a la recuperación de las empresas —y de los puestos de trabajo— y a la máxima profesionalización de sus periodistas.

### GÉNERO



María Ángeles Samperio, vocal para Asuntos de Género

## Rediseño del Consejo de Género de la FIP

El Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) llegó en septiembre a un acuerdo sobre el funcionamiento de este órgano que, hasta la fecha, ha actuado como un comité de expertos y que, a partir de ahora, tendrá un carácter más institucional en el seno de la FIP. La propuesta se llevó al Comité Ejecutivo de la FIP, celebrado posteriormente en Argentina, y ha sido aceptada.

De otro lado, se está trabajando en la realización de una conferencia de género europea, a celebrar en 2012 en Atenas. Se quiere debatir la importancia de la crisis económica para la profesión periodística y cómo incide de forma especial entre las mujeres.

### RELACIONES INTERNACIONALES

Luis Menéndez, delegado para Asuntos Internacionales



## #sinpreguntas nocobertura llega al Consejo de Europa

El próximo enero se presentará ante el Consejo de Europa, en Estrasburgo, el dossier correspondiente a la campaña #sinpreguntasnocobertura, impulsada por la FAPE y la Asociación de la Prensa de Madrid, respaldada por 172 medios y más de 10.100 ciudadanos. Con anterioridad, #sinpreguntasnocobertura recibió el apoyo unánime de la Federación Europea de Periodistas, al presentarla la FAPE como moción el 15 de junio.

## MADRID

# Oficio enfermo

Bernardo Díaz Nosty presenta El libro negro del periodismo en España, un exhaustivo análisis del deterioro de la profesión



Las estrechas relaciones entre los periodistas y los políticos es el mayor mal del periodismo en España, según manifestó el catedrático Bernardo Díaz Nosty, autor del Libro negro del periodismo en España, que se presentó el 29 de septiembre, coeditado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y la Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga.

Para Díaz Nosty, es necesario “blindar la información como un elemento de la democracia” que no debe “contaminarse” de mercantilismo ni de otros componentes porque es un derecho ciudadano recogido en el artículo 20 de la Constitución Española. Hay que reivindicar la “excepción democrática de la información”, subrayó, “porque está ligada a los derechos y libertades públicas”.

El Libro negro del periodismo en España radiografía un sistema de medios engordado artificialmente mediante las concesiones públicas otorgadas por los sucesivos inquilinos de La Moncloa y de las administraciones

autonómicas y municipales, hasta crear una “burbuja mediática”, sin precedentes en Europa, que ahora está pinchando. Esta burbuja es anterior a la crisis económica pero se ha evidenciado con ella. “Aunque no hubiéramos tenido crisis eco-

**El libro radiografía un sistema de medios engordado artificialmente con concesiones públicas**

nómica”, afirmó Bernardo Díaz Nosty, “este libro negro lo habríamos presentado igualmente”.

Pero hay todavía, según el libro, una burbuja más: la burbuja académica, que ha creado un gran excedente de titulados universitarios que sobrepasan con mucho la demanda natural del mercado de los medios, de manera que una gran mayoría de ellos se ven obligados a orientarse hacia ocupaciones laborales ajenas al periodismo. Más que a una destrucción de empleo periodístico, que la hay, se está asistiendo a una precarización de las condiciones laborales de los periodistas por la sustitución de profesionales experimentados por otros recién titulados y más baratos.

Lucía Méndez, redactora jefa de Opinión del diario El Mundo, definió esta radiografía de los medios españoles como de “altísima resolución”, con “muchos datos” y “sin concesiones”. Para Méndez, es necesario hacer una autocrítica “porque la profesión periodística, tal

y como la conocemos, ha sufrido casi una mutación genética”, que ha minado la objetividad, “el respeto a los hechos”. “Ahora”, afirmó, “los medios fabrican sus propios hechos”, y lo hacen “sin ningún tipo de complejo”. Nadie se considera responsable de nada. “Los periodistas hemos reasignado nuestra responsabilidad individual”, señaló.

“Si en las redacciones hoy hay un periodista que no está dispuesto a escribir lo que le mande el jefe sin más, pero periodismo saldrá adelante”, dijo Carmen del Riego, corresponsal política de La Vanguardia, quien definió el libro como una “autocrítica” que se tiene que ver como “un intento del periodismo de solucionar sus problemas desde dentro”. Para Del Riego, “el periodismo ha perdido la razón por la que se convirtió en profesión: el sentido de servicio público” y, mientras “no veamos este oficio como un servicio público, no empezaremos a salir del pozo”.

Los males del periodismo se centran en varias cuestiones, explicó Manuel Núñez Encabo, presidente de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que se abordan en el libro. Una de ellas es que estamos asistiendo a una nueva etapa del periodismo, “que es el periodismo sin periodistas”, y la otra se centra en el artículo 20 de la Constitución, cuya garantía “corresponde a periodistas y a empresas editoras”. A los periodistas y a las editoras les corresponde “garantizar a los ciudadanos su derecho a una información plural, veraz y respetuosa con las libertades”, sostuvo Núñez Encabo, porque “debe quedar claro que las empresas informativas forman parte del periodismo”.

El libro está ilustrado con viñetas de El Roto, presente en el acto junto con casi dos centenares de asistentes, y prologado por Fernando González Urbaneja, presidente de la

APM, quien también firma el trabajo ‘El futuro del periodismo’. Igualmente, se complementa con un artículo del catedrático de Comunicación Miquel de Moragas, titulado Periodismo: formación desorientada, y con dos encuestas: una a directores de diarios de información general de pago y otra a estudiantes de disciplinas no relacionadas con Periodismo.

**Para el autor, es necesario “blindar la información como un elemento de la democracia”**

## CÁDIZ

### Diego Calvo, ganador del Premio Cádiz de Periodismo 2011

El periodista gaditano Diego Calvo ha sido galardonado con el Premio Cádiz de Periodismo en su edición de 2011 por el reportaje, emitido en Una Bahía TV, 23 voces del 23F. Una visión gaditana del golpe.

El documental recupera, a través de imágenes de archivo, narraciones de radio, documentos de prensa y, sobre todo, los testimonios de 23 gaditanos, la traumática experiencia del Golpe de Estado de 1981 desde diferentes ángulos. El trabajo desgrana la tensión vivida, hora a hora, por periodistas, políticos, militares y personalidades del mundo social y cultural gaditano.

Diego Calvo, que actualmente forma parte del gabinete de prensa de la Diputación de Cádiz, recibió una dotación económica de 3.000 euros, además de un motivo artístico, durante el acto de entrega del galardón, que tuvo lugar en la Velada de la Prensa del pasado 9 de julio en el Patio del Convento de San Francisco.



CARMEN ROMERO

### II Diálogos sobre la Libertad y el Constitucionalismo en España

Los Diálogos sobre la Libertad y el Constitucionalismo en España son una serie de jornadas en las que diez protagonistas de la historia reciente de España (políticos, historiadores y juristas) debaten, en cinco sesiones, el papel del constitucionalismo en España.

Organizadas por el Consorcio para la Conmemoración del Bicentenario de la Constitución de Cádiz de 1812 y la Asociación de la Prensa de Cádiz, tienen como objetivo poner de relieve la Constitución que hace dos siglos vio la luz en la ciudad de Cádiz. Este segundo diálogo, moderado por el catedrático de Derecho Constitucional Javier Pérez Royo, contó con la participación de la consejera de Estado María Teresa Fernández de la Vega y la expresidenta del Tribunal Constitucional María Emilia Casas.

En total, serán cinco Diálogos sobre la Libertad y el Constitucionalismo en España los que se irán desarrollando hasta diciembre de 2011.

## ALICANTE

### La Asociación de la prensa de Alicante viaja a las repúblicas bálticas

Texto: Luis Seguí, vicesecretario general de la Asociación de la Prensa de Alicante (APA).

Como es tradicional desde que la APA celebró su primer centenario en 2004, todos los veranos organiza un viaje que inauguró en Egipto y al que siguieron otros a diferentes países.

En esta ocasión, el destino ha sido las repúblicas bálticas y hasta 30 personas pudimos disfrutar de la estancia, durante siete soleados días, en el extremo nordeste de Europa, gracias a Viajes Barceló Alicante.

Mundo diferente y espectacular; su historia, arquitectura, paisajes y costumbres nos produjeron inolvidables sensaciones en los distintos puntos que conocimos.



Los periodistas disfrutaron de vistas como la de las dunas de 50 metros de altura en las cercanías de Nida.

## ALMERÍA

### Flamenco de altura en la X Convivencia de los Periodistas Almerienses

La voz de Alfonso Salmerón, cantaor almeriense con más de 50 años en el mundo del flamenco, brilló en la X Convivencia de los Periodistas Almerienses, celebrada en agosto, con la asistencia de más de 300 personas, en su mayoría periodistas, profesionales de los medios de comunicación y colaboradores de la Asociación de Periodistas-Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL).



J.A. BELTRÁN

## BURGOS

### La APBU acerca los medios de comunicación a los jóvenes burgaleses

La Asociación de Periodistas de Burgos (APBU) ha renovado el convenio suscrito con la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Burgos, cuyo objetivo es acercar los medios de comunicación a los jóvenes de esta ciudad.

El acuerdo contempla la realización de un curso sobre medios de comunicación, de 50 horas de duración, un total de 32 horas formativas a impartir a un grupo de la población reclusa del Centro Penitenciario de Burgos, talleres en centros educativos y la celebración de una mesa redonda sobre libertad de expresión.

## CAMPO DE GIBRALTAR

### La APCG lamenta el cierre de la Radio Televisión de La Línea

La Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar (APCG) lamentó en un comunicado el cierre de la Radio Televisión Municipal de La Línea, una vez aprobada a finales de agosto por parte de la Corporación municipal la disolución de Somdeco, la Sociedad Municipal de Medios de Comunicación, que integraba a 21 trabajadores. La APCG reprochó que fueran estos trabajadores, además del conjunto de la ciudadanía de La Línea, los que acabarían pagando las consecuencias de una nefasta gestión municipal que ha desembocado en la situación actual, con la consiguiente desaparición de un medio de comunicación público y la pérdida de oferta informativa local.

## La APC rinde homenaje a Álvaro Cunqueiro

Coincidiendo con el centenario del nacimiento de Álvaro Cunqueiro (Mondoñedo, 1911–Vigo, 1981), la Asociación de la Prensa de La Coruña (APC) prepara diversos actos para poner en valor la condición de periodista de este escritor polifacético, que dedicó su vida profesional al mundo de las letras, desde distintas vertientes, como la novela, la poesía, el teatro y el periodismo. Entre las actividades programadas por la asociación coruñesa se encuentra un ciclo de conferencias, otro de cine y la publicación de un monográfico, que tiene como soporte *La Hoja del Lunes de La Coruña*, sobre la vida y la obra del genial escritor, galardonado en 1959 con el Premio Nacional de la Crítica, por su obra *Las crónicas del Sochantre*, y con el Premio Nadal, en 1968, por *El hombre que se parecía a Orestes*.



## La APJ retoma 'La Hoja del Lunes'

La Asociación de la Prensa de Jaén (APJ) ha publicado una edición especial de la *Hoja del Lunes*, con motivo del centenario del colectivo de periodistas jiennenses. La edición de esta *Hoja del Lunes*, cabecera de la que fue titular la APJ en los años sesenta y que dejó de publicarse a principios de los setenta, contiene numerosos trabajos de temática histórica y profesional. El periódico ha tenido una tirada de 5.000 ejemplares.

## El Centro de Prensa de Guadalajara cumple diez años al servicio de la comunicación

La Asociación de la Prensa de Guadalajara (APG) conmemoró, el pasado 4 de julio, el décimo aniversario de su Centro de Prensa. Periodistas, autoridades y representantes de empresas patrocinadoras asistieron a la celebración, que contó con la intervención de los tres presidentes de la APG en sus 23 años de historia: Félix García Pérez, Carlos Sanz Establés y Álvaro Rojo Blas. A lo largo de esta década, la casa de los periodistas alcarreños ha acogido 1.104



actos, entre ruedas de prensa, asambleas, firmas de convenios, cursos y reuniones de diversa índole. Precisamente, la FAPE quiso participar de esta efeméride celebrando en la instalación la reunión de su Junta directiva el 13 de julio.

Miembros de la Ejecutiva de la FAPE junto a compañeros de la Junta directiva de la APG, tras la reunión celebrada en el Centro de Prensa de Guadalajara.

## La APG pone en marcha una nueva edición de su Rally Fotográfico

La Asociación de la Prensa de Guadalajara ha puesto en marcha una nueva edición, la número 12, de su Rally Fotográfico. La inauguración de la muestra tuvo lugar el pasado mes de junio en la capital alcarreña y viajará a diversos pueblos de la provincia. En esta ocasión, los once fotógrafos participantes han respondido al lema propuesto, la Guadalajara más tradicional, con imágenes variopintas. Aparecen así instantáneas de fiestas como el Carnaval y la Semana Santa de la capital. Otras reflejan estampas de la vida cotidiana con sabor a tradición. Sin duda, una oportunidad para adentrarse en la cultura y el folclore de Guadalajara.



NACHO IZQUIERDO

## La APH presenta su anuario fotográfico y organiza una exposición con los momentos más relevantes de 2010

Como ya viene haciendo desde hace tres años, la Asociación de la Prensa de Huelva (APH) ha recogido en la publicación *400 ASA. Historia gráfica de un año* las 200 imágenes más significativas de los acontecimientos ocurridos en la provincia en 2010. Así, el libro compila en sus páginas imágenes del juicio del caso *Mariluz*, el cierre del antiguo Mercado de Abastos del Carmen y de Astilleros, las inundaciones a causa de los fuertes temporales, la huelga general, los cambios en el Recreativo FC o el Gordo de Navidad, que dejó en Huelva algo más de 20 millones de euros; junto a otras de las festividades y eventos culturales destacados.

Además, la APH ha organizado con 40 de esas fotografías una exposición en el Museo Provincial, con la que ha querido recordar los momentos más relevantes de 2010 y rendir un pequeño homenaje a los compañeros gráficos. Este acto se ha enmarcado en el programa de eventos que la asociación ha puesto en marcha para celebrar su centenario. La muestra ha contado con la colaboración de la Asociación Latitudes 21 y la Delegación Provincial de Cultura de la Junta de Andalucía.



## NAVARRA

### La Oficina Internacional de Prensa, referente para la prensa extranjera un año más

Por undécimo año consecutivo, la Oficina Internacional de Prensa (OIP), dependiente de la Asociación de Periodistas de Navarra (APN), ha sido la gran aliada de los periodistas y fotógrafos nacionales y extranjeros que se acercaron a cubrir las fiestas de San Fermín. Este año, con la presencia de medios de comunicación de 17 países, la OIP expidió 639 acreditaciones, además de atender y asesorar a todos los profesionales que lo necesitaron.



Por otro lado, el 14 de julio, último día de San Fermín, la APN recibió el Pañuelo de Honor por hacer visible el vino de las tierras navarras. "Es el reconocimiento a un trabajo intenso y de colaboración durante todo el año entre la asociación y el Consejo Regulador", señaló su presidenta, Pilar García Granero, tras anudar el pañuelo de honor a Miguel Ángel Barón, presidente de la APN.

## PAÍS VASCO

### Iñaki Gabilondo recibe el premio Periodistas Vascos 2011

La Asociación Vasca de Periodistas – Euskal Kazetarien Elkarte (AVP-EKE) ha otorgado el premio Periodistas Vascos 2011 a Iñaki Gabilondo por "su acertada capacidad de análisis de la realidad y gran sensibilidad para poder explicarla".

En la entrega, un nutrido grupo de periodistas vascos arropó a Gabilondo, que recibió como galardón una escultura de Nicolás Alba. Lucía Martínez Odriozola, presidenta de la AVP-EKE, y Sara Estévez, primera periodista deportiva de Euskadi, fueron las encargadas de entregárselo.



## SALAMANCA

### Fallado el II Certamen de Periodismo Palacio de Garcí Grande 2011

El periodista Juan Manuel García Ayuso recibió el primer premio del II Certamen de Periodismo Palacio de Garcí Grande 2011, dotado con 3.000 euros, por su reportaje *Los últimos pregoneros de Castilla y León*, emitido por Radio Televisión de Castilla y León. Elsa González, presidenta de la FAPE, acompañó en el Casino de Salamanca a la Asociación Salmantina de Periodistas (ASPE) en el acto de entrega de estos galardones que organiza la entidad y que cuenta con el respaldo económico de Caja España-Caja Duero.

Los periodistas Antonio Casillas, con *Un travesí en el franquismo*, y Juan Carlos Hernández, con *El purgatorio de ETA*, obtuvieron los dos accésit del certamen, dotados con 1.000 euros cada uno. Asimismo, el jurado otorgó un premio especial, patrocinado por El Corte Inglés, al artículo *¿Quedéme sin pesquera?*, de Francisco Gómez Bueno.



Los premiados y los miembros del jurado posan tras la entrega de los galardones.

## SEGOVIA

### Alfredo Matesanz, reelegido presidente de la APS

Alfredo Matesanz ha sido reelegido presidente de la Asociación de la Prensa de Segovia (APS) al encabezar la única lista presentada tras la convocatoria de elecciones en el seno de esta organización, que cuenta con cerca de un centenar de miembros.

En su intervención, Matesanz habló del prestigio profesional con que cuenta la APS como organizadora del premio en memoria de Cirilo Rodríguez, cuya próxima convocatoria alcanzará la 28ª edición. Asimismo, Matesanz se refirió al liderazgo que desempeña la asociación en la creación del Colegio de Periodistas de Castilla y León, que puede ser una realidad en los próximos meses.



De izquierda a derecha, el equipo de la Junta directiva: Miguel Ángel López, Carmen Martín, Sergio Arribas, Victoria Domínguez, Alfredo Matesanz, Teresa Sanz y Aurelio Martín.

## SANTA CRUZ DE TENERIFE

### Juan Galarza repite presidencia en la APT

Juan Galarza, al frente de la única lista que concurrió a las elecciones convocadas para la renovación de la Junta directiva de la Asociación de la Prensa de Santa Cruz de Tenerife (APT), ha sido reelegido presidente con el apoyo de la totalidad de los asambleístas.



La nueva Junta directiva, de izqda. a dcha.: María Luisa Arozarena, Juan Galarza, Manuel Negrín (abajo), Salvador García, Alfonso G. Jerez y Cristina G. Maffiotte.



Alberto Fabra, presidente de la Generalitat Valenciana

## “He contestado a todas las preguntas de los periodistas y esta va a seguir siendo mi voluntad”

**Alberto Fabra Part** preside la Generalitat Valenciana desde la dimisión de Francisco Camps, el 20 de julio pasado. Con su llegada al Palacio de Ciutat Vella, las relaciones entre periodistas y políticos dieron un giro copernicano. El clima de tensión de la era Camps es ya solo un mal recuerdo. El que fuera alcalde de Castellón pone punto final a años de inmovilismo, cerrazón e insostenible hostilidad.

**Presidente, ¿con usted comienza una nueva y diferente etapa entre Generalitat y periodistas?**

Mi compromiso es que exista una relación cordial y cercana con todos, los medios de comunicación son el cordón umbilical entre los ciudadanos y la Generalitat. Nadie duda de la importante labor social que ejercen. Mi voluntad es tenderles la mano.

**Thomas Jefferson hizo famosa la frase: “Prefiero periódicos sin gobierno que gobiernos sin periódicos”. Al final de su mandato había cambiado de opinión asegurando que lo único creíble de los periódicos eran los anuncios.**

El siglo XXI ha traído numerosas formulas de comunicación que hacen posible el acceso del ciudadano a toda la información a través de múltiples y diferentes canales. Ésta es la verdadera metamorfosis de la sociedad del conocimiento y a ella nos tenemos que adaptar haciendo accesible la información pública y facilitando a los medios su labor, para que puedan seguir siendo garantes de lo que acontece en la sociedad.

**¿Con usted se han acabado las ruedas de prensa sin preguntas?**

Desde que tomé posesión de mi cargo, he estado a disposición de los profesionales de los medios. Como presidente de la Ge-

## “Libertad de expresión siempre, desde el respeto al interés de Estado”

neralitat, ya he tenido ocasión de comparecer ante los periodistas y he contestado a todas las preguntas y esta va a seguir siendo mi voluntad.

**Winston Churchill, proclamado personaje del siglo XX, solía decir que los periodistas son “los perros guardianes de la democracia”, sin embargo hay muchos políticos que no dudan en aplicar toda su capacidad de presión para callarnos.**

Yo soy demócrata y defiendo cualquier herramienta, labor o profesión que, desde el respeto, acerque al ciudadano la realidad de la gestión pública. El ejercicio democrático debe mostrarse día a día, con trabajo, honradez y transparencia; practicando con el ejemplo.

**Desde la Transición, periodistas y políticos han caminado juntos, haciendo posible que las libertades quedaran plenamente consolidadas. Han sido etapas intensas y apasionantes, de una relación de enemigos íntimos. Tal vez sea necesario decir, una vez más, aquello de juntos pero no revueltos.**

Creo que esta reflexión debe abordarse en un debate más amplio, en cada etapa nos enfrentamos a nuevos retos y circunstancias y cada agente desempeña un papel que va cambiando según la coyuntura. Marcar los límites es una tarea compleja a definir en cada momento, siempre desde la libertad y el respeto que ha de guiar la función de ambos en la sociedad. Cada uno de estos protagonistas debe conocer su espacio, respetarlo, defenderlo y ejercer con responsabilidad sin traspasar fronteras.

**¿Libertad de expresión o interés del Estado?**

Libertad de expresión, siempre, desde el respeto al interés del Estado.

---

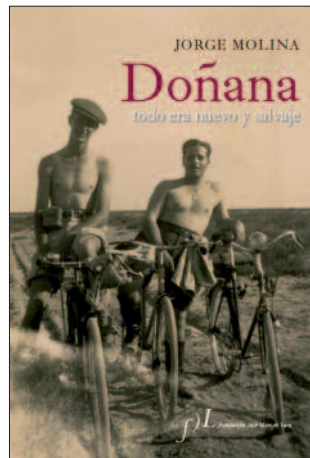
**ENTREVISTA REALIZADA POR BASILIO TRILLES**  
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE CASTELLÓN



## La historia desde mi balcón

Tomás Alcoverro  
Editorial Destino.  
336 págs. 19 €.

Tomás Alcoverro, corresponsal de *La Vanguardia* en Oriente Medio desde 1970, ha escrito en ese tiempo, desde el balcón de su casa en Beirut, más de 7.000 crónicas para el diario barcelonés sobre los acontecimientos bélicos y sociales que han tenido lugar en Oriente Medio y en las zonas limítrofes. Muchas de esas crónicas se recogen en este libro, en el que hay una voluntad de estilo literario que trasciende la labor puramente informativa. El resultado es un retrato de nuestros vecinos más desconocidos, realizado por un testigo directo de la marea que los envuelve.



## Doñana

Jorge Molina  
Editorial Fundación José Manuel Lara.  
264 págs. + 32 láminas. 20 euros.

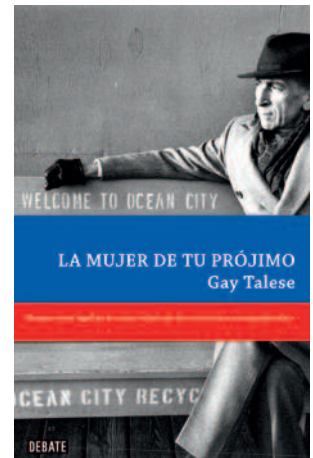
*Doñana. Todo era nuevo y salvaje*, del escritor y periodista Jorge Molina, narra los extraordinarios acontecimientos que tuvieron lugar en el bajo Guadalquivir entre 1940 y 1970, hechos en gran medida desconocidos que motivaron el nacimiento del Parque Nacional de Doñana y la conversión de decenas de miles de hectáreas asediadas por el paludismo en el mayor arrozal de Europa. Un relato real y absolutamente fiel a los hechos, pero que toma la forma de una emocionante novela, todo ello acompañado de una amplia selección fotográfica, con numerosas imágenes inéditas.



## Twittergrafía

Mario Tascón y Mar Abad  
Editorial Catarata.  
160 págs. 14 euros.

En una era en la que cada vez más personas utilizan las redes sociales, Twitter está significándose como una de las más interesantes, llenas de ingenio y de información útil. En esta obra se analiza cómo los usuarios escriben en esta red social, cómo los políticos y las empresas intentan llegar a los votantes y consumidores a través de ella y, sobre todo, cómo los ciudadanos han tomado y conquistado esa nueva plaza pública virtual. Trucos de experto, explicación de las principales abreviaturas y parte de los códigos ocultos que utilizan los *hackers* completan una obra perfecta para participar en este nuevo mundo de forma activa.



## La mujer de tu prójimo

Gay Talese  
Editorial Debate.  
544 págs. 24,90 euros.

Versión revisada y actualizada de la polémica obra maestra de Gay Talese, publicada en 1981, sobre las costumbres sexuales en Estados Unidos. Una investigación excepcional de la revolución sexual del siglo XX, en la que podemos oír las voces de sus grandes protagonistas: desde partidarios de la censura y ciudadanos escandalizados ante la libertad sexual, pasando por los propietarios de salones de masajes, hasta el fundador de la revista *Playboy*, Hugh Hefner. Historias de primera mano en las que el autor describe minuciosamente el cambiante paisaje sexual y moral previo a la aparición del sida.



## La explosión del periodismo

Ignacio Ramonet

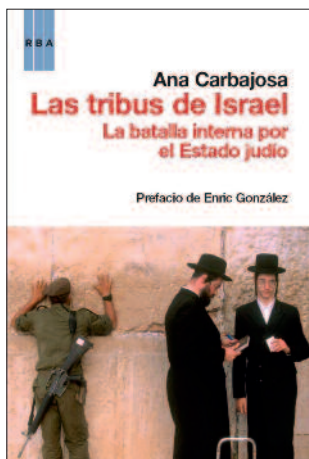
Editorial Clave Intelectual. 160 págs. 15 euros.

Una radiografía de la prensa escrita en un momento en el que el ecosistema mediático ha volado por los aires a causa del impacto de la revolución digital y el desarrollo de las redes sociales.

Los ciudadanos, en esta nueva sociedad de redes, tienen vocación de convertirse en "periodistas" a través de dispositivos ligeros como los blogs, Twitter o Facebook, que ofrecen un potencial de comunicación inédito. Por su parte, las referencias teóricas y prácticas del periodismo que se han ido fijando a lo largo de siglo y medio de dominación mediática ya no resultan adecuadas.

¿Podrá sobrevivir el periodismo? Sin duda alguna. Pero por el momento se encuentra un poco como Gulliver cuando llegó a la isla de los Liliputienses: agarrado con miles de minúsculas ataduras.





### Las tribus de Israel

Ana Carbajosa  
 Editorial RBA.  
 272 págs. 20 euros.

En 2008, la periodista Ana Carbajosa se trasladó a vivir a Jerusalén. Llevaba toda la vida oyendo hablar del conflicto de Oriente Próximo, de los judíos, de los palestinos, de la ocupación..., pero se encontró con un país desconocido, con una sociedad compleja y decidió intentar entenderlo, viajando y conversando con la gente que allí vive. Este libro es el resultado de una inmersión de dos años en las singularidades de este país a través de algunos de sus habitantes. Es el esbozo de una sociedad en la que conviven y a menudo compiten muchas sensibilidades: sionistas, ultraortodoxos, colonos, israelíes de origen árabe, pacifistas...



### Diccionario biográfico del exilio español de 1939. Los periodistas

Juan Carlos Sánchez Illán (Dr.)  
 Editorial: Fondo de Cultura Económica.  
 594 págs. 25 euros.

Este libro es la primera aportación a una empresa ambiciosa, como es la de recuperar una parte fundamental de la historia de España en el siglo XX: la labor política, cultural y profesional de los hombres y las mujeres que conformaron el exilio provocado por la Guerra Civil española de 1936-1939. Se trata de la puesta en valor de las trayectorias de varios centenares de profesionales del periodismo que ejercieron su labor tanto en España como, sobre todo, en sus respectivos países de acogida y asentamiento, singularmente Francia y México.



### Tras la huella del crimen

Juan S. Rada  
 T&B Editores.  
 224 páginas. 19 euros.

Medio siglo de crímenes se recogen en la historia de *El Caso*, periódico de sucesos que fue líder de ventas durante muchos años. Por sus páginas desfilaron los asesinos más famosos y se difundieron los principales hechos sangrientos de nuestro país. Juegos siniestros, desapariciones inquietantes, mujeres emparedadas y un largo etcétera de diabólicas maldades. En este libro se muestra tan apasionante trayectoria y los principales delitos que quedaron sin resolver. También se explica cómo actuó la censura para impedir su difusión, por lo que algunos crímenes ven ahora la luz impresa por primera vez.



### Deslenguados

Julio Somoano  
 Temas de Hoy.  
 288 págs. 18 euros.

¿Se dice clicar o cliquear? ¿Pósters o pósteres? ¿Cómo es posible un crecimiento negativo de la economía? ¿Qué es un anacoluto?... Los políticos nos hacen víctimas de lo políticamente correcto, los periodistas deportivos nos inundan de tópicos, los ejecutivos abusan de los anglicismos... De una forma divertida, el periodista Julio Somoano nos muestra cómo es el español del siglo XXI y el que nos espera en el futuro, nos enseña el uso adecuado de la lengua castellana y explica los errores de expresión más comunes. Un libro que nos demuestra que la lengua es una cuestión muy seria... y desternillante.



## Prensa e Internet, ¿dónde está el negocio?

Pilar Gómez-Borrero

Editorial MediosOn y Escuela de Organización Industrial (EOI). 160 págs. 35 euros.

La obra analiza la reciente historia de la prensa digital en España, cómo Internet ha impactado en los medios de comunicación, en su modelo de negocio, cómo se convive con competidores y dispositivos que hacen que la revolución sea imparables... Hay amenazas, pero también se abren extraordinarias oportunidades de negocio. Por ello, el balance no es catastrofista. Más bien al contrario, siempre que los medios de comunicación completen su salto a lo digital y no piensen que la estrategia de futuro la encontrarán en su pasado. Es decir, ni Internet es el enemigo ni va a salvar al papel. Los medios de comunicación deberían —eso sí— perder el miedo ante el cambio y confiar más en lo que pueden aportar las nuevas generaciones de profesionales. Todo ello sin olvidar al verdadero protagonista: el lector-usuario.

# carné FAPE

DESCUENTOS Y PROMOCIONES PARA LOS TITULARES DEL CARNÉ FAPE

## Afiliación

### CARNÉ INTERNACIONAL DE PERIODISTA

El Carné FAPE da derecho a la obtención del Carné Internacional de Periodista que expide la Federación Internacional de Periodistas (FIP) y a las facilidades que esta acreditación aporta en más de 120 países. El carné se obtiene a través de la asociación de la prensa respectiva.

#### Más información:

Para obtener el Carné Internacional de Periodista en Madrid:  
Sagrario Páez. Tel. 91 360 58 24  
fape@fape.es  
www.fape.es  
www.periodistasfape.es



## Formación

### UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

Descuento del 15% para los asociados, cónyuges e hijos en titulaciones (excepto Medicina), cursos de postgrado (excluidos los doctorados) y otras iniciativas formativas. Válido durante el curso 2010-2011.

#### Más información:

Luis Moser  
Tel. 91 211 53 74

## Asesoría

### ASESORÍA JURÍDICA GRATUITA

La FAPE dispone de una asesoría jurídica gratuita para asuntos profesionales. El contacto ha de establecerse a través de la asociación de la prensa respectiva.



## Ocio

### MYENTRADA

Descuentos excepcionales de hasta un 50% o más, según espectáculos, en Madrid y Barcelona. Solo se pueden obtener los descuentos a través de la página web.

#### Más información: www.myentrada.com

Usuario: FAPE  
Password: periodista

## Automóviles



### COMPRA

#### SEAT

SEAT España y su red de concesionarios ofrecen condiciones preferentes a los asociados a la FAPE. [www.seat.es](http://www.seat.es)

### ALQUILER

#### NATIONAL ATESA

Acuerdo preferente, exclusivo para asociados a la FAPE, con unos sustanciales descuentos y excepcionales ventajas en toda su gama de turismos y vehículos industriales para Península y Baleares. Para beneficiarse de estas extraordinarias condiciones llama al teléfono 902 100 101, indicando el código de descuento 1300018. [www.atesa.es](http://www.atesa.es)



## Seguros

### AXA SEGUROS E INVERSIONES

Acuerdo, a través de Simón y Parra Asociados, para miembros de la FAPE, familiares y empleados de las asociaciones, así como para las propias asociaciones. Descuentos en seguros de automóvil (respetan la bonificación existente más un 15% adicional), hogar (30% de descuento en contratación), comercio-oficinas (30%), accidentes individuales (30%) y salud (30%). Los descuentos se realizarán en base a la tarifa actual de la compañía y sobre la prima sin considerar impuestos. Los descuentos quedan adquiridos para años sucesivos. Ofrecen también, en condiciones muy competitivas, los siguientes productos: Reticar Puntos, Seguro de Motocicletas Fórmula Bike, Planes de Pensiones, Inversiones (depósitos y fondos), embarcaciones de recreo, Caza y pesca, Vida y ahorro.

#### Más información:

[www.simonyparra.com](http://www.simonyparra.com)  
Tel. 902 10 31 46 (Carmen)  
[simon.parra@agencia.axa-seguros.es](mailto:simon.parra@agencia.axa-seguros.es)



## Aerolíneas

### SPANAIR

Descuentos del 25% en todas sus tarifas a los miembros de la FAPE y un acompañante. La rebaja es aplicable en rutas operadas directamente por Spanair. No tendrá efecto a cargos de emisión ni tasas ni a vuelos en código compartido operados por otras compañías. Hay dos procedimientos: llamar a Spanair Center (902 13 14 15) o acudir a sus oficinas de venta en los aeropuertos. Para comprar el billete con descuento hay que presentar el Carné FAPE y el DNI o pasaporte.

**Más info:** [www.spanair.com](http://www.spanair.com)



## Paradores, hoteles y balnearios

### Paradores

25% de descuento sobre los precios oficiales de habitación doble estándar y desayuno, con las excepciones puntuales que indican en la oferta y determinadas fechas de Semana Santa y puentes de mayo, del Pilar y de la Constitución. Existen tarifas de domingo a jueves, de domingo a viernes y para todos los días, según establecimientos. Ofrecen puntualmente la tarifa única, sobre la que se realizará un 10% de rebaja.

**Más información:**  
Tel. 902 54 79 79  
[www.parador.es](http://www.parador.es)

### Hoteles

#### BARCELÓ HOTELS & RESORTS

En función de su disponibilidad, hay descuentos que pueden llegar a ser de hasta el 60%. Barceló cuenta con 180 hoteles en 17 países.

**Más información:**  
[www.barcelo.com](http://www.barcelo.com)

#### GRUPO ANTEQUERA GOLF

Tarifa exclusiva para miembros de la FAPE, sin distinción de temporada y bajo disponibilidad en el complejo turístico.

**Más información:**  
[www.hotelantequera.com](http://www.hotelantequera.com)

Reservas: 902 54 15 40  
[reservas@hotelantequera.com](mailto:reservas@hotelantequera.com)

#### GRAN HOTEL BALNEARIO PUENTE VIESGO CANTABRIA

Ofertas excepcionales y descuentos de hasta un 20% en determinados servicios.

**Más información:**  
Tel. 942 59 80 61  
[www.balneariodepuenteviesgo.com](http://www.balneariodepuenteviesgo.com)

### Hoteles por Internet

#### HOTELOPÍA

Ofrece un 11% de descuento. Disponen de más de 25.000



alojamientos en 1.000 destinos alrededor del mundo.

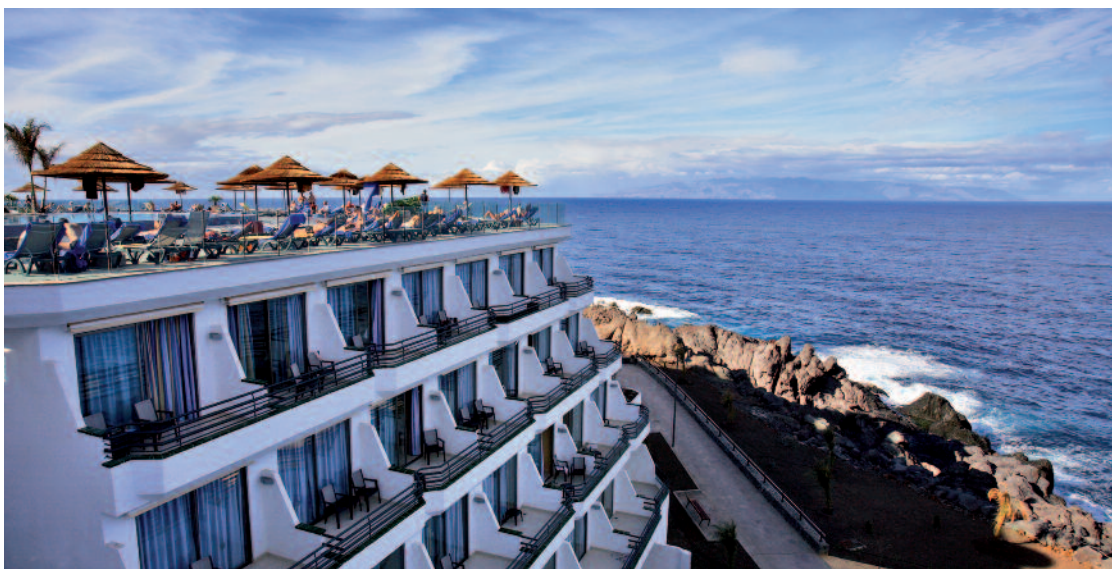
**Más información:**  
[www.hotelopia.es](http://www.hotelopia.es)  
Reservas: 902 43 04 19  
[headoffice@hotelopia.com](mailto:headoffice@hotelopia.com)  
<http://fape.hotelopiaclub.com>  
Usuario: fape  
Contraseña: hotelopia

### Balnearios

#### BALNEARIOS DE TERMAEUROPA

En sus tres balnearios de Arnedillo (La Rioja), Carlos III (Guadalajara) y Playa Comaruga (Tarragona), descuento del 10% sobre todas las tarifas con alojamiento que aparecen en su web. Acceso limitado a las piscinas activas y saunas.

**Más información:**  
[www.termaeuropa.com](http://www.termaeuropa.com)





# Club de Servicios Colectivos Vip



El Club de Servicios de la FAPE nace para ayudar a ahorrar a los periodistas de la Federación. El Club contiene más de 300 ventajas en productos y servicios en toda España, en los segmentos de viajes, ocio y restauración, electrónica, cosmética, moda y complementos, entre otros.

## ¿CÓMO ACCEDER AL CLUB?

Desde cualquier ordenador, a través de la web <http://www.fape.es/servicios.htm>

Regístrate con tu dirección de correo electrónico (email).

Puedes utilizar tanto el correo electrónico de la empresa como el tuyo particular.

## CUPONES Y CUENTA VIP

Cada oferta te indica cómo beneficiarte del descuento:

1. **Imprime un cupón** y preséntalo en la tienda más próxima junto con tu carné de la FAPE.
2. **Compra por Internet** y recupera parte de la compra en tu Cuenta VIP.
3. **Compra por teléfono.**

Todos nuestros acuerdos están negociados para que comprar a través del Club de Servicios de la FAPE te suponga siempre un ahorro.

## COLECTIVOS VIP

El proyecto de ColectivosVIP es un modelo consolidado de gran éxito en Estados Unidos desde hace más de una década, implantado en más del 90% de grandes empresas estadounidenses y colectivos de consumo. Desde hace 15 años, ColectivosVIP aplica en España esta experiencia estadounidense.



# asociaciones federadas

## ▲ PRESIDENTE ●●● Nº DE SOCIOS

**Asociación de Periodistas de Albacete**  
▲ María del Carmen Benítez Tera ●●●103  
Avda. de la Estación, 2-6ª planta  
Apartado de Correos 1030  
02001 Albacete  
Tel. 96 759 64 14 / Fax. 96 759 64 14  
Email: apalbacete@fape.es  
web: www.fape.es/albacete

**Asociación de la Prensa de Alicante**  
▲ Jose Manuel Soto Tornero ●●●270  
C/ San Fernando, 53-2ª dcha.  
03001 Alicante  
Tel. 96 521 20 86 / Fax. 96 521 40 51  
Email: apa@infopress.es  
web: www.asociacionprensaalicante.com

**Asociación de Periodistas-Asociación de la Prensa de Almería**  
▲ Covadonga Porrúa Rosa ●●●171  
Plaza San Sebastián, 5. Galería Comercial Edif. Concordia, esc. izda. 1-1  
04003 Almería  
Apartado de Correos 1063, 04080 Almería.  
Tel. 95 026 01 41 / Fax. 95 026 01 41  
Email: asociacion@periodistas2005.com  
web: www.periodistas2005.com

**Asociación de la Prensa de Aragón**  
▲ Camino Ibarz Gil ●●●594  
C/ Cinco de Marzo, 9  
50004 Zaragoza  
Tel. 97 622 53 84 / Fax. 97 622 29 63  
Email: aparagon@aparagon.es  
web: www.aparagon.es

**Asociación de la Prensa de Ávila**  
▲ Jesús Antonio Mayoral Bernabé ●●●23  
C/ Vallespín, 23  
05001 Ávila  
Tel. 92 021 23 94 / Fax. 92 021 23 94  
Email: apaavila@gmail.com

**Asociación de la Prensa de Badajoz**  
▲ Juan Manuel Cardoso Carballo ●●●46  
Avda. Juan Carlos I, 2. Centro Calle Mayor  
06002 Badajoz  
Tel. 92 421 00 34 / Fax. 92 421 00 73  
Email: prensa@aytobadajoz.es

**Asociación de la Prensa de Burgos**  
▲ Mar González Menas ●●●90  
C/ Teresa de León, 2 bajo  
09006 Burgos  
Tel. 94 724 21 40 / Fax. 94 724 21 40  
Email: prensaburgos@yahoo.es

**Asociación de la Prensa de Cáceres**  
▲ Inmaculada Franco Fernández ●●●124  
C/ Sánchez Herrero, 2 bajo  
(Casa de la Chicuela)  
10004 Cáceres  
Tel. 92 762 75 97 / Fax. 92 722 00 06  
Email: info@periodistascaceres.com

**Asociación de la Prensa de Cádiz**  
▲ Fernando Santiago Muñoz ●●●215  
C/ Ancha, 6. 11001 Cádiz  
Tel. 95 621 20 59 / 95 621 20 73  
Fax. 95 622 07 83  
Email: apc@prensacadiz.org  
web: www.prensacadiz.org

**Asociación de la Prensa de Campo de Gibraltar**  
▲ Estanislao Ramírez Barjaco ●●●102  
C/ Poeta Daniel Florido, s/n  
Edificio Cooperativa Dos Mares  
11207 Algeciras (Cádiz)  
Apartado de Correos 1100  
Tel. 95 660 16 56 / Fax. 95 660 16 56  
Email: apcg@apcg.info  
web: www.apcg.info

**Asociación de la Prensa de Cantabria**  
▲ M<sup>a</sup>. Angeles Samperio Martín ●●●280  
C/ Cádiz, 9-2ª izda.  
39002 Santander  
Tel. 94 222 48 60 / Fax. 94 222 71 65  
Email: aprensa\_cantabria@mundivia.es  
web: www.aprensa-cantabria.org

**Asociación de la Prensa de Castellón**  
▲ Basilio Trilles Torrent ●●●50  
C/ Obispo Salinas, 14, bajo  
12003 Castellón  
Tel. 629 625 968  
Email: apc.periodistas@gmail.com

**Asociación de la Prensa de Ceuta**  
▲ Rafael Peña Soler ●●●34  
C/Real, 108. Edificio Real, Portal 3-2ºB  
51001 Ceuta  
Tel. 649 39 14 79  
Email: ceuta@efe.es

**Asociación de la Prensa de Ciudad Real**  
▲ Juan Carlos Sevilla Torrijos ●●●90  
Apartado de Correos 136  
13080 Ciudad Real  
Tel. 636 38 38 77  
Email: ciudadreal@periodistasclm.es

**Asociación de la Prensa de Córdoba**  
▲ Manuel Fernández Fernández ●●●75  
Glorieta Conde de Guadalhorce, s/n  
14008 Córdoba  
Tel. 95 749 24 14  
Email: asprencor@arrakis.es  
web: www.asprencor.es

**Asociación de la Prensa de Cuenca**  
▲ Alicia García Alhambra ●●●49  
Edificio de RNE  
Avda. de Radio Nacional de España, 1  
16003 Cuenca  
Email: apcuenca@fape.es

**Asociación de la Prensa de Granada**  
▲ Antonio Mora de Saavedra ●●●244  
C/ Escudo del Carmen, 3  
18009 Granada  
Tel. 95 822 95 17 / Fax. 95 822 78 98  
Email: aprgr@aprensagranada.org

**Asociación de la Prensa de Guadalajara**  
▲ Álvaro Rojo Blas ●●●150  
Centro de Prensa de Guadalajara  
C/ Felipe Solano Antelo, 7  
19002 Guadalajara  
Tel. 94 921 56 69 / 94 949 16 96  
Fax. 94 922 51 52  
Email: asociacion@centrodeprensa.org  
centrodeprensa.org  
prensa@dguadalajara.es  
web: www.asociaciondelaprensa.com /  
www.centrodeprensa.org

**Asociación de la Prensa de Huelva**  
▲ Rafael J. Terán Giménez de Cisneros ●●●54  
C/ Julio Caro Baroja, 2  
21002 Huelva. Apartado de Correos 97  
Tel. 95 925 07 20 / Fax. 95 925 07 20  
Email: aphuelva@gmail.com  
web: www.prensahuelva.es

**Asociación de la Prensa de Jaén**  
▲ José Manuel Fernández Ruiz ●●●106  
C/ Bernabé Soriano, 6-1ª planta  
23009 Jaén  
Tel. 95 323 44 95  
Email: info@prensajaen.com  
web: www.prensajaen.com

**Asociación de la Prensa de Jerez de la Frontera**  
▲ María José Pacheco Guerrero ●●●105  
Apartado de Correos 435  
C/ Diego Fernández Herrera, 11  
11401 Jerez  
Tel. 95 634 17 14 (tardes)  
Fax. 95 634 17 14  
Email: asociacionprensajerez@jerez.es

**Asociación de la Prensa de La Coruña**  
▲ Manuel González Menéndez ●●●247  
C/ Durán Loriga, 10-4º  
15003 A Coruña  
Tel. 98 122 34 86 / Fax. 98 122 34 86  
Email: info@periodistascoruna.es

**Asociación de la Prensa de La Rioja**  
▲ Javier Alonso García ●●●280  
Edificio Casa de los Periodistas  
Plaza San Bartolomé, 5  
26001 Logroño  
Tel. 94 125 33 69 / Fax. 94 126 22 26  
Email: asociacion@periodistasrioja.com

**Asociación de la Prensa de Lanzarote-Fuerteventura**  
▲ Salvador Hernández Nieves ●●●35  
Las Arenas Canal 9. Nave Industrial 1º C  
Zona Industrial de Playa Honda  
35550 San Bartolomé (Lanzarote)  
Tel. 92 882 29 50 / Fax. 92 882 29 51  
Email: shernandez@grupohd.com

**Asociación de la Prensa de Las Palmas**  
▲ Mario Hernández Bueno ●●●30  
C/ Gabriel Miró, 5. Ciudad Jardín  
35005 Las Palmas  
Tel. 928 23 32 47 / 92 824 46 67  
Fax. 928 23 37 53  
Email: asociaciondelaprensadelas  
palmas@yahoo.es

**Asociación de Periodistas de León**  
▲ Fernando Aller González ●●●75  
Apartado de Correos 233. 24080 León  
Email: apleon@fape.es

**Asociación de la Prensa de Lugo**  
▲ Sabela Corbelle Barja ●●●57  
Rúa Nova, 19, 2º. Local 3  
27001 Lugo  
Tel. 98 225 14 12 / 625 670 849  
Email: aplugo@fape.es  
web: www.periodistasfape.es/lugo/

**Asociación de la Prensa de Madrid**  
▲ Fernando González Urbaneja ●●●7634  
C/ Juan Bravo, 6  
28006 Madrid  
Tel. 91 585 00 10 / Fax. 91 585 00 35  
Email: apm@apmadrid.es  
web: www.apmadrid.es

**Asociación de la Prensa de Málaga**  
▲ Andrés García Maldonado ●●●261  
C/ Panaderos, 8-1º. 29005 Málaga  
Tel. 95 222 91 95 / Fax. 95 222 91 95  
Email: apm@aprensamalaga.com  
web: www.aprensamalaga.com

**Asociación de la Prensa de Melilla**  
▲ Francisco Javier Calderón Gallardo ●●●41  
Apartado de Correos 574  
29880 Melilla  
Tel. 667 76 95 22  
Email: correo@apmelilla.com

**Asociación de la Prensa de Mérida**  
▲ Máximo Durán Abad ●●●116  
Liceo de Mérida  
C/ Santa Eulalia, 41. 06800 Mérida  
Email: apm@periodistasmerida.es  
web: www.periodistasmerida.es

**Asociación de la Prensa de Murcia**  
▲ Juan Tomás Frutos ●●●282  
Gran Vía Escultor Salzillo, 5. Entlo.  
30004 Murcia  
Tel. 96 822 51 06 / Fax. 96 822 51 06  
Email: asprensamurcia@yahoo.es  
web: www.aprensamur.com

**Asociación Periodistas de Navarra**  
▲ Miguel Ángel Barón Calvo ●●●156  
C/ Pozoblanco, 15, 1º  
31001 Pamplona  
Tel. 94 822 40 79 / Fax. 94 822 92 89  
Email: asociacion@periodistasnavarra.es  
web: www.prensapamplona.com

**Asociación de la Prensa de Oviedo**  
▲ José Antonio Rodríguez Fernández-Brón ●●●320  
C/ Melquiades Alvarez, 16-1º izda.  
33004 Oviedo  
Tel. 98 522 57 63 / Fax. 98 510 28 51  
Email: gprensa@correo.uniovi.es  
web: www.asociacionprensa.com

**Asociación Vasca de Periodistas**  
▲ Lucía Martínez Odrozola ●●●321  
Alameda San Mamés, 37-4º. Dpto. 6  
48010 Bilbao  
Tel. 94 410 60 40 / Fax. 94 410 60 40  
Email: asociacion@periodistasvascos.com  
web: www.periodistasvascos.com

**Asociación de la Prensa de Palencia**  
▲ Juan Francisco Rojo Bellota ●●●71  
Apartado de Correos 55. 34080 Palencia  
Tel. 607 85 27 84  
Email: asociacionprensapalencia@  
hotmail.com

**Asociación de la Prensa de Salamanca**  
▲ Inigo Domínguez de Calatayud ●●●33  
Facultad de Comunicación  
Avda. Henry Collet, 90-98  
37007 Salamanca  
Tel. 610 40 50 10  
Email: asperiodistas@gmail.com

**Asociación de la Prensa de Santa Cruz de Tenerife**  
▲ Juan Galarza Hernández ●●●118  
C/ Afilarónica Ni Fu Ni Fa, 32  
38003 Santa Cruz de Tenerife  
Tel. 922 27 33 21  
Fax. 92 227 33 21  
Email: aptenerife@fape.es  
web: www.periodistasfape.es/tenerife

**Asociación de Periodistas de Santiago de Compostela**  
▲ Luis Menéndez Villalva ●●●121  
Centro Socio-cultural de Vite  
"José Saramago" Rúa Carlos Maside, 7  
15704 Santiago de Compostela  
Apartado de Correos 191  
Tel. 686 24 34 65 (Lucía)/  
689 68 69 24 (M. Carmen)  
Fax. 98 156 08 96  
Email: apsantiagoc@hotmail.com  
web: www.periodistascompostela.org

**Asociación de la Prensa de Segovia**  
▲ Alfredo Matesanz González ●●●93  
Apartado de Correos 180  
Plaza Cirilo Rodríguez, s/n  
40001 Segovia  
Tel. 92 146 17 17  
Fax. 92 143 79 79  
Email: apsegovia@fape.es / aureliom@ctv.es  
web: www.fcfnv.es/prensasegovia

**Asociación de la Prensa de Sevilla**  
▲ Rafael Rodríguez Guerrero ●●●677  
C/ Espronceda, 6-2ª planta. 41004 Sevilla  
Tel. 626 38 62 80 / 902 01 39 64  
Fax. 95 422 52 99  
Email: aps@asociacionprensa.org  
web: www.asociacionprensa.org

**Asociación de Profesionales de la Información de Soria**  
▲ Jesús Javier Andrés Barrio ●●●63  
Apdo. Correos 280. 42080 Soria  
Tel. 659 50 45 80 / Fax. 97 521 14 78  
Email: comercial.soria@cadenacope.net

**Asociación de la Prensa de Talavera de la Reina**  
▲ Jesús Javier Rodríguez Gallardo ●●●47  
Apartado de Correos, 265  
45600 Talavera de la Reina  
Tel. 609 18 07 12 / 619 53 14 62  
Email: periodistatalavera@yahoo.es

**Asociación de la Prensa de Toledo**  
▲ Ismael Barrios García ●●●63  
Avda. Reyes Católicos, s/n  
45002 Toledo. Tel. 699 47 78 46  
Email: toledoprensa@yahoo.es

**Unión de Periodistas Valencians**  
▲ Joaquín Clemente Nebot ●●●564  
Plaza del Form de Sant Nicolau, 6,  
bajo izquierda  
46001 Valencia  
Tel. 96 392 09 68 / Fax. 96 391 68 52  
Email: unioperiodistes@  
unioperiodistes.org  
web: www.unioperiodistes.org

**Asociación de la Prensa de Valladolid**  
▲ José Jesús Arroyo Hernández ●●●159  
C/ Ferrari, 1-3º izda  
47002 Valladolid  
Apartado de Correos 401  
Tel. 98 338 02 63 / 607 30 92 57  
Fax. 98 338 02 63  
Email: apv@periodistasvalladolid.com  
web: www.periodistasvalladolid.com

**Asociación de la Prensa de Vigo**  
▲ Abeta Chas Romay ●●●34  
Apartado de Correos, 389  
36200 Vigo  
Tel. 686 38 55 75  
Email: periodistas.vigo@gmail.com

**Asociación de la Prensa de Zamora**  
▲ Susana Arizaga Álvarez ●●●29  
Apartado de Correos 630  
49001 Zamora  
Tel. 98 053 47 59  
Email: asociaciondelaprensazamora@  
hotmail.com

# asociaciones vinculadas

## ▲ PRESIDENTE ●●● N° DE SOCIOS

### ACIJUR

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES E INFORMADORES JURÍDICOS  
▲ Xavier Gil Pecharrmán ●●●51  
Avda. de Bruselas, 66, 3º 1. 28028 Madrid  
Tel. 616 41 44 94 Email: acijur@acijur.es  
web: www.acijur.es

### ANIS

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INFORMADORES DE LA SALUD  
▲ Francisco Cañizares de Baya ●●●550  
Pº de la Castellana, 201-3º. 28046 Madrid  
Tel. 91 344 78 79  
Email: secretaria@anisalud.com

### APP

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS PARLAMENTARIOS  
▲ Luis Izquierdo ●●●112  
C/ Cedaceros, 11, 2º D  
28014 Madrid  
Tel. 699 96 43 81 / 91 369 28 03  
Fax. 91 390 60 20  
Email: secretaria@periodistasparlamentarios.org  
web: www.periodistasparlamentarios.org

### APIE

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA  
▲ Angel Boixados ●●●261  
C/ Cedaceros, 9 bajo interior. 28014 Madrid  
Tel. 91 360 08 46 / Email: apie@apie.es

### APAE

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS AGROALIMENTARIOS DE ESPAÑA  
▲ Miguel Ángel Mainar Jaime ●●●72  
Secretaría técnica y dirección postal:  
ADICO (José Miguel Martínez Urtasun / urtasun@adico.es)  
C/ Albareda, 7, 1º, 2º. 50004 Zaragoza  
Tel. 97 623 22 52  
Email: apae@apae.es / mamjaime@apae.es  
web: www.apae.es

### UP

UNIÓN DE PERIODISTAS (Asociación de ámbito nacional)  
▲ Juan Ángel Ortiz Olivas ●●●526  
C/ Teruel, 11, Pta. 13.  
28020 Madrid  
Tel. 91 129 11 99 / 91 533 03 00  
Email: jaortiz@uniondeperiodistas.org  
web: www.uniondeperiodistas.org

### APIA

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE INFORMACIÓN AMBIENTAL  
▲ Clara Navío Campos ●●●184  
Apdo. de correos, 10308. 28080 Madrid  
C/ General Arrando, 10. 1º C.  
28010 Madrid  
web: www.apiaweb.org  
Tel. y Fax: 91 729 76 41  
Email: apiacorreo@telefonica.net

### APDA

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DIGITALES DE ANDALUCÍA  
▲ Antonio Manfredi Díaz ●●●70  
C/ Méndez Núñez, 17, 3º. 41001 Sevilla  
Tel. 95 456 29 65 / Fax: 95 456 09 04 /  
Email: apda@apda.info / antonio@manfredi.es  
web: www.apda.info

### ANIGP-TV

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INFORMADORES GRÁFICOS DE PRENSA Y TELEVISIÓN  
▲ Luis Mariano Martínez Calvo ●●●765  
C/ Espronceda, 32-5ª planta. 28003 Madrid  
Tel. 91 346 76 07  
Email: anigp@anigp-tv.com

### UCIPE

UNIÓN CATÓLICA DE INFORMADORES Y PERIODISTAS DE ESPAÑA  
▲ Rafael Ortega Benito ●●●230  
C/ Alfonso XI, 4, 6º. 28014 Madrid  
Tel. 91 522 10 64  
Email: rafaelortega@hotmail.com /  
ucipe@telefonica.net

### AEPD

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PERIODISTAS DEPORTIVOS  
▲ Mª del Carmen Izquierdo Vergara ●●●2.986  
C/ Juan Bravo, 6. 28006 Madrid  
Tel. 91 585 00 36 / Email: aepd@apmadrid.es

### APB

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE BELLEZA  
▲ Isabel Juncosa Gurgui ●●●65  
C/ Covarrubias, 38. 4º.  
28010 Madrid  
Tel. 91 443 65 75  
Email: secretario@asociacionperiodistasbelleza.es  
web: www.asociacionperiodistasbelleza.es

### APEV

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PERIODISTAS Y ESCRITORES DEL VINO  
▲ Mª Isabel Mijares y García-Pelayo ●●●91  
C/ Fernando El Católico, 64. Bajo.  
28015 Madrid  
Tel. 91 550 15 50 / 650 398 127  
Email: isabelmijares@yahoo.es /  
info@aepv.es

### FEPET

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE PERIODISTAS Y ESCRITORES DE TURISMO  
▲ Mariano Palacín Calvo ●●●380  
Palacio de Fernán Núñez  
C/ Santa Isabel, 44.  
28012 Madrid  
Tel. 91 506 17 48  
Fax: 91 506 05 34  
Email: fepet@wanadoo.es  
Blogspot-FEPET: http://fepet.blogspot.com

## Bolsa de trabajo para periodistas

Inicio | Acceso candidatos | Acceso empresas | Contacto

19-11-2008 | 18:57:19

# BolsaFAPE.com

Bolsa de empleo de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España

SOLICITUD DE ALTA PARA CANDIDATOS  
SOLICITUD DE ALTA PARA EMPRESAS  
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL  
ASOCIACIONES ADSCRITAS  
CONTACTO

**Información**  
Información de carácter público que describe los servicios y las entidades relacionadas.  
< más info. >

**Candidatos**  
Área de información para los asociados de FAPE. El acceso está restringido a los asociados.  
< entrar >

**Empresas**  
Área de empresas con acceso restringido para empresas colaboradoras de BolsaFAPE.  
< entrar >

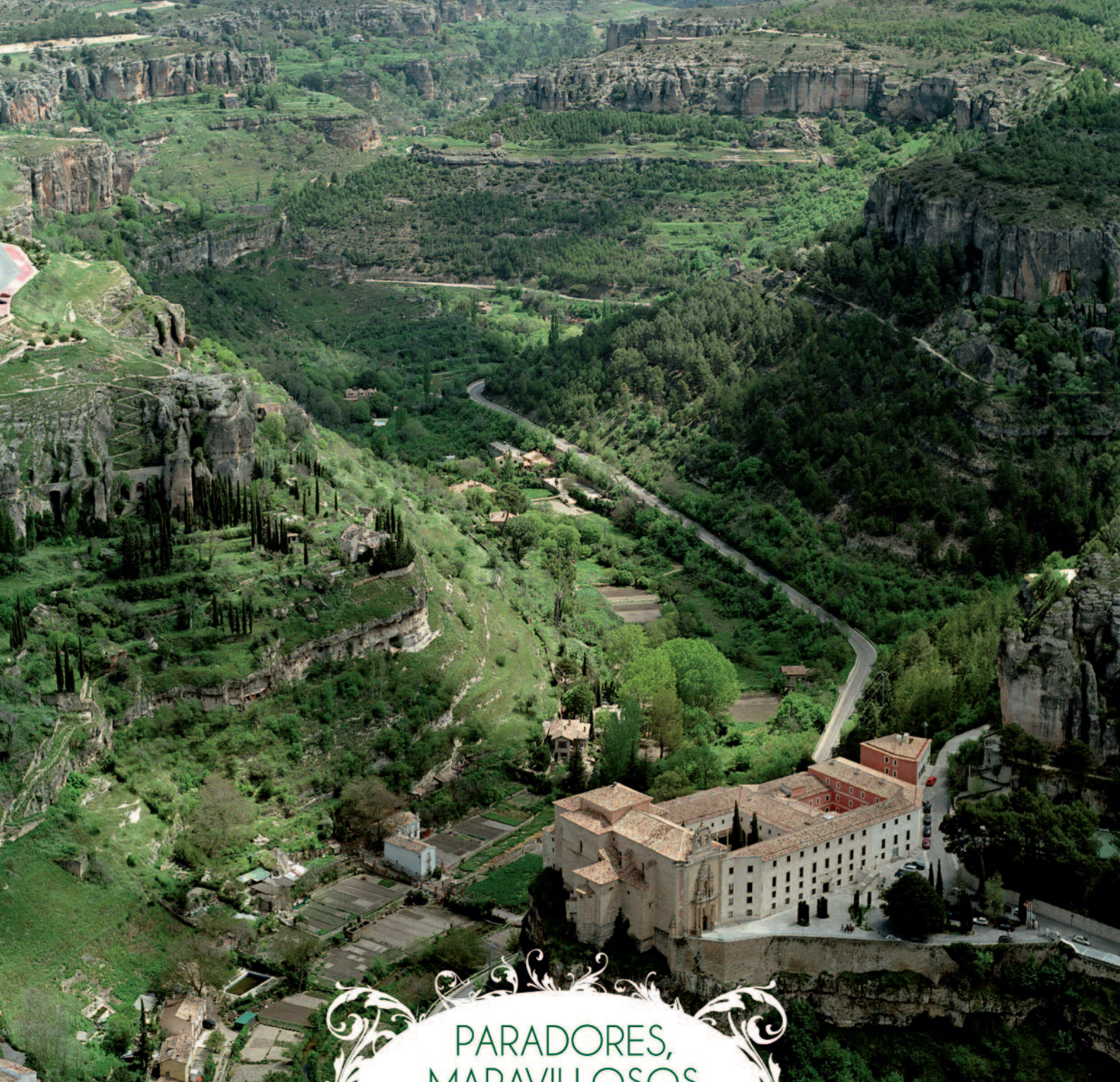
Ofertas publicadas 66  
Candidatos en plataforma 616

**Noticias BolsaFAPE**  
**BolsaFAPE al día**  
Desde el pasado mes de octubre se activaron los nuevos servicios de BolsaFAPE en colaboración con las entidades asociadas a FAPE.

**Sollicita información**  
Si deseas formar parte de nuestra bolsa debes estar inscrito a alguna de las

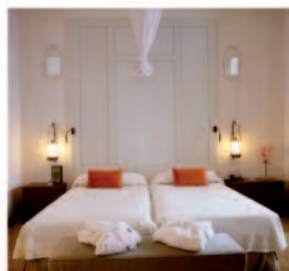
Date de alta en **Bolsa FAPE**  
y accederás a las ofertas laborales de los grupos más importantes de comunicación

[www.bolsafape.com](http://www.bolsafape.com)



PARADORES,  
MARAVILLOSOS  
RINCONES Y PARAJES  
PARA DESCUBRIR

(Si es que en algún momento decides salir de la habitación)



Ubicados en edificios singulares, rodeados de parajes inigualables y con los más modernos servicios que harán de tu estancia una experiencia única. 93 Paradores te están esperando, ¿a qué esperas para entrar?  
[www.parador.es](http://www.parador.es) 902 54 79 79 o en tu agencia de viajes

  
COMO SIEMPRE,  
HOTELES COMO NUNCA.

# Córdoba

PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

