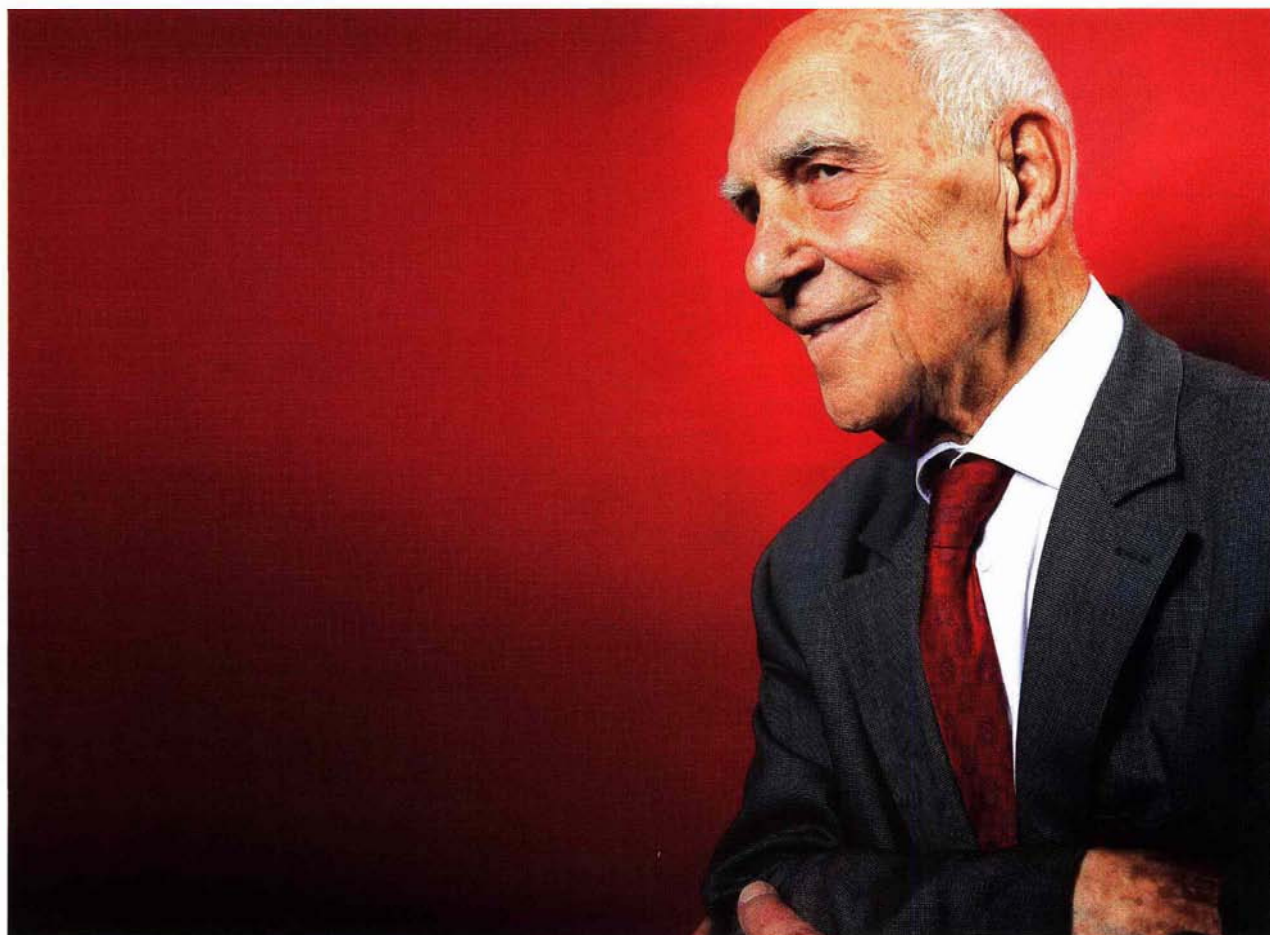


Medio	Revista Qué Pasa
Fecha	27-05-2011
Mención	Artículo escrito por la Directora de la Escuela de Periodismo, Andrea Vial. Se refiere al buen periodismo que se realiza en televisión a raíz del Premio Periodismo de Excelencia Audiovisual que entrega la Escuela de Periodismo de la UAH.

Posteos



A sus 94 años, Stéphane Hessel es una estrella: su libro ha vendido más de un millón de copias en Francia y 400 mil en España.

MUNDO

El libro de la indignación

EL PANFLETO DE UN FRANCÉS NONAGENARIO, INDIGNADO CON LOS POLÍTICOS Y LOS BANQUEROS, SE TRANSFORMÓ EN EL INESPERADO BEST SELLER DE LAS RECIENTES PROTESTAS EN ESPAÑA. ÉSTA ES LA HISTORIA DE SU ENOJO.

[Por Gonzalo Maier]

Stéphane Hessel, un ex diplomático francés, ya tiene 94 años y hasta hace sólo unos meses no aguantaba el enojo. Para quitárselo de encima, tomó papel y lápiz, y escribió un brevísimo panfleto contra

los políticos, los banqueros, la situación en la franja de Gaza, y el estado de los inmigrantes ilegales. De paso, llamaba a los jóvenes a salir a la calle y protestar. Sin mucha esperanza, a mediados de 2010

una minúscula editorial francesa imprimió *Indignez vous!* -así se llamó finalmente su diatriba- en una tirada de 6 mil ejemplares (a 3 euros el folleto), pensada únicamente para la izquierda francesa, o lo que va quedando de ella. Pero para sorpresa de todo el mundo, Hessel no era el único enojado y el panfleto terminó siendo el sueño de cualquier editor: un millón de indignados franceses compraron el libro en tres meses y las quejas de Hessel, en un continente en plena crisis económica, migratoria e identitaria, se transfor-

maron en tema de conversación.

Para confirmar qué tan contagioso era el virus de su enojo, hace ya once semanas que el panfleto cruzó los Pirineos para sumar otros 400.000 ejemplares vendidos en librerías españolas. Pero eso es sólo un decir. Porque durante los últimos días el texto de Hessel no ha estado en las estanterías sino paseando en las plazas de Madrid, Barcelona o Murcia. Se organizaron lecturas públicas, se entregaron fotocopias, y en menos de un mes el nonagenario Hessel se transformó inesperadamente en un guía y maestro para los miles que acampaban en la Puerta del Sol. Sin ir más lejos, es sólo cosa de buscar en Google por *¡Indignaos!* -así se llama la española traducción publicada por Destino- para ver cómo cientos de ciberactivistas han colgado íntegramente el texto en internet, como si el futuro de las acampadas y de una generación de españoles tuviera mucho que ver con él.

Hessel, en todo caso, no entrega ideas ni argumentos, sino sentimientos y kilos de recuerdos. Estuvo en la resistencia contra los nazis, ayudó a redactar la Declaración Universal de los Derechos Humanos, vio a palestinos ser expulsados de sus casas, y ahora, como ya ha quedado claro, no sólo está muy enojado, sino que quiere que el mundo se indigne con él. Por eso, Hessel llama a los jóvenes a protestar pacíficamente hasta que las pensiones sean dignas, los sueldos justos, los sistemas de salud no dejen a nadie al margen y la situación de los inmigrantes no sólo sea legal sino también decente.

El texto abunda en buenas intenciones como las de recién y en siglas de organismos internacionales que, según él, deberían velar por el futuro del hombre, pero no hay mucho más allá de eso. O tal vez la leve intuición de que antes la izquierda solía tener -¿cómo lo llamaban? - ideas. Hessel, en todo caso, cree que no basta con salir a la calle a levantar pancartas, sino que la política oficial y la burocracia de las grandes organizaciones internacionales sigue siendo crucialmente necesaria.

Pese a su poca gracia -claramente no descubre la pólvora de las revoluciones ni encanta por una pluma muy cuidada-, *¡Indignaos!* llegó en el momento y en el lu-



gar preciso. Es decir, en una España en donde la cesantía entre los menores de 25 años, la generación mejor preparada en su historia, alcanza un insólito 43%. Y, de modo más general, en un continente puesto en jaque por sólo 15 mil inmigrantes del norte de África -en los 90, decenas de miles de serbios y croatas emigraron, pero en ese momento nadie pensó en terminar con la Unión Europea; a esta curiosidad, por cierto, algunos la llaman racismo- y una crisis económica que aún no tiene un final claro. De hecho,

tras Grecia, Irlanda y Portugal, los medios especializados especularon muchísimo con la eventual caída e inclusión de España en la lista de los porros. Por lo mismo, a nadie le extraña que a estas alturas a los acampados del 15-M, un grupo sobradamente heterogéneo y horizontal, se los llame "indignados" y que sus pancartas reflejen cómo los enojos de un nonagenario terminaron siendo, casi sin quererlo, el *best seller* de la revolución. Manifestantes en busca de inspiración fácil: ya saben dónde buscar. ■

TECNOLOGÍA

La nueva guerra es en la nube

LA JUGADA DE AMAZON PARA PROMOCIONAR SU SERVICIO DE VENTA Y ALMACENAMIENTO DE MÚSICA FUE UN GOLPE DURO PARA APPLE Y LA CONSTATAción DE UN NUEVO CAMPO DE BATALLA: ESE DISCO DURO QUE SE COMPRA, PERO NUNCA SE TOCA.

[Por Alejandro Alaluf, periodista especializado en tecnología]

Apple es una empresa que causa reacciones fuertes entre fanáticos y detractores enérgicos, pero hay algo que es indiscutible: hoy es la marca más valorada del mundo, superando a Google y Coca-Cola. Lo novedoso es que dado cómo se están ordenando las fichas en el campo de las industrias de tecnología, el gran rival de Apple ya no es Microsoft (con la cual la guerra engendró, entre otras cosas, una gran campaña publicitaria donde el *cool* tipo Apple ridiculizaba al *nerd* tipo Microsoft). Y su némesis tampoco es Google. El nuevo archienemigo de la compañía de Steve Jobs es Amazon.com.

Más allá de computadores de última generación, reproductores de música, *tablets* y diseños estilizados, las circunstancias actuales de la industria tecnológica van mucho más allá que simplemente generar *hardware*. Lo preeminente ahora es, y será, proveer servicios. Y he aquí el gran salto: esos servicios no necesariamente están alojados

en nuestros discos duros, sino que más bien en "la nube".

El lunes 23, Amazon.com puso a la venta el anticipadísimo nuevo disco de la cantante Lady Gaga, *Born this way*, a través de su nueva tienda musical en línea llamada, cómo no, Cloud Drive. El precio fue realmente irrisorio: 99 centavos de dólar. Es decir, cerca de \$ 470. Casi nada para tener legalmente el disco más *hot* del momento, a través de archivos digitales almacenados de manera virtual que eventualmente pueden ser reproducidos en múltiples reproductores y aparatos móviles. Desde cualquier computador en el mundo. Una oferta imposible de rechazar. Ah, y un pequeño detalle: 11 dólares más barato que en iTunes, el servicio de Apple que domina —por ahora— el mercado de las descargas digitales legales, con poco más del 66%.

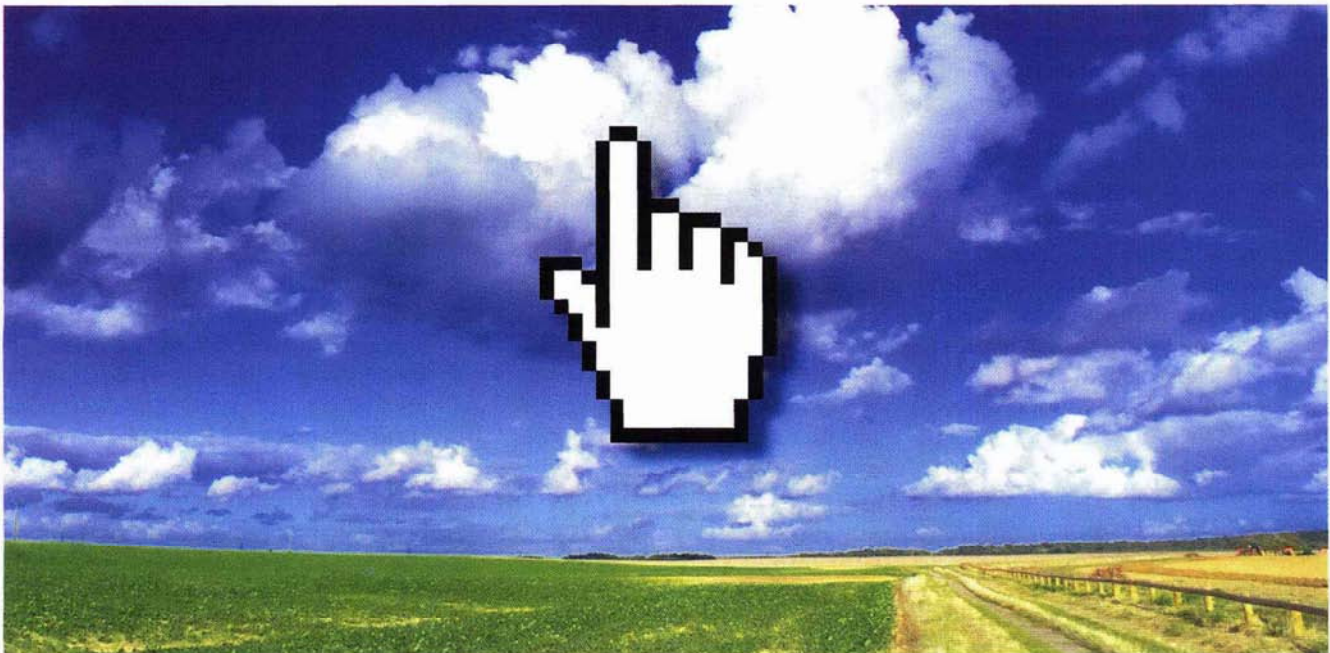
Además, la compra del disco permitía tener acceso directo al servicio, que incluye 20 GB de espacio virtual para almace-

nar música, algo que usualmente puede llegar a costar 20 dólares anuales.

Ese día, los servidores de Amazon colapsaron a las pocas horas. La demanda fue abrumadoramente alta y el popular sitio literalmente no dio con el ancho. A pesar de los reclamos de miles de usuarios, Amazon se alzó como el gran ganador de la jornada. Lo suyo fue claramente un gran golpe, un piedrazo arrojado con una honda nada de despreciable a la cabeza del Goliat de la música digital, Apple.

Mención aparte para otra alianza: es justamente Lady Gaga quien promocionará comercialmente el nuevo servicio de música en la nube de Google, que ya está en marcha blanca en Estados Unidos. (De paso, la artista se confirma como un referente mucho más que estético; uno que está alterando las leyes de una industria musical en plena redefinición).

Quizás lo más interesante de todo es constatar el impulso que esta jugada del gigante del *retail* digital ha significado para promocionar el almacenamiento virtual. Para un sistema que aún está a prueba por parte del público masivo, se podría decir que lo de Amazon fue una movida maestra. Porque está claro: la gran batalla por el dominio tecnológico no se desarrollará precisamente en nuestros computadores. En vez, será allá arriba, en la nube. ☑





POLÍTICA

El silencio de Michelle

POR ESTOS DÍAS, LAS DIFERENCIAS DE ESTILO ENTRE RICARDO LAGOS Y MICHELLE BACHELET SE HAN HECHO PATENTES: UNO DICE Y SE DESDICE, MIENTRAS LA OTRA CALLA, SIMPLEMENTE CALLA.

[Por Camilo Feres]

Por la especial configuración de nuestro sistema político, los ex presidentes se convierten en candidatos potenciales desde el mismo día en que se alejan del poder. Como no pueden aspirar a repetirse el plato de inmediato, deben guardar un republicano silencio conservando, eso sí, la vigencia necesaria para reflotar cuando “el pueblo lo pida”. Nuestros últimos mandatarios han enfrentado este dilema de formas muy distintas. Patricio Aylwin es la excepción, ya que para él la Presidencia era efectivamente el punto culminante de una dilatada carrera, por lo que nunca fue ni se sintió como candidato a nada. Eduardo Frei, haciendo gala de su pragmatismo, ingresó al Senado como designado una vez y, bueno, como semidesignado en la siguiente. Luego se convirtió en candidato y el resto de la historia es por todos conocida. En suma, de cuatro ex presidentes vivos, sólo dos mantienen vigente la posibilidad o es-

peranza de seguir con la bandera al tope. Y por estos días, las diferencias de estilo entre ellos se han hecho patentes: uno dice y se desdice, mientras la otra calla, simplemente calla. Uno esmerándose en tener la razón y la otra, en un cargo que no sólo facilita, sino que la obliga al silencio y la prescindencia... Ricardo Lagos no opina, emerge. Mientras que Bachelet no opina, está. Se trata de diferencias que marcan a fuego las historias de uno y de otra: mientras el primero asume la posición de inspector de liceo, recto y severo, la segunda se mantiene en un personaje afable y sin pretensión de abordar todos los temas. Y así es la suerte que corren: Lagos con un personaje querido pero con nostalgia, como de “Los 80”, que hoy de seguro sería sujeto de recriminaciones por parte de un alumnao “empoderado”, “conectado” y “horizontal”; Bachelet, en tanto, con un personaje más parecido a los rostros de televi-

sión que más tiempo se mantienen, los de los matinales y los programas estelares, que conectan por emoción pero que nunca se compran problemas.

Recordemos que Ricardo Lagos se alejó del poder con una alta popularidad, y por eso fue blanco inmediato de ataques directos desde la oposición y veladas zancadillas desde la Concertación. Lagos intentó guardar silencio, pero como la naturaleza tiende a imponerse, no tardó en sentirse conminado a salir a defender su obra con su célebre “hojarasca” y la diferencia analítica entre “diseño” e “implementación” del Transantiago.

Michelle Bachelet se alejó con aún más popularidad, pero ha sido disciplinada en cuanto al silencio. Por cierto que recibe ataques, pero gracias a que no ha caído en la tentación de opinar de temas favorables, tampoco ha sido requerida para hablar de los desagradables. Además, cuando emergen temas que enlodan su mandato, como el alza en los niveles de pobreza, desigualdad o precariedad habitacional, parlamentarios, ex ministras y técnicos de todo el arco iris salen en su defensa. Y cuando se habla de lo que no es posible defender sin ser sujeto de *bullying*, como el impulso de los suyos a HidroAysén o la proliferación de las termoeléctricas en su período, ella calla... Simplemente calla.

A diferencia de lo que hoy sucede con Bachelet, Lagos no tuvo una infantería dispuesta a defender su obra y enfrentó la complejidad de ser sucedido por alguien de su misma coalición, cuyo entorno no miraba con buenos ojos la desmedida presencia del ex mandatario. Michelle Bachelet tiene un grupo de sus leales en puestos de relativa influencia y un partido presidido por su más cercanos y leales correligionarios. Ricardo Lagos tenía dos partidos, lo que al final le significó no tener ninguno.

Lagos se construyó una imagen a partir de su elocuencia, Bachelet erigió lo propio a punta de simpatía. Uno habla lo que la otra calla, el primero basa su legitimidad en tener la razón, la segunda en que le crean. Son abismos de personalidad que explican estrategias y resultados tan disímiles: mientras Lagos es por lejos el presidente vivo con más carne de estatua, Bachelet es, sin duda, la ex mandataria con más cara de candidata. ■

MUNDO

El fin del mundo, otra vez

EL ANUNCIO DEL DÍA FINAL SE VIVE DISTINTO EN NUEVA ORLEANS, UNA CIUDAD QUE HA MUERTO Y RESUCITADO VARIAS VECES. A SEIS AÑOS DEL ÚLTIMO "FIN", KATRINA, ESTE LUGAR DONDE HASTA LOS FUNERALES TERMINAN EN CARNAVAL NO DETUVO SU FIESTA.

[Por José Manuel Simián, desde Nueva Orleans]

El día en que, según un predicador californiano, el mundo se iba a acabar, nadie parecía demasiado preocupado en Nueva Orleans. Sólo un cantante callejero de poca monta aprovechaba para pedir unas monedas para poder estar borracho antes de la resaca final y luego reír ante su ocurrencia. El resto de la gente —residentes, buscavidas y turistas— siguió como si nada, porque en esta ciudad el mundo se acaba y comienza un poco todos los días. Se acabó varias veces desde su fundación a causa de inundaciones y tormentas, y

bien pudo volver a hacerlo esa misma semana, pero por una razón completamente terrenal: el crecidísimo Mississippi amenazó con cantar su canción sobre la ciudad crecida por debajo de su superficie. Pero el último fin, el del huracán Katrina en 2005, era demasiado reciente y el gobierno decidió abrir parte de las compuertas del complejo sistema hídrico que rodea a la ciudad, dejando que se inundaran, en cambio, otras partes de Louisiana.

Y así fue como el mundo no se acabó en Nueva Orleans. Los turistas siguieron em-



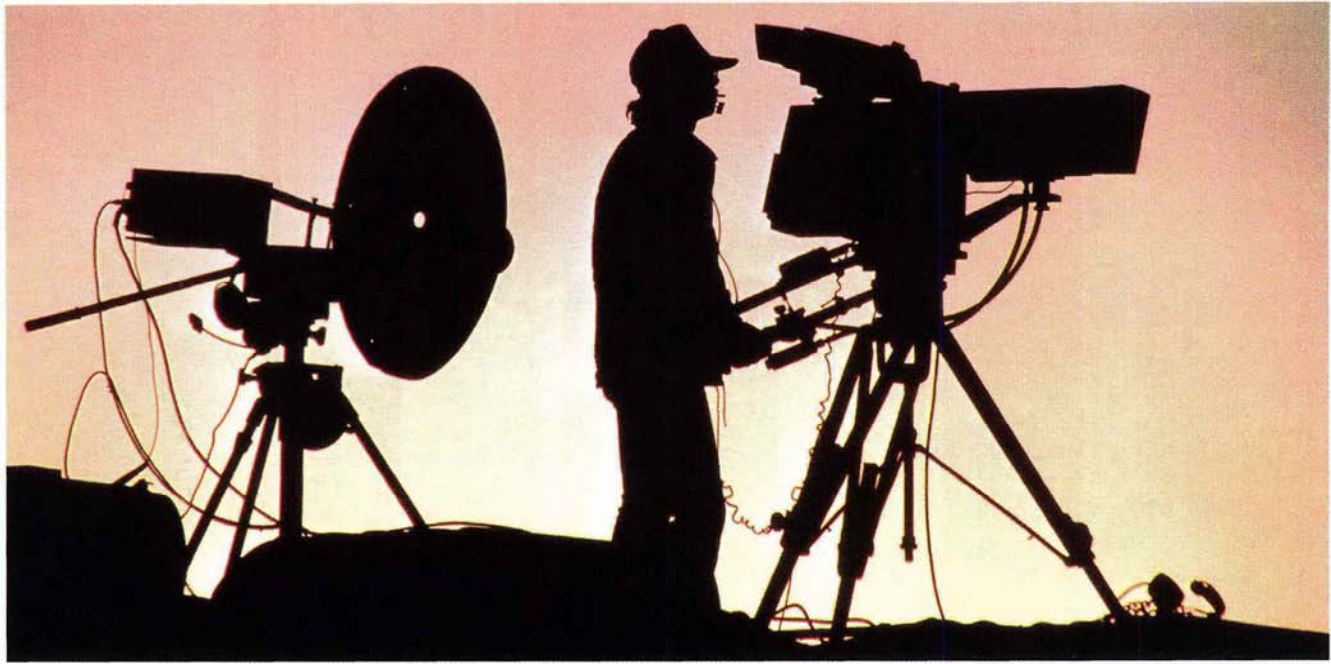
La serie *Tremé*, de HBO, captura como pocas el espíritu de Nueva Orleans.

borrachándose por las calles del French Quarter (una ley local permite el consumo de alcohol en la calle si está en el recipiente correcto), mientras los locales lo graban —sin esforzarse demasiado— seguirles chupando su dinero.

La ciudad siguió en un infierno pegajoso que huele a flores y tabaco, mientras en sus mesas y restaurantes —como suele hacerse en todo el estado— se hablaba de la comida siguiente mientras todavía no se extinguía la que humeaba en los platos. De todas las rejas, balcones y cables eléctricos siguieron colgando los collares plásticos arrojados en el último carnaval de Mardi Gras, mientras los barcos seguían tranquilamente su curso por el río un poco más arriba de los techos de las casas, recordándonos con ello que en Nueva Orleans el peligro es una forma de vida, y que la ciudad morirá y resucitará tantas veces como porfía tengan sus habitantes.

La mejor prueba de ello podía verse en uno de los barrios por el cual el agua pasó en 2005. Junto al Bayou St. John —un canal que entra desde el lago Pontchartrain hasta casi el corazón de la ciudad—, se celebraba el Mid-City Bayou Boogaloo, un festival gratuito de música creado tras Katrina por un ex militar convertido en empresario musical, Jared Zeller.

Ahí, a poca distancia del barrio de Tremé (ahora célebre gracias a la serie de HBO, que hace pocas semanas estrenó su segunda temporada), mientras la gente remaba sin apuro por el canal en botes provistos de cubetas repletas de cerveza, sobre los escenarios podía escucharse al trombonista Delfeayo Marsalis rendirle simultáneo tributo a Duke Ellington y Shakespeare (ver su disco *Sweet Thunder*), o al sexteto Flow Tribe convertir el clásico local "Iko Iko" en un complicado batido de *funk* y *hip hop*, mientras algunos de los asistentes de las primeras filas se acoplaban a la orquesta con pandeteras y palmas sin perder un solo compás. Y mientras se escribían estas líneas, el charlatán predicador volvía a ajustar su cálculo del Juicio Final en apenas unos meses, haciendo su nuevo fracaso tan predecible como el hecho de que cuando ese final llegue, en esta ciudad en que hasta los funerales terminan en baile, lo invitarán a pasar para que la fiesta siga adelante. ■



MEDIOS

Las buenas noticias

EN LA MISMA TELEVISIÓN DONDE VEMOS NOTICIEROS PLAGADOS DE NOTAS IRRELEVANTES, TAMBIÉN SE HACE PERIODISMO DE GRAN CALIDAD.

[Por Andrea Vial, directora de la Escuela de Periodismo de la UAH]

En una ciudad de más de seis millones de habitantes, un asalto a un almacén de barrio no es noticia. Tampoco que las medias *panty* estén “de cumpleaños” o que se celebre “el día del completo”. Ninguno de esos hechos pasa el colador de lo que todo periodista conoce como los criterios de la noticia. Pero están ahí y son parte de las historias que presentan día a día los noticieros televisivos, sin pudor por el arte de la jerarquización y la obligación de informar sobre aquellos hechos que contribuyen a tomar opciones libres e informadas. A menudo escuchamos –y formulamos– las críticas a esos contenidos; y los argumentos de quienes están a cargo para justificarse (desde la necesidad de entretener a aquella de ser “ceranos” a la gente). A pesar de esto, podemos decir también que en la televisión chilena se hace al mismo tiempo un trabajo periodístico de gran calidad.

El Premio de Periodismo de Excelencia Audiovisual, recién entregado por la Uni-

versidad Alberto Hurtado, reconoció a un puñado de ejemplos de lo que en cualquier lugar del mundo se define como buen periodismo.

“El caso Karadima”, de *Informe Especial* (primer lugar) o “Minas de oro; desechos de muerte” de CNN Chile (segundo lugar), así como el programa *Réquiem de Chile* y el reportaje de *Contacto* “¿Guerra en Arauco?”, en Canal 13 o la cobertura de prensa que hizo el periodista Amaro Gómez Pablos durante la espera por el rescate de los mineros en TVN (menciones honrosas), no sólo cumplen con el deber de informar, sino que además lo hacen con seriedad y rigor, utilizando un método para llegar a la verdad, empleando una estructura dramática en el diseño de la entrega y aportando datos claves para entender el qué y el por qué de las situaciones que nos afectan.

Si hay algo que deberíamos exigirles a los medios audiovisuales es que así como tienen tanto respeto por cumplir con las ex-

pectativas de quienes supuestamente se contentan con mirar superficialidades, hay otro público que también merece ser atendido. Son las audiencias que no tienen recursos para viajar, leer cada libro que se publica, ni moverse en espacios intelectualmente desafiantes. Esos televidentes no pueden apagar el televisor cada vez que sale el asalto a la farmacia, el micro traficante o el barrista que arranca del guanaco. No pueden desconectarse porque no tienen mayor alternativa. Es a esa mayoría a la que quiere servir, por ejemplo, la periodista Paulina de Allende Salazar. Al recibir su premio expresó que entendía que había que difundir programas de entretenimiento, pero que también era importante respaldar el periodismo que se sustenta en el servicio público. Sobre todo cuando lo hace con altos estándares de calidad.

Armar una pauta con un horizonte más global, más compleja en su aproximación a la realidad y menos dada a la emocionalidad barata y localista, requiere de voluntad y sobre todo del convencimiento de la responsabilidad que se tiene al momento de informar. Hay un grupo de personas, en distintos canales, empeñadas en eso. Reconocerlos no es sólo reivindicar al periodismo televisivo. Es también reivindicar al oficio, al medio y, más importante, a la sociedad a la que debemos servir. 📺