

Calidad, independencia y especialización, claves para la viabilidad de un periodismo necesario

25 profesionales de la comunicación celebraron el día del patrón de los periodistas con propuestas optimistas y realistas ante los retos de la profesión, en la II edición de "Conversaciones con".

04/02/2014

El futuro de los medios, la crisis y los retos han sido las tres palabras clave de la II Edición de Conversaciones con, un encuentro de periodistas para periodistas organizado en el Centro Internacional de Prensa de Madrid por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

Junto a la intervención de David Levy, director del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, que presenta el Digital News Report 2013, distintos profesionales "han expuesto en un video sus aportaciones para superar la crisis económica y de modelo del periodismo, proponiendo mejoras, retos y líneas de trabajo, para avanzar sin perder más tiempo mirando hacia atrás", según Mónica

Herrero, decana de la Facultad organizadora.

En el encuentro, que ha recordado a **Manu Leguineche**, las dos palabras más repetidas han sido calidad y futuro. **Oskar Belategui**, de *El Correo*, dijo que "la calidad es lo que prima y la situación nos obliga a la excelencia en el trabajo". Y esa calidad tiene mucho que ver con la confianza, como subraya **Ricardo Villa**, de *RTVE*: "hay que preservar especialmente la marca, porque al final la credibilidad es lo que tienes".

Dar confianza

La calidad y la credibilidad pasan por entender que "la inmediatez y el rigor se combinan contrastando", dice **Javier Nieves**, de *Cadena 100*, mientras que **Javier García de la Vega**, de *Antena 3*, señala que "el periodista especialista, el experto, es el perfil que pide la opinión pública".

Mantener y potenciar la calidad exige también afrontar los retos de un escenario multimedia, como destaca **Javier Errea**, de la *Society for News Design* (SND): "hay que elegir qué quieras ser, qué te hace valioso, exclusivo e indispensable, y por qué canal transmitirlo".

Rosalía Lloret, de la *Asociación Europea de Editores Online*, cree que "el periodismo no está en crisis, está más vivo que nunca". Quizá lo que es más urgente en el sector es lo que demanda **Ana Bueno**, de *Mediaset*: "darnos cuenta de que los que cambiamos no somos nosotros, sino los que están al otro lado: los consumidores de información y de entretenimiento". Por su parte, **Rafael Sahuquillo**, de *Radio Marca*, señala que "el futuro del periodismo pasa por las redacciones multimedia".

Se habló también de "independencia", "condicionada por las grandes corporaciones que tienen peso en los medios", según **Daniel Toledo**, de *El Confidencial*; y por respetar a los veteranos, ya que "prescindir de ellos es un suicidio", según **Carmen Enríquez**, presidenta del *Club Internacional de Prensa*.

Sobre el futuro de la profesión, **Carmen del Riego**, presidenta de la *Asociación de la Prensa de Madrid*, ha señalado que "pasa por recuperar los contenidos, que son la esencia de la profesión". **José Manuel González Huesa**, de *Servimedia*, pidió "periodismo de análisis, que es el que está triunfando en el mundo". En esa línea, **Javier García Vila**, director de *Europa Press*, destaca "la interpretación" y para eso hacen falta "periodistas con bagaje, veteranía, con valía humana e intelectual". **Olga Pereda**, de *El Periódico de Cataluña*, considera que

"el periodismo profesional tiene que marcar la diferencia con el periodismo ciudadano". En cualquier caso, como ha resaltado **Manuel Erice**, de *ABC*, "hace falta el viejo espíritu del periodista, con curiosidad, formación, análisis y especialización". **Fátima Iglesias**, de *Antena 3*, es optimista y destaca que se hace información, opinión e investigación muy buenos: "hay que superar los complejos que hemos podido tener". Iglesias se alegra al constatar "un repunte de la publicidad en TV".

Pago por contenidos

El análisis de los nuevos modelos ha sido analizado también. **Carlos Gosh**, de *EFE*, cree que "después de dar la información gratis, hacer pagar ahora es complicado, pero es el modelo que vamos a explorar todos los medios". **Juan Carlos Laviana**, de *El Mundo*, sostiene que "la

financiación de los periódicos serios de información general pasa por el pago " y **Fiona Ortiz**, de Reuters, considera que el pago por contenidos "va a funcionar para algunos medios. Hay medios de reputación larga que pueden cobrar en la web, pero pienso que serán muy pocos, y los demás medios tendrán que buscar el modo de financiar su contenido por otras vías".

Ana Ormaechea, de *TabletArmy*, ve que "las estructuras mucho más pequeñas son más elásticas y son más ágiles", lo que supone una puerta abierta a la innovación y al emprendimiento periodístico.

Medios y redes

Con respecto al campo abierto por las redes sociales, **Mario Tascón**, de Prodigioso Volcán, destaca que "la principal portada empieza a ser *Twitter*, tiene forma de *timeline* y un modelo de lectura distinto".

Sobre la influencia de las redes, **Nacho Labarga**, de *Marca.com* y de *Quality Sport*, ha subrayado que "está bien medir el impacto en redes sociales, pero un medio no puede hipotecarse por el qué dirán". En este asunto, la más tajante ha sido **Carmen Pérez de Armiñán**, decana de la Facultad de Periodismo de la UCM, que señala: "¿Estamos intentando decir que la información que navega por las redes es periodismo?... Me niego a afirmar semejante cosa. Si no hay un periodista que analice, que explique, el resto es puro azar".

Por último, **Ramón Salaverría**, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, sostiene que "la cualificación fundamental de un periodista es de índole intelectual, no son las destrezas instrumentales. Tiene que ver con su conocimiento de las personas y del mundo".

Más información:

- Website "Conversaciones con..."
 - Canal de Youtube de "Conversaciones con..."
 - Cuenta de Twitter de "Conversaciones con..."
 - Website del libro "Conversaciones con Mons. Escrivá de Balaguer".
-

pdf | Documento generado automáticamente desde <https://opusdei.org/es-es/article/calidad-independencia-y-especializacion-claves-para-la-viabilidad-de-un-periodismo-necesario/> (22/01/2026)