

El futuro del periodismo está por escribir

El pasado jueves, 18 de noviembre, tuvo lugar en el salón de actos del Colegio Mayor Peñafiel de Valladolid una de las actividades estrella del curso académico: la Jornada de Periodismo y Comunicación.

06/12/2010

El pasado jueves, 18 de noviembre, tuvo lugar en el salón de actos del Colegio Mayor Peñafiel una de las

actividades estrella del curso académico: la Jornada de Periodismo y Comunicación. Son ya 20 las ediciones de este clásico encuentro que reúne en torno a una mesa a estudiantes de las carreras de Comunicación y de otras ramas universitarias, a profesores, a representantes de los medios y al público interesado en general.

Ante una cifra redonda, como la vigésima, el tema de esta edición no podía sino mirar hacia el futuro: el mundo digital. De ahí el lema, “Periodismo e Internet: ¿nuevo entorno, vieja profesión?”.

Tras la entrega de la documentación y la inauguración por parte de la Universidad de Valladolid y de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, tuvo lugar la primera ponencia, que corrió a cargo de Gumersido Lafuente, antiguo responsable de la edición digital de

El Mundo y responsable en la actualidad de ese campo en *El País*, diario del que es Adjunto al Director.

Sindo Lafuente reivindicó la figura del periodista que se ocupa de la parcela digital, pero a la vez planteó la necesidad de reinventarse continuamente. Los periodistas tienen ahora más herramientas, pero no pueden sacrificar la rigurosidad por la rapidez que le proporcionan los nuevos medios: en eso se distingue un periodista profesional del que no lo es. En realidad, la tecnología constituye una oportunidad para realizar mejor el trabajo y para promocionar a los jóvenes valores de la información.

Lafuente indicó a todos los asistentes que ya no pide el *curriculum vitae* a los candidatos a trabajar en su periódico, pues prefiere conocer el posicionamiento de sus enlaces en Google, el contenido de su Twitter o

el número de amigos de Facebook. Por todo ello, las nuevas posibilidades tecnológicas constituyen una oportunidad de futuro.

El usuario en el centro

A continuación tuvo lugar la primera mesa redonda, en torno a la estrategia de los grandes grupos de comunicación, en la que participaron Jesús del Río (Digital+ Multimedia) y Javier Escribano (Grupo Vocento).

Del Río afirmó con rotundidad que el modelo de negocio ha cambiado: ahora, es el usuario el que está en el centro. Los grandes medios han de tratar de satisfacer los deseos del usuario, porque si no éste los buscará y los encontrará en otro lado. El objetivo de Digital+, por ello, es ofrecer su contenido en todas las formas posibles para llegar al mayor número de clientes.

Escribano, por su parte, se mostró convencido de que la revolución tecnológica no tiene marcha atrás: prácticamente todas las personas se han adaptado, de un modo u otro, a ella. Y también los propios medios de comunicación: nos comentó que si hace 4 años sólo dos personas trabajaban en la sección digital de *El Norte de Castilla*, ahora hay profesionales dedicados en exclusiva a las redes sociales. No obstante, a su juicio, la tecnología no es un fin en sí mismo, sino un medio que facilita la labor al periodista: por ello, la inmediatez no puede suprimir el análisis.

Esfuerzo por estar al día

Avanzando ya la tarde, tuvo lugar la última mesa redonda protagonizada por José Apezarena (director de *elconfidencialdigital.com*), Miguel Gutiérrez (creador del blog *La libreta de Van Gaal* y profesional de

sportyou.es) y Quique Infante (representante de lainformacion.com).

José Apezarena, con una larga trayectoria profesional a sus espaldas, habló del fenómeno de los confidenciales, que tanta repercusión tienen en el mundo de Internet y, especialmente, entre la clase política.

Una fórmula exitosa que, no obstante, cuenta con el hándicap de la fiabilidad: de hecho, en ocasiones aún se asocia confidencial a rumor o bulo. En el *confidencialdigital.com* , sin embargo, no publican ninguna noticia sin una confirmación de fuentes o de las personas a las que incumbe esa noticia. Además, Apezarena animó a todos los universitarios presentes a aprovechar sus años de estudio pues, a su juicio, lo que no hagan por

formarse en la Universidad no lo harán más adelante.

En segundo lugar, Miguel Gutiérrez nos contó su experiencia en los medios digitales. A su juicio el éxito de *sportyou.es* radica en la originalidad y en la independencia: al no estar en los kioskos, no tienen que elaborar necesariamente la información que *se espera*, sino la que ellos consideran más importante. Aunque con sus medios no pueden competir con las grandes cabeceras, ya han conseguido hacerse un hueco en el mundo deportivo.

Por último, llegó el turno de Quique Infante. Infante indicó que *lainformacion.com* había nacido en la red con la idea de aprovechar al máximo la tecnología y las nuevas narrativas. A su juicio, la profesión del periodista sigue siendo exactamente la misma, pero éste

debe ser consciente de los avances técnicos y aprovecharlos: es decir, que saber usar el *Word* no significa saber escribir. Hay que hacer el esfuerzo de estar al día y no dar todo por sabido.

El periodista, además, puede estar más interconectado con el usuario y así ofrecerle lo que verdaderamente quiere. Sin embargo, no todo está escrito: en este mundo que tanto evoluciona queda mucho por hacer: todo, absolutamente todo está por inventar.

Como buena parte de los ponentes pusieron el acento en la cercanía que ofrece Internet y los medios digitales, predicaron con el ejemplo y se sometieron a las preguntas del público presente, que expresó sus dudas sobre la viabilidad de la prensa escrita, sobre la publicidad en la medios digitales o sobre la especialización de los profesionales

del periodismo, entre otras cuestiones.

Un futuro prometedor

Al final, caras de satisfacción por el éxito de la Jornada y por la interesante información que habían proporcionado los ponentes. El periodismo, ese cuarto poder que tanta influencia puede tener y tiene en la sociedad ve en Internet, en lo digital, su futuro más prometedor y, a la vez, más cercano.

Por ello todas las personas interesadas en la profesión deben estar al tanto de las innovaciones, siendo conscientes de que, si bien los medios de transmitir las noticias cambian, no lo deben hacer las verdaderas señas de identidad del periodista: la veracidad, la rigurosidad, el contraste de fuentes... El futuro del periodismo está, así, por escribir.

.....

pdf | Documento generado
automáticamente desde [https://
opusdei.org/es-es/article/el-futuro-del-
periodismo-esta-por-escribir/](https://opusdei.org/es-es/article/el-futuro-del-periodismo-esta-por-escribir/)
(23/01/2026)