

La credibilidad de los medios de comunicación

Seis periodistas debatieron sobre la honestidad y la credibilidad de los medios de comunicación durante la XXVII Jornada de Comunicación del Colegio Mayor Santillana (Madrid). Coincidieron en la necesidad de una formación humanística de los comunicadores y del rigor en el trabajo periodístico.

25/11/2013

María Casado, editora y presentadora de “Los desayunos de TVE”, afirmó que “todos los días te juegas el prestigio, por lo que es vital la seriedad, el rigor y reconocer los errores”. Casado dijo que “las preguntas no son balas” y que “las entrevistas son cosa de dos, ya que en otro caso se convierten en un frontón”.

Casado intervino el miércoles en la XXVII Jornada de Comunicación del colegio mayor Santillana, celebradas sobre el tema “Comunicación y poder”.

Intervinieron también Fernando Gualdoni y Rosa Jiménez, de El País, Javier Llano (Cadena 100), Vicente Lozano, de El Mundo, y Daniel Toledo, de El Confidencial, que coincidieron en “las grandes posibilidades de la tecnología para contar historias muy ricas y atractivas” y en “la urgente

necesidad de una formación humanística” en los futuros comunicadores.

Los ponentes destacaron ante los estudiantes de Comunicación “la necesidad de la credibilidad” en todos los soportes, para “construir un prestigio social, sin dictaduras de la audiencia y que haga compatible la inmediatez con el rigor y el análisis”, según Rosa Jiménez.

“La credibilidad de un medio es la de sus periodistas”

Javier Llano, director de Cadena 100, dijo que “el éxito de la radio musical se debe en buena parte a los estudios de mercado para conocer los gustos y necesidades de la audiencia, cada vez más segmentada”.

En el coloquio Daniel Toledo señaló sobre la crisis que afecta a los medios que “las redacciones están pagando en algunos casos la mala gestión de

los ejecutivos”, mientras que Vicente Lozano señaló que “la credibilidad de un medio es la de sus periodistas”. Por su parte Gualdoni destacó que “la información de calidad es cara” y se refirió a “la dificultad y reto de ser veraz y completo en unas piezas informativas cada vez más breves”.

pdf | Documento generado
automáticamente desde [https://
opusdei.org/es-es/article/la-credibilidad-
de-los-medios-de-comunicacion/](https://opusdei.org/es-es/article/la-credibilidad-de-los-medios-de-comunicacion/)
(21/01/2026)