

# Los expertos sostienen que «vivimos» el mejor momento para el periodismo

Unas jornadas analizan el cambio de negocio en el sector de la comunicación y la información en la Red

## :: FIDELA MAÑOSO

**VALLADOLID.** «Estamos en un momento fascinante, de oportunidades, pero también complicado, porque la coyuntura de la crisis económica nos ha puesto a los periodistas y a los medios de comunicación en una frontera muy dura. Pero aún así, es el mejor momento que hemos tenido los profesionales en nuestras manos para hacer periodismo y eso nos lo da la tecnología, la red y el nuevo entorno digital». Así lo manifestó ayer Gumersindo Lafuente de elpais.es durante su participación en las XX Jornadas de Periodismo y Comunicación que organiza el Colegio Mayor Peñafiel, en colaboración con la Universidad de Valladolid y la Miguel de Cervantes, centrada en esta ocasión en 'Periodismo e internet. ¿Nuevo entorno, vieja profesión?'

Lafuente subrayó que aunque en estos momentos existen problemas para que los medios sean rentables y tengan un aporte financiero que les permita hacer un periodismo independiente, «también es cierto que se nos está dotando de unas herramientas importantes para hacer un buen trabajo». A su juicio, la salvación del oficio y de los medios de comunicación pasa por hacer un buen periodismo y utilizar toda esta potencia tecnológica «al servicio de lo que es la parte esencial de nuestro trabajo, el servicio público, el control de los poderes, la crítica y la relación con los lectores o los ciudadanos». Y si con los medios convencionales era imposible cumplir esos fines, «hoy no solo es posible, sino



Javier Escribano, Jesús del Río y Gumersindo Lafuente, durante la jornada de ayer. :: GABRIEL VILLAMIL

que si se hace bien, nos ayuda a ser más rigurosos y a atener mayor credibilidad».

Lafuente considera necesario aprovechar la oportunidad que ofrecen las nuevas tecnologías, «y la única forma de hacerlo es que nuestras empresas y la industria de los medios sepan de verdad donde tiene el foco, y el foco está en los contenidos, dotar a las redacciones de profesionales cualificados y de medios, y no perderse en disquisiciones sobre el futuro del negocio». Porque, a su juicio, el negocio está en hacer buen periodismo y en seguir siendo necesarios para los ciudadanos, «porque cuando no sea así nos cambiarán por cualquiera, moriremos los medios, el periodismo y los periodistas». En la jornada también participaron Javier Escribano,

---

**«Existen problemas para que los medios sean rentables», según Gumersindo Lafuente**

---

**Escribano, de nortecastilla.es habló del proceso de integración de las redacciones**

---

**Del Río: «Esto va más allá de poner los periódicos, las radios o las televisiones en internet»**

---

de nortecastilla.es, y Jesús del Río, de Digital+Multimedia, quienes hablaron sobre las estrategias de los grandes grupos de comunicación. Escribano hizo referencia al proceso de integración de las plantillas del periódico de papel y del digital, así como a los pilares del portal: información, contenidos audiovisuales, y ocio y entretenimiento, además de primar lo local.

Del Río subrayó el esfuerzo que están haciendo las empresas de comunicación para adaptarse al entorno digital, «pero lo que se ha hecho hasta ahora es poco, hay que seguir transformándose, porque esto va más allá de poner los periódicos, las radios y la televisión en internet, es una transformación de los medios aprovechando lo que las tecnologías ofrecen».