

Vivir

El Español de Aragón reivindica en la Universidad de Zaragoza el papel que juega el periodismo local: "Madrid se sorprende"

Periodistas de medios aragoneses analizan el futuro del periodismo local y sus principales retos. Más información: El incendio de Cogullada afecta a tres naves:



Jornadas de periodismo en la Universidad de Zaragoza

Alejandro Ramos 24/SEP/26

La Universidad de Zaragoza y los medios de comunicación se han aliado para celebrar unas jornadas orientadas al futuro del periodismo. Bajo el título 'De Aragón al mundo: El refugio del periodismo local en la jungla nacional', periodistas y profesionales de la comunicación se han reunido para analizar los retos y el futuro de la prensa de proximidad. El ciclo ha contado con la participación de destacados medios de comunicación de la comunidad, entre ellos El Español Aragón, RTVE Aragón y elDiario.es en Aragón, cuyos representantes han compartido sus experiencias y han mantenido posteriormente un diálogo con el público.

La Universidad de Zaragoza reivindica la figura de Santiago Ramón y Cajal con su nueva campaña "Cajal x Unizar". Las jornadas han comenzado con la bienvenida de la vicerrectora de Comunicación e Identidad Institucional de la Universidad de Zaragoza, Carmen Marta Lazo, quien ha puesto en valor el papel esencial del periodismo de proximidad en la Comunidad. "Los aragoneses

nos caracterizamos por quedarnos las cosas hacia dentro y ya es hora de que se nos oiga porque tenemos tanto que contar", ha afirmado.

A continuación, Antonio Ortego, editor de El Español Aragón, ha puesto el foco en la relación entre la salud financiera de una empresa periodística y su libertad editorial. "El periodismo, para ser libre, tiene que ser independiente de los poderes. Para ello necesitamos ser rentables y buscar el 'Excel' con números negros", ha señalado Ortego. El papel de la prensa localEl primer gran asunto abordado durante la mesa redonda ha sido el papel de la prensa local y su relación con los medios nacionales.

Jorge Lisbona, director editorial de El Español Aragón, ha expuesto las dificultades que afrontan las delegaciones territoriales ante la inercia del centralismo mediático. "Sigue existiendo un 'madridcentrismo' donde todo lo que pasa en Madrid parece lo más importante", ha destacado Lisbona. En el mismo sentido, ha añadido que, "el objetivo de las redacciones locales pasa en buena medida por colar las noticias a los compañeros de nacional para aparecer en portada".

Asimismo, ha reivindicado una mayor presencia de Aragón en la agenda nacional: "Aragón aparece cuando hay un suceso muy grave, o el día del Pilar. Es ahí donde los medios de comunicación aragoneses tenemos que hacer que sea importante, cuantas más noticias tengamos mejor para aparecer en el medio nacional". Zaragoza y el grupo mexicano firman la gestión de los platós de Distrito 7: "Apostamos por la industria audiovisual de aquí" Frente a esta perspectiva, Miguel Ángel López Morales, director de RTVE en Aragón, ha defendido la presencia continuada de la actualidad aragonesa en los medios públicos estatales.

"Hace tiempo que la información de Aragón tiene más repercusión nacional de la que tenía antes; ya no solo salimos cuando suceden catástrofes o sucesos graves", ha subrayado López. En la misma línea el director de 'elDiario.es en Aragón', Luis Faci, ha coincidido en el interés creciente que despiertan los asuntos regionales en las redacciones centrales: "En Madrid alucinan con la cantidad de temas que pueden surgir en Aragón; les interesan especialmente las iniciativas del entorno rural, la despoblación y los asuntos sociales".

La financiación de los mediosEl segundo bloque de la jornada se ha centrado en la dimensión comercial y financiera de los medios locales y en su relación con la independencia periodística. La directora comercial y de relaciones institucionales de El Español Aragón, Susana Cano, ha explicado el modelo de financiación del periódico y ha destacado la importancia de contar con una buena audiencia. En este sentido, ha señalado que El Español Aragón supera los 500.000 usuarios únicos mensuales en la comunidad. Cano ha explicado que entre las empresas que recurren a los medios para desarrollar acciones de comunicación: "Se encuentran compañías tanto del ámbito C2C como B2C, además de aquellas que necesitan poner en marcha campañas de publicidad".

"Otro de los elementos fundamentales para comercializar un periódico es el liderazgo. Las empresas buscan una buena reputación online y transmitir confianza, credibilidad y contar la verdad", ha confesado Susana. La responsable comercial ha defendido que el compromiso con la información debe estar por encima de los intereses de los anunciantes: "Si el periódico no contara la verdad, estaríamos estafando a nuestros lectores.

La verdad está por encima de cualquier anunciante". La desinformación y la presión de la inmediatezLa desinformación también ha ocupado un espacio destacado durante el encuentro. Los participantes han señalado que la inmediatez característica de la actualidad informativa puede favorecer la propagación de contenidos sin contrastar. "La inmediatez es fundamental en la actualidad. Hoy por ejemplo, hemos cubierto en directo la noticia del incendio en Cogullada y hemos sacado la noticia sin que la redactora haya llegado a la ubicación", ha confesado el director de El Español Aragón La necesidad de ser los primeros, especialmente en un entorno condicionado por los algoritmos, genera una presión adicional sobre las redacciones.

Frente a ello, los participantes han defendido la necesidad de hacer más periodismo y reforzar la formación, no solo dentro de la universidad, sino también fuera de las aulas. "Es necesario formarse no solo en la universidad si no también fuera de ellas. El leer te ayuda a contrastar lo que es real y no", ha subrayado Miguel López. Luis Faci ha resumido su posición ante la presión por publicar antes que los demás: "Prefiero hacer las cosas bien a ser los primeros".

Futuro TalentoEl encuentro, moderado por el profesor e investigador Ricardo Zugasti Azagra, ha concluido con diferentes reflexiones dirigidas a los estudiantes del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Antonio Ortego ha animado a las nuevas promociones a ejercer la profesión con rigor y valentía: "Os pido que seáis periodistas las 24 horas del día, los 7 días de la semana; es una profesión que merece la pena y es indispensable para la sociedad".

En el mismo camino, Jorge Lisbona también se ha dirigido al futuro talento de la comunicación: "Para hacer un buen periodismo os necesitamos". Asimismo, ha advertido sobre la dependencia excesiva del tráfico procedente de los motores de búsqueda y la

transformación que está impulsando la inteligencia artificial. En este contexto, ha apelado a la responsabilidad de los usuarios para sostener el periodismo de calidad mediante la suscripción a los medios de comunicación.