

## **PROPUESTA DE CURSO AÑO 2018**

**Sede: Palacio de La Magdalena de Santander**

**Título: Periodismo siglo XXI**

**Director: Antonio Rubio y Lola Gallardo**

**Fechas propuestas: 11, 12 y 13 de julio de 2018**

**Patrocinio: Gobierno de Cantabria**

---

## **DESARROLLO DEL PROGRAMA**

### **MIÉRCOLES**

#### **Mañana**

Inauguración

9.30 horas: Rafael de la Sierra, consejero de Presidencia y Justicia del Gobierno de Cantabria; Nemesio Rodríguez, presidente de la FAPE; Antonio Rubio, y Lola Gallardo

10.00-11.30 horas:

María Teresa Ronderos, directora de Open Society Program on Independent Journalism

11.30-12.00 horas: descanso

12.00-13.30 horas:

Edwy Plenel, editor-director de Mediapart.

#### **Tarde**

16.00- 18.00 horas:

Mesa redonda- 'Luz verde: éste es el camino a seguir'

Neus Tomás, subdirectora Eldiario.es

Magda Bandera, de La Marea

Borja Bergareche, director de nuevos proyectos del grupo Vocento

### **JUEVES**

#### **Mañana**

10.00.-11.30 horas:

Zendalibros.com. Leandro Pérez

11.30-12.00 horas: descanso

12.00-13.30 horas:

Jesús Maraña- de Infolibre

## **Tarde**

16.00- 18.00 horas

Taller con Antonio Rubio, libros.com, editorial que apuesta por un modelo más democrático de la industrial del libro y el periodismo. Utiliza el crowdfunding para desarrollar sus proyectos

19.30 horas. Paraninfo de la UIMP: 'Los periodistas saltan al escenario'

Diario Vivo, François Mussey, corresponsal de Liberation

## **VIERNES**

### **Mañana**

10.00-11.30 horas: 'Datos y narrativas para salir del ruido'

Datadista, Antonio Delgado y Ana Tudela

11.30-12.00 horas: descanso

12.00-13.30 horas Clausura:

Borja Echevarría, vicepresidente y director editorial de Univisión digital

# RESUMEN

El periodismo está inmerso en un permanente laboratorio de ideas. Hoy, más que nunca, se ensayan innovadores modelos para satisfacer a una audiencia que puede acceder a un universo de contenidos online desde cualquier lugar y en todo momento.

Además, en un contexto en el que la prensa tradicional se ahoga por la caída de la publicidad y de las ventas en papel, la reinención de esta profesión, a la que Gabriel García Márquez definió como “*el mejor oficio del mundo*”, pasa por superar desafíos para los que no existe una fórmula mágica. Muy al contrario, cada medio de comunicación debe delimitar su espacio y tener muy claro qué le hace especial frente al resto. A partir de ahí, además tendrá que encontrar la manera de ser sostenible.

El ansia de caminar en paralelo a la evolución de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) y la tendencia marcada por la digitalización de los principales medios de comunicación (*The New York Times*, *The Wall*, *The Journal o Chicago Tribune*, entre otros), marcaron las líneas de actuación. Eso sí, al principio con muchos fallos y dando palos de ciego, ahora se empiezan a ver buenos resultados de empresas periodísticas con contenidos que convencen al lector.

Los periodistas también nos hemos vuelto polifacéticos, es decir, interactuamos con la ciudadanía a través de, por ejemplo, blogs o redes sociales integrados en los propios medios de comunicación. Incluso, llegamos a crear nuestro propio “canal de comunicación” para aquellas personas a las que verdaderamente les interesa nuestro nombre y trayectoria profesional. Nuestra MARCA.

Son días para hablar de ejemplos de contenidos periodísticos y modelos de negocio que funcionan: Estados Unidos, Inglaterra, Francia y España o Latinoamérica.