

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseñá, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Fernando Belzunce, director editorial de Vocento: “Estamos viviendo en momentos peligrosos y, precisamente por eso, ser periodista es muy interesante”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 30/09/2025

[Fernando Belzunce](#) (Pamplona, 1976) es director editorial de Vocento. Antes fue redactor, reportero, editor digital, subdirector o director de innovación en una carrera ligada a la transformación del periodismo. Miembro del World Editors Forum Board de WAN-IFRA, acaba de publicar **‘Periodistas en tiempos de oscuridad’** (Ariel), un ensayo que recoge las voces de más de cien periodistas de todo el mundo. A través de los testimonios de reporteros, investigadores, corresponsales de guerra, directores de medios, empresarios, premios Nobel y Pulitzer, exiliados y jóvenes promesas, Belzunce analiza la situación actual del periodismo.



Entradas recientes

Divulgación científica que cautiva a los más pequeños

ALICIA DE LARA — 10/13/25

La ‘fórmula Zetland’: Un faro de esperanza para el periodismo

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 10/07/25

Fernando Belzunce, director editorial de Vocento: “Estamos viviendo en momentos



Fernando Belzunce, autor de “Periodistas en tiempos de oscuridad”. Foto: Óscar Chamorro.

¿Qué es lo que le motivó a escribir el libro?

Estoy en el consejo de WAN-IFRA y colaboro con la Fundación Gabo, donde participan periodistas de todo el mundo. Y te das cuenta de que la situación que está viviendo el periodismo es muy similar a nivel mundial, en diferentes países y culturas. La sociedad debe conocer la importancia del periodismo y de qué manera le están impactando la tecnología y las

peligrosos y, precisamente por eso, ser periodista es muy interesante”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 09/30/25

¿Apocalipsis de tráfico? Claves para sobrevivir en la era post-search sin quemarse en la lava sintética de las IA

MIGUEL CARVAJAL — 09/23/25

Una brújula para la innovación periodística: “Inovação nas Indústrias Criativas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 09/12/25

Bienvenida a la 13ª Promoción del Máster: comienza vuestro viaje

JOSÉ ALBERO GARCÍA AVILÉS Y MIGUEL CARVAJAL — 09/09/25

corrientes políticas, todo lo que está sufriendo en una época tan tremenda. Era una historia valiosa de reivindicación del periodismo, del oficio y su relación con la propia democracia.

Esto había que contarlo porque muchas veces los periodistas nos centramos en lo que les pasa a otras personas, pero no contamos lo que nos pasa a nosotros mismos.

¿Cuál es la tesis del libro? ¿Cómo lograr que la profesión recupere su esplendor en estos "tiempos de oscuridad"?

El libro es bastante optimista. Pero no tengo remedios para decir, "Hay que hacer esto y recuperaremos el esplendor". No es nada fácil, es un trabajo inmenso. Sí tengo muy claro lo que no hay que hacer, que es no desvirtuar la calidad del periodismo, entrar en juegos que no son periodísticos, ni dejarte llevar por la polarización, ni tampoco por un periodismo de mala calidad. Hay que mantener estándares profesionales muy exigentes; que los principios que guíen tu trabajo sean principios morales, que siempre hagamos un periodismo honesto.

El periodismo al final se acaba abriendo camino porque la sociedad lo necesita. Creo que no nos tenemos que flagelar tanto con lo horrible que parece todo el periodismo, porque no es verdad. Hoy se hace un periodismo de mucha calidad. Hay periodistas absolutamente brillantes, gente comprometida, y también muchos periodistas que quizá no son brillantes, pero son gente superhonesta y profesional, que trabaja muy

¿Conoces el *Local Data Lab*?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

bien en un oficio que merece mucho la pena. También hay medios de comunicación potentes, que siguen enviando periodistas a lugares tremendos como Ucrania o Gaza, desde donde cuentan cosas que de otra manera no se sabrían. Me da pánico pensar qué pasaría en un país si de repente no tuviera periodismo.

“Me da pánico pensar qué pasaría en un país si de repente no tuviera periodismo”

Mucha gente critica los aspectos negativos de la profesión...

Creo que nos flagelamos en exceso y muchas veces hacemos autocrítica en exceso. Por supuesto hay que hacerla y en el libro hay mucha autocrítica, pero no nos damos cuenta de que de que el oficio merece muchísimo la pena. La inmensa mayoría de los periodistas que conocemos son gente muy profesional, muy honesta y se rige por principios morales. Tenemos que defender la utilidad, el sentido práctico porque esto es un oficio humanista. Detrás hay personas que pueden cometer errores, por supuesto; este trabajo no lo hacen las máquinas.

Siempre se ponen ejemplos negativos que son la excepción. Algunos colegas me dicen, “¿No crees que en las tertulias no se hace bien...? ¿No crees que en las redes sociales hay excesos...?” y mencionan algún ejemplo. Les contesto que son casos muy llamativos, pero minoritarios...

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Es verdad que llaman mucho la atención y provocan que, si hay un periodista que grita una barbaridad en una tertulia o pierde los papeles en las redes sociales, de repente se generaliza la sensación de que el periodismo se ha vuelto lamentable, pero no es así. Conozco a muchísimos periodistas y la inmensa mayoría son gente muy decente. Este oficio merece mucho la pena y hay que explicarlo bien. Hemos de tener mucho orgullo en defenderlo.

"Este oficio merece mucho la pena y hay que explicarlo bien. Hemos de tener mucho orgullo en defenderlo"

Nos centramos demasiado en lo que no funciona y nos olvidamos de las cosas que van bien...

Por supuesto que hay cosas que no funcionan, pero vamos a pensar con esperanza en lo que está funcionando y en lo mucho que queda por hacer. También hemos de intentar mejorar algunas cuestiones. Por ejemplo, tenemos que hacer un esfuerzo brutal de transformación en toda la industria.

Estamos viviendo una época de cambio y hay que saber adaptarse a esos cambios, a una velocidad continua de cambio, pero, al mismo tiempo tenemos que saber leer muy bien por dónde va la sociedad, las audiencias, cómo utilizar la tecnología y sacarle partido... Ahora mismo

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

las posibilidades que ofrece la tecnología para desarrollar un periodismo brillante son infinitas. Y hemos de concienciar a la sociedad de la importancia del periodismo.

Consulta el *Diccionario del cliché*

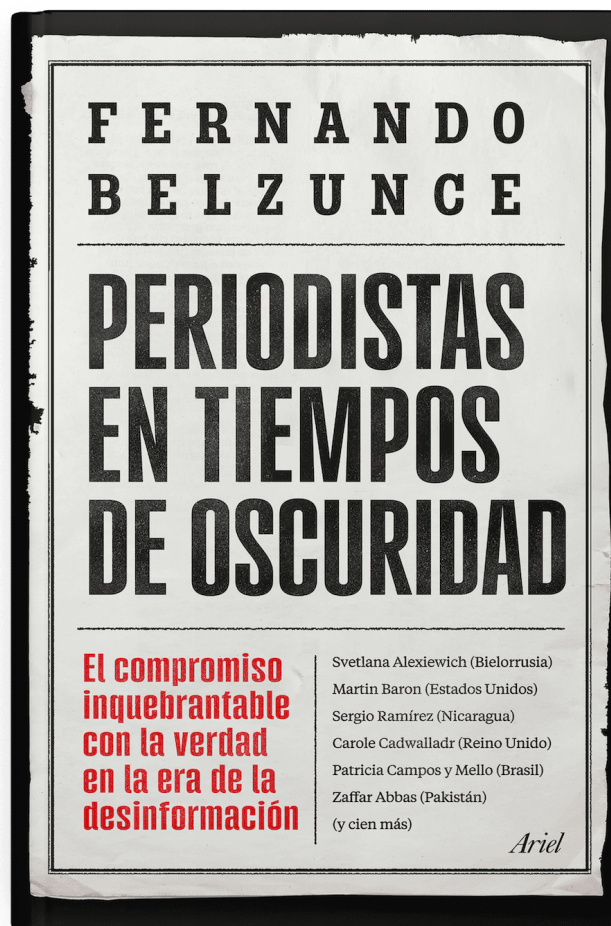
Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.



¿Por qué?

Porque hay mucha ignorancia en torno a esto. Por ejemplo, muchas empresas invierten muchísimo dinero en las redes sociales y hacen determinadas campañas comerciales en las redes que son objetivamente buenas; al final les funcionan porque llegan a determinados segmentos de población.

Pero al mismo tiempo están también posicionándose en unos entornos donde prolifera la desinformación, donde se generan burbujas que contribuyen a la polarización y el contexto informativo no funciona. El consumo de la información a menudo se difumina en las redes sociales porque se pierde el contexto. Y contribuir económicamente de forma tan importante sólo en las redes hace que la marca de tu empresa se asocie a algunos entornos que son cuestionables.

Si abandonas los medios periodísticos y te apoyas solo en las redes sociales, contribuyes a crear una situación determinada. Está más que demostrado que han tenido comportamientos muy buenos en muchas ocasiones y positivos para la sociedad en algunos casos, pero también tienen aspectos muy negativos y cuestionables. Por ejemplo, esas plataformas han alterado el modelo económico de los periódicos y han impuesto un modelo de publicidad basado en el volumen. Han sido capaces de generar un modelo económico a través de contenidos que ellos mismos no producen, pero sobre los que recaban muchísima publicidad.

Pero esta publicidad no llega a los medios. Debes tener audiencias de miles de millones de personas para lograr ingresos importantes y eso condena a la mayoría de los medios. Hay que concienciar también de que, si queremos tener medios fuertes, independientes y sólidos, si queremos que el periodismo siga contribuyendo a la sociedad, las empresas han de ser conscientes de esto. Y lograr que el periodismo sea tan interesante como para que las empresas quieran asociar sus marcas con los medios de comunicación.

“Las plataformas han alterado el modelo económico de los periódicos y han impuesto un modelo de publicidad basado en el volumen”

¿Cómo está influyendo el *tsunami* de la inteligencia artificial en los medios?

La inteligencia artificial elabora un montón de contenidos y nos va a impactar de lleno también en el modelo de negocio de muchos medios, grandes o pequeños, porque reprocesa un contenido basado en millones de artículos que circulan por internet. Y, como explica en el libro el presidente de la cadena de TV francoalemana ARTE, Bruno Patino, eso puede ser una gran oportunidad para los medios.

Si los políticos saben regular la IA en términos de economía contributiva, si se reconoce que los medios han contribuido a la generación de contenidos para la IA, será otra vía de ingresos. Si esto no se reconoce, al final estás creando un monstruo basado en tu propio trabajo, pero sin que nadie te compense por ese trabajo.

Creo que hace falta que la sociedad sea consciente de la época que vivimos, que los políticos también entiendan este contexto tecnológico brutal de normas y regulaciones y sean capaces de leer las necesidades y también la implicación de las empresas.

Y por nuestro lado, el de los periodistas, el reto es saber transformarnos, trabajar en la dirección en la que hay que ir y mejorar siempre lo que hacemos.

“Si no se regula la IA, al final estás creando un monstruo basado en tu propio trabajo, pero sin que a ti nadie te compense por ese trabajo”

El libro es muy coral. Aparecen periodistas que están haciendo cosas maravillosas. ¿Podrías citar algún medio donde hagan las cosas bien, que sea ejemplo de innovación?

Me parece que el New York Times es un mal ejemplo para nosotros. Quiero decir, es un periódico que va increíblemente bien, con un modelo superfuerte. Tuve una conversación con el director del New York Times y da gusto escucharle. Todo les funciona muy bien, pero es un modelo que no puede ser una referencia para otros medios porque no tienes todos esos recursos, ni esa población, ni una marca global que puede generar suscriptores tanto en Estados Unidos como en Pakistán o en Australia. Y no todo el mundo puede ser un New York Times.

Hay cosas en las que te puedes fijar. Dices, "Me encanta esta apuesta que acaban de hacer por el vídeo". Y cuando preguntas cómo lo hacen, te explican, "es que tenemos 70 personas en el departamento de vídeo", así que no es comparable. Hay muchas cosas que no son comparables y cuando la calidad que ofrecen es tan elevada, si aspiras a eso muchas veces te puedes quedar en el camino. Te puedes incluso frustrar. No es algo que sea imitable. En tantos congresos se ha puesto de ejemplo el New York Times, que te sientes frustrado y piensas, "no puede ser un modelo a seguir porque no resulta factible".

"El New York Times es un mal ejemplo para nosotros"

Sin embargo, hay muchos medios nórdicos estupendos. ¿Qué sucede con las economías nórdicas? Cuando hablo con los que dirigen estos medios, por ejemplo, el director del danés Politiken, que es un pedazo periódico,

y también los suecos y los noruegos, es una barbaridad lo innovadores que son, cómo manejan los datos, cómo crecen sus audiencias o cómo trabajan el periodismo local.

Lo que pasa con los nórdicos es que tienen mucho dinero. Son países donde hace frío y cuentan con pocas horas de luz. Cada vez que salen informes de las casas mejor equipadas del mundo al medir la economía familiar, siempre salen de esas casas. Es una sociedad con un índice de lectura tremendo y suscripciones muy elevadas. Son referencia en unas cosas, pero, aunque hicieras lo mismo que hacen ellos, eso no quiere decir que te vaya a funcionar aquí. Has de comprender muy bien cómo es tu audiencia, este es el gran reto.

Me enseñaban datos de estos periódicos nórdicos y dices, "Madre mía, este tiene 200,000 suscriptores de pago. Es un periódico pequeño y fíjate cómo lo hace. Si el mismo proyecto lo intentara implantar en España, no lograría ese número de suscriptores". Aunque ahora hay muchas cosas que sí son imitables.

Otro proyecto que me encanta es el San Francisco Chronicle, cuyo director aparece en el libro. Se llama Emilio García Ruiz y antes fue director adjunto del Washington Post. Es un periódico que ha sabido atender muy bien las necesidades de la audiencia de San Francisco y hace un periodismo de calidad muy cercano a la gente. Hay muchas cosas a las que ha renunciado, por ejemplo, a cubrir determinadas

temáticas por dar más importancia a otras. En su momento decidió dejar de cubrir la tecnología, siendo el periódico líder en la bahía de San Francisco, que es el epicentro tecnológico mundial.

Es decir, el periódico que lidera en este territorio no cubre la tecnología porque consideran que como en ese campo no van a ser referencia indiscutible, prefieren no cubrirlo, se centran en otras cosas y conocen las necesidades de sus usuarios, saben muy bien lo que les puede interesar y lo que no.



Fernando Belzunce es director editorial de Vocento. Foto: Óscar Chamorro.

Has hablado de los medios nórdicos y me llama la atención cómo colaboran entre ellos. Dicen ‘tenemos un gran reto como la IA, que nos va a transformar como industria; pongamos en común lo que estamos haciendo y así avanzamos como sector’. ¿Por qué no se puede hacer algo así en España?

Pienso que sí se puede hacer. La relación entre los medios en España es mejor de lo que mucha gente cree. Y cada vez va a ser mejor, pero es verdad que ha habido una evolución histórica en la que había desavenencias, desconfianzas, o una idea de la competencia malentendida. Esto quizá ha impedido ciertos acuerdos. Pero me parece que es una oportunidad, desde luego, poder llegar al entendimiento en muchas cosas, sin ninguna duda. Y ahí están las asociaciones de los medios.

“Se están haciendo cosas que nunca se habían hecho y el periodismo nunca ha tenido tantas posibilidades narrativas como las actuales”

Una de las grandes aportaciones del libro es la de Martin Baron. Tiene una frase formidable: “Es el peor momento que he conocido para la prensa y, precisamente por eso, creo que es un buen momento para ser periodista”. Al hilo de estas palabras, ¿qué le dirías a quienes están estudiando periodismo?

Creo que es un momento increíble para ser periodista por distintos motivos.

Uno, por las capacidades que te puede aportar la tecnología para llegar a grandes audiencias, para conocer mejor a tu audiencia y, sobre todo, para realizar trabajos periodísticos de altísima calidad. Puedes ofrecer experiencias periodísticas increíbles. Puedes hacer unos trabajos periodísticos usando texto, datos, vídeo, audio, infografía, utilizando la IA para sacar patrones, para descubrir determinadas claves, puedes generar unas experiencias narrativas visuales muy buenas.

Se están haciendo cosas que nunca se habían hecho y el periodismo nunca ha tenido tantas posibilidades narrativas como las actuales. Desde el punto de vista creativo, el momento es apasionante y desde el punto de vista de las esencias del periodismo, porque al final el periodismo sobre todo es el contenido desde el punto de vista de las esencias. El periodismo siempre ha estado muy relacionado con la democracia. Cuando un país no es democrático, el periodismo que se ejerce en ese país se convierte en otra cosa.

El periodismo aflora cuando se da una situación de libertades. Y creo que atravesamos un momento muy oscuro, como subraya Martin Baron, un momento en el que hay muchos países con un nivel de opacidad o de oscuridad tremendo. Por ejemplo, no somos conscientes de cómo han cambiado las cosas desde que llega Donald Trump a Estados Unidos. El periodismo en Estados Unidos antes estaba increíblemente bien visto. Era una profesión de cierto prestigio, hasta el punto de que se asociaba tanto a la propia democracia y al propio sistema de libertades. Me

contaban muchos periodistas norteamericanos que, si ibas a una casa a hacer una entrevista y llamabas a la puerta, la persona que te atendía en la casa consideraba que era su deber atenderte porque eras periodista.

Desde que llega Donald Trump al poder, los mensajes que se han lanzado siempre han sido de cuestionamiento hacia el periodismo. Acuérdate cuando dijo aquello de que "los periodistas pertenecían a una raza miserable". Ese cuestionamiento, esa pugna brutal contra los medios periodísticos, ha contribuido a un descrédito tremendo que ha ido calando. Como estrategia política le ha funcionado muy bien porque, al desprestigiar a la prensa consigue reducir el contrapoder, la capacidad crítica; deslegitima a la persona que puede tener cierta capacidad para plantear dudas o criticar tus decisiones.

Suscribo todo lo que afirma Martin Baron del periodismo como faro moral, como el recordatorio de las cosas que pasan. ¿Por qué se critica o se ataca tanto al periodismo por parte de determinados políticos? Porque realmente el periodismo puede ser para ellos un obstáculo, porque responde al derecho que tiene el ciudadano a ser informado. No sirve para cambiar el mundo, pero desde luego es un obstáculo para líderes que no quieren explicarse o rendir cuentas.

Me parece que estamos viviendo en momentos peligrosos y, precisamente por eso, ser periodista es muy interesante.

“Desde que llega Donald Trump al poder, los mensajes que se han lanzado siempre han sido de cuestionamiento hacia el periodismo”

¿El periodismo es el antídoto contra la desinformación?

Hay unas corrientes políticas que también se basan en la tecnología, en la gran capacidad de los algoritmos para potenciar determinados mensajes. La sociedad no es consciente de hasta qué punto estas plataformas pueden ser increíblemente poderosas para promover movimientos políticos muy potentes.

Acuérdate el caso de Cambridge Analytica. En el libro aparece Carole Cadwalladr, la periodista británica que lo destapó. El vicepresidente de Cambridge Analytica era Steve Bannon, que luego fue el jefe de estrategia de Donald Trump. La empresa Cambridge Analytica sirvió para modificar o manipular a través de Facebook la intención de voto de millones de personas en temas tan delicados como el Brexit o las elecciones norteamericanas.

Y eso de que “el medio soy yo” que decía Elon Musk es una idea muy peligrosa, una idea libertaria según la cual ya no hay intermediarios y las redes sociales, donde prolifera la desinformación de forma brutal, se constituyen en el único altavoz de las sociedades.

Estamos viviendo tiempos tremendos y creo que el periodismo se tiene que imponer. El periodismo siempre se hace camino, pero no es fácil pelear contra corrientes oscuras, que tampoco son transparentes, y no sabes muy bien de dónde vienen.

Fíjate en los casos de La DANA o de Torre Pacheco, por poner dos episodios muy cercanos. De repente prolifera un montón de material audiovisual, fotografías que son completamente falsas. Lo único que quieren promover es más ruido, subir el nivel emocional. Y te preguntas "¿Esto de dónde viene?" En el libro hablo con mucha gente que controla esto mil veces mejor que yo. Al final compruebas la realidad y dices, "Madre mía".

Lo que está pasando políticamente se nos olvida, pero es muy grave cuando Donald Trump cuestiona incluso el concepto de verdad. Si una sociedad no es capaz de ponerse de acuerdo sobre un conjunto de hechos, entonces sobre qué se va a poner de acuerdo, es imposible que haya una convivencia en esa sociedad. Y cuando él mismo, Donald Trump, habla de que hay verdades alternativas, es tremendo. Por eso, cuando dicen que esta es una época de muchos cambios, yo suelo decir que es un cambio de época.

"Cuando dicen que esta es una época de muchos cambios, yo suelo decir que es un cambio de época"

Si pudieras viajar en una máquina del tiempo y hablar con el Fernando que está a punto de terminar la carrera, ¿qué consejo te darías acerca del periodismo, de la profesión, de la vida en general?

A un joven que esté ahora en la carrera le recomendaría primero que tenga muy claras las ganas de dedicarse a esto, porque este oficio no es fácil. Es muy bonito, vas a conocer a gente muy interesante, es super atractivo, pero te tiene que gustar mucho.

Es muy importante saber rodearte bien, aprender de los mejores y tener mucha humildad, de verdad, mucha humildad. Ser muy humilde porque como te creas que eres mejor que nadie, entonces sí que has acabado. Para un chaval joven es fundamental fijarse en los mejores y ser una esponja, sin esperar a que los demás te enseñen o te orienten. Has de tener una actitud muy proactiva.

En mi caso, empecé con 19 años en prácticas en el Diario de Navarra, luego en el Diario de Burgos, en Televisión Española y en El Correo, donde acabé contratado. Y empecé con muchas ganas, procuraba aprender todo el tiempo. A ese joven le diría: "No busques los atajos, has de ser muy honesto".



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

© 2025 Máster en Innovación en Periodismo · [Blog](#) · [Inicio](#) ·

