

“A veces, hacer las cosas desde la convicción puramente editorial son las que te ayudan a alcanzar el éxito”

Diego Barcala, director de Revista Líbero, una de las cabeceras de temática futbolística más reconocidas a nivel nacional, ha protagonizado la última edición de CESINE for Change, en la que ha abordado una serie de ejemplos en materia de emprendimiento en el mundo del Periodismo y la Comunicación, además de recalcar la importancia de “apostar por la idea en la que se cree” como fórmula de éxito.



Diego Barcala, Director de Revista Líbero, durante su exposición.

**14 de mayo de 2021.** Diego Barcala, Director de Revista Líbero, ha repasado todo el proceso relacionado con el desarrollo de la publicación y los condicionantes que entran en juego a la hora de apostar por los proyectos de emprendimiento en un nuevo evento



organizado por CESINE a través de la iniciativa CESINE for Change, que se ha podido seguir tanto de forma presencial en las instalaciones del Centro Universitario, como de manera virtual.

En primer lugar, Barcala ha destacado que una de las premisas a la hora de desarrollar la Revista Líbero fue "apostar por un proyecto reconocible con un protagonismo absoluto por la calidad del producto", cuestión que ha sintetizado al reconocer que su idea siempre fue "hacer la revista que nos gustaría leer".



De izquierda a derecha: Luis García-Moncó, Director Académico de la Escuela de Negocios y Comunicación de CESINE, Jesús García-Bermejo, Director de ARCO FM, Diego Barcala, Director de Revista Líbero, Aser Falagán, Jefe de Deportes en El Diario Montañés y Santiago Salazar, Director Académico del Grado en Periodismo y Redes Sociales de CESINE.

Otro de los aspectos tratados por el ponente ha sido el papel adoptado desde una óptica meramente periodística, indicando que "el periodista no es el protagonista, sino que tiene que dar paso a las historias". Además, Diego Barcala también ha repasado algunas de las peculiaridades que presenta una publicación trimestral y la necesidad de "reinventarse para sobrevivir", además de "aprovechar todas las plataformas existentes en la actualidad".

Precisamente, al realizar un análisis sobre la evolución de Revista Líbero, Diego Barcala ha recalcado la importancia de "detectar el

estancamiento del proyecto, ya que tu audiencia mantiene su fidelidad, pero no captas nuevos clientes", y ha recomendado a los asistentes "apostar por la convicción en tu propio proyecto, ya que hay ocasiones en las que la oportunidad te viene de fuera y alguien se interesa por tu trabajo y te ayuda, y otras veces la propia fe en tu idea es la que te ayuda a tener éxito".



La intervención, además de servir como ejemplo para apostar por el emprendimiento y saber rehacerse ante las adversidades, también ha supuesto un foco de detección de oportunidades, y es que, tal y como ha recalcado el ponente, "el comercio online te permite ser tu propia tienda, lo único que tienes que hacer es ser atractivo en RRSS, es decir, saber vender tu producto, ya que ese es el mercado hoy en día y supone una gran oportunidad para presentar tu trabajo y a la vez, venderlo".

Tras su intervención, Diego Barcala ha participado en una Mesa Redonda en la que ha compartido espacio de debate con Aser Falagán, Jefe de Deportes en El Diario Montañés, Jesús García-Bermejo, Director de ARCO FM y Santiago Salazar, Director Académico del Grado en Periodismo y RRSS, que ha hecho las veces de moderador.

En este espacio, todos los participantes han analizado las claves expuestas durante la intervención del ponente, especialmente la importancia de “apostar por una clara línea de diferenciación a la hora de desarrollar un proyecto emprendedor en el mundo del periodismo”, además de poner en valor la esencia de la profesión, que no es otra que la de “contar historias”.



Otro de los aspectos analizados ha sido “la evolución que ha experimentado el Periodismo y las grandes oportunidades que se presentan gracias a las nuevas plataformas de difusión de contenidos”, y es que todos han coincidido en que “no son un enemigo, sino un aliado que permite multiplicar la difusión de tu trabajo, aunque eso requiere saber con precisión qué quieres contar y a quién quieres que llegue”.

Además de los protagonistas, numerosos asistentes, estudiantes del Grado en Periodismo y RRSS en su mayoría, se animaron a participar de forma activa en el debate y a trasladar dudas sobre el estado de la profesión, que han derivado en conclusiones como “apostar por la especialización y el rigor a la hora de trabajar, además de la



autoexigencia, que es la parte más costosa y lenta, pero la más satisfactoria con diferencia".

Esta jornada se incluye en la iniciativa CESINE for Change, que busca generar un cambio en las empresas, los profesionales y la comunidad de estudiantes para ser una inspiración para construir sociedades libres, prósperas y más justas.