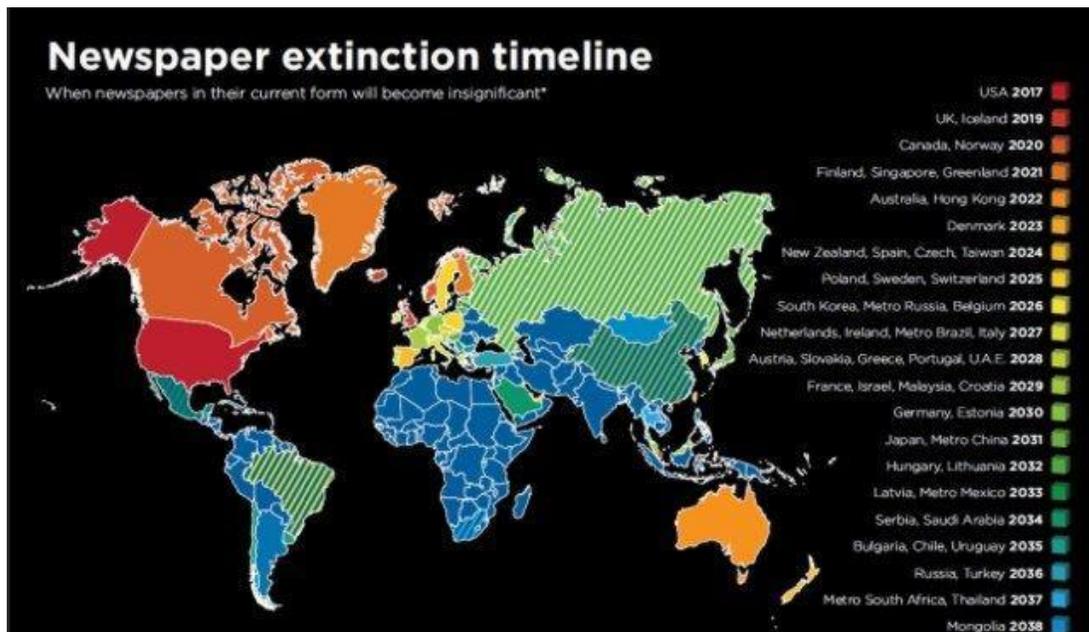


codigo-abierto.cc

Un manifiesto posperiodístico | #CódigoAbierto_CC

Bernardo

4 years ago by in [periodismo](#), [redes](#) Tagged: [aplicaciones](#), [comunicación](#), [Internet](#), [lectores](#), [mass media](#), [P2P](#), [periodismo](#), [posperiodismo](#), [redes](#), [social media](#), [software libre](#), [wikipedia](#)





Para algunos, los periódicos de papel están marcados para morir. El estudio elaborado por [Ross Dawson](#) creó una línea del tiempo con la fecha exacta de fallecimiento de los diarios en cada país. En 2017 se extinguirá el último periódico en Estados Unidos. En 2031 no habrá diarios en Japón. En torno a 2040 no quedarán periódicos impresos en África. Para muchos, la comparación es inevitable: si desaparecen los periódicos muere el periodismo. Los agoreros aprovechan cada dato o informe para confirmar la crónica de una muerte anunciada. La prensa escrita es [la industria que más decrece en Estados Unidos](#). Los medios se hunden en España: baja un [20% la facturación por publicidad](#). Sin papel no hay periodismo, piensan los que fabrican noticias como siempre lo hicieron.

Los augurios mortales contra los medios – o contra el periodismo- vienen de lejos. El prestigioso pensador [Jean Baudrillard](#), en su clásico [Réquiem for the media](#), de 1972, arremetía con el sistema de *mass media* unilateral y vertical. “Debemos entender la comunicación – escribía Baudrillard – como algo más que una simple transmisión-recepción del mensaje”. Informar no es comunicar. Pero la mayoría de los medios de comunicación continuaron en la senda de la transmisión-recepción del mensaje en la era de Internet. El medio es el mensaje, como diría [Marshall McLuhan](#). El papel / pantalla es todo. Substituye al mensaje.

En 2005, Bruce Sterling, uno de los escritor más influyentes del [cyberpunk](#), observando la inercia del viejo régimen informativo escribió el [Dead Media Manifiesto](#) (manifiesto de los medios muertos), “una guía para los paleontólogos de los medios”. **Bruce (@bruces en Twitter) vislumbró entonces el suicidio de los medios: “Necesitamos un libro sobre los fallos de los medios, el colapso de los medios, un libro que detalle los horribles errores que debemos conocer para no repetirlos”. Su manifiesto, en esencia, no era tan diferente al réquiem mediático de Baudrillard: “El verdadero medio es una transmisión inmediata, dada y recibida, hablada y respondida, móvil en el mismo espacio y tiempo, recíproca y antagonista”.**

Confieso que este post no existiría sin el texto [Por un manifiesto posfotográfico](#) de [Joan Fontcuberta](#), en el que el artista catalán desguaza los cimientos de la vieja fotografía con fascinante naturalidad. Fontcuberta imagina cómo opera la “radical creación posfotográfica” en un mundo en el que “el artista se confunde con el curador, con el coleccionista, el docente, el historiador del arte, el teórico”. Ya no se trata de producir obras, afirma, “sino de prescribir sentidos”. Prevalece la circulación y gestión de la

imagen, apunta, “sobre el contenido de la imagen”. **Tras varias relecturas del texto de Fontcuberta, tras más de quince años de profesión, cambié la palabra “periodista” en mi [perfil en Twitter](#) por “posperiodista”. Y eso que tengo muy claro que el periodismo no va a morir. Nos encontramos ante una mutación semántica. La [definición clásica](#) de periodismo ya no sirve. Tal vez sobreviva, enriquecida, en una nueva definición de “posperiodismo”. Un redefinición que describe otra realidad, otra práctica, otros hábitos. ¿Y cómo opera la radical creación del posperiodismo? Intentaré imaginar una especie de *hardware* posperiodístico en un decálogo abierto, remezclable y claramente mejorable colectivamente. Los siguientes puntos ya están colgados en un [wikidocumento en PiratePad](#). Cualquiera puede rescribir este manifiesto posperiodístico.**

- 1) **La información pasa a ser un proceso compartido.** Los productores de información incluyen a los lectores en la elaboración del contenido. Compartir en blogs, plataformas de vídeo o sites los detalles de cómo se ha elaborado un trabajo informativo es tan importante como el resultado final. El contenido llegará a ser un *making of* en tiempo real.
- 2) **La definición de contenido evoluciona, crece, se amplía.** Comentar una noticia, difundirla con un valor añadido (más contenido), remezclarla, es crear contenido. La adhesión (clickar en “Me gusta” en una red social) es otra nueva mutación del contenido. La edición pasa a considerarse una forma de autoría.
- 3) **El posperiodista se confunde con el *curator* (comisario).** Seleccionar el contenido relevante en la [infoesfera](#) de la sobreabundancia será una de sus principales tareas. Filtrar contenido será una de las labores del posperiodista.
- 4) **Sobre el marco: tenemos que entender el posperiodismo como una estructura de código abierto en constante desarrollo.** Nadie posee el periodismo. Cualquiera puede usarlo. Cualquiera puede mejorarlo. Cualquiera [puede hackearlo](#).
- 5) **La noticia – que no desaparecerá – deja de ser la unidad básica del posperiodismo. El flujo, un constante fluir de hechos, datos y declaraciones, pasa a ser la columna vertebral del posperiodismo.** El fragmento pasa a ser la unidad mínima informativa. La información se convierte en un [río compartido](#) que incorpora fragmentos distribuidos elaborados por periodistas y lectores. El río convivirá con una estructura informativa descentralizada (archivo en beta) inspirada en la Wikipedia. Algunos, camino insinuado por la [P2P Foundation](#), preferirán añadir

información al wikicuerpo de su marca que al río de flujos.

6) **La información deja de ser un producto para ser una comunidad.** En ocasiones, las comunidades girarán en torno al contenido generado por los posperiodistas. En otras, ellas mismas elaborarán su propio contenido. Los medios – con contenido propio o ajeno- pasan a ser una valiosa plataforma de interacciones.

7) **La inmediatez pasa a ser considerada como un mero *plug in* o aplicación de algo mayor. Sin un sistema operativo, sin un gestor de contenidos, el *plug in* o aplicación informática es inservible.** La inmediatez no es el epicentro del posperiodismo. La inteligencia colectiva de una ciudadanía armada de *smart phones* será el mejor aliado (y no enemigo) del posperiodismo para entender la inmediatez. Buena parte de las fuentes clásicas serán devoradas por esa inteligencia colectiva en tiempo real.

8) **El posperiodismo prescribe sentidos a hechos ya conocidos.** El lector descubrirá cada día menos noticias en las marcas informativas. Entenderá gracias a las marcas informativas, eso sí, los fragmentos ya conocidos. Por eso no basta con informar. No basta con comunicarse con los lectores. Explicar, analizar y contextualizar son características que se diluirán en todos los géneros narrativos.

9) **Sobre la definición de relato: las historias se construyen con piezas de naturaleza diferente, con piezas superpuestas, con piezas moldeables.** El relato adoptará nuevos e impredecibles formatos híbridos contruidos con pedazos aparentemente inmezclables.

10) **Sobre el eco del mensaje: prevalece la importancia de la circulación y de lo compartido.** El mensaje será algo coral, distribuido, modificable, enriquecido y retroalimentado durante todo el ciclo de la comunicación. El eco – una nueva narración colectiva – se confundirá con el mensaje.

Mi web: bernardogutierrez.es Dirijo la consultora futuramedia.net En Twitter soy [@bernardosampa](https://twitter.com/bernardosampa)



[Bernardo](#)

The author didnt add any Information to his profile yet