

uberblogged.com

Cómo funciona el periodismo hoy. Manifiesto. – Uberblogged

More Posts

8-11 minutos

Ésta es mi traducción al español del Manifiesto de Internet que anda circulando por la red. Este manifiesto fue originalmente [redactado en alemán](#) por **15 periodistas y bloggers** conocidos en la esfera de los nuevos medios alemanes. También existe una [versión en inglés](#).

Cómo funciona el periodismo hoy. Diecisiete declaraciones.

1. Internet es diferente.

Internet genera diferentes esferas públicas, diferentes términos de comercio y diferentes habilidades culturales. Los medios deben adaptar sus métodos de trabajo a la realidad tecnológica actual en lugar de ignorarla o desafiarla. Es su deber desarrollar la mejor forma de periodismo posible basada en la tecnología disponible. Esto incluye productos y métodos periodísticos nuevos.

2. Internet es un imperio mediático tamaño

bolsillo.

La web reacomoda las estructuras de medios ya existentes trascendiendo sus antiguas fronteras y oligopolios. La publicación y diseminación de los contenidos de medios han dejado de estar atados a grandes inversiones. La autoconcepción del periodismo está —afortunadamente— siendo privada de su función de centinela. Todo lo que nos queda es la calidad periodística a través de la cual el periodismo se diferencia de la mera publicación.

3. Internet es nuestra sociedad, nuestra sociedad es Internet.

Las plataformas basadas en la web como las redes sociales, Wikipedia o YouTube se han vuelto parte de la vida cotidiana de la mayoría de las personas del mundo occidental. Éstas son tan accesibles como el teléfono o la televisión. Si las empresas de medios quieren seguir existiendo, deben entender el universo conjunto de los usuarios actuales y abrazar sus formas de comunicación. Esto incluye formas básicas de comunicación social: escuchar y responder, también conocido como diálogo.

4. La libertad de Internet es inviolable.

La arquitectura abierta de la Internet constituye la ley IT básica de una sociedad que se comunica digitalmente y, consecuentemente, del periodismo. No puede ser modificada por el mero propósito de proteger los intereses comerciales o políticos frecuentemente escondidos detrás de la ficción del

interés público. Sin importar cómo esté hecho, bloquear el acceso a Internet pone en peligro la libre circulación de la información y corrompe nuestro derecho fundamental a decidir nuestro propio nivel de información.

5. Internet es la victoria de la información.

Por causa de una tecnología insuficiente, las empresas periodísticas, los centros de investigación, las instituciones públicas y otras organizaciones han sido las encargadas de compilar y clasificar la información mundial hasta ahora. Hoy en día cada ciudadano puede montar su propio filtro personal de noticias mientras que los motores de búsqueda explotan la abundancia de información con una magnitud nunca antes vista. Los individuos ahora pueden informarse mejor que nunca.

6. Internet cambia perfecciona al periodismo.

Gracias a la Internet, el periodismo puede cumplir con su rol social-educativo de una nueva manera. Esto incluye presentar la información como un proceso continuo y de cambio constante; la confiscación de la inalterabilidad de la prensa es un beneficio. Aquellos que quieran sobrevivir en este nuevo mundo de información necesitan de un idealismo rejuvenecido, con nuevas ideas periodísticas y un sentido de placer al explotar este nuevo potencial.

7. La red requiere establecer contactos.

Los enlaces son conexiones. Nos conocemos a través de

enlaces. Aquellos que no los usan se excluyen a sí mismos del discurso social. Esto también aplica para los sitios web de los medios tradicionales.

8. Los enlaces retribuyen, las citas adornan.

Los motores de búsqueda y los agregadores facilitan el periodismo de calidad: elevan el hallazgo de contenido excepcional sobre una base a largo plazo y por lo tanto son una parte integral de la nueva esfera pública conectada. Las referencias a través de enlaces y menciones —especialmente aquellas hechas sin ningún consentimiento o siquiera remuneración de su creador— hacen, en primer lugar, posible la cultura misma del discurso social conectado. Ellos son, en todos los casos, dignos de protección.

9. Internet es la nueva sede del discurso político.

La democracia prospera con la participación y la libertad de información. Transferir la discusión política desde los medios tradicionales hacia la Internet y expandirse en ésta discusión involucrando la participación activa del público es una de las nuevas tareas del periodismo.

10. Hoy libertad de prensa significa libertad de opinión.

El artículo 5 de la Constitución Alemana no comprende derechos de protección para profesiones o modelos de negocio técnicamente tradicionales. La Internet invalida los límites

tecnológicos entre el amateur y el profesional. Esta es la razón por la que el privilegio de la libertad de prensa debe aplicar para cualquiera que desee contribuir al cumplimiento de las obligaciones periodísticas. Cualitativamente hablando, no debería existir diferencia alguna entre periodismo remunerado y no remunerado, sino entre periodismo bueno y periodismo malo.

11. Más es más – nunca la información es demasiada.

Había una vez instituciones tales como la Iglesia que priorizaban el poder por encima de la conciencia personal y alertaban sobre un flujo de información sin filtros cuando la imprenta fue inventada. Por otro lado estaban los panfleteros, enciclopedistas y periodistas que probaron que más información conduce a más libertad, tanto para el individuo como para la sociedad en su conjunto. Al día de hoy, nada ha cambiado al respecto.

12. La tradición no es un modelo de negocio.

Se puede hacer dinero en Internet con contenido periodístico. Existen muchos ejemplos de esto actualmente. Sin embargo, a causa de que la Internet es altamente competitiva, los modelos de negocio tienen que ser adaptados a la estructura de la red. Nadie debería intentar fugarse de esta adaptación esencial diseñando políticas destinadas a preservar el status quo. El periodismo necesita abrir competencias para las mejores soluciones de refinanciación en la red, junto con el coraje de

invertir en la implementación multifacética de estas soluciones.

13. El Copyright se vuelve un deber cívico en la Internet.

El derecho de reproducción es la piedra angular fundamental de la organización informacional en la Internet. Los derechos de los creadores para decidir el tipo y ámbito de disseminación de sus contenidos también son válidos en la red. Al mismo tiempo, el copyright no deberá ser abusado como una palanca para salvaguardar mecanismos de abastecimiento obsoletos y aislar nuevos modelos de distribución o programas de licencias. La propiedad acarrea obligaciones.

14. Internet posee numerosas divisas.

Los servicios periodísticos en línea financiados a través de anuncios ofrecen contenido a cambio del “efecto-tirón”. El tiempo de un lector, espectador u oyente es valorable. En la industria del periodismo, esta correlación siempre ha sido uno de los principios fundamentales de la financiación. Otras formas de refinanciación que son periodísticamente justificables necesitan ser forjadas y evaluadas.

15. Lo que está en la red se queda en la red.

La Internet está elevando al periodismo a un nuevo nivel cualitativo. Texto, sonido e imágenes en línea ya no tienen que ser transitorios. Permanecen recuperables, y por consiguiente construyen un archivo de historia contemporánea. El

periodismo debe tomar el desarrollo de la información, su interpretación y errores en consideración, por ej., debe admitir estos errores y corregirlos de una manera transparente.

16. La calidad permanece como la cualidad más importante.

La Internet desacredita los productos homogéneos en masa. Sólo aquellos que sobresalen, son creíbles y excepcionales conseguirán una audiencia estable a largo plazo. Las demandas de los usuarios se han incrementado. El periodismo debe satisfacerlas y acatar sus propios principios formulados.

17. Todos para todos.

La web constituye una infraestructura para el intercambio social superior a la de los medios masivos de comunicación del siglo 20: cuando entra en duda, la “generación Wikipedia” es capaz de valorar la credibilidad de una fuente, rastrear noticias hasta la fuente original, investigarla, chequearla y evaluarla —solos o como parte de un esfuerzo grupal. Los periodistas que desdeñan esto y no están dispuestos a respetar estas habilidades no serán tomados en serio por estos internautas. La Internet hace posible comunicarse directamente con aquellos alguna vez conocidos como destinatarios —lectores, oyentes y espectadores—y sacar provecho de su conocimiento. No son los periodistas sabelotodos los que están en demanda, sino aquellos que comunican e investigan.

Internet, 07.09.2009

- [Markus Beckedahl](#)
- [Mercedes Bunz](#)
- [Julius Endert](#)
- [Johnny Haeusler](#)
- [Thomas Knüwer](#)
- [Sascha Lobo](#)
- [Robin Meyer-Lucht](#)
- [Wolfgang Michal](#)
- [Stefan Niggemeier](#)
- [Kathrin Passig](#)
- [Janko Röttgers](#)
- [Peter Schink](#)
- [Mario Sixtus](#)
- [Peter Stawowy](#)
- [Fiete Stegers](#)

Update: en este post, uno de los autores del manifiesto se [explaya sobre las razones](#) que tuvieron para escribirlo.