

## DECLARACIÓN DE ALCALÁ

### DECÁLOGO ESTRATÉGICO PARA LA EDICIÓN INTERNACIONAL

Alcalá de Henares, 18 de marzo de 2026

La sociedad contemporánea se halla en una encrucijada donde la técnica parece haber desbordado nuestra capacidad de asimilación ética. Los editores de medios de la Unión Europea y América Latina, reunidos en Alcalá de Henares bajo el amparo de EditoRed, presentamos esta Declaración Institucional como respuesta a un tiempo de transformación sistémica, marcado por conflictos bélicos que amenazan la estabilidad global y una mutación tecnológica que desafía la esencia misma de la verdad. Este documento establece las bases operativas y éticas que a nuestro entender deben regir para la industria periodística ante el horizonte de 2026.

#### 1.- Primacía del concepto sobre la herramienta.

La tecnología debe ser un medio y no un fin en sí mismo. El valor diferencial del periodismo reside en la calidad del concepto y en la integridad ética de quien lo suscribe, salvaguardando la soberanía del pensamiento humano frente a la automatización.

#### 2.- Propiedad intelectual y derechos de autor.

Exigimos el respeto absoluto a la propiedad intelectual de las empresas editoras y de los profesionales. Es imperativo establecer marcos de uso de contenidos con autorización, atribución y remuneración justa por el uso de contenidos de periodistas, fotógrafos y camarógrafos en el entrenamiento de modelos de Inteligencia Artificial.

#### 3.- Defensa de la soberanía lingüística.

Reivindicamos el español y el portugués como activos estratégicos. Es urgente proteger la riqueza de nuestras lenguas frente a los sesgos anglocéntricos de la IA, garantizando una representación equitativa de nuestra identidad cultural.

#### 4.- Ética en el capital y la gobernanza.

Denunciamos la irrupción en el sector de capitales de origen opaco que ponen en riesgo la independencia de los medios. Ante crisis en cabeceras de referencia como The Washington Post, y diversas plataformas de las cuales se desconocen quiénes son los propietarios y/o sus fuentes de financiamiento, instamos a blindar las redacciones frente a intereses que no respondan a la ética informativa.

#### 5.- Organizaciones ambidiestras e innovación.

Las empresas de comunicación deben evolucionar hacia modelos flexibles que integren el rigor del oficio tradicional con la audacia de las nuevas narrativas digitales y la sostenibilidad financiera.

#### 6.- Economía de la fidelidad frente al ruido.

Apostamos por superar la tiranía del clic y la publicidad volátil. El modelo de futuro se basa en la lealtad del lector, construyendo comunidades fundamentadas en el criterio, la independencia y el contraste de datos.

#### 7.- El Editor como garante de la “noticia”.

Revalorizamos la función del editor como validador último de la información. El juicio humano es la única barrera eficaz contra la desinformación y las “hallucinatio” (alucinaciones) de los sistemas automatizados.

8.- Igualdad y diversidad como norma.

Nos comprometemos a que el periodismo sea un espejo fiel de la diversidad social. La igualdad de género y la inclusión de todas las sensibilidades son pilares esenciales para una cobertura periodística honesta y democrática.

9.- Seguridad para el ejercicio libre.

La libertad de información es el primer derecho que se vulnera en tiempos de guerra. Demandamos a las instituciones internacionales protección efectiva para los periodistas que trabajan en escenarios de conflicto y persecución. La libertad de información es el primer derecho que se vulnera en tiempos de guerra.

10.- Compromiso con la paz y la democracia.

Entendemos la comunicación como un servicio público estratégico. Sin una prensa libre, independiente y tecnológicamente ética, se debilita la capacidad crítica de la ciudadanía y la salud de las democracias en todo el mundo.