

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Presencia de las agencias noticiosas nacionales e internacionales dentro de los periódicos mexicanos en el contexto de la globalización y los flujos internacionales de la información.”

Autor: Karla Samayoa Orozco

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la comunicación**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





“Presencia de las agencias noticiosas nacionales e internacionales dentro de los periódicos mexicanos en el contexto de la globalización y los flujos internacionales de la información.”

TESIS

Que para obtener el grado de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Presenta

KARLA SAMOYOA OROZCO

Asesor

NOMBRE DEL ASESOR

SUSANA GARCIA RAMIREZ

Morelia, Michoacán, México 2009

AGRADECIMIENTO

Esta Tesis nunca habría podido ser escrita sin la ayuda de Dios, de mis Papás y de mis hermanos.

Gracias al Seminario Diocesano de Morelia y a la Universidad Vasco De Quiroga.

Gracias a mis Maestros: El Lic. Pbro. Javier Solís Muñoz, el Lic. Florentino Medina Arriola, el Lic. Jorge Horacio Martínez Ramírez.

Gracias al P. Alfredo Cervantes Tovar y al P. Hugo Enrique Cena Ramírez por su apoyo incondicional en mi formación.

Gracias al H. Ayuntamiento 2008-2011 de Ciudad Hidalgo.

“VIVERE SUMME DEO”

ÍNDICE

Agradecimientos	3
INTRODUCCIÓN I	4
CAPÍTULO I. TEORÍA DE LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE COMUNICACIÓN	
1.1. La teoría del gatekeeper, porteros o guardabarreras	17
1.2. El imperialismo cultural en la comunicación internacional	21
1.3. Sociología de la producción de mensajes	23
CAPÍTULO II. LAS AGENCIAS NACIONALES DE INFORMACIÓN	
2.1. Historia y situación actual de las agencias nacionales de información	27
2.2. Importancia de las agencias nacionales de noticias	35
2.3. Rasgos fundamentales	36
2.3.1 Modalidades de propiedad	37
CAPÍTULO III. LAS AGENCIAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN	
3.1. Historia y situación actual de las agencias internacionales de información	40
3.2. El claroscuro de las agencias internacionales	50
3.3 Criterios de selección y manejo de información de las agencias internacionales	51
3.3.1 La circulación internacional de noticias	52
CAPÍTULO IV. LA GLOBALIZACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
4.1. La globalización de la comunicación	56
4.1.1 El surgimiento de las redes globales de comunicación	58
4.1.2 Pautas de la comunicación global actual: una visión general	59
4.2. Los flujos internacionales de información	62
4.2.1 Características principales del orden informativo internacional	63
4.2.2 Concentración de la propiedad	63
CAPÍTULO V. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS PERIÓDICOS EN MÉXICO	
5.1. Historia y panorama actual de los periódicos La Jornada y El Universal	66

CAPÍTULO VI. PRESENCIA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DENTRO DE LOS PERIÓDICOS MEXICANOS EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN

6.1. La globalización en los periódicos mexicanos	83
6.1.1 Porcentaje de información internacional en comparación con la nacional	84
6.2. Participación de las agencias informativas en los periódicos La Jornada y El Universal	86
6.2.1 Porcentaje de noticias internacionales atribuidas a cada agencia informativa	88
6.3. Contexto informativo que se suscitó durante en el periódico estudiado	92
6.3.1 Tópicos en las noticias internacionales por diario	94
6.3.2 El país que ocupa lugares de privilegio en los periódicos mexicanos	99
6.3.3 Información de México en las agencias nacionales e internacionales	103
Análisis y conclusiones	104
Bibliografía	116

AGRADECIMIENTOS

Durante cuatro años de lucha constante, de gratas vivencias, de momentos de éxitos y también de angustias para poder alcanzar uno de mis mas grandes anhelos, culminar mi carrera, los deseos de superarme eran tan grandes que logré vencer todos los obstáculos; es por ello que debo dedicar este triunfo a quienes en todo momento me llenaron de amor y apoyo y sobre todo me brindaron su amistad:

Agradezco primeramente a Dios por ser mi amigo incondicional, que me dio la fortaleza para salir adelante y escoger el camino correcto para llegar a mis sueños.

A mi Madre, por sembrar en mí la semilla de la comprensión, por tu cariño y por enseñarme que debemos tener la fortaleza de continuar hacia adelante no importa las circunstancias que la vida nos presenta.

A mi padre, porque creyó en mí y me sacó adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega. Porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A la licenciada Susana García por asesorarme a lo largo de la tesis y acompañarme en este camino que hoy culmina en el presente proyecto, por compartir su conocimiento conmigo e inspirar en mi mucha admiración.

Al profesor Jorge Tinajero por su asesoría y dirección en el trabajo de investigación.

Gracias a mi abuelita Graciela por encomendarme siempre con Dios para que saliera adelante. Yo se que sus oraciones fueron escuchadas.

A mis hermanas Lorena y Karen que estuvieron conmigo siempre, compartiendo triunfos y momentos inolvidables, por aconsejarme, regañarme, compartir risas y llantos. Las quiero y gracias.

A mi tía Graciela Zamayoza por enseñarme que no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo depende de mí.

A mis principales amigos: Melchor, Rafael, Omar, Karla, Ángeles y Liliana, por ayudarme a crecer y madurar como persona; por estar siempre conmigo apoyándome en todas las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría, los recuerdo.

A mis tíos, primos, y abuelito:

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles. A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Y nunca al final, sólo aparte, a la Universidad Vasco de Quiroga, mi generosa morada.

*A mis profesores, compañeros de trabajo, amigos...
...y todos aquellos que hicieron posible la confección y elaboración de este trabajo. Gracias.*

I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La información es un bien económico; una de las fuerzas que está impulsando el desarrollo de las redes de comunicación es el deseo de ampliar mercados de información y sobresalir ante un mundo de competidores.

Vemos que existe cada vez más competencia en el mercado, en la "era de la información", el mundo se ha convertido en una "aldea universal" a través de la expansión de los medios de comunicación y el crecimiento de las redes de información, que han ocasionado que todas las culturas estén interrelacionadas entre sí.

Los flujos internacionales de información son un fenómeno social que actualmente se vive en nuestro país. Todos los días aparecen noticias de otros países que desean proyectarse en el mundo y sus principales medios son las agencias internacionales de información, las cuales han jugado un papel esencial en el desarrollo de las redes.

Las agencias internacionales obtienen la mayor parte de sus ganancias en sus propios países, de lo cual se desprende que recaban primordialmente información sobre EU y Europa Occidental; otras regiones son importantes cuando representan destacados mercados comerciales o cuando en ellas surgen crisis políticas.

Esto implica para México, al igual que para otros países dependientes, un porcentaje muy alto de noticias internacionales en su país. Otro problema que arrojó nuestro estudio es que los periódicos mexicanos como **La Jornada** y **El Universal** utilizan en forma limitada las agencias noticiosas nacionales como fuente de información, entre ellas *Notimex*. Esto debido a que los diarios antes mencionados consideran que las agencias internacionales son las más competitivas en cuestión de inmediatez y calidad informativa, a un bajo costo.

Por tanto, ello provoca que exista un desequilibrio en las agencias nacionales de información, dando como resultado que los medios mexicanos de comunicación, prefieran comprar noticias nacionales a las agencias internacionales, en lugar de consumir la información de las agencias de nuestro país y, como consecuencia, estas tienden a desaparecer.

“La influencia y el poder de las agencias noticiosas transnacionales no se basa primordialmente en sus capacidades económicas y financieras, sino en su capacidad de determinar el flujo internacional de noticias en gran medida. Ellas reúnen noticias en los escenarios del mundo que en su opinión son de interés político y económico; presentan y filtran la información de manera tal que siempre están orientadas sobre todo de acuerdo con los intereses informativos de sus respectivos países”. (Bohman, 1994:269)

Para la mayor parte de los diarios nacionales, la suscripción a las agencias noticiosas internacionales que dominan el mercado, sigue representando la más importante fuente de información sobre los acontecimientos internacionales.

Esto lo sustentamos con las entrevistas realizadas a las jefas de información de la sección Mundo de los diarios **La Jornada** y **El Universal**, donde Marcela Aldama de **La Jornada**, señaló que las agencias internacionales son la fuente primordial de los sucesos mundiales, debido a que el periódico no tiene los recursos ni la estructura suficiente para mantener corresponsales permanentes en cada parte del mundo. Por otra parte, María Guadalupe Galván Hernández de **El Universal**, mencionó que las agencias internacionales tienen un lugar privilegiado en la información mundial debido a su eficiente cobertura informativa, puesto que están en el lugar del suceso antes, durante y después de los terremotos, guerras, golpes de estado, tragedias y otros acontecimientos que, por un momento o unos días, convierten a un país en el centro de la atención mundial.

II.- JUSTIFICACIÓN

Un acontecimiento internacional de gran relevancia puede marcar la historia de un país y paralelamente la de otras naciones vinculadas a esta. Bajo esta perspectiva de interés colectivo, esta investigación pretendió un análisis cuantitativo de las noticias extranjeras diseminadas en las fronteras mexicanas a través de los diarios: **El Universal**, y **La Jornada**, con el propósito de conocer qué tanto espacio ocuparon estas informaciones en los periódicos seleccionados, además de determinar los tópicos que fueron ofrecidos por estos medios impresos a sus lectores, y establecer comparaciones entre los mismos.

El interés de este trabajo fue conocer en mayor medida acerca de las formas actuales de la comunicación internacional que se ofrecen en México, para poder obtener un panorama más amplio del Periodismo Internacional que se ejerce en el país.

“En nuestro país hay un desigual flujo de información, manipulaciones de diversos tipos en las noticias, etc. Se padecen, naturalmente, en la operación de las agencias internacionales que hay en nuestro país. Frente a ellas, los principales medios de comunicación nacionales ocupan una situación de extrema dependencia de la cual, inclusive, muy pocas veces desean liberarse”. (Trejo, 1989: 25).

Nuestro estudio arrojó que los diarios mexicanos, aún en la actualidad, dependen en gran medida de la información que les envían las agencias internacionales; provocando con ello que exista un uso excesivo de las agencias internacionales como proveedor noticiario, destacando así, la dependencia tecnológica hacia estas superestructuras internacionales. Sin embargo, de la información que transmiten las agencias, los medios impresos definen lo que debe o no conocer la sociedad, cómo lo debe saber y en que momento.

Es por tal motivo que se debe considerar el poder de la información, ya que ésta puede desatar guerras, crisis económicas o pánico entre la población, dependiendo de las circunstancias. El compromiso de quienes la manejan es esencial.

En el campo mexicano de la comunicación, pocas han sido las investigaciones referentes a agencias informativas tanto nacionales como internacionales, a pesar del crecimiento constante e incontrolado de estas.

En los últimos tiempos ha aumentado el nivel de dependencia entre la prensa mexicana y agencias nacionales e internacionales, así como flujos descontrolados de información. Por tal motivo nos dimos a la tarea de investigar y analizar, a partir de esta tesis, el nivel y la existencia descontrolada de contenido internacional por parte de las agencias informativas, a la vez, medimos la dependencia que existe por parte de diarios del país ante la información de las agencias.

III.- IMPORTANCIA SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El continuo predominio de las agencias internacionales de noticias (AP, DPA, EFE, REUTERS y AFP) en las regiones del tercer mundo puede considerarse un ejemplo de la concentración del poder antes mencionada. Este predominio nos obliga a seguir tomando en cuenta las dimensiones del contenido y la dirección de los flujos comunicacionales.

El rol de las noticias mundiales en el movimiento hacia la globalización podría también relacionarse con las preocupaciones actuales de los investigadores de la comunicación internacional. Aunque muchas de las discusiones sobre la globalización se centran en las nuevas tecnologías y en los flujos de mensajes audiovisuales, los acontecimientos foráneos son sin duda una parte integral del nuevo orden mundial: Los flujos informativos juegan un papel esencial en la construcción de una aldea global; ciertos eventos seleccionados por los medios informativos internacionales son conocidos simultáneamente por millones de personas alrededor del mundo.

Una preocupación mayor sigue siendo que en el contenido de la prensa mexicana continúa reflejando una concentración hacia los Estados Unidos o Europa. Un ejemplo claro es nuestro estudio, el cual arrojó que las agencias de noticias norteamericanas ocupan el 80% de las planas internacionales en México y un porcentaje de la información nacional y regional también es controlado por ellas.

En sus propuestas hacia un debate con mayor sentido sobre el futuro del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), Vincent Crow y Davis menciona como fundamental la meta de lograr un mayor balance en el flujo de noticias mediante una distribución más equitativa en los recursos, riquezas y poder. Argumenta también la necesidad de un «adecuado monitoreo de los flujos de comunicación» por ambas partes: académicos y comunicadores (Vincent, 1981 citado en Lozano, 1997:50-51).

Nuestro estudio busca retomar esta propuesta poniendo especial énfasis en los diarios mexicanos.

A nuestro parecer, con el intercambio de artículos entre periódicos de distintos países latinoamericanos, las empresas periodísticas con una base económica débil pueden obtener una posibilidad de difundir información auténtica de países de la región, manteniendo así una política informativa en dónde se tomen en cuenta los intereses de los países dependientes en vías de desarrollo, para evitar ser presa de la influencia del mal manejo de los flujos internacionales de información.

IV.- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Nuestras preguntas de investigación en este estudio se relacionan con los argumentos, preocupaciones y resultados discutidos arriba:

- a) ¿Cuánta atención le proporcionan los periódicos seleccionados a las noticias internacionales?
- b) ¿Qué tan dependientes son los diarios mexicanos de la información emitida por las agencias noticiosas?
- c) ¿Existe una tendencia a publicar más noticias sobre un país en especial?
- d) ¿Cuáles son los tópicos que reciben mayor cobertura en las noticias internacionales?

Por lo tanto, nuestros objetivos son los siguientes:

V.- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN:

Objetivo general

Identificar la participación de los flujos internacionales de información dentro de los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, analizando el porcentaje de información internacional emitida por agencias nacionales e internacionales, así como sus características y beneficios.

Objetivos particulares

- a) Determinar el porcentaje de información internacional que emiten los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, comparado con el espacio dedicado a las noticias nacionales.
- b) Descubrir el porcentaje de dependencia de los periódicos **La Jornada** y **El Universal** de la información que emiten las agencias nacionales e internacionales en las secciones: México/Política, Economía/Finanzas y Mundo, Finanzas.
- c) Comprobar si existe una tendencia a publicar notas informativas de algún país en especial.
- d) Definir los tópicos con mayor cobertura en la información emitida por las agencias nacionales e internacionales

Hipótesis: "El nivel de dependencia de la prensa mexicana con respecto a las agencias internacionales y sus flujos informativos, da como consecuencia un auge de globalización dentro de los periódicos nacionales".

VI.- ESTRATEGIA METODOLÓGICA O METODOLOGÍA:

Para iniciar un estudio y adentrarse en el tema es necesario conocer investigaciones y trabajos anteriores con la finalidad de darnos cuenta de cuáles han sido los avances concernientes a este tema. Por lo tanto, para dar comienzo a este trabajo, hicimos una investigación documental, que consistió en detectar, obtener y consultar material proveniente de libros, revistas, periódicos, páginas de Internet, documentos públicos y privados o de otras fuentes, relacionadas con las agencias que se encuentran en los periódicos seleccionados. Esto con la finalidad de investigar un poco de la historia de las agencias, su trabajo actual y las características de los flujos internacionales de información.

Después de abordar la investigación documental y establecer el marco teórico, donde dimos a conocer las aportaciones de otros autores que ya han escrito sobre este tema, dimos un peso analítico a nuestro estudio para comprobarlo con la realidad, mediante la investigación de campo, donde aplicamos el método cuantitativo, debido a que en México existen escasos estudios que aborden estadísticamente la circulación de mensajes transnacionales, los cuales nos puedan arrojar datos importantes de la realidad en que vivimos. Un aspecto a tomar en cuenta en este punto es que, dentro de este trabajo, nos limitamos a investigar sólo a dos de los principales periódicos nacionales (**El Universal y La Jornada**), los cuales incluyen información internacional que pudo ser medida y comparada con las notas nacionales; además, se identificó el país que más aparece en sus publicaciones.

Al contar con la investigación teórica necesaria, proseguimos por analizar cuales fueron los temas más relevantes que abordaron las agencias durante los meses seleccionados, además de llevar a cabo un conteo para descubrir su participación en la secciones de México/Política, Finanzas/Economía y Mundo.

Debe recordarse que existen 4 tipos de investigación social: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. En este análisis utilizamos el estudio *descriptivo*, para evaluar cómo se manifiestan los flujos de información internacionales, medir el

número de notas extranjeras e identificar el país que tiene mayor participación en las páginas de los diarios.

También se buscó describir una serie de parámetros del uso de las agencias nacionales e internacionales como: las cifras de participación de las agencias dentro de los periódicos estudiados, tipo de agencia, su procedencia etc.

Por otra parte, es un trabajo *explicativo* que analiza las variables que conforman tanto a los flujos internacionales de información como a las agencias nacionales e internacionales, para descubrir las teorías que los estudian, con la finalidad de explicar cómo ocurre el constante fenómeno de la globalización en los periódicos nacionales. Al mismo tiempo, se buscó la causa principal de que exista una gran cantidad de información internacional en la prensa mexicana y que esta se deba al número de notas que emiten las agencias.

a) Tipo de enfoque.

Cuantitativo.- Este tipo de investigación la elegimos porque utiliza una serie de instrumentos y procedimientos basados en herramientas de la estadística para la recolección, procesamiento y comparación de datos, debido a que en este trabajo se lleva un conteo y registro en tablas para finalizar con un porcentaje y su interpretación, con la finalidad de cumplir con nuestros objetivos e hipótesis. El presente trabajo es un estudio descriptivo, por el proceso de medición de una serie de características, realizado en los periódicos que se consideraron importantes.

La primera modalidad en análisis de contenido, es el de tipo cuantitativo, que consiste en estimar los elementos recurrentes de las unidades de estudio. Como hemos visto, dichas unidades pueden ser palabras, temas y proposiciones o documentos completos, en orden creciente de extensión o de complejidad semántica.

El análisis de contenido cuantitativo es una herramienta metodológica sumamente útil para describir las características de los contenidos mediáticos y para realizar inferencias sobre los procesos de producción y recepción de los mensajes.

b) Tipo de estudio.

Para esta investigación hemos decidido utilizar el Análisis de Contenido (cuantitativo) de Berelson. Debido a que es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos.

El análisis de contenido (cuantitativo) es una herramienta interpretativa de los fenómenos comunicativos y algunos autores consideran al análisis de contenido como un diseño; sin embargo, Bernard Berelson (1952), estudioso de la comunicación, al dar importancia en sus investigaciones al contenido, desarrolló esta técnica, la cual, desde sus perspectivas clásicas, define como "una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa" (Sampieri, 1991:293), que puede ser aplicada en cualquier forma de comunicación, en este caso en la escrita, analizada en los diarios.

En este trabajo adaptamos el análisis de contenido de acuerdo con nuestro estudio, tomando en cuenta cuatro de los usos de dicho análisis que señala Berelson:

1.- En nuestro estudio describimos el tipo de información que emiten las agencias informativas, mediante la lectura de los titulares más relevantes de los meses estudiados.

2.- Develamos las diferencias que existen en el contenido informativo entre un periódico y otro, además del nivel de jerarquización de cada nota. Descubrimos que a pesar de que las notas abordan de manera similar el suceso, cada medio selecciona la información de las agencias que más se apegue a su línea editorial.

3.- Revelamos "focos" de interés y atención para una persona, un grupo o comunidades, mediante la cuantificación de los países que participaban en cada noticia; se detectó el interés que tienen las agencias internacionales para informar sucesos relacionados con países desarrollados como Estados Unidos, España, Francia, entre otros.

El análisis de contenido se efectuó a través de la codificación de las notas emitidas por las agencias informativas, proceso en virtud del cual, las características relevantes del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permiten su descripción y análisis preciso. En este caso, lo más importante para nuestra investigación fue el tipo de agencia, el país de origen de la nota y los temas relevantes con similitud en los dos periódicos analizados.

c) Universo de estudio.

Las secciones Política/México, Finanzas/Economía y Mundo, en los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, dentro de un periodo determinado, en este caso, durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del 2005.

A continuación, se presenta el informe de la elección de la investigación dividida en 4 puntos.

- 1.- Por los alcances y limitaciones de una investigación realizada por una sola persona.
- 2.- El lapso de tiempo que analizamos fue de lunes a viernes durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del 2005.
- 3.-La elección de dos periódicos es con la finalidad de tener un punto de contraste. Consideramos que un solo periódico no daría información suficientemente amplia.
- 4.- Se eligieron los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, porque sus líneas editoriales no son coincidentes.

Los diarios están entre los de mayor tiraje en México y sus lectores abarcan diversos niveles de ingresos y educación. Esta valoración es una aproximación, porque se carece de un instituto verificador de la circulación de publicaciones, como en otros países; de acuerdo con estimaciones mercadotécnicas y declaraciones de periodistas, el tiraje de los dos medios elegidos oscilan entre 70 mil y 120 mil ejemplares, con variaciones entre días de la semana (lunes a viernes) y diferentes épocas del año. **La Jornada** es el medio que cubre un espectro más amplio de lectores, como sectores universitarios y personas de altos ingresos, en comparación con **El Universal**, que cubre primordialmente esferas de alto nivel económico y empresarios. Como objetos de nuestro estudio, tenían características atractivas para la investigación.

d) Tiempo de la muestra.

Las fechas que se eligieron para este estudio (septiembre, octubre y noviembre 2005), corresponden al tiempo en el que se desarrolló la materia de asesoría de tesis y con la finalidad de que los meses fueran continuos.

d) Unidades de análisis.

Las noticias nacionales e internacionales fueron las unidades de análisis; reportajes, notas breves, entrevistas, que eran firmadas por agencias informativas en las secciones de Política/México, Finanzas/Economía y Mundo. Esto con el fin de ver la participación de las *agencias nacionales e internacionales* dentro de las secciones antes mencionadas.

c) Categorías.

- País de origen de la noticia
- Nombre de la agencia
Agencia France Press (AFP), Associated Press (AP), AMG,
Deutsche Presse-Agentur (DPA), EFE, Agencia mexicana de noticias
(Notimex), Prensa Latina (PL), Reuters, RPR, The independent,
The Washington Post.

- Nombre de la sección
 Política/México
 Finanzas/Economía
 Mundo

Una vez seleccionadas las notas, se procedió a la recopilación de datos, mediante la elaboración de hojas de codificación para recabar la información que sirvió para organizar los datos recolectados y ser presentados en gráficas.

d) Hojas de codificación

Cuadro I.- Ejemplo de la tabla utilizada para la codificación de la participación de los países dentro de las Agencias Nacionales e Internacionales.

Países	Notime x	AFP	Reuters	Agencias	The Independent	DPA	PL	Tota l
EU								
Irak								
Colombia								
México								

Cuadro II.- Ejemplo de la tabla utilizada para la codificación de la participación de las Agencias Nacionales e Internacionales dentro de las secciones: Mundo, México/Política y Economía/Finanzas

Secciones	Notime x	AFP	Reuters	Agencias	The Independent	DPA
Política						
Mundo						
Economía						

CAPÍTULO I

TEORÍA DE LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN

I.1 La teoría del gatekeeper, porteros o guardabarreras.

I.2 El imperialismo cultural en la comunicación.

I.3 Sociología de la producción de mensajes.

CAPÍTULO I

TEORÍA DE LAS AGENCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN

Los estudios acerca de las noticias internacionales en la prensa mexicana son escasos; uno de los pioneros fue realizado en los diarios de América Latina por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL) en 1962. El proyecto de CIESPAL consistió en un análisis de contenido de dos semanas en 28 diarios de 19 países de Latinoamérica. Así mismo, estudió las mismas dos semanas en el New York Times, Le Monde, The Times e Izvestia, para hacer comparaciones con la prensa de Europa y la socialista (CIESPAL, 1967, citado en Lozano, 1997:50-51).

A pesar de que hay pocos trabajos de las agencias de noticias, existen teorías preocupadas por el estudio de los flujos internacionales de información, que tienden a analizar la comunicación de masas dentro del contexto del orden económico internacional prevaleciente, las relaciones económicas y políticas entre los países industrializados y los que se encuentran en desarrollo, al mismo tiempo que abordan las desigualdades que existen en el actual mundo globalizado.

La teoría del gatekeeper	El imperialismo cultural o Teoría de la dependencia	Sociología de la producción de mensajes
Analiza la manera en que los editores de los diferentes medios seleccionan ciertas noticias y rechazan otras.	Se aboca a estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación, así como los patrones de propiedad y de concentración de las empresas trasnacionales relacionadas con ellos.	Estudia los diversos condicionantes que inciden en la producción de los mensajes de los medios y que determinan que ciertos contenidos se difundan y otros no.

I.1 La teoría del gatekeeper, porteros o guardabarreras.-

Esta teoría reflejó una preocupación inicial por analizar la manera en que los editores de las diferentes secciones de un periódico seleccionaban ciertas noticias y rechazaban otras.

El concepto de gatekeeper (seleccionador) ha sido elaborado por Kurt Lewin, uno de los cuatro teóricos considerados por Schramm (1975) como los padres fundadores de la investigación de la comunicación en los Estados Unidos. Lewin identificó que algunas zonas en los canales de comunicación pueden funcionar como <<puertas>> como <<porteros>>. Estas zonas filtro son controladas por sistemas objetivos de reglas, o bien, por gatekeepers: en este caso es un individuo o un grupo que tiene el poder de decidir si deja pasar o bloquea la información.

En 1949, Manning White trasladó la teoría de Lewin a los procesos de selección y rechazo de las notas nacionales que llegaban a la redacción de un periódico enviadas por las agencias informativas. White descubrió que alrededor del 90 por ciento de las noticias recibidas de las agencias no se utilizaba y que los criterios utilizados por el editor –llamado por él Mr. Gates- para descartar dicho material, eran muy subjetivas. (Shoemaker, 10 citado en Lozano, 1996:57).

El gatekeeping incluye todas las formas de control de la información, que pueden determinarse en las decisiones sobre la codificación de los mensajes, la selección, la formación del mensaje, la difusión, la programación, la exclusión de todo el mensaje o de sus componentes y dentro de nuestro estudio, estos pueden ser los jefes de información de cada sección de los periódicos en estudio y las agencias.

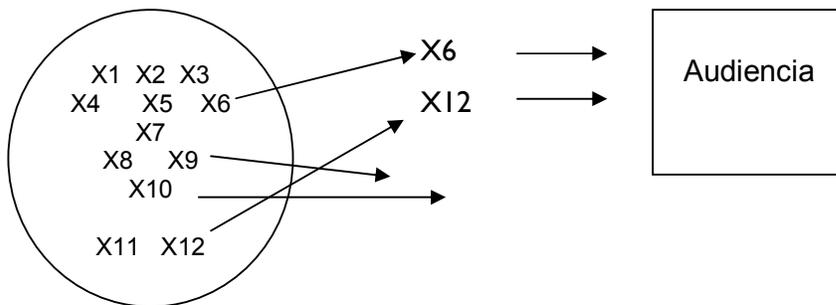
La función de gatekeeper en los periódicos **La Jornada** y **El Universal** la ejercen los jefes de información de cada sección; tal como lo señaló Marcela Aldama del periódico **La Jornada**: “Los jefes de cada sección elegimos la información que consideramos más relevante para los lectores de acuerdo al planteamiento editorial

que tenemos, el cual está encaminado a darle voz a los mas desprotegidos y a la defensa de los pueblos”

María Guadalupe Galván, jefa de la sección Mundo de **El Universal**, menciona que da lectura a toda la información que envían cada hora las agencias informativas al periódico; además de revisar el portal del New York Times y BBC para comparar la información y seleccionar lo más destacado de cada medio.

De la innumerable cantidad de acontecimientos y sucesos en la vida real (representados cada uno por una “x”), los reporteros de un periódico seleccionan unos cuantos y los llevan al escritorio. Ahí, el editor de la sección acepta algunas de esas noticias y rechaza otras.

Al final, el lector (o el público de noticieros televisivos o radiofónicos), recibe información de muy pocos sucesos y termina ignorando el resto.



(Shoemaker,:10 citado en Lozano, 1996:57)

Algunos trabajos sucesivos confirmarán que en la selección y en el filtro de las noticias, las normas de empleo, profesionales y organizativas, parecen ser más fuertes que las preferencias personales:

“Las decisiones del gatekeeper no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de

valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad" (Robinson, 1981, 97 citado en Wolf, 1999:206).

Dentro del estudio de Breed (1955) sobre el control social en las redacciones, analizando los mecanismos con los que se mantiene la línea editorial-política de los periódicos, enumera seis motivos que inducen a conformarse con la orientación del periódico: a) la autoridad institucional y las sanciones; b) los sentimientos de obligación y estima hacia los superiores; c) las aspiraciones a la movilidad profesional; d) la ausencia de fidelidades de grupo contrapuestas; e) la naturaleza agradable del trabajo; f) el hecho de que la noticia se ha convertido en un valor.

Esta teoría nos ayudó para la ampliación de nuestro estudio con respecto al problema selección del gatekeeper, hacia el control del proceso de informativo en su conjunto, lo cual convierte en un punto importante el cómo es ejercida dicha acción de filtro en la publicación de noticias dentro de los periódicos seleccionados, en donde puede verse implicado mucho más que el simple rechazo o aceptación.

1.2 El imperialismo cultural en la comunicación internacional.-

Un enfoque crítico sumamente cercano al de la economía política, es el del imperialismo cultural. Con una tradición muy vasta en la literatura sobre comunicación de masas, esta perspectiva toma en cuenta básicamente los mismos aspectos que la economía política, pero los utiliza para analizar los desequilibrios y las desigualdades en los flujos internacionales de mensajes.

El imperialismo cultural, llamado también teoría de la dependencia (aunque algunos autores encuentran diferencia entre ambos términos), se aboca a estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación, así como los patrones de propiedad y de concentración de las empresas trasnacionales relacionadas con ellos.

El investigador titular del departamento de educación y comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Javier Esteinou Madrid; señala que los medios de comunicación en México han sido fieles aliados de los modelos neoliberales, sustituyendo la identidad nacional por valores ideológicos adecuados para el "fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal". (Esteinou, 1991:75 citado en Lozano, 1996:97).

Los teóricos del imperialismo cultural estudian los procesos mediante los cuales los modernos medios y tecnologías de comunicación funcionan para crear, mantener y expandir sistemas de dominación y dependencia en el mundo entero. Estos procesos permiten a una poderosa minoría de naciones imponer sus creencias, valores, normas y modos de vida sobre países menos poderosos.

Dentro de este trabajo estudiamos el fenómeno de concentración de poder y control sobre los periódicos mexicanos **La Jornada** y **El Universal**, lo cual, según este enfoque, ocurre también a nivel internacional. Nos pudimos dar cuenta que los países desarrollados y en especial Estados Unidos, mantienen una hegemonía en la información, exportando numerosas noticias ya sea de su país o de países relacionados con él, e incluso sus propios sistemas de comunicación como las agencias. La asimetría es tan grande que los países dominantes logran tener la propiedad o por lo menos el control de muchos de los medios masivos de comunicación y de las agencias informativas en los países en desarrollo.

La acusación de "imperialismo de los medios de comunicación" que sirvió como bandera a los críticos de las agencias de noticias, tiene una base histórica sólida. Las agencias de noticias establecidas en el siglo XX por Charles Havas en Francia, Paul Julius Reuter en Inglaterra y Bernhard Wolf en Alemania, eran decididamente instrumentos comerciales, así como también lo eran los corresponsales de provincia que informaban sobre las actividades en el foro de la antigua Roma. Los periodistas de Havas, Reuter y Wolf, se dispersaron por todo el mundo colonial para satisfacer las

demandas de información sobre lo que ocurría en las regiones que ofrecían la promesa de recompensas financieras considerables a los emprendedores hombres de negocios.

“El interés de los gobiernos europeos era enorme y con objeto de evitar una competencia despiadada, Gran Bretaña, Francia y Alemania dividieron el mundo en esferas de influencia bajo el tratado de Alianza de las agencias en 1869, que asignaba a Reuters las naciones del Imperio Británico, así como aquellos del lejano oriente; a Havas, los Imperios español, Francés, Italiano y Portugués; y a Wolf las posesiones de Austria, Alemania, Escandinavia y Rusia. Como resultado del convenio, Havas llegó a asumir finalmente un papel predominante en toda América Latina”. (J. Herbert Alltscull).

Este enfoque propone el establecimiento de un flujo comunicacional balanceado y horizontal, tanto en el pleno internacional como dentro de cada nación. Los países en desarrollo deben ser autosuficientes y capaces de desarrollar políticas nacionales de comunicación encaminadas a solucionar problemas específicos y a reforzar la identidad nacional. (Reyes, 1997:13 citado en Lozano, 1996:105).

1.3 Sociología de la producción de mensajes newsmaking o producción de noticias.-

Este enfoque tiene como finalidad principal estudiar las diversas condicionantes que inciden en la producción de los mensajes de los medios y cómo determinan que ciertos contenidos se difundan y otros no.

La pregunta clave, según Shoemaker y Reese es “¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes?” Entre esos factores, los investigadores de esta tendencia analizan las actitudes personales y orientaciones de los comunicadores, los valores profesionales, las políticas corporativas de las organizaciones de medios, la propiedad y el control de los mismos, los condicionantes derivados del sistema económico y las influencias

ideológicas del sistema social global. (Shoemaker Y Reese, 1991:1 citado en Lozano, 1996:58).

Marcela Aldama, jefa de información de **La Jornada**, manifiesta que las noticias que reciben de las agencias, son modificadas de acuerdo con la línea editorial del periódico, además de hacer una combinación de notas de todo lo que lo que envían las agencias desde el principio hasta el final.

Aldama da un ejemplo al señalar: "Las agencias de noticias codifican la información de acuerdo a su ideología y criterios editoriales, el mensaje lo recibe el periódico, el cual lo va a modificar de acuerdo a su criterio, empezando por jerarquizar la información"

"Las agencias suelen poner calificativos como: organización terrorista, analfabetos, inmigrantes ilegales, etc. Pero La Jornada no califica a ningún individuo ni a ninguna organización; por lo tanto omite tales adjetivos, con la finalidad de respetar la dignidad del ser humano" finalizó.

Para fundamentar esta aseveración, tomamos lo que señalan Haskovec y First, citados por Hernando Salazar: "La influencia política sobre el público, típica para los medios de comunicación, es a la vez limitada y multiplicada en el trabajo de las agencias de noticias. Es limitada porque la influencia de las agencias de noticias sobre el público es generalmente indirecta y ha sido mediada por otros medios de comunicación. Es multiplicada, porque la formulación de ítems importantes por parte de las agencias es usualmente reproducida por todos los otros medios de comunicación, teniendo una influencia directa". (Haskovec y First, 1972:12 citado en Salazar, 1990:21).

Wolf identifica dos corrientes dentro de este enfoque. La primera es la sociología de las profesiones, que estudia a los emisores desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los estándares de carrera que siguen, de los procesos de socialización a los que están sometidos.

La segunda tendencia analiza “la lógica de los procesos con los que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en que tiene lugar la construcción de los mensajes. (Wolf, 1987:203 citado en Lozano, 1996:59).

Sin embargo, para este trabajo se tomará el enfoque relacionado con las características de la estructura de las organizaciones de medios, la forma en que se ejerce la autoridad dentro de ellas, sus objetivos, sus políticas y sus mercados, lo cual representa un nivel aún más importante de influencia en el contenido.

El investigador mexicano Gabriel González Molina (1987:226 citado en Lozano, 1996:75) identifica estos condicionantes organizacionales bajo el término “dimensión institucional”. Para él, el estudio de esta dimensión cuestiona los intereses centrales de las organizaciones para establecer la forma en que sus procesos de producción se orientan a “la satisfacción y la promoción de sus objetivos centrales”.

La diversidad y pluralidad de noticias internacionales y nacionales en un periódico dependen del número de agencias informativas a las que se puedan suscribir, o a su capacidad económica para tener corresponsales o enviados especiales.

CAPÍTULO II LAS AGENCIAS NACIONALES DE INFORMACIÓN

2.1 Historia y situación actual de las agencias nacionales de información.

2.2 Importancia de las agencias nacionales de noticias.

2.3 Rasgos fundamentales.

2.3.1 Modalidades de propiedad.

CAPÍTULO II

LAS AGENCIAS NACIONALES DE INFORMACIÓN

En este capítulo abordaremos qué hay detrás de la información que se difunde en el mundo, en donde hay sistemas que son poco conocidos e ignorados por el público: Las agencias nacionales de información que a pesar de ser pocas, constituyen un elemento básico de acceso a la información de noticias en periódico, radio o televisión y que al menos gozan de tener reputación de fuente autorizada. Este hecho las coloca en la posibilidad de modificar los acontecimientos reales y presentar sus propias versiones, enfatizando unas veces los acontecimientos, disminuyéndolos; otras veces, simplemente, ignorándolos; casi siempre favorecen la orientación de una opinión pública nacional o internacional.

La población puede reconocer lo que es un periódico, una estación de radio o una televisora pero difícilmente puede hacerlo con una agencia noticiosa. Una agencia es "un sistema de recolección de noticias que distribuye regularmente sus servicios informativos entre diversos medios de comunicación suscritos a los mismos".

(Gómez, <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/>consultado febrero 2007)

2.1 Historia y situación actual de las agencias nacionales de información.-

Las agencias nacionales, casi todas nuevas y muchas de ellas con escasa cobertura, suelen funcionar con enormes deficiencias. En algunas ocasiones han sido concebidas como negocios, pero sin el profesionalismo ni los recursos suficientes para incursionar con éxito en el difícil mercado de las noticias.

Las agencias procuran transmitir información atractiva y satisfactoria para sus escasos clientes, que suelen ser pequeños diarios o radiodifusoras del interior del país, que muchas veces están poco interesados en las noticias y en los análisis nacionales; su información suele ser de corte deportivo, comentarios sobre espectáculos o algunas opiniones editoriales. Ha habido poco interés en cubrir y sobre todo en examinar, los problemas sociales y políticos.

“La agencia informativa es un organismo cuya finalidad consiste en recoger información y proporcionarla a sus clientes, a sus miembros asociados o a las organizaciones similares con la que tiene convenios de intercambio. Por su régimen de propiedad, las agencias informativas puede ser cooperativas con o sin finalidades de lucro, empresas comerciales, organismos estatales descentralizados o entidades interestatales”. (Calvimontes, 1984:70,81).

Uno de los rasgos fundamentales de las agencias de noticias, como lo destaca De Bernardo citado en Salazar, es que desempeñan el rol de intermediarios entre los acontecimientos de valor o interés noticioso y los medios periodísticos (radio, prensa gráfica, televisión, etc.) sin llegar en forma directa a los medios receptores.

“Al desarrollar el concepto de intermediarias, las agencias van a tratar la comercialización de su producto (la noticia), la comentan, la presentarán a cierta hora y en ciertos días, de tal forma que su contenido pueda acceder a un público desconocido por ellas mismas. El hecho de que las agencias sean definidas como “intermediarios de la información” impide que se les considere como medios de comunicación, debido a su especial estructura y finalidad”. (De Bernardo, 1978:51 citado en Salazar, 1990:20).

En nuestra opinión, las agencias nacionales de información deben tener una conciencia modernizadora ante la nueva era de la globalización para ser eficientes, especialmente, en el terreno de la información; esto implica una nueva estructura de competencia para poder sobresalir en los mercados mundiales, comenzando por fortalecer el desempeño en su país, para que nuestros medios de comunicación,

prefieran comprar información de México a agencias nacionales, las cuales viven de su propia información.

“Durante la segunda mitad del siglo XX fueron establecidas en México diversas agencias nacionales de noticias que permitieron complementar, con el manejo de la información local, el trabajo de las agencias extranjeras. Entre las pioneras figuran *Servicios Informativos Mexicanos (Informex)*, *Amex*, *CISA* y *AMSI*, ya desaparecidas, así como *Notimex*, la más antigua de las que actualmente funcionan y también la de mayor capacidad y penetración. Junto con ella operan la *Agencia Mexicana de Información (AMI)*, *Lemus*, *SUN*, *ANTE*, *APRO*, *ASI* y varias más, algunas regionales y otras especializadas o de naturaleza restringida, como la Agencia Central de Información, exclusiva para la (OEM) *Organización Editorial Mexicana*, y la nueva *Amex*, para miembros de la AME”. (Caloca, 2003: 225).

Las agencias nacionales de información han jugado un papel de primera importancia en la historia del periodismo nacional y aquí cabe mencionar los esfuerzos realizados por *Servicios Informativos Mexicanos*, constituida para confeccionar noticieros para varias estaciones de radio y televisión y que se convirtió en los cimientos de lo que sería ***Informex, S.A.***, la primera Agencia Noticiosa Mexicana creada en 1960, la cual fue un modelo exitoso de agencia nacional durante más de quince años, fundada por el político Álvaro Gálvez y Fuentes y un grupo de colaboradores.

Concebidas más como negocio que como servicios de noticias, la mayoría de las escasas agencias informativas creadas en nuestro país en las últimas décadas, han tenido una existencia efímera como lo es *Informex*, que tuvo una buena participación en México; sin embargo, fue decayendo poco a poco hasta su desaparición en 1987, por falta de recursos económicos.

Cuadro sinóptico de las agencias mexicanas.-

Nombre de la Agencia	Asociación Mexicana de Editores de Periódico (AME)	Agencia Mexicana de Información (AMI)	Agencia Nacional de Noticias (ANN)	Agencia de Información integral Periodística (AIIP)	Notimex	Servicio Universal de Noticias (SUN)	Agencia de Noticias la Jornada (ASIC)
Fundación	Fundada en 1983	Fundada en 1970	Fundada en 1987	Fundada en 1987	Fundada en 1968	Fundada en 1987	
Tipo	Asociación	Sociedad anónima	Sociedad anónima	Independiente	Estatal	Sociedad anónima	Corporativo
País	México	México	México	México	México	México	México
Idiomas	Español	Español	Español	Español	Francés, inglés, alemán, español	Español	Español
Temas	Política y diferentes rubros	Política, economía, humor político, cultura general, deportes, espectáculos, cartones, suplementos	Política, economía, sorteos públicos, caricaturas.	Columnas de análisis, reportajes a todo color, crucigramas, horóscopos, pasatiempos.	Política, diplomacia, economía, deportes, cultura, ciencia, farándula	Información general, deportes, espectáculos, cultura finanzas, justicia, estados, DF, internacional	Información general, deportes, espectáculos, cultura finanzas
Fundador		José Luis Becerra López	Grupo de profesionistas				

Asociación Mexicana de Editores de Periódicos (AME).- Se fundó el 20 de agosto de 1983 con el propósito de impulsar una política informativa basada en el respeto, la independencia y el libre ejercicio del quehacer periodístico, así como contribuir al desarrollo y fortalecimiento de las casas editoras asociadas.

Está integrada por 88 periódicos, muchos de los cuales son líderes en sus respectivas zonas de influencia y alcanzan, conjuntamente, un tiraje de cerca de dos millones de ejemplares diarios que, calculan, son leídos por casi 8 millones de personas cada día, asentados en las 200 ciudades, política y económicamente más importantes del territorio nacional.

“La AME ofrece a dependencias y organismos del gobierno federal, gobiernos estatales y municipales, así como a empresas privadas, organismos y asociaciones políticas, gremiales y de asistencia social, los servicios tendientes a concretar sus planes

de difusión, de publicidad y de imagen en general. Esta asociación cuenta ya con su propia agencia mexicana de prensa denominada AMEX, cuyo fin es complementar y contribuir con las necesidades y objetivos de los periódicos agremiados de todo el país". (Caloca, 2003: 224).

Agencia Mexicana de Información (AMI).- fundada el 4 de mayo de 1970, luego de un trabajo preliminar de aproximadamente cinco años bajo el nombre de "Trans-Press", por José Luis Becerra López, quien fundó AMI.

"No hubo ningún respaldo empresarial o de influencia oficial en la fundación de *Agencia Mexicana de Información*, cabe decir que los primeros despachos de AMI no fueron noticiosos, sino que se integraron con artículos de opinión, con lo cual se inauguró una etapa muy importante para el periodismo mexicano". (Pérez ,1998:72-74)

Actualmente ofrece suplementos para enriquecer el contenido del periódico o publicarlo en internet. Los servicios periodísticos con los que cuenta son política, economía, humor político, cultura general, espectáculos, deportes, cartonistas, suplementos; su director actual es José Luis Becerra López.

Los primeros esfuerzos y acaso los de mayor impacto en la Agencia AMI, se encaminaron a la conciencia popular, a la parte trascendente del periodismo, buscando no convencer sino llevar a la reflexión a los lectores. <http://www.ami.com.mx/>

La Agencia Nacional de Noticias S.A. de C.V (ANN).- Es una empresa mexicana creada en 1987 por un grupo de profesionales, dedicada desde el principio a la prestación de diversos servicios como la distribución de reportajes y artículos de fondo, columnas políticas y económico-financieras, caricaturas, así como de listas de los diferentes sorteos públicos, entre muchos otros servicios, contando entre sus filas con articulistas, columnistas y caricaturistas del país. *La Agencia Nacional de Noticias (ANN)*, se divide en 2 áreas importantes, la de Periodismo y la publicitaria. (<http://www.ann.com.mx>).

Agencia de Información Integral Periodística (AIIP).- Nace en la Ciudad de México en 1987 como una agencia de información independiente, contando entonces con un solo servicio.

Actualmente la agencia cuenta con diversos servicios informativos y noticiosos para periódicos y revistas, los cuales han sido desarrollados con la finalidad de brindar calidad para todo tipo de lectores, a precios accesibles y creados de acuerdo con los requerimientos informativos más exigentes. Sus servicios abarcan desde columnas de análisis y opinión, reportajes a todo color, hasta crucigramas, horóscopos, pasatiempos y muchas secciones más. (<http://www.aiip.com.mx/>).

Se ha presentado, hasta aquí, la historia de las primeras agencias nacionales de noticias, con el objetivo de crear un contexto para nuestro trabajo de investigación y por la importancia que tiene el conocimiento de los hechos que llevaron a aquellas primeras agencias a desaparecer o a mantenerse en la actualidad. Sin embargo, cabe señalar que hoy en día existen muchas agencias noticiosas como: Agencia de Información Integral Periodística, Agencia Informativa AEE, Agencia Informativa de Radio y Televisión (ARTD), Agencia Proceso de Información (APRO), Corporación de Noticias e Información, S.A de C.V., Cuartoscuro Agencia Fotográfica y Editora, Excélsior Agencia de Noticias, Finsat El Financiero, Servicio Informativo Latin-Mex, entre otras. Por ello decidimos centrarnos en el estudio de las agencias informativas que utilizan los periódicos estudiados, con el objetivo de tener un análisis más concreto y delimitado.

NOTIMEX.- "Es una agencia mexicana de noticias que se creó como sociedad anónima el 20 de agosto de 1968 bajo el entonces secretario de Gobernación Luis Echeverría Álvarez, quien aprovechó la agencia para la preparación de su campaña política como candidato presidencial, por lo tanto se convirtió, en aquel entonces, como la mayor y más importante Agencia noticiosa a nivel nacional". (Gómez, 1999:50)

Su principal clientela estuvo constituida por Telesistema Mexicano, Televisión Independiente de México y Corporación Mexicana de Radio y Televisión y fue pionera en filmar a color para los noticieros. En 1974 ganó un premio al mejor programa periodístico de la televisión mexicana, con su producción *¿Qué pasa en México?*

“En la actualidad, el crecimiento gradual de **Notimex** se traduce en la existencia de una empresa con presencia periodística y comercial en el territorio nacional, el continente americano y un sector de Europa”.

(Caloca, 2003: 225)

Es un instrumento de información periodística, cuyos servicios son reconocidos y valorados por diarios y medios electrónicos. *La Agencia Mexicana de Noticias Notimex* es un medio informativo auspiciado por el Estado mexicano, que transmite noticias, opiniones y análisis a través de textos, fotografías, video y audio, vía satélite e Internet, a México y al mundo.

Notimex es la Agencia Mexicana de Noticias encargada de divulgar los principales acontecimientos que intervienen en el desarrollo de Latinoamérica y el resto del mundo. Cuenta con una red de profesionales de la comunicación integrada por más de 300 redactores, editores, fotógrafos, reporteros y corresponsales, distribuidos en México y el mundo.

En la República Mexicana: Existen cinco coordinaciones Regionales encargadas de organizar, recabar y administrar la información de los corresponsales nacionales, ubicados en cada uno de los estados que integran su región: Tijuana, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Mérida. En el Mundo: cuenta con cuatro coordinaciones regionales que centralizan la información captada por las corresponsalías en Norte, Centro, Sudamérica y el Caribe, así como en Europa y Asia. Cuenta con 110 Periodistas y Corresponsales Internacionales.

Esta agencia se encuentra vinculada con Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), red formada por secretarías de prensa y agencias de noticias gubernamentales en Latinoamérica, constituida por 18 países del área.

Su mesa directiva está integrada actualmente por: El Director General, el Licenciado Aurelio Bueno Hernández; como Director de Administración y Finanzas se encuentra el Contador Juan Pablo Muñoz Morales y, el Licenciado Elmer Ancona Dorantes, como Director Editorial.

(<http://www.notimex.com.mx/>consultado noviembre 2006).

Servicio Universal de Noticias (SUN).- Esta agencia distribuye desde 1987, el material informativo y fotográfico de **El Universal** y de **El Gráfico**. Sus contenidos incluyen noticias de información General, Deportes, Espectáculos, Cultura, Finanzas, Justicia, Estados, D.F. e Internacional. También ofrece a sus suscriptores cada día columnas y artículos de opinión con autores de diversas tendencias políticas.

SUN nació hace más de dos décadas dentro de **El Universal**, el periódico decano de México. Con el tiempo se ha convertido en la agencia de noticias privada de mayor prestigio en el país.

Sus productos y servicios son publicados por la mayoría de los diarios del país y sus contenidos son recibidos por numerosas publicaciones hispanas de los Estados Unidos.

Sus contenidos de noticias y fotografías son adquiridos por medios de comunicación de otros países a los cuales atienden de manera directa y por medio de plataformas comerciales con las cuales mantienen acuerdos para vender los contenidos a nivel global. De esta forma cientos de publicaciones alrededor del mundo conocen sus servicios.

La agencia tiene una variedad de servicios que pueden obtener los suscriptores de este sitio como son: archivo de noticias y fotografías, materiales de opinión, suplementos, páginas temáticas, una edición especial compacta de **El Universal** para circular con diarios regionales, noticias para radio y consultoría periodística.

Servicio Universal de Noticias (SUN) opera unas 18 horas continuas al día y transmite sus noticias por satélite, Internet o por correo electrónico.
(<http://www.sunagencia.com.mx/>consultado noviembre 2006)

Agencia de noticias la Jornada (ASIC).- *Agencia de Servicios Integrales de Comunicación S.A de C.V;* como empresa filial del Corporativo **La Jornada**, hace suyo el compromiso de informar con veracidad sobre los sucesos nacionales y del mundo. Tiene una planta de reporteros y articulistas especializados que trabajan con la noticia y forman opinión.

La Jornada ofrece servicios informativos y de opinión a empresas periodísticas, centros de estudio y análisis, universidades, partidos políticos y todo tipo de instituciones públicas y privadas. Es una fuente importante y profesional de información y consulta para los medios de comunicación y todas las empresas con presente y futuro. (<http://www.Asic-lajornada.com.mx/>consultado noviembre 2006)

2.2 Importancia de las agencias nacionales de noticias.-

Un folleto de la agencia estatal venezolana *Venpress* expresa de manera general, las virtudes de una agencia nacional: "La creación, desarrollo y expansión de agencias nacionales de noticias en los países del Tercer Mundo, es una política específica para lograr la democratización y el libre tráfico informativo entre los países en vías de desarrollo y el margen de las interferencias y distorsiones de las grandes transnacionales de la información. (Venpres: agencia noticiosa del Edo. Venezolano, s/fecha ni autor, citado en Salazar, 1990:30).

Más concretamente, el director de la agencia colombiana *Comprensa*, Jorge Yarce, sostiene que la tradicional y normal competencia de la prensa con los demás medios informativos hace todavía más urgente la existencia de agencias nacionales de noticias, para que, usando las ventajas que aquéllas tienen respecto a canales de comunicación, brinden a sus suscriptores el material informativo con la mayor inmediatez posible. (Yarce, 1982:49 citado en Salazar, 1990:30).

Salazar menciona que las agencias nacionales, siempre y cuando ejerzan su función independientemente de los gobiernos y de los grupos de presión (lo cual no es imposible), pueden ser garantía de objetividad informativa y vehículo de desarrollo de cada país.

Los beneficios económicos que suponen las agencias son sintetizados por Haskovec y First al decir que: "Para cubrir todos los acontecimientos nacionales e internacionales exclusivamente por sus propios sistemas de recolección de noticias, un diario o una estación de radio tendrían que mantener una costosa red de reporteros, corresponsales, oficinas regionales y equipo de telecomunicaciones a escala mundial". (Haskovec, Jaroslav, 1972:13-14 citado en Salazar, 1990:30).

En la actual práctica, esto sólo es emprendido por las grandes agencias, cada una con muchos suscriptores, tanto nacional como internacionalmente, quienes se benefician de su servicio.

2.3 Rasgos fundamentales.-

Las agencias de noticias deben mantener un estilo periodístico muy definido, dirigido a la búsqueda, procesamiento y tratamiento de la información que les darán a sus suscriptores. No cabe duda de que las agencias difieren mucho de los periódicos, las emisoras de radio o los noticieros de televisión, no sólo por su ritmo de trabajo, sino por el enfoque que imprimen en la información y por las estrictas normas de redacción a que están sujetas para suministrar información de actualidad con rapidez, claridad y concisión.

Cada agencia tiene un estilo propio que se refleja en el tratamiento de tres aspectos indispensables:

- a) Presentación de los hechos
- b) Brevedad de la expresión
- c) Legibilidad de textos

Los receptores (medios de comunicación) de los servicios de las agencias siempre realizan una selección de noticias, de acuerdo con sus criterios y necesidades. En este proceso también juegan un papel importante los intereses regionales, políticos y económicos de los suscriptores. Ello se volvió evidente en nuestro estudio cuando se visitó la redacción de los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, en donde tienen contratados los servicios de varias agencias, cuya información se selecciona, se sintetiza y muchas veces se modifica de acuerdo con el criterio del jefe de redacción.

Lo que para un diario puede ser la primera plana, para otro sencillamente irá en las páginas interiores, o bien no se publica. Frente a la complejidad de sus suscriptores, las agencias deben poseer una estructura sólida que permita desarrollar un trabajo dinámico.

“Todas las agencias tienen estrictos códigos de conducta para tratar de ser objetivos en su información. Su primera regla de oro es la exactitud de la noticia; la segunda regla es citar la fuente de la información” (Vargas, 1998:83)

2.3.1 Modalidades de propiedad.-

Hay varias modalidades para organizar o concebir la propiedad en una agencia de noticias. Sin embargo, dos de ellas, con sus respectivas variables, son claramente diferentes: la privada y la estatal.

Dentro de la modalidad privada se destacan las empresas cooperativas y las típicamente comerciales con ánimo de lucro. También se da el caso de agencias de

carácter mixto, es decir, con capital privado y estatal. La naturaleza de la propiedad ha sido un factor determinante en la historia de las agencias de noticias, pues ha influido notoriamente en su credibilidad y en su estabilidad económica ante los clientes y sus suscriptores.

Además del factor económico, un obstáculo serio para todas las agencias, especialmente para las que se encuentran en etapa de consolidación, desde tiempo atrás ha existido la tentación de los gobiernos por contratarlas. Actualmente se avanza con la iniciativa para dar autonomía a la agencia *Notimex*.

El 21 de octubre del 2005 en el periódico **El Universal**, se señaló que la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados había aprobado el dictamen que haría de *Notimex* una agencia de Estado, dotada de personalidad jurídica y patrimonio propio. De esta forma *Notimex* dejaría de pertenecer a la Secretaría de Gobernación, dado que sería otorgada su autonomía, lo cual implicaría una absoluta independencia editorial frente a cualquiera de los poderes de la Unión o de las entidades federativas, bajo principios de veracidad, imparcialidad, objetividad, pluralidad, equidad y responsabilidad. Además, renovarían su línea editorial en beneficio de la sociedad mexicana, para crear el "defensor de la audiencia".

"Las agencias privadas son más pequeñas, de menor alcance, porque aunque se estructuran bien, no logran competir con las del Estado, que algunas veces brindan gratis o a bajo costo sus servicios a los diferentes medios de comunicación" (SALAZAR, 1990:27). Podemos darnos cuenta que la modalidad de propiedad es fundamental para el desarrollo de una agencia nacional.

Es esencial mantener un desarrollo estable, para que las agencias informativas nacionales puedan cumplir su cometido de informar a la nación y ser competitivas frente a las agencias internacionales de información.

CAPÍTULO III

LAS AGENCIAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN

- 3.1 Historia y situación actual de las agencias internacionales de información.
- 3.2 El claroscuro de las agencias internacionales.
- 3.3 Criterios de selección y manejo de información en las agencias internacionales.
 - 3.3.1 La circulación internacional de noticias.

CAPÍTULO III

LAS AGENCIAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN

3.1 Historia y situación actual de las agencias internacionales de información

Una agencia Informativa Internacional es, como su nombre lo indica, una compañía periodística que tiene oficinas en todo el mundo, las cuales se intercomunican en una central.

“La agencia informativa tiene una sede principal, esta se ubica, generalmente, en la ciudad principal del país de donde es originaria. Allá desarrollan sus actividades la dirección, la gerencia, la redacción y el departamento de distribución de la información. Cuenta igualmente, con un centro de documentación o archivo para las ampliaciones, justificaciones o especificaciones que sea necesario hacer, de modo que un hecho determinado se presente con sus antecedentes”. (Calviomontes, 1984:70,81)

La característica fundamental de las Agencias Informativas Internacionales es que no dan noticias directas al público, sino que recogen noticias de todo el mundo y las distribuyen a publicaciones o emisoras de radio y televisión que dan servicio directo al público.

En nuestra opinión, la existencia de las Agencias Informativas Internacionales, se debe a que ningún periódico, con excepción de algunos consorcios como el New York Times de EE.UU; no pueden darse el lujo, por razones fundamentalmente económicas, de contratar corresponsales en todas partes del mundo desde donde se quiere obtener la información. La única forma de enterarse de los acontecimientos que ocurren en el país o en el mundo de una manera no tan costosa, es suscribiéndose a una o más agencias informativas internacionales.

“Las agencias surgieron para satisfacer la necesidad de mayor información de los pueblos, para que ésta tuviera un carácter menos localista y más universal, para que trascendiera incluso lo nacional. Es claro que ese paso se vio alentado por los avances técnicos”. (Salazar, 1990:20)

El origen de las agencias de información se remonta a la segunda mitad del siglo XIX, por una serie de razones técnicas e históricas tan determinantes como la expansión del capitalismo, el auge de los estados-nación, el consumo creciente de prensa o la inclusión de las nuevas tecnologías en temas de comunicación. Las primeras agencias de información aparecieron en los países con intereses coloniales: Associated Press en Estados Unidos, Reuters en Gran Bretaña, Agence France-Presse en Francia, y Wolf en Alemania.

La sociedad tenía una mayor necesidad de conocer cosas y demandaba cada día más información; se producían más noticias y con mayor rapidez en lugares cada vez más lejanos. Los medios de comunicación eran incapaces de cubrir tantos sucesos en lugares tan distantes por situaciones económicas. Por este motivo, resultaba necesaria la creación de entidades que recopilasen las noticias que ocurrían en su área más cercana.

Gracias a ellas, cualquier ciudadano conoce casi al instante, a través de la radio, la televisión o la prensa, un hecho noticioso que acontece en el planeta. Al principio se trataba de empresas familiares con pocos empleados y una actividad limitada.

La primera agencia de información fue creada en París por Charles-Louis Havas, en 1835, la cual compilaba extractos de varios noticieros europeos y los repartía a diario a la prensa francesa, de la que es heredera la *Agencia France-Presse (AFP)*.

“A finales de la década de 1840, se establecieron servicios rivales de selección de noticias: Paul Julios Reuters en Londres y Bernard Wolf en Berlín.

Las agencias utilizaron a su favor el desarrollo del sistema de cables telegráficos que hacían posible transmitir información a grandes distancias y a enorme velocidad". (Thompson, 1998:202-211).

La cobertura y la capacidad tecnológicas de estas agencias, sólo fueron posibles mediante la disposición de grandes recursos financieros aportados por los gobiernos de países desarrollados, o por una organización sindicada de medios.

La competencia entre las tres se intensificó hacia 1850, en la medida en que cada una trataba de asegurarse nuevos clientes y expandir su área de influencia. A pesar de ello y con el fin de evitar conflictos dolorosos, las agencias finalmente decidieron cooperar mediante la división del mundo en territorios mutuamente excluyentes.

"El cartel de la triple agencia dominó la selección y difusión internacional de noticias hasta la ruptura que supuso la Primera Guerra Mundial. Inmediatamente después de la guerra, a pesar de todo, la triple agencia se rompió ante la expansión de otras dos, las norteamericanas *Associated Press (AP)* y la *United Press Association (UPA)*, posteriormente convertida en *United Press International* o *UPI*".

"La *Associated Press (AP)* se incorporó al cartel europeo, acordando facilitar a las agencias europeas noticias procedentes de Norteamérica a cambio del derecho exclusivo de distribuir noticias en los Estado Unidos". (Lechuga, 1991: 62).

La United Press Association (UPA). - Fue fundada por E. W. Scripps en 1907, en parte para romper la influencia de las noticias locales de AP en el Mercado norteamericano, durante la Primera Guerra Mundial y a su posterioridad, tanto AP como UPA extendieron sus actividades por todo el mundo, ejerciendo una creciente presión sobre los acuerdos del cartel.

A principios de 1930 la triple agencia llegó a su fin y, en 1934, *Reuters* firmó un nuevo acuerdo con AP por el que daba a las agencias norteamericanas libertad para

recopilar y distribuir noticias en todo el mundo. Mientras que las agencias norteamericanas se extendieron rápidamente y *Reuters* mantuvo una fuerte posición en el mercado global, las otras agencias europeas sufrieron cambios importantes.

Nombre de la Agencia	Agencia France-Press (AFP)	Associated Press (AP)	Reuters	EFE	Deutsche Presse-Agentur (DPA)	Prensa Latina (PL)	The Independent	The Washington Post
Fundación	Fundada en 1835	Fundada en 1848	Fundada en 1851	Fundada en 1939	Fundada en 1949	Fundada en 1959	Fundada en 1986	Fundada en 1986
Tipo	Autónoma	Cooperativa	Autónoma	Sociedad anónima	Autónoma	Autónoma	Sociedad anónima	Sociedad anónima
País	Francia	Estados Unidos	Gran Bretaña	España	Alemania	Cuba	Gran Bretaña	Estados Unidos
Idiomas	Francés, español, inglés, alemán, portugués y árabe	Veintiséis	Diecinueve	Español, inglés, árabe, portugués y catalán	Árabe, inglés, alemán, español	Inglés, italiano, español, portugués y turco.	Inglés	Inglés
Temas	Política, diplomacia, economía, deportes, cultura, ciencia, farándula	Especializada en información económica y financiera	Política, economía, Información general, deportes	Política, diplomacia, economía, deportes, cultura, ciencia, farándula, ambiental	Política, economía, deportes, cultura y diversos	Pensamiento latinoamericano, efemérides latinoamericanas, Cuba	Noticias en el Reino Unido, Europa, Mundo; negocios, ambiente, gente, deporte, comentarios, educación, dinero, trabajos, recorrido y disfrute	Negocios, alimento, salud, deporte, coches
Fundador	Louise Havas		Julius Reuter	Nilo María Fabra				

Agencia France-Press (AFP).- Es una agencia francesa considerada como la más antigua. Con sede en Francia, fue creada por Louise Havas. La historia de esta agencia está estrechamente ligada a la política nacional. En los años '40 estuvo controlada por la Alemania Nazi y se configuró con su estatus actual a partir de 1944, momento en que se bautizó como *Agence France-Presse (AFP)*.

“El 10 de enero de 1957, el Parlamento de Francia estableció la independencia de la agencia. Desde entonces, la proporción de los ingresos de la agencia por suscripciones de departamentos del gobierno ha disminuido”. (Lechuga, 1991:65).

La AFP dispone de un estado particular definido por la ley del 10 de enero de 1958. Por esto es "un organismo autónomo dotado de la personalidad civil y cuyo funcionamiento está asegurado siguiendo las reglas comerciales".

Su misión es entonces la de "investigar tanto en Francia como en el extranjero los elementos de información completa y objetiva" y de "ponerla a la disposición del usuario".

En la actualidad cuenta con un personal altamente calificado, dentro de ella trabajan más de 2,200 colaboradores, de los cuales 1,200 son periodistas de 81 nacionalidades, 200 fotógrafos y 300 ingenieros y técnicos.

La red mundial de la *Agencia France-Presse* abarca 165 países (110 oficinas y 50 corresponsalías locales). Está organizada en cinco grandes zonas geográficas en Norteamérica su sede se encuentra en Washington y cuenta con nueve oficinas, en Latinoamérica con sede en Montevideo, con 21 oficinas, en Asia-Pacífico con sede en Hong Kong, Europa con sede en París, África y en Medio Oriente su sede se encuentra en Nicosia.

En América Latina AFP tiene la cobertura de la información en 24 países, una dirección regional con sede en Montevideo que cuenta en particular con una jefatura de redacción regional, una mesa de edición en español, una unidad de producción en francés, una mesa de edición de fotos, un servicio multimedia en español, departamento técnico, administrativo y de gestión y un departamento comercial que anima una red de vendedores (Brasil, México, Cono Sur). Tiene 22 oficinas ubicadas en México DF, Salvador, Nicaragua, Honduras, Guatemala, Panamá, Cuba, Colombia, Ecuador, Venezuela, Perú, Bolivia, Argentina, Brasil, entre otros.

Adicionalmente la AFP también es hoy una agencia multimedia, lo cual le permite ofrecer una amplia gama de servicios interactivos. (<http://www.afp.com/> consultado en noviembre 2006).

Associated Press (AP).- Es una agencia de noticias de Estados Unidos fundada en 1848. La agencia, cuyo volumen de negocios anual supera los 90,000,000 de dólares, mantiene su original estructura cooperativa, de acuerdo con la cual no hay accionistas, no se declaran dividendos, ni se distribuyen beneficios y proporciona información entre más de mil millones de personas.

Los asociados tienen la posibilidad de acceder a cualquier información de AP en cualquiera de los soportes. Sólo en EE.UU cuenta entre sus abonados hasta 5000 emisoras de radio y TV y cerca de 1700 periódicos.

Se ocupa de 8500 abonados en todo el mundo, con más de 250 oficinas distribuidas por 250 países del mundo con cerca de 10.000 empleados, transmite más de 1000 notas al día (20 millones de palabras).

Tiene 47 premios Pulitzer y 27 fotopulitzer. AP crece poco a poco, tanto es así que a principios del siglo XX tiene una red propia de corresponsales en toda Europa. Se instala en los países más importantes haciendo sombra a las agencias europeas. (<http://www.ap.com/>consultado en noviembre 2006).

Reuters.- "Esta agencia británica fundada por Julius Reuter fue durante mucho tiempo la más importante y poderosa en el mundo de la noticia".

"La muerte de su fundador, a quien sucedió su hijo Herbert, produjo un cambio sustancial. *La Reuters* extendió sus actividades a la India, Australia, Nueva Zelanda y el Lejano Oriente. Esta etapa de expansión duró hasta 1915, cuando la muerte de Herbert hizo que la agencia dejara de ser propiedad de una sola familia y pasara a poder de una empresa privada bajo la dirección de Roderich Janes". (Lechuga, 1991:64).

Desde 1851, la agencia de noticias británica se ha forjado como una de las más prestigiosas del mundo. Hoy, opera en el campo de las noticias televisivas y cuenta con

una plantilla de 2.500 periodistas, fotógrafos y cámaras, que operan en 198 oficinas y delegaciones de 150 naciones.

Reuters es líder mundial en la provisión de noticias, información financiera y soluciones tecnológicas para instituciones financieras, medios de comunicación, empresas y particulares. *Reuters* ofrece a sus clientes una combinación de contenidos, tecnología y conectividad. Su posición de liderazgo se basa en la continua innovación tecnológica y la reputación lograda.

Brinda datos sobre el mercado en tiempo real, capacidad para realizar transacciones, herramientas analíticas y de gestión de riesgo, datos de inversión colectiva y bases de datos históricas. La empresa provee noticias escritas, gráficos, vídeos y fotos a los medios de comunicación y a sitios web.

(<http://www.about.reuters.com/>consultado noviembre 2006)

EFE.- En 1865 se crea el Centro de Corresponsales, primera agencia de noticias de España, promovida por el periodista Nilo María Fabra (1843-1903).

“En 1919 pasa a denominarse *Agencia Fabra*, con la presencia de la francesa *Havas* entre sus accionistas. En 1926, sale *Havas* de la agencia y entran a formar parte de su accionariado los bancos Hispanoamericano, Central, Bilbao y Vizcaya. *EFE* nace en plena guerra civil (1938), en Burgos, por iniciativa del ministro del Interior, Ramón Serrano Súñer, que consigue integrar a la *Agencia Fabra*. Un año después, en 1939, se constituye como sociedad anónima”. (Lechuga, 1991:66).

La *Agencia EFE* es una sociedad anónima de la que el Estado es el principal accionista. En 2001 deja de depender del Patrimonio del Estado y queda adscrita a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI).

Es la primera agencia de noticias multimedia en español y la cuarta más importante del mundo, por detrás de las estadounidenses *AP (Associated Press)*, *UPI*

(*United Press International*) y la británica *Reuters*, que se disputan la primacía mundial y por delante de la francesa *AFP (France Presse)*.

Opera en 170 ciudades en más de 100 países, con 1.000 periodistas y 2.000 corresponsales y colaboradores, que transmite un millón de noticias al año. En 1995, *EFE* recibió el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades.

Agencia de Prensa Alemana (DPA).- Concluida la Segunda Guerra Mundial, se crea en 1949 *la Deutsche Presse-Agentur (DPA)*, por asociación de las agencias *DENA, DPD y SÜDNA*. En la actualidad cuenta con unos 900 periodistas en plantilla, de los que más de cien trabajan como corresponsales en el extranjero. Cuenta además con varios millares de colaboradores en todo el mundo.

La Agencia de Prensa Alemana (DPA) es la agencia de noticias líder del mercado alemán y una de las mayores del mundo. Sus corresponsales cubren los acontecimientos de todo el globo durante las 24 horas, produciendo noticias escritas y grabadas, imágenes y gráficas. Los servicios y productos de las subsidiarias de *DPA* complementan la oferta de la agencia. Por otra parte, *DPA* tiene participación en diversas empresas que operan en el ámbito de los medios de comunicación. Por lo tanto, el logotipo *DPA* representa un grupo empresarial con actividades a nivel mundial.

DPA junto con sus subsidiarias cuenta actualmente con más de 1100 empleados, 800 de ellos, en su mayoría redactores y empleados de la redacción, trabajan para la compañía madre. Más de un centenar de ellos trabajan en el extranjero. Así mismo, varios millares de colaboradores producen material para *DPA* en Alemania y en el extranjero. (<http://www.dpa.com/> consultado noviembre 2006)

Prensa Latina (PL) Agencia informativa latinoamericana S.A.- Con oficina central en La Habana, Cuba, fue fundada en 1959, poco después del triunfo de la Revolución Cubana, brinda 24 horas diarias de información cablegráfica, apoyada en sus 22 corresponsalías, principalmente en el continente.

Rotativos, emisoras de radio y TV a lo largo de América Latina y en otras áreas contratan sus servicios por distintas vías, mientras otros usuarios, entidades y particulares pueden acceder a su información a través de Internet.

Entre las secciones que maneja están: mujeres del tercer milenio, por la ruta del esclavo, pensamiento latinoamericano, efemérides latinoamericanas, Cuba, América del Norte, América Central, América del Sur, Europa, Asia y Oceanía, África y Medio Oriente. <http://www.prensalatina.com.mx> (consultado noviembre 2006).

Por otra parte, grandes periódicos y revistas internacionales ofrecen también información y reportajes de lo más variado, como *The Independent*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Washington Post*, *Los Ángeles Times*, *The Economist*, *Le Monde*, etc; de los cuales estudiaremos los que son utilizados por los periódicos **La Jornada** y el **Universal**.

The Independent.- Periódico británico publicado por *Independent News & Media*, de Tony O'Reilly. Tiene el apodo de «the Indie», mientras que la edición de los domingos es apodada «the Sindie». Lanzado en 1986, es el más joven de todos los periódicos de tirada nacional del Reino Unido, con una circulación de alrededor de 250.000 ejemplares en 2004. Mientras que el periódico intenta genuinamente representar y contrastar las opiniones políticas del país. Recientemente ha promovido campañas de reformas electorales y medioambientales, también se ha manifestado en contra de los carnets de identidad británicos.

The Independent es el más joven de los periódicos de gran formato británicos todavía en existencia (a pesar de que ya no se publica en este formato, las connotaciones del término siguen vigentes, ya que en Gran Bretaña los periódicos de este formato suelen considerarse más serios que los llamados "tabloids", de pequeño formato). Su primera aparición fue en octubre de 1986.

Fue producido por Newspaper Publishing Ltd. y creado por Andreas Whittam Smith, Stephen Glover y Matthew Symonds. Los tres eran antiguos periodistas de The

Daily Telegraph, que habían huido del régimen de Lord Hartwell. Marcus Sieff fue nombrado el primer director de Newspaper Publishing y Whittam Smith tomó control del periódico.

Cuenta con las secciones de Noticias en el Reino Unido, Europa, Mundo; Negocios, Ambiente, Gente, Deporte, Comentario, Educación, El viajar en automóvil, Dinero, Trabajos, Recorrido y Disfrute.

http://es.wikipedia.org/wiki/the_independent (consultado noviembre 2006).

The Washington post. - Es el más grande y más antiguo periódico de Washington, DC, la capital de los Estados Unidos.

Es generalmente considerado uno de los mejores diarios estadounidenses, junto con el New York Times, conocido por su reportaje general y cobertura internacional y el *Wall Street Journal*, famoso por su reportaje financiero. *The Washington post* se ha distinguido por sus reportajes sobre la Casa Blanca, el Congreso, y otros aspectos del gobierno estadounidense.

Por otra parte, a diferencia del *Times* y *El Journal*, *The Washington post* se ve a sí mismo como un periódico estrictamente regional y no imprime una edición nacional para distribución más allá de la Costa Este. La mayor parte de sus lectores son del Distrito de Columbia, junto con los suburbios adinerados de Maryland y Virginia.

La publicación fue fundada en 1877 por Stilson Hutchins y en 1880 se convirtió en el primer periódico de publicación diaria en Washington, D.C.

Para el 2005 el Post ha sido honrado con 18 premios Pulitzer, 18 Nieman Fellowship, y 368 reconocimientos de la Asociación de la Casa Blanca para Fotógrafos de Noticias, entre otros premios.

Tendencias políticas: El Post es generalmente visto como un diario con tendencias liberales, particularmente en sus páginas de opinión. Los líderes

conservadores frecuentemente lo citan junto con el *New York Times*, como epítomes de los "medios liberales".

El periódico asegura neutralidad política en su cobertura, una aseveración que agrupa individuos que la apoyan, mas cuenta también con detractores.

Las secciones que maneja son: Mundo del libro, Negocios, Coches, Los suplementos, Páginas de editorial, Alimento, Salud, Casero, Metro, Perspectiva de domingo, Propiedades inmobiliarias, Deportes, Estilo, Artes de domingo, Trabajos, Fuente de domingo, Recorrido, Semana de la TV y Fin de semana.

http://es.wikipedia.org/wiki/The_Washington_Post (consultado noviembre 2006).

De acuerdo con nuestro estudio, actualmente las principales agencias de noticias que han mantenido su posición de dominio en el sistema internacional para la recopilación y distribución de la información son *Reuters, AP, DPA, EFE, UPI, AFP, The Independent, Inter Press Service* y *Notimex*, siendo actores clave, en combinación con otros flujos internacionales de información, para el impulso del orden mundial de la comunicación global.

Muchos periódicos y organizaciones de radiodifusión alrededor del mundo dependen de ellas para las noticias internacionales, así como para las noticias de su propia región geopolítica, por lo que múltiples agencias menores están afiliadas a ellas. Las principales también han extendido sus actividades, tomando ventaja, gracias a los nuevos desarrollos de información y a las tecnologías de comunicación, apareciendo como jugadores centrales en el nuevo mercado global de la información, incluyendo la relativa a las transacciones financieras y comerciales.

3.2 Claroscuro de las agencias internacionales.-

Cabe mencionar que en la actualidad la información camina velozmente, gracias al desarrollo de la tecnología y la necesidad apetitosa de estar informados, ya que por

tal información, los ciudadanos forman sus opiniones y los países se vuelven protagonistas en la globalización y cada uno de los temas que son abarcados de un continente a otro, son ya parte de la vida diaria del ciudadano común.

Sin embargo, existe otra realidad en los países en vías de desarrollo, ya que los medios informativos se concentran en las áreas urbanas y su desarrollo ha sido poco.

Por otro lado, Trejo Delarbe señala, citando a Samarajiwa: "Lo que una agencia de información transnacional obtiene de los compradores es lo que el mercado puede resistir; si los precios subieran para esos compradores, entonces no los comprarían". (Samarajiwa, 1984:71 citado en Trejo, 1989: 21)

Esa práctica, en el comercio internacional, suele ser calificada como dumping, es decir, oferta de servicio a precios más bajos inclusive que su costo real, con el propósito de conquistar y conservar un mercado que entonces se vuelve casi cautivo. Una agencia más modesta, que no tiene los altos ingresos, no puede ofrecer entonces sus servicios a un precio así de bajo y, en consecuencia, es desplazada por las grandes transnacionales.

A nuestro parecer, las agencias cuentan con un amplio sistema de información, muchos medios nacionales se impresionan por tal magnitud, de modo que prefieren obtener esa información, a pesar de que está es desarrollada por grandes monopolios, pues el costo para crear más fuentes de información, es alto al requerir mayor personal.

3.3 Criterios de selección y manejo de información en las agencias internacionales.-

Es derecho de todos mantenerse informados, siendo una necesidad del hombre saber qué sucede en su país y en el resto del mundo; intercambiar información, de conocimientos e ideas que es lo que mantiene viva a la sociedad.

Existe gran diversidad de campos de acción en las agencias informativas que hay en el mundo, dentro de los cuales se encuentran: información general, la política, la economía, los deportes, el espectáculo, además de tener un propósito fundamental, que tal vez es el recoger información y distribuirla a los medios de comunicación u organismos que informan directamente al público.

3.3.1 La circulación internacional de noticias.-

Desde 1949 hasta finales de los años ochenta, el 80% de las noticias que publicaban o metían los medios de comunicación de todo el mundo provenía de cinco grandes agencias: dos norteamericanas, *Associated Press (AP)* y *United Press internacional (UPI)*; una británica, *Reuters*; una francesa, *France Presse (AFP)* y una soviética, *TASS*. Entre ellas *AP* y *UPI* se destacaban ampliamente del resto.

Las agencias constituían los canales privilegiados por los que circulaba la información internacional. Solamente Europa y el resto de los países centrales intermedios contaban con agencias que les permitían mantener una relativa independencia en la información internacional.

Sería posible, tolerable y hasta deseable, que las grandes agencias Internacionales continuasen operando como lo han hecho hasta ahora si, al tiempo, las infraestructuras de las agencias más modestas y una actitud de cooperación de las grandes, permitiesen a aquéllas equilibrar el flujo informativo. Pero cuando el libre mercado dicta cómo, dónde y cuándo deben moverse las agencias de información, el interés de las grandes no es informar mejor, sino como lo deseen, con la menor competencia posible.

“Los esfuerzos de muchos países para crear agencias nacionales han chocado de frente con el oligopolio de las grandes. La conclusión del Simposio de Estocolmo (1979) y, posteriormente, del informe MacBride (1980) mostraron que era imperativo crear o reforzar las agencias nacionales y regionales de prensa en todos los países en desarrollo”. (Quirós, 1978:33-44)

“Pero el problema estaba en la vinculación de esas agencias al mercado internacional de información donde el modo de operar y las decisiones finales correspondían a las grandes agencias occidentales. A pesar de que AP, UPI, AFP y Reuters afirmaron en Estocolmo “ver con buenos ojos la creación de nuevas agencias, siempre que no sean un instrumento para controlar la información”, reconociendo que este tipo de agencias podrían convertirse en gatekeepers de primer instancia o de fuente en aquellos lugares donde no llegaban las cuatro grandes, lo cierto es que de poco han servido las buenas intenciones de los delegados de las agencias de los países desarrollados”.

“Mientras las agencias del mundo industrializado pudieron progresar rápidamente y diversificar sus servicios, la mayoría de las agencias del Tercer Mundo no pasaron de tener una existencia artificial. Los pocos avances que se consiguieron se refieren siempre al flujo horizontal de información pero, en ningún caso, al flujo vertical”. (Quirós, 1978:33-44)

“La información fue durante décadas el soporte del discurso de legitimación de las acciones de estos países desarrollados. El arribo a la nueva tecnología (telecomunicaciones: informática, la comunicación vía satélite, el Internet, telefonía celular, etc.) ha permitido hoy, que en cuestión de segundos se transmita la información, con carácter universal, casi en el mismo instante en que está aconteciendo”. (Álvarez, 1993: 172)

Según nuestro criterio, a pesar de algunos augurios que anticipaban su pronto final, las agencias siguen siendo el motor que impulsa la distribución mundial de noticias; cubren al mundo entero con su información y su meta es seguir ampliando sus oficinas en cada rincón, así como tener corresponsales en todo el mundo; pero es de tomarse en cuenta que siempre consiguen la información requerida, pues tienen corresponsales propios y colaboradores, además de tener lazos con diplomáticos extranjeros.

CAPÍTULO IV LA GLOBALIZACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4.1 La globalización de la comunicación.

4.1.1 El surgimiento de las redes globales de comunicación.

4.1.2 Pautas de la comunicación global actual: una visión general.

4.2 Los flujos internacionales de información.

4.2.1 Características principales del orden informativo internacional.

4.2.2 Concentración de la propiedad.

CAPÍTULO IV

LA GLOBALIZACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la actualidad las Redes de Comunicación son un fenómeno social que crece impacientemente, debido a que los países invierten cada vez más en recursos tecnológicos que faciliten el intercambio de información.

La finalidad del capítulo va ligado a uno de nuestros objetivos, que es el de descubrir si existe influencia en los periódicos nacionales de los flujos internacionales

"La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa."

(Canclini, 1995:16 citado en Marafioti, 2005:249).

de información, por lo tanto es de suma importancia estudiar las características y el surgimiento de los flujos internacionales de información, el desarrollo de la globalización en los medios de comunicación y sus desigualdades.

En los comienzos del siglo XX la sociedad, desarrolló técnicas de comunicación complejas y gracias a la capacidad de comunicación del hombre se ha dado la revolución de los grandes avances.

Actualmente vivimos a expensas de los medios de comunicación, pues se encuentran en nuestras actividades diarias, dentro de los negocios, las relaciones internacionales; todo ello tiene como base la Tecnología y Comunicación, innovaciones

que favorecen enormemente el flujo de información y que, por ende, mejoran las posibilidades de comunicación humana.

“Los recursos tecnológicos de la información en nuestra era constituyen también un medio para atribuir significados y construir realidades. La información se ha convertido en un recurso estratégico dentro de este proceso de globalización”. (Álvarez, 1993: 172).

4.1 La globalización de la comunicación.-

“El reordenamiento del espacio y del tiempo traído por el desarrollo de los medios es parte de un amplio proceso que transformó el mundo moderno. Este rasgo es comúnmente descrito como globalización”.
(Marafioti, 2005:239)

En un sentido general, se refiere al crecimiento de las conexiones de diferentes partes del mundo, un proceso que da lugar a complejas formas de interacción e interdependencia.

El proceso de globalización, implica más que la expansión de actividades más allá de las fronteras de naciones. De acuerdo a Marafioti, la globalización se manifiesta sólo cuando:

- a) Las actividades tienen lugar en un territorio global o próximo a serlo.
- b) Las actividades están organizadas, planificadas o coordinadas a escala global.
- c) Las actividades implican cierto grado de reciprocidad e interdependencia de forma que diversas actividades localizadas en diferentes partes del mundo se

configuran de la misma manera, como demuestra el hecho de que unas actividades situadas en diferentes partes se influyan mutuamente.

La Globalización no se visualizó solamente en términos económicos, comerciales y políticos, sino de múltiples formas, de ahí que la información y los medios no han estado ausentes de la estrategia globalizadora.

Buscando en Internet un concepto que nos permita poner en común lo que significa Globalización, encontramos lo siguiente: "Llamamos globalización al proceso político, económico, social y ecológico que está teniendo lugar actualmente a nivel planetario, por el cual cada vez existe una mayor interrelación económica entre unos lugares y otros, por alejados que estén, bajo el control de las grandes empresas capitalistas, las multinacionales". (www.geocities.com/la_cou/global/ Mayo 2005).

Gracias a nuestro estudio, podemos sostener que una de las características destacadas de la comunicación en el mundo moderno es que tiene lugar a escala cada vez más global. Los mensajes se transmiten a largas distancias con relativa facilidad, de tal manera que los individuos accedan a la información y a la comunicación originada en lugares lejanos. Además, con la separación del espacio y el tiempo acarreado por los medios, el acceso a mensajes procedentes de fuentes geográficas remotas pueden ser instantáneas (o virtualmente instantáneas). La distancia ha quedado eclipsada por la proliferación de redes de comunicación electrónica y las agencias de información.

Guadalupe Galván Hernández, redactora e investigadora de la sección internacional de **El Universal**, señaló que las agencias mantienen un papel importante en el flujo internacional de información, ya que gracias a ellas el diario puede obtener noticias instantáneas de diferentes zonas en donde es muy difícil acceder, como el caso de los enfrentamientos en el Tíbet.

Es obvio que, cuando una zona es ya noticiosa, los grandes medios de comunicación pueden desplazar a sus corresponsales y organizar una cobertura intensiva de los acontecimientos que en ella ocurren. Las agencias, sin embargo, deben garantizar esa cobertura de forma permanente, antes y después de convertirse en el punto apetecido por todos los medios.

“La misión de las agencias es garantizar una cobertura permanente y equilibrada de las diversas zonas del mundo desde el punto de vista noticioso, lo que les exige una estructura internacional estable”.

“Las agencias son focos generales de luz que trasladan de un sitio a otro los acontecimientos que pueden interesar al mundo. Un flujo voluminoso de información que en los hilos de las grandes agencias significa una oferta de noticias diez veces superior a la que un gran diario puede publicar. Un caudal continuo que llega cada día a todos los medios para que, cada uno, resalte lo que considere de su interés”. (Muro, 2006:29)

4.1.1 El surgimiento de las redes globales de comunicación.-

La globalización de la comunicación tuvo lugar en el siglo XIX. Ello se debió, en parte, al desarrollo de nuevas tecnologías que permitieron disociar la comunicación del transporte físico. Sin embargo, estaba igualmente vinculada a cuestiones económicas, políticas y militares. Los principios de esta globalización de la comunicación se centran en tres desarrollos clave que tuvieron lugar a finales del siglo XIX y principios del XX:

- 1) El desarrollo de sistemas de cable subacuáticos por los poderes imperiales europeos;
- 2) El establecimiento de agencias internacionales de información con su división del mundo en esferas exclusivas de operación;

3) La formación de organizaciones internacionales especialmente preocupadas por el aspecto del espectro electromagnético;

Uno de los avances que conciernen a nuestro estudio es el establecimiento de las agencias internacionales de información, el cual tuvo una importancia considerable para la formación de las redes de comunicación global.

En este contexto, su trascendencia fue triple. Primero, las agencias se ocupaban de la reunión y difusión sistemática de noticias y otras informaciones sobre amplios territorios (inicialmente empezaron en Europa, pero pronto se extendieron a otras partes del mundo). Segundo, después de un período inicial de rivalidad competitiva, las grandes agencias de información acordaron dividir el mundo en esferas de operación mutuamente excluyentes; de esta manera, creaban una ordenación multilateral de redes de comunicación que acabarían teniendo alcance global.

“Las agencias trabajaban estrechamente con la prensa, suministrando historias a los periódicos, extractos de información que podían ser impresas y difundidas a amplias audiencias. Por ello, se conectaron a redes de comunicación que, a través de la imprenta (y más adelante de la radio y la televisión), alcanzarían una significativa y creciente proporción de población y una amplia presencia en el mundo como organizaciones globales. (En el capítulo II se abordó la historia de las agencias)”.
(Headrick, 1981:130 citado en Thompson, 1998:205)

4.1.2 Pautas de la comunicación global actual: una visión general.-

Fue hace 35 años cuando las instituciones multilaterales pusieron el foco sobre los flujos informativos en el mundo: nació la idea del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación bautizado por sus siglas, NOMIC.

Esto, con la finalidad de no solamente alcanzar un flujo informativo más equilibrado entre las potencias y los países periféricos, sino también mejores oportunidades para países del tercer mundo para mejorar sus propios sistemas informativos y de comunicación, así como sus estructuras económicas.

“Una reunión de 18 expertos de la UNESCO celebrada en Montreal en 1969 concluyó que la libre circulación de la información generaba un intercambio desigual entre los países y regiones del mundo y se convertía, de hecho, en un flujo unidireccional de los países desarrollados hacia aquellos en desarrollo”.

“Entre 1969 y 1986 se produjeron más de 75 reuniones, coloquios, simposios, cumbres de jefes de Estado y gobierno, conferencias intergubernamentales y congresos auspiciados por la ONU, a través de la UNESCO, sobre el Nuevo Orden Mundial de la información y la Comunicación”.

“Era un momento en que se identificaba claramente a las agencias como un instrumento de poder determinante en la distribución mundial de la información”. (Muro, 2006:26).

En la Resolución 56/183 (21 de diciembre de 2001) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, se aprobó la celebración de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) en dos fases. La primera se celebró en Ginebra del 10 al 12 de diciembre de 2003 y la segunda tuvo lugar en Túnez, del 16 al 18 de noviembre de 2005. Su principal objetivo era eliminar la Brecha Digital existente en el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones en el mundo, específicamente las telecomunicaciones e internet y preparar planes de acción y políticas para reducir dicha desigualdad.

Fase de Ginebra: 10-12 de diciembre de 2003

El objetivo de la primera fase era redactar y propiciar una clara declaración de voluntad política y tomar medidas concretas para preparar los fundamentos de la Sociedad de la Información para todos, que tenga en cuenta los distintos intereses en juego.

Fase de Túnez: 16-18 de noviembre de 2005

El objetivo de la segunda fase fue poner en marcha el Plan de Acción de Ginebra de hallar soluciones y alcanzar acuerdos en los campos de gobierno e Internet, mecanismos de financiación con el seguimiento y la aplicación de los documentos de Ginebra y Túnez.

Tomadas por separado, cada una de las fases de la Cumbre han sido la culminación de muchos meses de consultas y negociaciones entre los Estados

Miembros, expertos de las Naciones Unidas, el sector privado y los representantes no gubernamentales, que estudian una enorme cantidad de información y comparten un cúmulo de experiencias en los temas relacionados con la Sociedad de la Información. Las consultas y negociaciones se realizan antes de la Cumbre propiamente dicha y constituyen el proceso preparatorio.

Las conferencias han desempeñado un papel clave para encauzar el trabajo de la ONU desde su fundación. De hecho, este órgano mundial vio la luz cuando los delegados de 50 naciones se reunieron en San Francisco, en Abril de 1945, para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Organización Internacional. Desde el principio se reconoció que se necesitaba un foro para abordar los temas relativos a la seguridad y para conseguir mejoras en todos los aspectos del desarrollo humano. Las últimas conferencias de alto nivel sobre asuntos de desarrollo, casi siempre Cumbres, son continuación de una serie que comenzó en los años 70 y han abierto nuevas vías en muchos campos.

Aunque los orígenes de la globalización de la comunicación pueden situarse a mediados del siglo XIX, este proceso es fundamentalmente un fenómeno del siglo XX; es durante el siglo XX que el flujo de información y comunicación a escala global se ha constituido como una característica regular y omnipresente de la vida social. Existen, desde luego, muchas dimensiones en este proceso; el siglo XXI ha sido testigo de una proliferación sin paralelo de canales de comunicación y difusión de la información. El rápido desarrollo de sistemas de radio y teledifusión alrededor del mundo ha sido importante, pero de ninguna manera el único aspecto de este proceso. La globalización de la comunicación también ha traído aparejado un proceso estructurado y desigual

que ha beneficiado a unos más que a otros, integrando a países con mayor rapidez que otros.

El cambio precipitado de las bases económicas de los periódicos, fomentado por la introducción de nuevos métodos de producción, puso en funcionamiento un proceso a largo plazo de acumulación y concentración de las industrias mediáticas. En

el transcurso del siglo XXI, esta situación ha ido asumiendo de manera progresiva un carácter transnacional.

En nuestra opinión, una de las novedades que presentan los diarios en la última década, es que se han expandido en el campo internacional. Hasta hace pocos años las noticias internacionales eran arrinconadas en una sola sección de pocas páginas. A medida que los medios audiovisuales ampliaron su presencia informando más acerca de noticias internacionales, la prensa cotidiana ofrece más información global. De pronto, en los años 90, diarios de muchos países, en distintas lenguas, presentan información internacional en distintas secciones, además de dedicarles, en ocasiones, la portada.

“Una característica central de la globalización de la comunicación es el hecho de que las noticias circulan en una arena internacional. El material producido en un país es distribuido no sólo en el mercado doméstico sino también en un mercado global. La circulación internacional de noticias es un proceso estructurado en el que ciertas organizaciones juegan un papel preponderante y en el que algunas regiones del mundo dependen en gran medida de otros para el suministro de información. Los estudios llevados a cabo a principios de los sesenta por Nordenstreng y Varis mostraron una clara asimetría en el flujo internacional de programas de televisión: había, en gran parte, un tráfico unilateral de noticias y programas de entretenimiento que procedía de los países que más exportan al resto del mundo”. (Tapia, 1974:102 citado en Thompson, 1998:216)

4.2 Los flujos internacionales de información.-

“El desequilibrio centro-periferia supone que los peor situados en el sistema internacional (países subdesarrollados) no gozan del derecho a una información completa y auténtica. Tanto en el volumen de información, como en los contenidos, los denominados países en desarrollo, del Sur, o periféricos, no gozan de las ventajas del libre flujo de la información”. (Quirós, 1978:32)

La información de la que dispone un ciudadano ensancha sus intereses hacia nuevos y más lejanos horizontes. Con ellos y a través de la información sobre ellos, se desarrolla una nueva forma de sentir general: la de ciudadano del mundo, que va desarrollando sus propias perspectivas de los acontecimientos.

4.2.1 Características principales del orden informativo internacional.-

Las agencias de noticias cumplen un papel capital en todo el sistema de comunicación, al proveer a las organizaciones finales de comunicación y difusión de la información que –salvo contadas excepciones- aquellos medios no pueden obtener por sí mismos. Como observó Lippmann, citado en López, las personas dependen de otros para el conocimiento de todo aquello que no se encuentre en el entorno más inmediato, y que el suministro de la información suele recibirse a través de los medios de comunicación colectiva, servidos a su vez por las agencias. (Quirós, 1978:25)

4.2.2 Concentración de la propiedad.-

“La concentración de la propiedad con la consiguiente aparición de conglomerados que van acumulando en sus manos cada vez más medios es una tendencia del sistema. La pluralidad va reduciéndose al desaparecer pequeñas empresas en procesos de absorción o fusión que dan lugar a las primeras grandes cadenas de diarios, de radio o televisión. Posteriormente la concentración en un solo medio deja paso a la concentración multimedia, con lo que el poder de informar sufre una nueva reducción. Los conglomerados de medios informativos ascienden a los primeros puestos de las economías nacionales jugando un nuevo papel que les acerca cada vez

más a las esferas de poder político y económico" (Ferrer, 1984; 43-79 citado en Quirós, 1978:28).

"La transnacionalización de las empresas de comunicación ha favorecido la interpretación del nuevo orden como el surgimiento de un aparato informativo-cultural dominado por las corporaciones, destinado a ocupar un creciente número de

espacios nacionales, donde quiera que opere". (Schiller, 1993:11 citado en Quirós, 1978:30).

Dentro de los flujos internacionales de información, descubrimos en conjunto con nuestra investigación de campo, que en los países en vías de desarrollo esta es escasa, debido a que los medios de comunicación se concentran en los países desarrollados, primordialmente Estados Unidos.

Nos dimos cuenta que los modernos sistemas de información y comunicación, van dirigidos sólo al desarrollo y conveniencia de sus usuarios, los cuales son países ricos, que utilizan la información para aplicarla en la transformación económica política y social de su país.

La importancia de este capítulo en el conjunto de nuestra investigación, es poner en claro la desigualdad que existe en la globalización de los medios de comunicación y en los flujos internacionales de información, así como entender las pautas de comunicación global actual y contraponerlas con nuestra investigación de campo.

CAPÍTULO V ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS PERIÓDICOS EN MÉXICO

5.1 Historia y panorama actual de los periódicos La Jornada y El Universal.

CAPITULO V

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS PERIÓDICOS EN MÉXICO

Renovación escrita, este es el reto al que se enfrentan en la actualidad los diarios en el ámbito nacional. Los medios impresos tienen ante sí un momento de transición importante, debido a que los lectores cambiaron la forma de acceder a la información. La propuesta de los periódicos se ha visto rebasada por la súper carretera de la información, la cual desafía su modelo de negocios.

No es novedad que los periódicos, forman parte de la historia actual de México, es bien sabido que cada uno cuenta siempre la historia (o las historias) a su manera. Imaginemos, no obstante, que los periódicos nunca existieron y, habiendo imaginado eso, imaginemos ahora una historia de México a la que le falte toda la información y toda la opinión que, en muchísimos casos, sólo en los periódicos fue posible encontrar. Es un lugar común decir que no existe nada a lo que, con propiedad, podamos llamar la verdad, pero somos mucho más conscientes de ese hecho cuando nos percatamos de que alguna verdad está faltando.

Para ilustrar este capítulo, transcribimos un concepto documentado de Fátima Fernández Christlieb en el libro "Recuento Histórico del Periodismo" de Eloy Caloca Carrasco. La historia de la prensa mexicana -dice- es la historia de la expresión de vocero de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes. Esta constante se mantiene desde la época colonial hasta nuestros días.

La imprenta y propiamente el periódico es uno de los medios masivos de comunicación más viejos, pero con cierta permanencia; el periódico permitió desarrollar sentimientos "nacionalistas", desde el "Mercurio Volante" (que no era un periódico sino una hoja volante) en 1693 de Carlos de Sigüenza y Góngora.

El antecedente más antiguo del periodismo en México se encuentra en las hojas volantes que empiezan a circular alrededor de 1542. En el siglo XVII se establecen las antiguas Gacetas, periódicos de vida escasa y pobre que publican noticias cuando llegan barcos de España a Veracruz. En 1722 aparece mensualmente, la primera Gaceta de México, la cual incorpora información religiosa, comercial, marítima, minera, oficial y social.

En 1772 se introduce en el periodismo la divulgación científica. La función principal de este periodismo es fundamentalmente informativa y el propósito literario ocupa un lugar secundario. El periodismo político nace con la Independencia y tiene carácter polémico. Se destacan también los temas de diario de política, artes, industria, comercio, modas, literatura, teatro, variedades y anuncios. Es hasta 1810 con el "Despertador Americano" fundado por el cura Miguel Hidalgo donde adquiere el carácter crítico político – ideológico fundamental en la construcción de los "sentimientos de la nación", la democracia y el Estado Moderno.

Tiempo después, ya en 1900, el 30% del país sabía leer y surgen periódicos y revistas como: *El País*, *La Nación* y *El Imparcial*. En 1916 surge **El Universal** y en 1917 *El Excelsior*. De esta época surgen nuevos oficios como el de impresor, linotipista, corrector de estilo, editores, directores, jefes de redacción, columnistas y reporteros.

"La participación de los periódicos en los Estados fue un proceso de regionalización de las problemáticas e intereses económicos así como la secularización relativa con el centro político". (Velasco, 1955:198-200).

Tras la fundación de **El Universal**, el primero de octubre de 1916, salió a la luz pública *Excélsior*, fundado el 18 de marzo de 1917 por don Rafael Alducín, antiguo editor de *El Automóvil* en México.

Excélsior siguió la presentación del Times neoyorquino y compitió con **El Universal** de Palvicini durante muchos años. Ambos periódicos nacieron y crecieron como modelos del periodismo moderno con información y artículos excelentemente escritos y abundantes gráficas, lo que revela la fuerte influencia americana en ellos.

Durante la Primera Guerra Mundial, tanto *Excélsior* como **El Universal** figuraron en el bando aliado. Mientras que *El Demócrata*, de Rafael Martínez, "Rip-Rip", militó del lado alemán, lo que provocó no pocas disputas entre los periódicos citados.

Cuando murió el director del *Excélsior*, Rafael Alducín, su viuda, la señora Thomalen, asumió el mando y tras sortear graves dificultades de índole laboral y administrativo, entregó la empresa a los trabajadores, que se organizaron en una cooperativa.

Por otra parte, el 10 de septiembre de 1917, salió *El Cuarto Poder*, bajo la dirección de Arturo Cisneros Peña, que fue clausurado casi inmediatamente por el gobierno. (Lepidus: 454 citado en Ruiz, 1980:287).

Algunas fechas de medios que surgieron más adelante fueron: En 1935, *La Prensa*; 1936, *Novedades*; 1941, *Esto, El Sol*; 1949, *Escuela de Periodismo* Carlos Septién; 1952, *El día de la libertad de prensa*; 1953, *Escuela de Periodismo de la Universidad Veracruzana*; 1957, *Cátedra de Periodismo UNAM (FCPS)*; 1962, *El Día*; 1963, *El Herald*; 1977, *Uno más Uno*; 1981, *El Financiero*. Periódicos de reciente aparición en la capital (1993-1994) son *Reforma* y *Suma*.

Según el autor Luis Reed, de acuerdo con los últimos datos disponibles circulan en la República aproximadamente 320 órganos de prensa de periodicidad diversa, 33

órganos oficiales de los gobiernos estatales y federal y 200 revistas de información general temática.

5.1 Historia y panorama actual de los periódicos La Jornada y El Universal.-

<i>El Universal.-</i>	
Fundación	1 de octubre de 1916
Subtítulo	"El gran diario de México"
País	México
Género	Información general
Ciudad	Distrito Federal
Ámbito	México
Idioma	Castellano
Ideología política	Plural
Periodicidad	Diaria
Publicación	Matutina

Tirada	50 mil ejemplares diarios
Color	Blanco y negro; color
Empresa editora	Compañía Periodística Nacional
Fundador	Félix Fulgencio Palavicini
Director	Juan Francisco Ealy Jr

El Universal.- Bajo el lema "Diario Político de la Mañana", dotado de todos los adelantos del periodismo moderno, con una fuerte influencia norteamericana, nació el 1 de octubre de 1916 por iniciativa del ingeniero Félix Fulgencio Palavicini.

A la larga, Palavicini opta por la oposición, razón para ser perseguido, como lo fue Gonzalo de la Parra, por idénticos motivos, y su periódico clausurado temporalmente.

“Antes de su distanciamiento del gobierno, **El Universal** fue un vocero importante de los trabajos del Congreso Constitucional de Querétaro, entre cuyos integrantes se encontraba el fundador del periódico, quién publicó posteriormente sus artículos con el nombre de Historia de la Constitución de 1917”. (Ruiz, 1980:200)

En la esquina de Madero y Motolinía, en el edificio "Gambrinus", en el centro de la capital, se ubicó la primera redacción y los talleres del periódico provistos de una rotativa Goss de cuatro pisos. En ella se había impreso el diario "*El País*" a principios de siglo, después pasó a formar parte de los activos de la Compañía Editorial Católica y, posteriormente, se vendió a **El Universal**. En esta máquina se imprimió la primera Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en 1917.

Desde su nacimiento, el diario ligó íntimamente su trayectoria a la defensa de los postulados emanados de la Carta Magna y se propuso fortalecer la reconstrucción económica, social y jurídica del país, mediante la aplicación de un ideario basado en la rehabilitación de la autoridad civil, antirreeleccionismo, apego a las garantías constitucionales, libertad de expresión e igualdad jurídica de la mujer.

“Al surgir **El Universal** y *Excélsior*, ambos diarios siguieron el modelo estadounidense, e incluso demostraron su apoyo a los inversionistas extranjeros, especialmente en lo referente a la política de los Estados Unidos”.

“Producto de tales posturas, la embajada americana dispuso apoyar económicamente a **El Universal** en 1917, aunque finalmente decidió que la situación

económica del diario no era del todo mala como para darle todo el dinero solicitado". (Mayer, 1973 citado en Caloca, 2003:189).

"La influencia de Estados Unidos sobre la prensa nacional ha ocasionado también participación directa en el proceso de toma de decisiones de carácter informativo en algunos casos, tal y como ocurrió cuando la embajada estadounidense solía dictar la nota de 8 columnas a un conocido diario mexicano". (Lenduc, 1969:24 citado en Caloca, 2003:189).

El surgimiento de este rotativo revolucionó la actividad de los periódicos capitalinos de la época, al contratar los servicios de agencias noticiosas y enviar corresponsales propios al interior del país y al extranjero, utilizando el entonces moderno sistema del telegrama para recibir la información de sus enviados.

Su dinamismo editorial lo llevó a ser el primer diario en lanzar una edición vespertina: **El Universal** Gráfico, el cual apareció el 1 de febrero de 1922. Así mismo, la aparición de suplementos como El Ilustrado y Taurino, revelaron al país un proyecto perfectamente cimentado que logró trascender ante la ira de quienes sintieron afectados sus intereses con el nuevo y más antiguo órgano periodístico que existe en el país.

Fuera del ámbito periodístico, en lo político, el sistema fraguado por los ideales revolucionarios se consolidaba: Los principios que habían impulsado el nacimiento de este diario iban quedando al margen de las exigencias del desarrollo del país.

Al inicio de 1920, el diario abandona su bandera estrictamente constitucionalista e inicia la incorporación de distintos matices en sus contenidos, que se acrisolan el 1 de agosto del mismo año, cuando el diario deja de ser "El Diario Político de la Mañana" para convertirse en "El Diario Popular de la Mañana". Sin embargo, poco duraría en circulación con este lema, dado que en enero de 1921 adopta el de "El Gran Diario de México", con el que se le conoce hasta la fecha.

El 14 de abril de 1923, Félix Fulgencio Palavicini deja la Gerencia y Dirección General del diario para dedicarse de lleno a su actividad política.

Miguel Lanz Duret queda como Gerente y José Gómez Ugarte como Director. A la muerte del primero, en 1940, la Presidencia y Dirección General pasa a Miguel Lanz Duret Jr, su hijo.

Durante la Segunda Guerra Mundial, en las entonces 24 páginas del periódico se destacó la gran cobertura informativa de **El Universal**. A partir del 12 de diciembre de 1940, se publican por primera vez en México las fotografías enviadas desde Europa mediante Hilo Telegráfico, gracias al receptor Acme con el que contaba el rotativo. Las fotos procedían directamente de los campos de batalla.

En la década de los 50, el periódico sigue de cerca el nuevo equilibrio mundial de la posguerra y realiza una cobertura del periodo signado por el inicio de la "Guerra Fría", que trajo como consecuencia conflictos como el de la guerra de Corea.

Son los años 60, estalla la guerra de Vietnam. La efervescencia social se vive no sólo en México sino también en Estados Unidos, Francia, Asia y África. Se inicia un cambio radical en las costumbres que impactan con mayor fuerza a la juventud: la música de los Beatles, los primeros años de la revolución cubana, entre otros.

El Universal daba cuenta de ello y colaboradores como Julio Carrilo, Salvador Azuela, Rubén Salazar Mallén, el caricaturista Carlos Acosta "CAR", daban brillo al periodismo ejercido desde la tribuna de "El Gran Diario de México".

A partir del 23 de octubre de 1969, Juan Francisco Ealy Ortiz asume la Presidencia y Dirección General de Los universales, con lo que inicia una etapa de constante crecimiento y superación en materia periodística y tecnológica. Un proceso de renovación que colocó a este rotativo a la cabeza del periodismo mexicano.

A la llegada de Juan Francisco Ealy Ortiz, se llevaron a cabo estudios en periódicos estadounidenses y europeos para conocer cuál era la tendencia y qué objetivo se deseaba alcanzar en materia de industrialización. Se llegó a la conclusión de que el offset (impresión fría), ocuparía un lugar preponderante en el futuro, por lo que se realizó el cambio a este sistema.

Entre 1976 y 1979 se instaló el sistema Harris 2530, con el cual las máquinas de escribir fueron sustituidas por computadoras y se modernizó el sistema de fotocomposición. El 15 de enero de 1976 fueron inauguradas las nuevas instalaciones de **El Universal**, en Iturbide 7, por el presidente Luis Echeverría. Se trataba de un moderno edificio de cinco pisos y un entrepiso, que más de 20 años después sigue siendo uno de los más funcionales en su tipo.

Antes de los sismos de 1985, el área administrativa de Los Universales funcionaba en el edificio de Bucareli 8. Pese a que no resultó dañado durante el terremoto, se inició el desalojo del inmueble dado que enfrentaba un grado de deterioro que ponía en duda la seguridad de los trabajadores.

Debido al deterioro del inmueble el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz ordenó que se construyera un nuevo edificio, el cual fue inaugurado el 16 de diciembre de 1986. Dos años después, se construyó un inmueble en Iturbide 11, diseñado especialmente para alojar la maquinaria de producción del periódico. El 28 de septiembre de 1991 empezó a funcionar una nueva rotativa, Harris 1660, adquirida por la compañía ante el continuo crecimiento.

Para rendir homenaje a la tradición de "El Gran Diario de México", que el 1 de octubre de 1996 cumplía 80 años, fue reconstruido el inmueble de Bucareli 12, el cual inició su edificación en 1922 para albergar al joven periódico que todavía dirigía entonces Félix Fulgencio Palavicini.

El fundador de **El Universal** había concebido la idea de que el inmueble se convirtiera en "La Catedral de la Prensa"; sin embargo, cuando fue terminado, Félix F. Palavicini ya no dirigía el periódico y el edificio se destinó a oficinas y despachos de alquiler. El mal uso que se dio a la construcción provocó su paulatino deterioro y hundimiento. Cuando ocurrieron los temblores de 1985, el daño fue ya irreparable.

La compañía se dio a la tarea de rescatar el edificio, dotándolo de los más avanzados elementos de soporte y cimentación, aunque respetando las características arquitectónicas y la fachada con las cuales fue levantado la primera vez. El 10 de marzo de 1992 fue reinaugurada "La Catedral de la Prensa", con un simposio sobre el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en el que participaron especialistas de México, Canadá y Estados Unidos.

Uno de los importantes pasos que dio Juan Francisco Ealy Ortiz en su lucha por dignificar la relación de la prensa con la sociedad y el gobierno, fue el de certificar a partir de 1990 la circulación pagada de **El Universal**, con lo que se convirtió en el primer diario en tomar esta medida en México. Para ello contrató a la organización estadounidense Certified Audit of Circulation (CAC). Además, publicó las cifras reales de circulación y venta, lo que no había hecho ningún otro diario.

Luego de diversos estudios y análisis, el 26 de marzo de 1996 Juan Francisco Ealy Ortiz y el entonces rector de la UNAM, José Sarukhán Kermez, firmaron un convenio de cooperación para la publicación electrónica del diario a través de Internet.

Desde el 1 de abril de 1996, **El Universal** se convirtió en un proveedor de servicios para los usuarios de la red. La actualización de la página se realizaba en la madrugada, con cada edición del diario.

En 1999, en el aniversario 30 de la Presidencia y Dirección General de Juan Francisco Ealy Ortiz, se modificó el diseño del periódico para mantenerlo a la vanguardia no sólo entre los diarios del país, sino entre los cotidianos del mundo.

Entre las innovaciones, destacó la incorporación de color a la portada y a las páginas de la primera sección.

En septiembre de ese mismo año, unos días antes de cumplir 83 años de historia, el diario puso en operación nuevas instalaciones para su redacción, la más grande y moderna de América Latina, con cerca de 3 mil metros cuadrados, espacios para cerca de 300 equipos de cómputo, que dan servicio al personal encargado de la edición diaria: directivos, reporteros, editores, secretarios de redacción, reporteros gráficos y diseñadores, entre otros.

Durante el año 2000 se introducen nuevas publicaciones: la revista semanal *Día Siete*, financiada en conjunto con algunos de los principales periódicos del país y que aparece los domingos con un tiraje de 312 mil ejemplares; la sección semanal "Autopistas" y el periódico EL M. Este último con un tiraje de 100 mil ejemplares, los cuales se ofrecen de manera gratuita entre los pasajeros del Transporte Colectivo Metro.

El 7 de marzo de 2001 nace **El Universal** online, un sitio en Internet eluniversal.com.mx que rápidamente se posiciona en México como líder en noticias y en clasificados por su funcional diseño, herramientas interactivas y actualización constante de la información. Sus secciones principales son ahora Minuto x Minuto, Aviso Oportuno, PYMES, Elecciones 2006, Tu Dinero, Multimedia y Guía del Ocio, entre otras. El sitio en internet actualmente recibe la visita diaria de cerca de 150 mil usuarios que ven más de 5 millones de páginas por día.

El Universal Gráfico, que nació como diario vespertino en febrero de 1922, renueva su diseño y se convierte a partir del 18 de febrero de 2002 en el "Primer Diario de la Mañana". Su renovada imagen y su temprana circulación, permiten a El Gráfico alcanzar un tiraje mayor a 300 mil ejemplares.

A partir de julio de 2002, "El gran Diario de México" emprende una nueva etapa en los contenidos y presentación de sus páginas. La innovación, el diseño, la

calidez y la audacia en el quehacer periodístico, son parte de una estrategia que aplica para mantener y acrecentar su liderazgo en este nuevo siglo. (<http://www.eluniversal.com.mx/> consultado febrero 2007)

“En los últimos tiempos este medio ha desarrollado un periodismo ágil y plural que le ha permitido granjearse a gran número de lectores. En sus páginas editoriales convergen los líderes de los diversos partidos políticos existentes en el país, quienes desde sus muy particulares puntos de vista, plantean interesantes tesis en relación con los problemas nacionales, que, al igual, que las de sus columnistas de primera plana, son susceptibles de la más cuidadosa reflexión”. (Reed, 1995:359)

- Dueño: “Juan Francisco Ealy Ortiz. Por años defendió al PRI, pero desde el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000) abrió las puertas a plumas de toda tendencia”.
- Tendencia: “Plural. De los diarios que tratan de recuperar el brillo que alguna vez tuvo el periodismo mexicano”.
- Amigos: “Académicos del periodismo”.
- Enemigos: “Ernesto Zedillo, cuya administración metió a la cárcel a Ealy Ortiz, acusándolo de evasión fiscal”.

Según Bimsa, este periódico tiene 419 mil 500 lectores al día. Está incluido en la lista de “Los 20 diarios más poderosos de América Latina”, que publicó la revista colombiana Gatopardo en su número 20, fechado en diciembre de 2001.

LA JORNADA.-	
Fundación	19 de septiembre de 1984
País	México
Género	Información general
Ciudad	Distrito Federal
Ámbito	México
Idioma	Castellano
Ideología política	Izquierda
Periodicidad	Diaria
Publicación	Matutina
Tirada	107 mil ejemplares diarios
Color	Blanco y negro; color
Empresa editora	Demos
Fundador	Carlos Payán
Director	Carmen Lira Saade

La Jornada.- Es uno de los principales periódicos mexicanos de circulación nacional, publicado diariamente en la ciudad de México desde el 19 de septiembre de 1984, por Carlos Payán Verver. Tiene formato tabloide y circula en toda la Ciudad de México, además de tener diferentes suplementos en el interior de la república mexicana. Es uno de los actores principales del periodismo mexicano en la reciente transición a la democracia en el país. La directora actual es Carmen Lira Saade.

El diario tuvo sus orígenes entre un grupo de periodistas comprometidos con la democracia que dejaron el proyecto del diario "*UnomásUno*" y quienes, a su vez, habían dejado masivamente al diario *Excélsior*, luego del acto de boicoteo perpetrado por el gobierno de Luis Echeverría Álvarez.

El proyecto no fue bien recibido por el empresariado, para el cual toda propuesta con orientación democrática y social resultaba una conjura comunista, ni por el gobierno de Miguel de la Madrid, en el que confluían las primeras expresiones del credo neoliberal priísta. En la sociedad, en cambio, la iniciativa generó un desbordamiento entusiasta.

La convocatoria para construir un nuevo medio informativo se presentó la noche del 29 de febrero en un salón del Hotel de México, cuando al núcleo original de periodistas se habían sumado ya científicos, académicos, escritores, artistas, cineastas, fotógrafos, militantes políticos de varias tendencias y luchadores sociales.

El entorno político no era la única adversidad. Los convocantes del nuevo proyecto tenían clara la tarea a realizar, pero no contaban con los medios económicos para llevarla a cabo.

La parte principal de la solución provino de los artistas plásticos, encabezados por Rufino Tamayo y Francisco Toledo, quienes realizaron generosas aportaciones en especie para que la iniciativa pudiera prosperar.

Rara excepción y circunstancia de privilegio en la conformación de una empresa: **La Jornada** no tuvo socios capitalistas sino socios artistas y, como aliados y amigos, a figuras destacadas de la cultura.

En los tiempos iniciales, Francisco de la Vega y Alejandro Gómez Arias ofrecieron su consejo y su apoyo, Gabriel García Márquez les regaló un reportaje salido de su pluma, Vicente Rojo realizó el diseño del diario, Juan Sepúlveda les rentó el edificio de Balderas 68, Alberto Bitar puso su imprenta a su disposición, Manuel Barbachano Ponce dedicó la premier de la película Frida, producida por él, dirigida por Paul Leduc y con Ofelia Medina en el papel estelar.

En la madrugada del 19 de septiembre de 1984 en los talleres de Alberto Bitar salieron los primeros ejemplares de la edición número uno. Por esos días algunos se refirieron al diario naciente como panfleto, hoja parroquial, "La Mejor-nada", sin embargo, unos meses después ya estaban tirando veinte o treinta mil ejemplares. La razón era que desde la primera edición, se dieron a la tarea de contar no sólo las versiones, sino también los sucesos de un país que no existía para el resto de los medios. También fue que se dio cabida a voces ajenas a las corporaciones oficiales, a los grupos económicos y financieros, a la industria del espectáculo, a los designios de los grandes poderes y a la moral social hegemónica que no podía concebir "malas palabras" y ni siquiera giros coloquiales, en el papel impreso.
(<http://www.jornada.unam.mx/>) (consultado febrero 2007).

Durante muchos años, se ha caracterizado por sus caricaturistas, por sus críticas hacia el Gobierno y en general, por su apoyo a las llamadas "causas populares". En ocasiones, el rotativo ha revelado información relacionada a corrupción y conductas cuestionables en el gobierno y la iniciativa privada. El periódico, desde su fundación, ha sido crítico de los gobiernos priistas y panistas de los últimos años debido a la percepción compartida por la mayoría de sus columnistas acerca de consecuencias negativas de las políticas "neoliberales" o también llamadas liberalización económica.

La versión online apareció en 1995 y permite un acceso libre a todos los contenidos, incluyendo los archivos. Desde su aparición, su website se aloja, mediante contrato comercial, en la *Universidad Nacional Autónoma de México*, además de contar con una serie de periódicos regionales, en Michoacán, Oaxaca, San Luis Potosí, Guerrero, Jalisco y Zacatecas; cuenta con librería y producciones de suplementos importantes, entre ellos **La Jornada** Semanal de contenido cultural dirigido por Hugo Gutiérrez Vega, Hojarasca sobre asuntos indígenas dirigido por Hermann Bellinghausen, y Letra S, Salud, Sexualidad y Sida.

Varios críticos mencionan a menudo que su director anterior, Carlos Payán, fue senador por el PRD, o ven conexiones políticas en el origen de la publicidad del diario: suplementos publicitarios semanales de varias páginas contratados por el gobierno de Cuba sobre el turismo a la isla.

En su momento, algunos de sus editorialistas han mostrado simpatía hacia el movimiento zapatista EZLN, la APPO (*Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca*) el CGH (*Consejo General de Huelga de la UNAM*) y hacia multiplicidad de grupos sindicales, vecinales, campesinos, académicos e intelectuales. Se ha convertido en un importante medio de apoyo a causas de la izquierda mexicana, publicando ampliamente las declaraciones de sus líderes. En una entrevista, la Jornada señala que su principal objetivo es darle voz al que no la tiene y la defensa de la autodeterminación de los pueblos.

En lo internacional, se ha distinguido por las críticas a los gobiernos de Estados Unidos y sus aliados, a las empresas "transnacionales" y hacia la "oligarquía", que son comunes en sus páginas.

(http://es.wikipedia.org/wiki/La_Jornada/ consultado febrero 2007).

Académicos, intelectuales, hombres y mujeres de las ciencias, las artes y la cultura, cuya influencia es destacada en la formación de la opinión pública, encuentran en **La Jornada** un espacio donde exponer sus críticas e ideas al orden social. Este medio publica artículos de opinión de científicos poco familiarizados con la escritura en

prensa diaria, como Pablo González Casanova o Adolfo Gilly. Sociólogos, politólogos, filósofos, economistas, antropólogos, historiadores o teólogos de todo el mundo.

Hoy, **La Jornada** expresa ese espacio democrático cuyas columnas son un referente, siendo reproducidas a varios idiomas. En su página de opinión se originan debates, polémicas y abren discusiones teóricas y políticas con fuertes repercusiones en las esferas del poder.

- Dueño: Carlos Payán, fundador, socios, directivos del diario.
- Directora: Carmen Lira Saade.
- Tendencia: Centroizquierda; apoya causas como el aborto, el feminismo o el zapatismo. **La Jornada** se declara siempre como un diario de izquierda y de tendencia opositora.
- Amigos: "PRD, organizaciones populares, universitarios".
- Enemigos: "PAN, empresarios, dueños de medios".

Los datos del Centro Interamericano de Marketing Aplicado citados por ADCebra le atribuyen al rotativo un tiraje de 107 mil ejemplares diarios. Según Bimsa, el diario tiene 287 mil 100 lectores al día.

Con frecuencia se define que los diarios afines a una postura política son malos; sin embargo con ello podemos saber perfectamente que esos diarios tienen una postura definida y con ello ya sabremos qué esperar en su publicación.

CAPÍTULO VI (ESTUDIO DE CAMPO)

"PRESENCIA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DENTRO DE LOS PERIÓDICOS MEXICANOS EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN, DURANTE SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE DEL 2005"

6.1 La globalización en los periódicos mexicanos.

6.1.1 Porcentaje de información internacional en comparación con la nacional.

6.2 Participación de las agencias informativas en los periódicos La Jornada y El Universal.

6.3 Contexto informativo que se suscitó durante el periodo estudiado.

6.3.1 Tópicos en las noticias internacionales por diario.

6.3.2 El país que ocupa lugares de privilegio en los periódicos mexicanos.

6.3.3 Información de México en las agencias nacionales e internacionales.

CAPITULO VI

(ESTUDIO DE CAMPO)

“PRESENCIA DE LAS AGENCIAS NOTICIOSAS NACIONALES E INTERNACIONALES DENTRO DE LOS PERIÓDICOS MEXICANOS EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN Y LOS FLUJOS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN, DURANTE SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE DEL 2005”

Para responder a las preguntas del trabajo de tesis, realizamos una investigación que infiriera el tratamiento periodístico que estos medios le proporcionan a la información internacional. A través del método de análisis de Contenido de Berelson, se fijaron comparaciones que determinarían el equilibrio de los acontecimientos publicados.

Los resultados obtenidos giraron en torno al uso de las agencias internacionales como proveedor noticiario, destacando así, la dependencia tecnológica hacia estas supraestructuras internacionales. Con respecto a la orientación de los contenidos, pudimos inferir que las noticias de crisis predominaron en las páginas de los diarios estudiados; con ello dedujimos que los hechos negativos ocuparon el primer lugar de preferencia de estos rotativos, pues la violencia y los desastres naturales se convirtieron en un importante recurso de estos medios.

6.1 La globalización en los periódicos mexicanos.-

La distribución desigual de la información (y de los soportes de la información) es un fenómeno social y político que afecta a los equilibrios de poder en el mundo: confiere poder al que la disfruta y distribuye, excluye de los círculos de poder al que carece de ella.

La lógica de la exclusión comienza cuando un territorio –región, nación o comunidad de interés- carece de estructuras y de organizaciones para articular, aprovechar y exportar la información que produce y consume.

Otra característica de los medios actuales es la globalización de la comunicación; lo que provoca que nos preocupemos más por lo que sucede a miles de kilómetros en el mundo, al tiempo que, nos encontramos ciegos ante lo que sucede a nuestro alrededor. Con el estudio de los periódicos nos pudimos dar cuenta que la información de otros países invade las páginas en nuestros diarios.

6.1.1 Porcentaje de información internacional en comparación a la nacional.-

Para que un país sea considerado global, según varios especialistas (Castells, Hannerz, Sassen), se necesita que exista en él un fuerte papel de empresas internacionales, mezcla multicultural de pobladores nacionales y extranjeros, prestigio obtenido por la concentración de élites artísticas y científicas y alto número de turismo internacional. A esta lista podemos añadir la pregunta: ¿los medios del mismo país, sobre todo la prensa, hablan de la cultura y de las relaciones sociales y económicas como procesos que articulan lo local, lo nacional y lo global?

Este recorrido por el modo en que informan los diarios mexicanos muestra mayor énfasis del acontecer local en las secciones México, Política y Cultura, mientras se privilegia lo internacional en Mundo, Deportes y Economía/Finanzas, equilibrándose ambas tendencias en las páginas de Espectáculos. Este criterio cuantitativo no puede ser el único para evaluar el grado de globalización o localismo de la información en los periódicos. Pero el análisis de contenido no siempre da indicadores claros en una u otra dirección.

En los diarios mexicanos, la mayoría de las notas de Economía/Finanzas y Mundo son consumidores necesitados de auxilio para utilizar los servicios transnacionales.

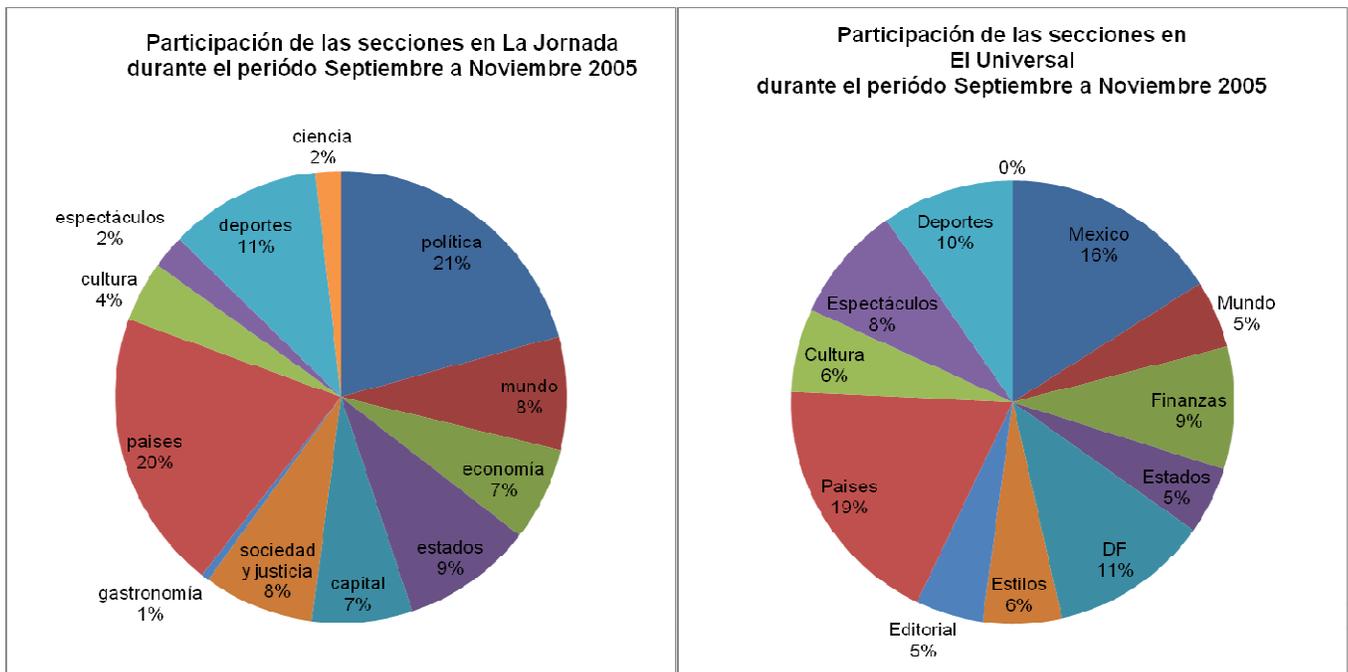
Como podemos ver en las siguientes gráficas (1y2) nuestro estudio arrojó que en **La Jornada** el 20% de la información publicada es internacional y **El Universal** genera el 19% de esta información. Para nuestro caso, tomamos en cuenta toda la información internacional publicada en las diferentes secciones del periódico.

En contexto sorprende que las jefas de información entrevistadas de la sección Mundo de cada periódico, hayan considerado muy limitada la información internacional que se publica en los periódicos mexicanos. Sin embargo, consideran que **La Jornada** es quizá el periódico que tiene mayor número de páginas internacionales. Esto puede deberse a que la oferta de información internacional de las agencias noticiosas es abundante, por lo que mucha queda fuera, por cuestiones de espacio.

Participación de las secciones dentro de los periódicos la Jornada y El Universal.-

Gráfico 1

Gráfico 2



6.2 Participación de las agencias informativas en los periódicos La Jornada y El Universal.-

En los últimos años, uno de los eslabones fuertes en el flujo de información lo han constituido las agencias de noticias. En muchas ocasiones las noticias provenientes de agencias contribuyen en mayor porcentaje al caudal informativo de un periódico, una radiodifusora o un canal televisivo. Las agencias cubren hechos en todo el mundo aunque en algunas regiones como América Latina, los sucesos políticos, económicos y culturales, justifican ampliamente la existencia de una agencia estatal en cada país.

Considerando la difícil situación económica que el planeta enfrenta, resulta más accesible para los medios informativos adquirir notas, artículos, reportajes, fotografías, entre otros, para una empresa especializada, que contar con una planta completa de reporteros, sin importarles que mucha de esta información haya pasado por un

proceso de filtración, en la que obviamente se corre el riesgo de distorsionar la nota; finalmente, los únicos afectados son los lectores.

Un ejemplo es la respuesta que dieron las colaboradoras de **La Jornada y El Universal**, al mencionar que sus periódicos dependen de las agencias informativas sobre todo en aquellos países donde es difícil tener un corresponsal y gracias a ellas obtienen esa información. Además, señalaron que las agencias tienen mayor tecnología y un equipo más preparado de reporteros, por lo que obtienen una información más completa.

Hemos analizado un total de 1287 notas informativas de las secciones Mundo, México/Política y Finanzas/Economía (445 de **El Universal** y 842 de **La Jornada**). Esto considerando que sólo se tomaron en cuenta las notas publicadas por las agencias noticiosas durante el periodo comprendido del 1 de septiembre del 2005, hasta el 30 de noviembre del 2005, de lunes a viernes.

Con respecto a las agencias utilizadas por los periódicos mexicanos, **La Jornada** mencionó que trabajan con ellas porque cumplen con los objetivos básicos de informar los acontecimientos más importantes que están sucediendo en todo el mundo, a pesar de que las agencias lo hacen de acuerdo a sus estándares ideológicos y de jerarquización de las noticias.

Sin embargo, señaló que utilizan las agencias nacionales sólo para ver lo que pasa en diferentes estados de la República Mexicana, pues los impactos de la agencia Notimex a nivel internacional son pocas, al no tener una cobertura tan rica como la de las agencias internacionales.

Mientras tanto, **El Universal** mencionó que utiliza estas agencias internacionales porque manejan una información más completa y de calidad; además de que publican notas exclusivas.

Participación de las agencias informativas en La Jornada y El Universal.-

Gráfico 3

Participación de las agencias de información en La Jornada Sep-Nov 2005

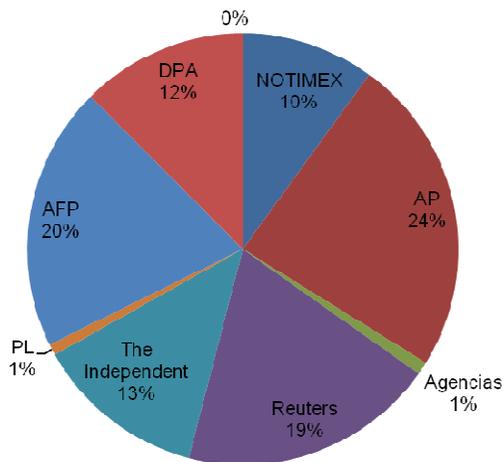
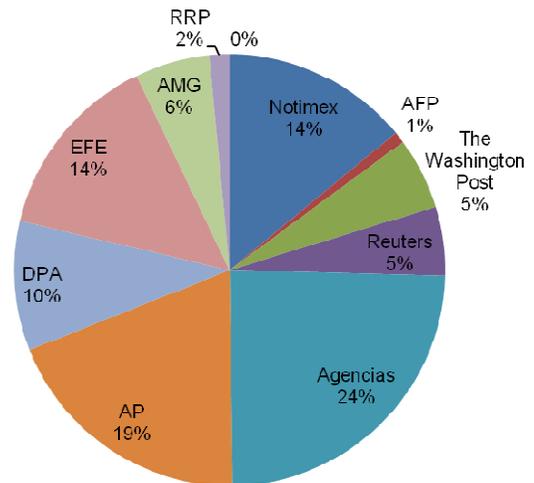


Gráfico 4

Participación de las agencias de información en El Universal Sep-Nov 2005



6.2.1 Porcentaje de noticias internacionales atribuidas a cada agencia informativa.-

En 1962, el estudio del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), encontró una fuerte dependencia de todos los diarios latinoamericanos hacia tres agencias transnacionales de noticias: *UPI* y *AP* (79.3%) y *AFP* (13.4%). A finales de los setenta Beltrán y Fox (Vincent, 1997:178 citado en Lozano, 1997:58) concluyeron que las agencias norteamericanas manejaban el 80% de las noticias internacionales en América Latina.

En nuestro estudio encontramos una situación más diversificada, sin un claro predominio de las «cuatro grandes». **La Jornada** y **El Universal** atribuyeron sus noticias extranjeras a una variedad de agencias (incluyendo sus propios corresponsales o enviados); en el caso de **La Jornada** utilizó *Notimex, AP, Reuters, The Independent, PL, DPA* y *AFP* y **El Universal** *Notimex, AFP, The Washington Post, Reuters, DPA, EFE, AMG* y *RRP*.

Los dos periódicos tuvieron el mayor número de noticias atribuidas a más de una agencia, mostrando con ello una tendencia positiva para combinar diferentes fuentes en una sola nota. De cualquier forma, las agencias utilizadas brindaron 85% de las noticias de las secciones que fueron estudiadas.

En consecuencia, a pesar de que se ha visto una mejoría en la diversificación y uso de las fuentes de noticias, aún persiste una fuerte presencia de las agencias internacionales.

Europa tiene una fuerza considerable de difusión de sus propias noticias y del área que lo rodea. Pese a todo, sólo el paso a través de las agencias americanas transforma una noticia de acontecimiento local en acontecimiento internacional.

Otras, también grandes y económicamente importantes, sólo llegan a ser internacionales (o sea, el resto del mundo conoce sus acontecimientos) cuando los medios americanos deciden hablar de ellas. En nuestro estudio, es el caso de Francia, España, Venezuela, China. Por su parte, los periodistas de muchos de esos países siguen los acontecimientos americanos, como las elecciones, hasta llegar a los más pequeños acontecimientos cotidianos, multiplicando de esa manera el flujo de noticias de América.

“Según un documento de la UNESCO 1997, el setenta y cinco por ciento de las noticias que recorren el mundo nacen en Estados Unidos y de la industria de noticias estadounidenses, aunque se refieran al resto del mundo. Este dato ha hecho hablar frecuentemente del “imperialismo” americano de las comunicaciones que, a través de su peso excesivo, serían capaces de desequilibrar el flujo de la información mundial”. (Colombo, 1997:35)

Cuadro I: Participación de los países dentro de las Agencias Noticiosas en La Jornada.

Países	Notimex	AP	Agencias*	Reuters	The Independent	PL	DPA	AFP
E.U.	24	75		51	18		44	1
Irak		17		17	19		17	
México	44	7	2	13	1		1	
Palestina		13		11	5		11	
Francia	1	17	1	9	5		8	1
Venezuela	2	7		8		1	4	
Brasil		13	1	5			12	
Alemania		5		3			5	
Afganistán		18		1	2	1	5	1
Inglaterra	1	7		7	4		5	
Chile		3	1	2		1	1	
Perú		3		1			2	
Colombia	2	6		3			4	
Japón		3		3			2	
España	1	9	1	7	1	1	6	
China		3		4		1	2	
Cuba	2	4		2			1	
Ecuador		8					2	
Egipto		2		1				
Irán		9		6	2	1	4	1
Salvador		5			1		1	
Guatemala	1	3		2			1	
Israel		22		19	9		9	1
Uruguay		3		2	1		2	1
Argentina	1	3		2			1	
Indonesia		2		1				
Rusia	1	2						
Tailandia				1	1			
Irlanda		2		1			2	
Nicaragua	1	3		1			2	
Bolivia	1	4		2			2	
Noruega		1						
Austria		2		2				
Grecia		1	1				1	
La India				1	1		1	
Pakistán		10		3	5	1	3	

*Combinación de diferentes agencias.

Cuadro2: Participación de los países dentro de las Agencias Noticiosas en El Universal.

Países	Notimex	AFP	The Washington Post	Reuters	Agencias*	AP	DPA	EFE	AMG	RRP
E.U.	10		13	2	19	46	10	31	1	
México	43	4		2	8	8	2	3	25	7
Irak			3	1	22	10	3	1		
Brasil	1		2		2		2			
Francia	2			2	7	3	4	3		
Israel					5	1	1			
Venezuela					5					
Afganistán				2	1	1				
Alemania					1		2			
Chile	1			1	1	1	1	3		
Perú				1	1	1				
Inglaterra				1	4	2	3	5		
Colombia	2			2	3	2	2	1		
Cuba				1	2	1				
El Salvador				1	1					
Rusia					1			2		
España	2			1	3		1	5		
Japón			1		1	1		1		
África				1						
Egipto							1			
China	2			2	1		3	4		
Irán				1	3	1	1	2		
Costa Rica						1		1		
Irlanda					1					
Roma				1	3	1	3			
Honduras								1		
Turquía							1			
Guatemala	1				3	2				
Indonesia					1		1			
Pakistán					6					
Kenia							1			
Bélgica								1		
Siria					1					
Grecia					1					
Luxemburgo					1					
Gran Bretaña					1					
Polonia	1					1	1			
Argentina					3	3	1	1		
Suiza				1	1					
Ecuador					1					
Holanda							1			
Árabes Unidos				1						
Jordania				1	1	1				
Noruega					1					
Canadá					1	1		2		

*Combinación de diferentes agencias

6.3 Contexto informativo que se suscitó durante el periodo estudiado.-

Es importante señalar el contexto informativo que se suscitaba durante el período estudiado (septiembre a noviembre del 2005), donde se evidencia dentro de las secciones elegidas (Mundo, México/Política y Economía/Finanzas), el conjunto de circunstancias que tomaron en cuenta los periódicos **La Jornada y El Universal** para publicar notas de agencias en sus páginas.

Al parecer, los criterios de selección de las noticias los determinan los redactores a discreción, basados en experiencias prácticas. **La Jornada** mencionó que publican lo que ellos consideran relevante para sus lectores de acuerdo con el planteamiento editorial que tienen.

El Universal explicó "Las agencias nos envían cada hora información; la cual comparamos con portales de internet como el de New York Times y BBC, dando seguimiento a las noticias con mayor aparición o las más destacadas y con ello tomar una decisión de cuáles son las más importantes para publicar, dando prioridad a los atentados o elecciones". Guadalupe Galván Hernández jefa de información de la sección internacional/mundo.

Las siguientes tablas presentan los temas publicados, tomados de las agencias informativas que predominaron en los periódicos **La Jornada y El Universal** durante el periodo estudiado.

Temas relevantes del mes de septiembre.-

El Universal		La Jornada	
Sección		Mundo	
Noticia	Frecuencia	Noticia	Frecuencia
1.- Guerra en Irak	25	1.- Guerra en Irak	21
2.- El paso del huracán Katrina en EE.UU.	7	2.- Los daños que dejó el huracán Katrina	15
3.- Ataques de Al-Qaeda	6	3.- Ataques de Al-Qaeda	6
4.- Huracán Rita	5	4.- Sucesos del huracán Rita	5

El Universal		La Jornada	
Sección		México/Política	
Noticia	Frecuencia	Noticia	Frecuencia
1.-Desastres del Huracán Katrina	2	1.-Daños de Rita en México	2

El Universal		La Jornada	
Sección		Economía/Finanzas	
Noticia	Frecuencia	Noticia	Frecuencia
1.-Daños económicos de Rita	4	1.-Los huracanes golpearon la economía de E.U	14

Temas relevantes del mes de octubre.-

El Universal		La Jornada	
Sección		Mundo	
Noticia	Frecuencia	Noticia	Frecuencia
1.- Guerra en Irak	18	1.- Guerra en Irak	15
2.- Gripe aviar	7	2.- Terremoto en Pakistán	7
3.- Huracán Stan	2	3.- Huracán Wilma	3
4.- Huracán Wilma	2		

El Universal		La Jornada	
Sección		México/Política	
Noticia	Frecuencia	Noticia	Frecuencia
1.-Crímenes contra prensa	2	1.-Migración, indocumentados	6

El Universal		La Jornada	
Noticia	Sección	Economía/Finanzas	Frecuencia
I.-Noticias del Pyme	Frecuencia 2	Noticia I. Petróleo en E.U.	Frecuencia 7

Temas relevantes del mes de noviembre.-

El Universal		La Jornada	
Noticia	Sección	Mundo	Frecuencia
I.- Guerra en Irak	Frecuencia 9	Noticia I.- Violencia en Francia por Al Qaeda	Frecuencia 17
		2.- Problemática Irak - E.U.	10
		3.- El Nuevo partido de Ariel Sharon	10

El Universal		La Jornada	
Noticia	Sección	México/Política	Frecuencia
I.-Asesinan periodistas	Frecuencia 4	Noticia 0	

El Universal		La Jornada	
Noticia	Sección	Economía/Finanzas	Frecuencia
0		Noticia I.- Reunión del APEC (Asia Pacific Economic Cooperation)	Frecuencia 4
		2.- Firma del tratado de Libre Comercio de Estados Unidos con Ecuador y Colombia	3

6.3.1 Tópicos en las noticias internacionales por diario.-

La mayoría de las noticias en los dos diarios se referían a política nacional y noticias de crisis (conflictos violentos, guerras, desastres naturales y actividades

guerrilleras), validando con ello las preocupaciones del Nuevo Orden Mundial de la información (NOMIC) y del imperialismo cultural sobre el predominio de noticias

negativas sobre países en desarrollo. Las actividades empresariales y económicas también ocupaban un espacio considerable en los diarios analizados.

Los lectores de los periódicos analizados tenían más probabilidades de recibir noticias internacionales de conflictos, crisis, corrupción, guerras y desastres, que de tópicos positivos o neutrales.

El contexto de cada periódico lo presentamos a través de la descripción de los escenarios histórico y geográfico, que se publicaron en los meses de septiembre a noviembre; la identificación de las agencias y el análisis del aspecto informativo que dieron, cada uno, a los temas.

El Universal y La Jornada frente a la información de la guerra de Irak.

Inmersos en una coyuntura especial del quehacer informativo mundial, los medios mexicanos estudiados como **La Jornada** y **El Universal**, mostraron un rostro distinto al de otras épocas, a la hora de cubrir la guerra contra Irak.

Las habitualmente descuidadas secciones internacionales, se convirtieron en el tema principal de la mayoría de los medios. Sin embargo, aún se apreció una fuerte dependencia hacia las fuentes más tradicionales, aunque hubo excepciones.

En el periódico **El Universal** se analizaron un total de 58 notas realizadas por agencias internacionales dentro de las secciones Mundo y Finanzas/Economía, en relación con la guerra de Irak durante el período de septiembre a noviembre del 2005.

El Universal, se limitó a publicar la información básica en su sección internacional acerca del conflicto, en donde primordialmente habló de la oleada de

terror que se vivía en ese momento en aquel país. Sus publicaciones se basaban en declaraciones que sostenían que la violencia en Irak era consecuencia de los terroristas de Al-Qaeda. El 90% de las notas correspondientes a este tema, eran firmadas sólo

como agencias, debido a que era una recopilación de varias de ellas, sin indicar el nombre de las que habían enviado la información.

Por lo que a él periódico **La Jornada** se refiere, cabe destacar que la información relacionada con la guerra de Irak, fue ubicada en sus primeras planas así como en su portada. Este medio mexicano también abrió espacio a las opiniones de las agencias *AFP*, *AP*, *DPA*, *Reuters* y *The Independent*, dando como resultado diferentes puntos de vista de la guerra, desde los afectados hasta la versión del ejército estadounidense.

Una crítica importante se le hizo al jefe de gobierno español, José María Aznar, quien tuvo la encomienda de convencer a Fox para dar su apoyo incondicional a Estados Unidos. El diario **La Jornada**, de una penetración importante en sectores de centro-izquierda, clamó porque se dejara a México asumir la postura que mejor le pareciera y no se le obligara a apoyar una guerra que no era la suya. En cuanto al *Universal*, no tocó el tema.

Los huracanes Katrina y Rita vistos desde el panorama de los periódicos la Jornada y El Universal.-

La tragedia ocasionada por los huracanes Katrina y Rita en Estados Unidos, no tiene paralelo en la historia del país. Las noticias provenientes de los lugares afectados ocuparon la primera plana de los medios de comunicación durante todo el mes de septiembre y octubre.

La reciente experiencia de Katrina, retransmitida por todo el mundo, pareció haber calado hondo en las personas que reaccionaron masivamente a la petición de las autoridades para evacuar la zona.

De este modo, también Rita se transmitió en directo por periodistas, quienes al igual que con Katrina, se esforzaron al máximo luchando contra la madre naturaleza para hacer sus reportajes, nunca mejor dicho, contra viento y marea.

Una de las incógnitas que generaron éstos huracanes que han desolado parte de Estados Unidos, es la medida en que afectaron la infraestructura y economía de los países damnificados. La agencia protagonista de este tema, en cuestión de economía fue *Reuters*, la cual estuvo presente en el periódico **El Universal**, en donde sus notas aparecieron primordialmente en la sección de finanzas/economía, mostrando las pérdidas y la recuperación económicas.

Ejemplo de las notas emitidas por los periódicos:

El Universal: Nueva Orleans, Louisiana.- "Para aquellos que se preguntan por qué tantas personas se quedaron atrás cuando el agua arrasó con toda su fuerza, los damnificados tienen una sola explicación: sus escasos dólares y centavos no alcanzaron para poder preparar una rápida misión de evacuación."

(The Washington Post citado en El Universal, 2005).

La Jornada: Nueva Orleans, Louisiana.- "El ciudadano Richard Austin lo recuerda ahora con una sonrisa, él y dos amigos estaban exhaustos el miércoles de la semana pasada después de haber navegado en un bote robado durante 48 horas por las inundadas calles de su colonia en Nueva Orleans, cuando repentinamente escucharon que algo más estaba en movimiento cerca de ahí".

(The Independent citado en La Jornada, 2005).

Con estos artículos, damos ejemplo de lo que se abordó a través de las agencias nacionales e internacionales en los medios estudiados con relación a una serie de notas que describían la catástrofe natural que destrozó el Golfo de México. **El Universal** utilizó la agencia mexicana Notimex para publicar noticias acerca de la trágica situación que vivieron los mexicanos en Estados Unidos, provocada por el

huracán Katrina. Otras de las agencias que este medio utilizó para la publicación de esta noticia fueron: *The Washington Post*, *Reuters* y *DPA*.

En ambos periódicos se publicaron declaraciones del presidente estadounidense y una serie de críticas a su gobierno en relación con la respuesta a los daños causados

por Katrina; sin embargo, **La Jornada** se caracterizó por publicar más notas de esta índole. En el tema de Katrina, dentro de **La Jornada**, participaron las agencias: *The Independent*, *Reuters*, *Dpa* y *AFP*.

Una de las notas que se leyó en **La Jornada** fue:

“La inundación de Nueva Orleans está convirtiéndose en la conciencia pública estadounidense, en el equivalente para George W. Bush de la crisis de los rehenes en Irán, en 1979: un repentino y desastroso hecho que pone al descubierto la incompetencia del presidente”.

(The Independent citado en La Jornada, 2005).

Los Atentados de Al Qaeda.-

Los atentados organizados por la red Al Qaeda, fueron tema de abundante literatura de diferentes agencias de noticias en los periódicos mexicanos (**La Jornada** y **El Universal**).

Ambos periódicos se enfocaron en publicar las amenazas que mantenía Al Qaeda sobre España por tener tropas en Afganistán. Tales periódicos coincidieron en publicar una nota que señalaba las amenazas que aparecen en un vídeo difundido por internet. “El gobierno español pone en peligro otra vez a su país”.

Al Qaeda advertía que la presencia de soldados españoles en Afganistán "expone de nuevo a amenaza" a España, según un vídeo divulgado en un canal de Internet creado por la red terrorista y en el que también amenazaba con atacar a Alemania y Austria si no retiraban sus tropas de ese país.

El viernes 02 de septiembre del 2005, **El Universal** señalaba en su cabeza "Al-Qaeda reivindica ataques en Londres".

"La red terrorista Al-Qaeda asumió la autoría de los atentados del 7 de julio en Londres y el "número dos" del grupo, Ayman Al-Zawahiri, amenazó a los países europeos con acciones similares, según un video difundido ayer por la televisora Al Jazeera".

(Agencias, citado en El Universal, 2005).

En **La Jornada** su cabeza señala: "Al Qaeda asume explícitamente ataques en Londres".

"El principal estratega e ideólogo de la red Al Qaeda, Ayman Al-Zawahiri, asume explícitamente la responsabilidad de los atentados al sistema de transporte de Londres, aunque no especificó si la organización de Osama Bin Laden ejecutó los ataques tanto del 7 como del 21 de julio pasados" (REUTERS, AFP citados en La Jornada, 2005).

La proliferación de esos trabajos contribuyó ampliamente a fabricar, en el imaginario colectivo, el sentimiento de una amenaza real que pesaría sobre Occidente y sería encarnada por musulmanes fanáticos. Además, España había sido objetivo y lugar de paso para los miembros de Al Qaeda.

Los orígenes de la organización fueron mencionados en numerosos artículos a partir del 11 de septiembre. Según la versión oficial, habría sido creada por Osama Bin Laden en 1988 e inmediatamente se desarrollaría a partir de Afganistán para convertirse en una red mundial «que financia, entrena y utiliza otros grupos en un número de entre 35 y 60 países», teniendo como objetivo «golpear los intereses de los Estados Unidos en todo el mundo».

6.3.2 El país que ocupa lugares de privilegio en los periódicos mexicanos.-

La prensa mexicana se ha caracterizado por ofrecerle a su público información variada y amplia sobre diversos acontecimientos mundiales: la información

concerniente a Estados Unidos ocupaba lugares de privilegio. La cobertura que los medios impresos de México han dado al acontecer cotidiano en Estados Unidos o sucesos que lo relacionan, ha ido aumentando, produciendo en nuestro país la consecuencia lógica según la cual, cuando a Estados Unidos le da un resfriado, a nosotros nos da pulmonía. Es decir, seguimos con atención y hasta con exageración sucesos de la vida estadounidense.

Como lo menciona Marcela Aldama, jefa de información de la sección Mundo de **La Jornada**. "En México es evidente que vamos a tener más información de Estados Unidos, primeramente porque compartimos una frontera y estamos en un mundo unipolar y lo que haga Estados Unidos nos afecta debido a que muchos mexicanos están viviendo en ese país en calidad de indocumentados; además de que las decisiones políticas que se toman en Estados Unidos no nada más impactan en México sino en todo el mundo, es por tal motivo que se le da tanta importancia".

"En 1975, el profesor John T. McNelly, de la Universidad de Wisconsin, presentó un informe en la Reunión de expertos sobre el establecimiento de arreglos de intercambios de noticias en América Latina, celebrada en Quito, en el que se preguntaba a qué tipo de noticias extranjeras se asignaba más importancia en Iberoamérica. El informe no dejaba lugar a dudas: Los medios latinoamericanos de comunicación parecen dedicar más atención a las noticias de América del Norte y de Europa que a las de la propia región". (MURO, 2006:27).

De acuerdo con nuestra investigación, en la información internacional las noticias relacionadas con Estados Unidos dominaban las páginas de los periódicos mexicanos y, en segundo grado, la región Europea.

Con ello queda claro que la hegemonía de las noticias acerca de Estados Unidos en la prensa mexicana quedó patente en el 2005. Fuera del interés por la propia región geográfica, el interés noticioso se centra principalmente en lo que sucede en los países industrializados de donde son las agencias internacionales más utilizadas. Estos resultados, por lo tanto, confirman las preocupaciones de muchos

investigadores en el campo de la comunicación internacional acerca de la permanencia de desbalances cualitativos en las noticias internacionales que favorecen a los países industrializados.

Para reflejar esta tendencia nos hemos basado en el análisis cuantitativo de las notas que sobre diferentes países han publicado los periódicos **La Jornada** y **El Universal** en las secciones El Mundo, Finanzas y México.

La Jornada		El Universal	
Países	Total de apariciones	Países	Total de apariciones
Estados Unidos	213	Estados Unidos	132
Irak	70	México	102
México	68	Irak	40
Israel	60	Francia	21
Francia	42	Inglaterra	15
Palestina	40	España	12
Brasil	31	China	12
Afganistán	28	Colombia	12
España	26	Roma	8
Inglaterra	24	Argentina	8
Irán	23	Chile	8
Venezuela	22	Irán	8
Pakistán	22	Israel	7
Colombia	15	Guatemala	6
Alemania	13	Brasil	6
China	10	Venezuela	5
Ecuador	10	Canadá	4
Cuba	9	Cuba	4
Uruguay	9	Afganistán	4
Bolivia	9	Alemania	3
Chile	8	Japón	3
Japón	8	Polonia	3
Nicaragua	7	Perú	3
Guatemala	7	Rusia	3
Argentina	7	Jordania	3
El Salvador	7	Suiza	2
Perú	6	El Salvador	2
Irlanda	5	Costa Rica	2
Roma	5	Grecia	1
Austria	4	Ecuador	1
Rusia	3	Siria	1
Indonesia	3	Luxemburgo	1
Egipto	3	Bélgica	1
La India	3	África	1
Suiza	3	Egipto	1
Grecia	3	Irlanda	1
Tailandia	2	Honduras	1
Panamá	2	Turquía	1
Honduras	2	Indonesia	1
Polonia	2	Kenia	1
Noruega	1	Gran Bretaña	1
Portugal	1	Holanda	1
Canadá	1	Árabes Unidos	1
Gran Bretaña	1	Noruega	1
Costa Rica	1		
Bélgica	1		
Italia	1		

FUENTE: Banco de datos en Compact disc (CD-Rom) de los dos periódicos.

6.3.3 Información de México en las agencias nacionales e internacionales.-

En nuestro estudio hemos encontrado que los periódicos mexicanos, aún en noticias nacionales, buscan información de las agencias informativas sin importar que estas sean nacionales o no.

Las jefas de información de los periódicos estudiados, coincidieron al explicar que en algunas ocasiones utilizan las notas nacionales de las agencias noticiosas; debido a que los corresponsales no llegan al lugar de los hechos, la información es más completa o las fuentes prefieren sólo dar declaraciones a medios extranjeros y no a periodistas locales.

En las secciones de México/Política, Economía/Finanzas y Mundo del periódico **La Jornada** encontramos que 44 notas de México fueron publicadas por *Notimex*, 7 por *AP*, 13 de *Reuters*, 1 *The Independent*, 1 *DPA*. Y en **El Universal** 43 de *Notimex*, 4 de *AFP*, 2 de *Reuters*, 8 *AP*, 2 *DPA*, 3 *EFE*, 24 *AMG* y 7 *RRP*.

En las noticias de México que manejaron las agencias internacionales, dentro de **La Jornada** y **El Universal**, destacaron los temas relacionados con los inmigrantes, las relaciones diplomáticas, económicas, políticas, tratados y opiniones que sostenía con otros países.

Algunos de los principales temas fueron: el petróleo mexicano, los indocumentados mexicanos en Estados Unidos, pacto entre México y EU para abrir mercado aéreo, exportaciones a Estados Unidos y críticas de Vicente Fox al presidente Venezolano Hugo Chávez.

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

En las últimas décadas se repite que vivimos y actuamos en una realidad que tiene como uno de sus componentes más importantes el accionar de los medios de comunicación que han determinado el surgimiento de una cultura global. Ese complejo conjunto de flujos y procesos ha sido resultado de grandes cambios y desarrollos de los mercados y las corporaciones multinacionales, las tecnologías de comunicación y sus sistemas mundiales de consumo.

En México son escasos los estudios que existen de la información internacional, gran parte de estos trabajos han proporcionado visiones incompletas o poco específicas de la globalización informativa en nuestro país.

El estudio de la comunicación internacional en México tiene relevancia, debido al aumento de sus flujos, producto de la apertura de los tratados económicos y políticos entre México y otros países, la emisión de información por parte de las agencias internacionales y el acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías. Lo anterior justifica los esfuerzos por investigar esta área y generar conocimientos fundamentados en la comprobación de las teorías utilizadas.

En nuestra búsqueda, nos dimos cuenta de que existe una información internacional que va dirigida a periódicos de diferentes países y por supuesto con diversos criterios como lo es **La Jornada** y **El Universal** y que éstos, a pesar de su diversidad, conforman una opinión pública que va más allá de las fronteras de cualquier

país. Hay que preguntarse dónde está la clave para que un mismo proceso produzca una reacción en cadena de idéntico resultado en medios tan dispares.

La principal causa de este fenómeno es la información internacional difundida por las grandes agencias de información que llega a los principales rincones del mundo, la cual suele estar encaminada a informar los sucesos de acuerdo con sus líneas editoriales.

Son muchos los actores y las fuentes que intervienen en la escena internacional y cada uno tiene sus propios intereses. Todo esto nos lleva a afirmar que en cualquier momento del proceso, puede haber una posible manipulación de la información internacional y que sus fines pueden ser diversos.

Es de suponerse por lo tanto, que los mensajes que se transmiten en los diarios mexicanos previamente han pasado por un filtro de selección, ya que aún cuando se quisiera dar a conocer la totalidad de los acontecimientos que suceden en el mundo, existen limitantes de tiempo y espacio que lo impiden y dan prioridad a los temas que para las agencias de noticias son importantes.

A pesar de la exposición teórica de las tesis clásicas de la libre competencia en donde se formula que ésta se da con toda libertad, en la práctica real que hoy experimentamos se descubre que no existe con tal apertura, pues cada vez más se da un proteccionismo acentuado de las naciones más desarrolladas en favor de sus áreas económicas y políticas. Los medios analizados dan prioridad a la información que las agencias consideran importantes para dar a conocer. Esto significa, que los principios de la era de la información a los que nos enfrentamos, en el fondo, no es una dinámica de libre competencia, sino el autoritarismo económico de los grandes países desarrollados que actúan en nuestro país.

Como nos explicaron las jefas de información de los periódicos **La Jornada** y **El Universal**, uno de los factores que influyen en el proceso de selección de la información internacional, es el excesivo número de notas emitidas por las agencias

informativas. Lo anterior lleva al jefe de información a hacer una primera selección de lo que ha de publicar, ya que esta información, suministrada por las agencias noticiosas, es la más fácil de conseguir, la más completa y es la que casi todos los medios publicarán.

Como se expuso anteriormente, nuestro enfoque fue de tipo cuantitativo, porque utiliza una serie de herramientas de la estadística para la recolección, procesamiento y comparación de datos, los cuales fueron presentados gráficamente.

Basándonos en el análisis de contenido cuantitativo de Berelson, pudimos cuantificar las notas, establecer la frecuencia de los países y las cifras de participación de las agencias dentro de los periódicos seleccionados, con la finalidad de llegar a nuestros objetivos.

El análisis de contenido de Bernard Berelson se realiza mediante una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, que proporcionó suficientes elementos de juicio para contestar las preguntas de nuestro estudio.

Al analizar los contenidos de los periódicos tomamos en cuenta lo siguiente: Clasificamos los elementos de las notas por unidades de análisis para su cuantificación como: el país de origen de la información, nombre de la agencia y el tópico.

Con este marco de referencia metodológica, se contempló en primer lugar, la elección de los diarios, como objeto de estudio, debido a que al periodismo escrito se le atribuye mayor credibilidad con respecto a otros medios.

La importancia teórica y académica de este estudio radicó en el aporte de antecedentes útiles y relevantes en el ámbito informativo internacional, además de convertirse en base de datos para que trabajos futuros puedan utilizar comprobación, objeción y actualización de éste, a través de la inclusión de nuevos elementos referidos al tiempo de análisis o a los medios seleccionados, de tal manera que se pueda comprobar su validez ubicada en otro contexto.

El interés de este trabajo fue conocer, en mayor medida, las formas actuales de la comunicación internacional que ofrecen los diarios en México, de manera tal que se pudiera obtener un panorama más amplio del Periodismo Internacional que se ejerce en el país.

Uno de nuestros objetivos fue determinar el porcentaje de información internacional que emiten los periódicos **La Jornada** y **El Universal** en comparación con el espacio dedicado a la información nacional. En este caso se tomó en cuenta toda la información internacional publicada en las diferentes secciones del periódico.

Los resultados sugieren que los diarios incluidos en la muestra dedicaban considerable atención a las noticias internacionales, el **20%** de la información publicada en **La Jornada** era internacional y **El Universal** generó el **19%** de esta información en todo el periódico.

Aunque en ambos impresos la información internacional ocupó un alto nivel de importancia, **La Jornada** otorgó mucho más espacio y una cobertura más completa a estos temas, especialmente a los que se referían a política y a los conflictos armados internacionales. La información internacional ocupaba un puesto destacado en la primera página de cada diario.

En los dos medios estudiados, hubo un auge de información internacional en las secciones Mundo, Deportes y Economía/Finanzas. El principal apartado donde se publicó más información nacional en **La Jornada** es en la sección política, donde tuvo un 21% de notas en comparación con la sección Mundo que fue del 8% en noticias internacionales. En **El Universal** la sección México tuvo un porcentaje del 16% y Mundo un 5%.

Con esto consideramos que tanto para **La Jornada** como para **El Universal**, resultan más importantes las secciones donde hay hechos de carácter nacional (Política y México).

Torres (1997) nos señala que la prensa mexicana ha preferido depender de agencias extranjeras más que buscar su propia independencia. En consecuencia, la prensa ha aceptado el rol de ser transmisora de información, pero ha olvidado su responsabilidad de producir información y análisis que le permita desempeñar un papel más significativo.

Este autor respalda nuestro objetivo de descubrir el porcentaje de dependencia de los periódicos **La Jornada** y **El Universal** de la información que emiten las agencias nacionales e internacionales de información en las secciones: México/Política, Economía/Finanzas y Mundo, Finanzas.

De las secciones analizadas, el 85% de la información es emitida por las agencias informativas, primordialmente extranjeras; en consecuencia, esto refleja un porcentaje apabullante de noticias internacionales emitidas por agencias informativas, dando como certera nuestra hipótesis.

En entrevista con la **La Jornada** y **El Universal**, se obtienen que en una comunidad internacional con 189 países registrados en las Naciones Unidas, es imposible tener corresponsales en todo el mundo, por lo que se prefiere primordialmente adquirir información de agencias informativas. Tienen corresponsales, de acuerdo con la línea editorial, donde es más atractiva o más importante la información; sin embargo, aún dependen de las agencias internacionales.

En ambos periódicos, el porcentaje mayor de participación de las agencias, fue de la estadounidense AP, con un destacado 24% en **La Jornada** y un 19% en **El Universal**.

Con ello se comprobó que el impacto informativo de Estados Unidos es más visible a través de las agencias de noticias. Gracias a la concepción de los medios impresos que ven a las noticias como si fueran una mercancía, el uso y disseminación de

noticias ha seguido la tradición del mercado libre que ha favorecido a los gigantes de la información en el mundo.

En **La Jornada** el porcentaje de participación de cada agencia fue del 20% para AFP, el 19% lo tuvo Reuters, 13% *The Independent*, 12% DPA, 10% Notimex, 1% *Prensa Latina* y 1% la combinación de información de diferentes agencias en una sola nota.

El Universal tuvo el mayor número de noticias atribuidas a más de una agencia (24%), mostrando con ello una tendencia positiva a combinar diferentes fuentes en una sola nota. Notimex (14%), EFE (14%), DPA (10%), AFP (1%), AMG (6%), *The Washington Post* (5%), Reuters (5%) y RRP (2%).

Los medios mexicanos siguen lejos de alcanzar el porcentaje de cobertura internacional realizado por corresponsales propios, que tienen los periódicos de países industrializados como España y Estados Unidos. Tanto el rol de los periódicos mexicanos en el movimiento globalizador de la región, como la formación del proceso de toma de decisiones y la opinión pública relacionada con el contexto internacional, esperan ser concretados.

Determinar si existe una tendencia a publicar más noticias sobre un país en especial, fue otro de nuestros objetivos de estudio.

En los dos diarios estudiados, se prestó mayor atención a los Estados Unidos y Francia que a países de Latinoamérica. Estos resultados sostienen las preocupaciones del NOMIC y el Imperialismo Cultural sobre el predominio de las noticias acerca de los centros o metrópolis.

Las regiones con menor atención fueron del tercer mundo, como África; esto hace que la exigencia del NOMIC sobre la necesidad de un flujo de información más balanceado sea todavía un tema válido y relevante.

La cobertura de noticias fue la siguiente: Asia ocupó el 33% de la información, este porcentaje es elevado debido a la numerosa cantidad de notas relacionadas con la guerra de Irak. América se encontró en el segundo lugar con el 31% de información, debido a que fue el continente donde se abarcó mayor cantidad de países pero con escasas apariciones cada uno, (sin contar con Estados Unidos que tuvo un porcentaje mayor que Asia); Europa tuvo el 27%; sin embargo, los porcentajes de cada uno de los países desarrollados de este continente como Inglaterra, España y Francia, tuvieron un mayor número de noticias que los países de América. Por último, África abarcó el 9% de la información. Estos resultados muestran la tendencia de los periódicos mexicanos a presentar a los países industrializados de una manera más protagónica que los países en desarrollo de América Latina.

Cabe señalar que durante el periodo estudiado se presentó un alto número de noticias referentes a Irak (en **La Jornada** un total de 70 notas y en **El Universal** 40 notas). Para una mejor comprensión de este suceso, sería necesario considerar que se dio importancia a la información de este país debido a ciertas variables y conflictos sociales, políticos y económicos que tenía con Estados Unidos; es el caso también de Irán, Israel, Venezuela entre otros.

Nuestro estudio arrojó que países como Cuba, El Salvador, Guatemala, con menos capacidad económica para reunir información y transmitirla, se han quedado fuera de la competencia, a pesar de ser países de América Latina. Además, se descubrió que la diferencia entre el número de noticias que pasan de países en vías de desarrollo a países desarrollados es muy amplia. Un ejemplo notable es lo sucedido en el periódico **La Jornada** durante nuestro estudio, en donde Estados Unidos presenta un total de 213 notas, Francia 42 y España 26 en comparación con los países en vías de desarrollo como Chile con 8 notas, Nicaragua con 7 y Costa Rica con 1, todas emitidas por agencias.

En **El Universal** sucedió lo mismo, se presentaron 132 noticias de Estados Unidos, siendo el país con mayor número de publicaciones emitidas por agencias informativas.

Según nuestro estudio, la diferencia entre el número de noticias que pasan de países en desarrollo a países desarrollados es de 1 a 100.

Es innegable que los sucesos que implican a Estados Unidos tienen repercusiones sobre la sociedad de América Latina, pero también sería necesario atender a los sucesos y procesos que se viven en los países que conformamos la región y de los que no tenemos mayor información.

Sería deseable que se equilibrara la cantidad de colaboradores nacionales y extranjeros con objeto de proporcionar a nivel internacional una imagen más auténtica de las posiciones y objetivos políticos, socioeconómicos y culturales de cada país.

Por último y no por ello menos importante, es el objetivo de definir los tópicos con mayor cobertura en la información emitida por las agencias nacionales e internacionales.

Para determinar el tópico en las noticias que emiten las agencias informativas, se leyeron los titulares de las notas emitidas por las agencias en las secciones Mundo, Política/México y Finanzas/Economía. Los titulares de las notas ofrecen unidades textuales fáciles de procesar, que valen como indicadores de los mensajes seleccionados para descubrir su tópico.

Las noticias internacionales en los periódicos seleccionados se refieren principalmente a noticias sobre crisis. En principio, se debe dar una imagen más neutral acerca de los países involucrados, para después promover la disminución de imágenes indeseables que el NOMIC y muchos académicos internacionales han detectado. Los resultados apoyan las premisas del NOMIC acerca de que las noticias internacionales reflejan una tendencia negativa.

El estudio de la información que emiten las agencias dentro de **La Jornada** y **El Universal**, revela una coincidencia casi total en lo que se refiere a los temas que mayor número de veces parecen publicadas en las secciones estudiadas, los temas de la

sección Mundo estaban relacionados con conflictos armados internacionales, crisis económicas y desastres naturales.

Los conflictos armados internacionales son tratados como temas importantes que, pese a no tener en todos los casos una repercusión directa sobre los asuntos en México, resultan de máximo interés y han merecido incluso la portada.

En las noticias acerca de México que manejaron las agencias internacionales incluidos en las secciones México/político en los diarios **La Jornada** y **El Universal**, destacaron los temas relacionados con los inmigrantes, las relaciones diplomáticas, económicas, políticas, tratados y opiniones que sostenía con otros países.

Los dos periódicos coincidieron en el espacio dedicado a las actividades diplomáticas, económicas y políticas entre países, con un pequeño 3% de noticias que tenían que ver con acuerdos comerciales y económicos, los cuales aparecían mayormente en la sección de Finanzas/Economía.

El propósito del presente estudio fue comprobar la hipótesis: "El nivel de dependencia de la prensa mexicana con respecto a las agencias internacionales y sus flujos informativos, da como consecuencia un auge de globalización dentro de los periódicos nacionales".

La cual, fue comprobada por las teorías y las evidencias de nuestro trabajo, por medio de la revisión de los diarios **La Jornada** y **El Universal**, a la par de entrevistas realizadas a las jefas de información de la sección Mundo; lo cual nos revela la afirmación de nuestra hipótesis.

Las noticias internacionales y la dependencia de los diarios **La Jornada** y **El Universal** con las agencias de noticias internacionales, se explica, en gran parte, porque son el principal mecanismo para obtener la información internacional. Cabe

destacar que existe bastante información internacional, debido a que los periódicos estudiados tienen contratos con agencias informativas, las cuales emiten abundante información cada hora y ésta es aprovechada por los diarios para su publicación. En nuestro análisis, el 90% de la información internacional fue emitido por agencias primordialmente internacionales.

Al tomar en cuenta tales antecedentes, se puede confirmar la problemática de escasez de periodistas internacionales en los diarios mexicanos, falta de recursos y la evidente escasez de profesionales capacitados para abordar adecuadamente las noticias internacionales.

Evidentemente es necesario que las agencias nacionales y los corresponsales de los periódicos mexicanos entreguen una información de mejor calidad, para que los medios tengan la confianza de adquirir información internacional de fuentes nacionales.

Para que los diarios mexicanos disminuyan su dependencia excesiva en materia de información internacional de las agencias internacionales, deben incorporar profesionales de la comunicación que sean especialistas en el área internacional o brindar una preparación continua a sus corresponsales; ampliar los recursos económicos para el envío de periodistas encargados de cubrir los sucesos mundiales, crear páginas donde se analicen temas o hechos ocurridos en el mundo y realizar una actualización constante del material necesario para desarrollar un trabajo periodístico de calidad en este campo.

Las nuevas generaciones de comunicadores deben tomar conciencia de una actuación responsable en busca de una información internacional equilibrada y creativa. Es conveniente que los corresponsales en el extranjero reciban una formación previa sobre la lengua, historia y medio socioeconómico del país en el que van a prestar sus servicios, con la finalidad de que conozcan la realidad del país y realicen un trabajo más objetivo.

La dirección mundial de globalización en los medios de comunicación, nos abre la ventana a nuevas formas de hacer periodismo, con alternativas desafiantes y nuevos retos para el ejercicio de esta actividad, lo cual nos conduce a no dejar de mirar hacia el terreno de la comunicación nacional y que en esta aproximación de lo generalizado se puedan hacer diferencias y puntos de encuentro que permitan a las pequeñas entidades no perder su personalidad.

Como propuesta alternativa frente a la globalización o a la mundialización informativa, existe un planteamiento para encontrar nuevas corrientes periodísticas en busca de lo nacional sobresalga en este mundo de globalización. Una de ellas es acentuar en los periódicos el patrimonio tradicional de México, considerándolo recurso clave para afirmar la identidad nacional.

Los periódicos deben ser conscientes de la importancia de defender un planteamiento informativo que conecta con los nuevos derechos de un mundo global. Es decir, que sin dejar de defender lo nacional, conecta lo local y lo global a través de culturas y sensibilidades regionales y de valores universales.

Algunas secciones estudiadas como Economía/Finanzas y Mundo, casi nunca son vistas como instrumentos para desarrollar información de México. Combinar información en estas dos secciones o aumentar información de México, es indispensable para ejercer una ciudadanía con capacidad para participar en el poder económico y mundial de dichas secciones.

Los diarios, al tener mayor aptitud que otros medios para ofrecer información internacional comparada con los sucesos nacionales, pueden contribuir a formar en cada nación una ciudadanía dispuesta a comprender lo que desborda la política y la cultura nacional en comparación con otras naciones.

Estamos convencidos de que en medio de un escenario dominado por la confusión, la prensa mexicana puede encontrar en sus valores esenciales el camino que

necesita para rescatar su destino. Para eso, debe recuperar su información con contenidos de excelencia, de contexto, reflexión y análisis.

La presencia de un público lleva, sin lugar a dudas, a la existencia de una opinión pública. Pero en el caso de la información internacional, este fenómeno presenta peculiaridades que complican su existencia. Dice Calduch que para que las opiniones públicas internacionales puedan articularse eficazmente, deben concurrir al menos los siguientes requisitos:

- 1.- Una base cultural común mínima.
- 2.- Un proceso de comunicación transnacional periódico y permanente.
- 3.- Una interpretación y valoración de la información recibida de acuerdo con ciertos patrones sociales aprendidos e interiorizados.
- 4.- La creencia de que esas interpretaciones y valoraciones realizadas por cada individuo son compartidas por otras muchas personas de otros países, dando origen al desarrollo de una conciencia grupal internacional.

Son pocos los análisis que se han hecho acerca de la información internacional, por lo cual se sugiere continuar con el estudio de este amplio tema. A continuación proponemos algunas alternativas con las cuales se puede seguir abordando esta tesis.

- Hacer un estudio más profundo de otros medios mexicanos que distribuyen noticias de carácter internacional.
- Hacer un análisis de contenido cualitativo de las noticias internacionales.
- Realizar un estudio para evaluar la forma en que la información internacional influye en la opinión pública.

BIBLIOGRAFÍA.-

ALVAREZ Mendiola Rubén,

"II SIMPOSIO INTERNACIONAL DE EDITORES DE PERIÓDICOS DIARIOS"

Edit. Aedirmex, México, 1993.

BAENA Paz Guillermina, "METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN"

Edit. Publicaciones Cultural, México, 2004.

CALDUCH Cervera Rafael, "EL PÚBLICO, LA OPINIÓN PÚBLICA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES PARA UN ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD INTERNACIONAL"

Edit. Universidad Complutense, Madrid 1986.

CALOCA Carrasco Eloy, "RECUENTO HISTÓRICO DEL PERIODISMO"

Edit. Instituto Politécnico Nacional, México, 2003.

CALVIOMONTES y Calviomontes Jorge, "EL PERIÓDICO"

Edit. Trillas, México, 1988.

COLOMBO Furio, "ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE EL PERIODISMO"

Edit. Anagrama, España, 1997.

DIAZ Rangel Eleazar, "PUEBLOS SUB-INFORMADOS"

Edit. Universidad Central de Venezuela, Venezuela, 1967.

"EL PERIODISMO MEXICANO HOY" Edit. UNAM, Instituto de Investigación Bibliográfica catalogación en publicación, México, 1998.

GÓMEZ Mojardín Ángel, "REESTRUCTURACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMATIVA DE NOTIMEX" Tesis de licenciatura, 1999.

HERNÁNDEZ Sampieri Roberto, "METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN"
Edit. McGraw-Hill, México, 2001.

LECHUGA Otero, Rafael, "LAS AGENCIAS INTERNACIONALES DE NOTICIAS" Edit.
Pablo de la Torriente, Cuba, 1991.

LÓPEZ Escobar Esteban, "ANÁLISIS DEL NUEVO ORDEN INTERNACIONAL DE LA INFORMACIÓN", Edit. Eonsa, España, 1978.

LOZANO Rendón José Carlos, "TEORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS", Edit. Alambra, México, 1996.

MARAFIOTI Roberto, "SENTIDOS DE LA COMUNICACIÓN,"
Edit. Biblos, Argentina, 2005.

MARTINEZ Vega, José Antonio, "EL PERIÓDICO: LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI" Edit. Universidad Europea de Madrid, España, 2000.

MCQUIAL Denis, "INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS", Edit. Paidós, México, 2001.

MURO Benayas Ignacio, "GLOBALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y AGENCIAS DE NOTICIAS" Edit. Paidós, España, 2006

PACHECO Espejel Arturo, "METODOLOGÍA CRÍTICA DE LA INVESTIGACIÓN LÓGICA",
Edit. CECSA, México, 2005

PÉREZ Díaz Alfredo, "EL PERIODISMO MEXICANO HOY"
Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1998.

QUIRÓS Fernández Fernando, "ESTRUCTURA INTERNACIONAL DE LA INFORMACIÓN,"
Edit. Síntesis, España, 1978.

RUIZ Castañeda Ma. Del Carmen, "EL PERIODISMO EN MÉXICO"
Edit. UNAM, México, 1980.

SAIZ, María Dolores, "HISTORIA DEL PERIODISMO" Edit. Alianza, España, 1996.

SALAZAR Palacio Hernando, "LAS AGENCIAS DE NOTICIAS EN AMÉRICA LATINA" Edit. Trillas, México, 1990.

SALDIERNA Georgina y GARDUÑO Roberto, "LA JORNADA"
México, Viernes 21 de Octubre 2005.

SALKIND Neil J, "MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN,"
Edit. Prentice Hall, México, 1999.

SINCLAIR John, "TELEVISIÓN: COMUNICACIÓN GLOBAL Y REGIONALIZACIÓN,"
Edit. Gedisa, México, 2000.

THOMPSON John B, "LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD"
Edit. Paidós, España, 1998.

TORRES Francisco Javier, "EL PERIODISMO ARDUA LUCHA POR SU IDENTIDAD" Edit.
Coyocán, México, 1999.

VARGAS Gutiérrez Felipe, "EL PERIODISMO MEXICANO HOY"
Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1998.

VELASCO Valdés Miguel, "HISTORIA DEL PERIODISMO MEXICANO"

Edit. Porrúa, México, 1955.

WOLF Mauro, "LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS" Edit. Paidós,

México 1999.

FUENTES ELECTRÓNICAS.-

"AGENCIA INFORMATIVA LATINOAMERICANA S.A." PRENSA LATINA (PL)

<http://www.prensalatina.com.mx> Consultada en Noviembre 2006

"AGENCIA MEXICANA DE INFORMACIÓN (AMI)"

<http://www.ami.com.mx> Consultado en Noviembre 2005

"AGENCIA NACIONAL DE NOTICIAS, S.A. de C.V. (ANN)"

<http://www.ann.com.mx> Consultado en Noviembre 2005.

"AGENCIA DE NOTICIAS LA JORNADA ASIC"

<http://www.Asic-lajornada.com.mx> Consultado Noviembre 2005.

"AGENCIA DE NOTICIAS EL UNIVERSAL"

<http://www.sunagencia.com.mx> Consultado Junio 2006

"AGENCIA DE NOTICIAS FINSAT"

<http://www.finsat.com.mx> Consultado Junio 2006

"AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS (NOTIMEX)"

La visión Latinoamericana del mundo. <http://www.notimex.com.mx>

"AGENCIA DE NOTICIAS REUTERS LATAM" the business or information

<http://about.reuters.com>. Consultada Junio 2006

"LA AGENCIA DE INFORMACIÓN INTEGRAL PERIODÍSTICA (AIIP)"

<http://www.aiip.com.mx> Consultado Mayo 2006

"ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMPCI)"

"Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2005"

<http://www.ampci.org.mx/estudios.php> Consultado mayo 2006

"CUMBRE MUNDIAL SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (CMSI)"

<http://www.itu.int/wsis/index-es.html> Consultado mayo 2006

"INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (IMCINE)"

<http://www.imcine.gob.mx> Consultado mayo 2006

"PERIÓDICO EL UNIVERSAL"

<http://www.eluniversal.com.mx> Consultado febrero 2007.

"PERIÓDICO LA JORNADA"

<http://www.jornada.unam.mx> Consultado febrero 2007.

"REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN"

"Los medios de comunicación ante el terrorismo"

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/> Daniela Liliana Gómez Flores

Consultado febrero 2007.

HEMEROGRAFÍA.-

Gutiérrez, Fernando e Islas Octavio "RENOVADAS BRECHAS DE LA INTERNET" en Revista Mexicana de Comunicación Núm. 85/2004/ pp. 33-38. Fundación Manuel Buen Día, (consultado Mayo 2006).

