

2ej.
19



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**“LA AGENCIA INFORMATIVA TRANSNACIONAL
UNITED PRESS INTERNATIONAL”**

(U P I)

ORIGEN Y TRASCENDENCIA

TESIS PROFESIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

LUIS RAFAEL NAVARRO ALBA

MEXICO

1986



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	PAG.
INTRODUCCION	I
CAPITULO I. LA VISION INFORMATIVA EN LOS PAISES INDUSTRIALIZADOS	
1.1 POSICION DE LOS PAISES DESARROLLADOS	1
1.2 SITUACION DE LOS PAISES DEL TERCER MUNDO	10
1.3 AGENCIAS TRANSNACIONALES Y POOL DE AGENCIAS	15
CAPITULO II. EL TERCER MUNDO Y SU CONTEXTO COMUNICATIVO	
2.1 LIBRE FLUJO DE LA INFORMACION	26
2.2 POSICION FRENTE A LA UNESCO	32
2.3 CONTROL DE LA TECNOLOGIA EN COMUNICACION	37
CAPITULO III. PRENSA UNIDA INTERNACIONAL Y LA PRENSA NORTEAMERICANA	
3.1 PERIODISMO NACIENTE EN ESTADOS UNIDOS	47
3.2 LA CONSTITUCION NORTEAMERICANA Y LA PRIMERA ENMIEN <u>DA</u>	53
3.3 SITUACION A LA CREACION DE LA AGENCIA	55
3.4 POSICION DESPUES DE LA 2ª GUERRA MUNDIAL	66
3.5 SITUACION ACTUAL CON EL GOBIERNO DE ESTADOS UNIDOS	75
3.6 DIRECTRICES IDEOLOGICAS DE UPI.....	80
CAPITULO IV. PRENSA UNIDA INTERNACIONAL Y SU MUNDO	
4.1 UNA AGENCIA MONOPOLICA	84
4.2 RELACION CON OTRAS AGENCIAS INFORMATIVAS	89

	PAG.
4.3 DOMINIO TECNOLOGICO ADMINISTRATIVO	94
CAPITULO V. CONCLUSIONES	102
CAPITULO VI. OPINIONES CITADAS	119
CAPITULO VII. BIBLIOGRAFIA	123

INTRODUCCION.

A partir de los comienzos de los 70's, el flujo de la información - en el mundo tomó importancia en forma considerable debido a una multitud de causas, entre las que sobresale el hecho de que los países en desarrollo consumen una información internacional cada vez mas elaborada por -- las naciones desarrolladas, la cual busca la uniformidad de criterios de los países del Tercer Mundo respecto a posiciones políticas, económicas ideológicas y además que en sus propios territorios permanezcan con la -- creencia de estar bien informados.

Al mismo tiempo las grandes agencias de información como UPI, AP, -- AFP, REUTER y TASS, como transmisoras y receptoras del flujo de noti--- cias que ocurren en el mundo mostraron un dominio en el campo de la in- formación.

Se han realizado estudios de los mas diversos aspectos de la comu- nicación, sea como fenómeno humano, por las partes que la componen, por la semántica, por su intervención en la historia o por su participación directa en la literatura pero siempre delimitados y marcados por ideolo- gías y pensamientos particulares que han mostrado lo positivo o negati- vo de tal o cual concepción sea capitalista o socialista.

Las agencias como parte de la comunicación, han sido consideradas - por ciertos investigadores como portadoras de las cosmovisión capitalis- ta y en sus estudios sin embargo, han mostrado simplemente una cara de la agencia en sí, principalmente su control en el flujo informativo, -- pero la totalidad de las mismas nunca se ha escrito o por lo menos si - existen esos estudios no han llegado a México.

El hecho de que la UPI controle una porción significativa de las noticias internacionales hace de ella algo interesante para el estudio y sobre todo es el intento de tratar de ofrecer un panorama total de la citada agencia y lograr con ello una apreciación más acertada de su gran importancia tenida en el mundo de la información, no solo en el presente sino también en el pasado.

A través de todo el material recopilado en bibliografía y hemerografía se intentará el análisis de la situación mundial de la comunicación e información así como la realidad de las agencias de prensa y ver las como se hacían importantes e imprescindibles a través del tiempo. Con su aparición, la necesidad de la prensa mundial en materia de ac- pio de noticias fue cubierta y así el mundo se tuvo al alcance de la ma- no.

Posiblemente muchos aspectos de la presente tesis no sean aceptados y mucho menos compartidos pero en cada uno de ellos he puesto todo el interés manifiesto por el tema y estoy convencido como opina Sean Mc --- Bride que no cabe ya seguir considerando la comunicación como un ser- vicio accidental, cuyo desarrollo e investigación quede al azar.

C A P I T U L O I

LA VISION INFORMATIVA EN LOS PAISES INDUSTRIALIZADOS.

"Hasta el decenio de 1930, la comunicación no había sido prácticamente -- objeto de investigaciones, con la salvedad de los trabajos de crítica literaria y algunos estudios sobre la -- propaganda y otras encuestas encargadas por los medios de comunicación social para conocer el efecto de sus productos sobre el público y sus gustos."

SEAN MCBRIDE.

1.1 POSICION DE LOS PAISES DESARROLLADOS.

En la antigüedad, los países poderosos, como introductores de una lengua en un país débil, se volvieron conquistadores minoritarios y poseedores.

La fuente más fecunda del capitalismo moderno (comercial) radicó en los grandes descubrimientos marítimos. El descubrimiento de América y sus conquistas por los españoles convirtieron a éstos en la mayor potencia marítima -- junto a Portugal, de los pueblos del Atlántico del siglo XVI.

Sin embargo, en el siglo XVII, la riqueza del Nuevo Mundo huye a manos de Holanda, Inglaterra y Francia.

"...., las lenguas coloniales se convirtieron en administradoras del -- derecho escrito, de la enseñanza superior, de la ciencia y la tecnología y obligaron a frenar el desarrollo de las lenguas más antiguas, excluyéndolas de esos campos."¹

En la actualidad, la importancia de los medios masivos de comunicación ha aumentado a proporciones poco imaginables. Los medios como instrumentos de penetración ideológica y cultural, como armas de dominación y poder van en proporción directa con la fuerza económica y política de las sociedades modernas de la metrópoli, específicamente del mundo capitalista.

En el Informe de Sean Mc Bride titulado "Un solo mundo, voces múltiples", se reafirma lo anterior al expresar que "en el mundo de hoy, las condiciones, tanto políticas, económicas, científicas, técnicas y militares así como sociales y culturales manifiestan una tendencia a favorecer la posición y la influencia dominantes de Estados Unidos y otros países y a reforzar la dependencia de los tercermundistas. Esto trae como consecuencia la restricción de la independencia política nacional, subyugada por la dependencia --

económica, y en particular por el tipo de relación y división mundial del trabajo entre las naciones ricas y los países en desarrollo."

Como sucede en las relaciones anteriores, cosa semejante pasa en la comunicación. El sector privado o empresarial tiene un poder comparable al de los gobiernos e incluso muchas veces superior todavía por la importancia de los recursos financieros que están en juego. Este poder se refleja fundamentalmente en el establecimiento de los modelos sociales y la orientación de las actividades públicas y de comportamiento.

Preciso es reconocer que los medios masivos de información o los sistemas de comunicación son administrados muy seguido de un modo autoritario y jerárquico, independientemente de su pertenencia a los intereses privados o a organismos públicos.

Con la administración por parte del sector empresarial se hizo patente el fenómeno de la industrialización en el campo de las comunicaciones, ligados de manera estrecha a las modalidades de propiedad de los medios, los cuales también son pluralistas y diversificados. Afirma Sean McBride en su informe mencionado: "Esta variedad tuvo su origen en los cambios experimentados en las estructuras de propiedad y control de los medios masivos después de la Segunda Guerra Mundial a causa principalmente de: a) Los progresos técnicos; b) La monopolización de la producción y comercialización y c) a la extensión de las comunicaciones al mundo entero."

La industrialización no resulta globalmente desfavorable para la comunicación. Un punto a su favor es que sin ella, el nivel de expansión en los medios se encontraría en un proceso mas lento y no hubiese permitido que en el siglo XIX apareciese en primer periódico de masas "New York Sun" (1833)

o que en 1895 se diera la primera proyección de cine masivo en París y Nueva York.

A cambio de lo anterior, "la industrialización va en camino de concentrar la comunicación a través de la formación y consolidación de monopolios y oligopolios en materia de acopio, almacenamiento y difusión de la información. La monopolización se dirige en tres direcciones específicas: a)La integración horizontal y vertical del sector privado que actúa en el campo informativo y recreativo. B)Intervención de empresas pertenecientes a ramas -- industriales variadas e interesadas por la expansión de los medios de comunicación como cadenas de restaurantes, compañías aéreas, etc., C) Unión e interacción de diversas industrias de la información."²

"En los países industrializados, la concentración sigue rumbos muy diversos: a) Apropiación creciente de los medios de comunicación social por el sector privado gracias a asociaciones de diferentes organizaciones en este sector; B) Extensión de distintas empresas en diferentes campos (noticias, productos culturales, producción de medios de programación, fabricación de material destinado a la industria de la comunicación);..."³ Ellos son dos de los aspectos más sobresalientes aunque existan otros no menos importantes.

Esta concentración realizada a través de las famosas empresas denominadas multinacionales, no solamente moviliza y transfiere al mercado comunicativo capitales y tecnologías, sino que además vende innumerables productos de consumo sociocultural, que portan de manera total ideas, gustos, preferencias y creencias.

La imagen reflejada por los medios de comunicación social de los países industrializados, en relación a los tercermundistas es con frecuencia falsea

da y deformada.

Aunado a lo anterior, el contenido y la calidad de transmisión de la información de los países en desarrollo en materia de producción y envío de señales, se encuentran en retraso en detrimento del concepto de Libre Circulación, al no poder competir unos y otros en igualdad de circunstancias.

Pero no es solo la imagen, se refiere también los analistas del Informe McBride a las noticias, en el sentido de haberse convertido en productos comerciales que, por lo menos, en su presentación influye una concepción implicita del público.

La noticia , en el sentido general, siempre ha sido pagada, es decir - se le ha considerado como una mercancía. Alejandro Magno llevaba cronistas a sueldo en una expedición al Indo. En el Imperio Romano, Cicerón tuvo varios corresponsales a sueldo que le pusieron al tanto de los detalles de la con--juración de Catilina.

En la actualidad sin embargo, el hecho de que se le considere mercancía y se "comercialize" se refiere a que las agencias de prensa por el hecho de poseer la tecnología, no difunden la índole y la importancia relativa de -- los acontecimientos. Interviene el hecho de que las "noticias" son artícu--los vendibles y su forma de presentación debe adoptar ciertos tintes o características ya que de lo contrario no interesa al mercado dominante. Se tiende a deformar los hechos con la finalidad de acercarla a las formas que son más fácilmente vendibles.

"Las noticias deben presentar algo nuevo. Cada uno se siente obligado a presentar las noticias antes que su competidor. Se insiste mucho menos en las relaciones entre las cosas...las tendencias...la dinámica...las fuerzas históricas."⁴ Todo aquello que preste la posibilidad de un cambio o vaya de

manera directa contra la estabilidad política y económica del control del Tío Sam en el mundo, se verá relegado a un segundo término si no es que desaparecido en los medios de comunicación social.

Esta forma de ejercer el poder en el propio país y en los demás tiene varios métodos de aplicación, siendo entre las más importantes las siguientes: la explotación directa de los instrumentos y medios de comunicación social o bien mediante las cuantiosas inversiones en las telecomunicaciones, como se ven en el cuadro I, por parte de las principales transnacionales en materia electrónica aplicada a los medios.

CUADRO I

Puesto	Empresa	Venta(millones de dls.)
1o.	IBM (Estados Unidos)	14 436
2o.	General Electric (E.U.)	13 339
3o.	ITT (Estados Unidos)	11 367
4o.	Phillips (Países Bajos)	10 746
5o.	Siemens (Rep. Fed. de Alemania)	7 759
6o.	Western Electric (E.U.)	6 590
7o.	GTE (E.U.)	5 948
8o.	Westinghouse (E.U.)	5 862
9o.	AEG-Telefunken (R.F.A.)	5 187
10o.	Rockwall Int. (E.U.)	4 943

Fuente: UN SOLO MUNDO, VOCES MULTIPLES. F.C.E. Pág. 194.

La tecnología la posee Estados Unidos a través de las citadas grandes transnacionales y mientras seas estos grandes fabricantes, los poseedores de la tecnología, la comunicación seguirá como un lucrativo negocio en manos de unos cuantos.

"En cada país, sea industrializado o sub-desarrollado, el concepto de desarrollo global e integral se ha afirmado y con arreglo a esta perspectiva, se procura definir las relaciones entre los objetivos de desarrollo y las diversas actividades sociales, en particular educación y comunicación, además de optimar la función que podrían desempeñar esas actividades al --servicio de dicho desarrollo global."⁵

Por lo cual el modelo que ha llevado a los países desarrollados a su privilegiada situación hoy en día, no solamente ha predominado en el mundo durante años, sino que además ha sido seguido por un gran número de paí--ses en desarrollo.

Por supuesto no todos los países tercermundistas han alcanzado el mis--mo nivel material y en cada uno de las distintas regiones la situación ge--neral no es siempre la misma, unos han avanzado más que otros.

Sin embargo, en muchos países tercermundistas imitadores, la prensa --libre (tanto escrita como audiovisual) no cumple con su objetivo fundamen--tal que es el de funcionar como fuente esencial de información, y propor--cionar la materia prima a partir de la cual los individuos pueden formarse su propia opinión y sus propias decisiones. Es aquí, en este paso, cuando interviene de manera directa el control de los países desarrollados para --someter y controlar la materia prima o sea las noticias. Consiguen lo an--terior por distintos caminos pero el fundamental son las agencias de in---formación por el simple hecho de que son las únicas en contar con los me--dios, tanto físicos como tecnológicos.

Por lo tanto, en recientes fechas, "la información asume cada vez --formas más diversas, de acuerdo al desarrollo reciente en la historia del hombre, de tecnologías que solo algunos poseen, capaces de reproducir las

señales auditivas y visuales que están en la base de nuevos códigos, con las cuales es posible producir, reproducir y almacenar mayor cantidad de mensajes."⁶

Walter Berns, profesor de Ciencias Políticas de la Universidad de --- Toronto explica en "La Comunicación masiva en las Democracias": "Cuando -- una sociedad como la norteamericana y la de los países capitalistas atribuyen un valor primario a la libertad de expresión y de prensa, las diferentes leyes o proyectos de ley destinados a fomentar una prensa responsable, quedan relegados o frenados a un lugar secundario o subordinado" por lo -- que las intervenciones de los gobiernos es más en relación al control de -- los medios materiales, es decir cines, televisión, radio y ahora satélite como se verá en otro capítulo.

Por ejemplo, en los Estados Unidos, el Gobierno promulgó el Decreto -- de Comunicaciones de 1934, cuyo propósito es: "...mantener el control por los Estados Unidos de todos los canales, sin ceder la propiedad de los --- mismos, para su uso a particulares por periodos de tiempo limitados bajo licencias otorgadas por autoridad federal; y ninguna de tales licencias -- servirá para crear derecho alguno en exceso de los términos, condiciones -- y perforado de la licencia."⁷ Cosa semejante ocurre con la concesión de -- las señales de televisión.

En suma, el Gobierno del Tío Sam otorga la licencia para el uso de--- ondas sonoras a algunas personas. Necesariamente a otras se les niega para usar el limitado espectro radiofónico. Como lo ha dicho Fred Friendly, el gobierno ha determinado que unos cuantos ciudadanos sean capaces de manejar un sistema de supercomunicación pública que puede, de hecho, ahogar a la multitud (esperada históricamente) de voces variadas y enérgicas.

En el aspecto de la información escrita, el gobierno allende el --- Bravo es en realidad nuevamente el que dice quien puede imprimir y publicar como 300 años antes. La intervención del Gobierno es una medida enca-- minada a proteger las garantías que proporcionar la Primera Enmienda.

Los Gobiernos de América Latina pueden cambiar continuamente de mane-- ra democrática o en forma violenta, pero una cosa o un pensamiento se man-- tiene como constante en la prensa y televisión norteamericana: una impla-- cable hostilidad hacia el cambio social en cualquiera parte de la región y sea éste acompañado de violencia o no.

Pero esta actitud hacia los países en desarrollo no se detiene aquí - por parte de los países imperialistas. Además se realiza una especie de -- monitoreo, de vigilancia, en todas y cada una de las partes del orbe y en realidad se remite cualquier información y fotografía a las personas que tienen los recursos, el capital, la fuerza económica y política para hacer uso de estos datos."8

Por lo anterior, la mayoría de las grandes agencias de prensa del mun-- do occidental en este caso, difunden, concientemente o no, una información parcial, esquemática y a menudo deformada sobre las complejas realidades de los países del Tercer Mundo.

Por otra parte propagan informaciones culturales tendenciosas con des-- tino a los países en vías de desarrollo para sumirlos en un estado irreal y de relación dependiente. Un ejemplo claro es la publicidad, la cual ha -- impuesto hábitos como el de no pedir un refresco sino una "Coca". Y son -- precisamente los grandes consorcios dominados por capital extranjero los que en mayor proporción sostienen esa publicidad en pro de los centros ca-- pitalistas.

Una persona que capta la real función de los medios en Estados Unidos como Richard Salant, ex-presidente de la CBS News, opina: " El periodismo - es algo más que una empresa libre y competitiva; en una democracia, es una gran empresa moral...yo defiando el principio supremo de proporcionar a la gente lo que desea saber, en vez de escoger en función de un estudio de -- los gustos y del instinto, lo que podría interesarle..." Sin embargo son -- voces que claman en una gran desierto.

Por lo que podemos reafirmar y concluir en este capítulo que, las em- presas privadas que explotan los medios de comunicación social en los paí- ses industrializados tienen características afines: expansión, concentra-- ción o integración, existencia de vínculos entre la industria de la fabri- cación y las de información, papel decisivo de la publicidad, utilización de datos para toma de decisiones de tipo económico y político, hostilidad constante hacia el mundo subordinado y gran ayuda de las agencias de in--- formación para mantener el statu quo mundial.

1.2 SITUACION DE LOS PAISES DEL TERCER MUNDO.

Los continentes en el mundo antiguo rompieron con el yugo del dominio fuera español, portugués, inglés o francés, para caer en las redes del imperialismo norteamericano. La palabra imperialismo designa la relación internacional de un país fuerte y poderoso (en este caso Estados Unidos y los industrializados) que ejerce dominio y control sobre países periféricos a los que toma como sus colonias (países tercermundistas).

La forma en que llegó esta dominación varía, pero siempre con un mismo -- objetivo: un nuevo colonialismo. El camino más usado es el económico, en el cual los países en vías de desarrollo tienen que vender sus materias primas a bajo costo y comprar los manufacturados a precios elevados, con el consi-- guiente déficit presupuestario, el cual incide sobre los planes globales e -- integrales de desarrollo. Así la característica de este tipo de "relación" es la gran desigualdad.

Para luchar contra su déficit, los países piden créditos a elevadas ta-- sas de interés y así las naciones industrializadas obtienen ganancias sobre inversiones de capital y tasas de repatriación. A su vez proporcionan ayuda-- financiera a regímenes capitalistas que necesitan para el control político -- y dominar de esta manera las conciencias de esos países. Es éste, el segundo frente que abren para un control total.

El último paso es el dominio cultural, el cual vendrá de manera natural al tener éxito los dos anteriores. La comunicación de masas es la forma prin-- cipal del imperialismo cultural basándose en la variación de poder, los ex-- pertos de Estados Unidos así lo afirman en 1970: "Si bien Estados Unidos tie-- ne un poder considerablemente predominante, quizá en los asuntos internacio-- nales ha disminuido su capacidad para dictar el curso de los acon--

tecimientos, esto quiere decir que Estados Unidos tendrá que recurrir - más que nunca a la explicación y persuasión; la revalidación hace que la diplomacia cultural sea esencial para el logro de las metas de las - políticas norteamericanas." Universidad de Georgia.

El imperialismo cultural ejercido a través de la comunicación no es un fenómeno solitario porque para los países industrializados es un proceso vital para asegurar y mantener la dominación económica y política - sobre los países pobres. Los organismos encargados de llevar el mensaje de Estados Unidos y compañía al resto del mundo son principalmente las agencias internacionales de prensa.

"Por lo que sucede hoy en día, que los países en desarrollo 'consumen' una información mundial elaborada por los países desarrollados y que tiende por un parte, a mantener al hombre del tercer mundo en estado de alienación y, por otra, al hombre de Occidente en una peligrosa ignorancia de la realidad de sus países, de sus pueblos y sobre todo en la necia seguridad de la 'superioridad' industrial, tecnológica, cultural y por lo tanto de su - civilización."⁹

Así fue que a comienzos de los años setentas, los países no alineados (pobres) incluyeron en su programa de acción, la cooperación en el sector - de la información y de los medios masivos de comunicación. La decisión al - respecto fue adoptada en 1973, en la Cuarta Conferencia Cumbre, celebrada - en Argel, en cuya ocasión se invitó a los países no alineados a cooperar en este campo y a intercambiar informaciones sobre sus avances. Fue entonces - cuando surgió la iniciativa de recomendar la "reorganización" de los medios de comunicación, hoy basados en una desastrosa herencia del periodo colonial que les impedía crear una comunicación libre, directa y rápida.

Este movimiento de no alineación, que desde su fundación desarrolló una acción a favor de la descolonización política y económica, fue el primero en emprender el camino de la descolonización en la información. No obstante no ha desaparecido la lucha. Por medios militares y económicos, el imperialismo y el neocolonialismo tratan de seguir su dominio en muchas de esas grandes regiones del mundo hoy liberadas, y en algunos puntos claves, como Indochina y el Medio Oriente.

Estos acontecimientos fueron denunciados ante la Opinión Pública Internacional en la misma reunión de Argel. Ellos son la práctica inadmisibles de las sociedades transnacionales, que atentan contra la soberanía de los países en vías de desarrollo y violan los principios de la no injerencia y de los derechos de los pueblos a la autodeterminación, condiciones fundamentales para el progreso político, económico, social, cultural e informativo de esos países.

Mientras que en el pasado a un país pobre, nación del Tercer Mundo, un estado bajo el dominio colonial, se le utilizaba para sacar materias primas, metales, minerales, etc., ahora no se detienen ahí las grandes potencias, sino que en la actualidad les interesa también la información de la región, o sea los datos crudos que les van a indicar donde están los recursos, cómo es su población, cómo se le podría controlar, datos de esta naturaleza se extraen y se envían de regreso a las grandes naciones industrializadas.

"Tras haberse creído liberadas de la colonización abierta, los países recientemente independizados comprendieron que su desarrollo estaba más amenazado que nunca y sin un cambio radical del sistema mundial de información, no podrían lograr que se atendiera su exigencia de un nuevo orden económico

internacional ni que se fortaleciera su identidad cultural."¹⁰

En parte a lo anterior, las autoridades gubernamentales de los países latinoamericanos y de la gran mayoría de los países del mundo propenden cada vez mas a intervenir en todas las ramas de la comunicación. También está la tendencia por otras razones no menos poderosas como las ideológicas y políticas, ya que la responsabilidad cada vez mayor del gobierno en todos los campos de la vida pública no le permite desinteresarse de la comunicación, o al menos de uno de sus aspectos.

Existen las causas económicas-financieras, dado que el aumento de los costos de la comunicación exige a menudo inversiones del Estado. A las anteriores se les suma las morales porque la influencia de la información, la cultura, en su conjunto, debe suscitar la atención de las autoridades responsables.

Todos estos motivos son las razones por las cuales el Estado interviene en el campo de las comunicaciones.

"Pero a la vez que los países industrializados tienen toda la capacidad necesaria para producir la información que necesitan y más, a otros (los tercermundistas), no les ocurre esto, lo cual coarta gravemente su desarrollo."¹¹ los obliga a volverse dependientes totalmente, no sólo en el aspecto de comunicación, sino en los dos superiores, el político y el económico.

A pesar de conocer su realidad, algunas organizaciones de los países en vías de desarrollo, financiadas desde el exterior, defienden el sistema informativo actual. Un ejemplo de ello, es la supuesta Comisión Mundial de Libertad de Prensa, organización que al igual que la Sociedad Interamericana de Prensa, obstaculizan cualquier intento de instalar un nuevo Orden Informativo Internacional, ni siquiera para crear una agencia de prensa del

Tercer mundo por considerarlo atentario contra la independencia de los -- medios informativos.

"Es decir los medios de información 'nacionales' se encuentran doble-- mente determinados por el capital monopolístico, principalmente norteameri-- cano...mediante los mensajes producidos por empresas transnacionales de -- información, en forma fundamental por agencias de prensa, que son difundidos por medios 'nacionales'.¹² Y además por la tecnología en materia de -- comunicación que sólo los grandes países poseen.

Como consecuencia, las agencias de prensa se convierten en las princi-- pales e incluso las únicas fuentes de información sobre todo en lo que se refiere a las noticias del extranjero.

Cinco de esas agencias desempeñan un papel especialmente importante en el plano mundial, debido a su amplitud y perfeccionamiento técnico de sus sistemas de acumulación y distribución de la información en un gran número de lenguas en todo el mundo, apoyadas de manera fundamental por los paí-- ses a los que pertenecen, convirtiéndose en empresas transnacionales al --- servicio de intereses económicos y políticos.

1.3 AGENCIAS TRANSNACIONALES Y POOL DE AGENCIAS.

Las agencias informativas, desde su nacimiento, estuvieron estrechamente vinculadas con la expansión política y financiera de países como Francia, Gran Bretaña, Alemania y Estados Unidos.

Así una buena parte de las noticias era facilitada por las agencias de prensa que se desarrollaron rápidamente a principios del siglo XIX y extendieron sus operaciones a todo el mundo. Su trabajo de pioneros suscitó la aparición de la prensa de masas, antes de reforzar su desarrollo. Su consolidación económica llega a principios del siglo XX. Sin embargo ya la prensa de masas había nacido con el ya citado "New York Sun".

Estas agencias facilitaron considerablemente la apertura de nuevas vías comerciales y contribuyeron a reducir las dimensiones del mundo. Al mismo tiempo, como era la época del apogeo del colonialismo, coadyuvaron al mantenimiento del orden político y económico existente y a la extensión de los intereses comerciales y políticos metropolitanos.

Los hombres e iniciadores de esas agencias son tres en un principio: Charles Havas en Francia (1835), Julius Reuter en Gran Bretaña (1851) y Bernard Wolff en Alemania (1849). Estas agencias firmaron un acuerdo para repartirse las noticias del mundo en partes de acuerdo a su importancia en el orbe. A este Cártel ingresaría a inicios del siglo XX, las dos poderosas agencias norteamericanas, Prensa Asociada (1848) y Prensa Unida (1871). Desde entonces, estas agencias, junto a la soviética TASS, dominan y controlan el flujo informativo que ocasiona una uniformidad de criterios y una ausencia total de participación de parte del resto de los países del mundo en el quehacer comunicativo.

Este desequilibrio de la circulación de la información es el corolario de las infraestructuras existentes y de la función que incumbe a diversos actores de las comunicaciones internacionales.

La controversia sobre este desequilibrio giró en torno al tema de las -- corrientes de noticias internacionales y del predominio de las grandes agencias mundiales en materia de acopio y difusión de noticias, destinadas a un número cada día mas creciente de consumidores primarios y secundarios, oficiales y privados.

A pesar de que numerosos países, de todas las regiones del mundo, disponen de agencias nacionales de prensa, que tienen una creciente importancia y un cierto número de ellas han instalado individual o conjuntamente delegaciones o nombrado corresponsales en el extranjero para reunir y diseminar -- sus noticias. A pesar de que la mayoría de las agencias nacionales tienen -- una red de corresponsales en el país, su base es y será, los acuerdos de suscripción o intercambio con dos de las agencias mundiales por lo menos, que -- les proporcionen las noticias del extranjero a la vez que reciban sus noticias nacionales.

Así "las agencias denominadas internacionales, tienen en realidad un -- carácter transnacional y responden a los intereses políticos dominantes de -- sus países de origen. Esta situación ha venido representando una seria limitante para los países denominados del Tercer Mundo, pues el colonialismo --- informativo ha contribuido a mantener las relaciones desventajosas existentes entre los centros capitalistas y los países dependientes."13

Con el transcurrir del tiempo, las cinco agencias de noticias más im---portantes en el mundo han llegado a controlar una porción significativa sino es que total, del flujo informativo en todo el globo. Estas cinco mas importantes agencias son: dos norteamericanas, las ya mencionadas AP (Associated Press) y UPI (United Press Internacional); una francesa AFP (Agence France --

Preense); una inglesa REUTER y la soviética TASS (Telegrafnoie Agentstvo Sovetskavo Soyusa) ésta última con un mayor número de abonados en los países socialistas.

"Estas instituciones, la mayoría empresas productoras de diversos tipos de información, son las que en la división social del trabajo ocupan el eslabón intermedio entre las empresas e instituciones del sistema capitalista y los medios de información."¹⁴

Además de las agencias de noticias, podemos mencionar, entre las más importantes, a las agencias de publicidad y a las empresas productoras de mensajes.

"En otras palabras, las agencias de noticias transnacionales no tienen en primer lugar, el objetivo de traer información del extranjero a sus propios países. Por ejemplo, la UPI entregaba en el estado de Georgia, Estados Unidos sólo un 4.1% de información referida a América Latina.

El objetivo es más bien informar al resto del mundo de sus propias sociedades y de mediar como intermediarios en la información entre otros países. Las características de este flujo unidireccional se comprueba al considerar el hecho de que el 62% de los corresponsales de las agencias internacionales se encuentran en Estados Unidos (34%) y Europa (28%). En Asia y Australia se hallan el 17%, el 11% en América Latina, 6% en Medio Este y sólo el 4% en Africa."¹⁵

"El desinterés por parte de las grandes agencias hacia las regiones pobres del mundo o en vías de desarrollo, se debe como en el caso de AP y UPI a que solo un cinco por ciento de los abonados a sus servicios pertenecen a esos países y, lo que es aún más importante, esas naciones participan sólo con el uno por ciento en el ingreso general de las citadas agencias."¹⁶

Nuevamente el Sr. Walter Berns, autor de numerosos artículos para -- publicaciones jurídicas y de ciencias políticas, asegura que "los despachos que se escriben acerca de las zonas tercermundistas se relegan a ocupar siem- pre un lugar secundario en las últimas páginas de los periódicos. Los relatos de fracaso y desesperación son los que se juzgan dignos de aparecer en pri- mera plana, lo que concuerda con la antigua tradición periodística de que -- 'un hombre muerde a un perro' constituye una noticia, mientras que 'un perro muerde a un hombre' no lo es."

A la caza de este tipo de noticias se encuentra el personal completo -- de las agencias transnacionales en todo el mundo, siendo las únicas fuentes de información capaces de lograrlo. "La agencia Prensa Asociada (AP) posee - periodistas en 110 países y se considera que casi mil millones de personas - leen o escuchan cada día su material. La Prensa Unida Internacional, que --- tiene a su servicio cerca de diez mil personas, suministra diariamente 14 mi- llones de palabras a siete mil abonados de 90 estados. Sus corresponsales - trabajan en 238 secciones de 62 países."¹⁷

En el cuadro II aparecen la información de tres agencias transnacio--- nales importantes, para darse cuenta del poder en el control y flujo de la - información que no poseen ninguna otra excepción de UPI (que se verá en su capítulo respectivo) y TASS, la cual como ya habíamos mencionado tiene su -- mayoría de suscriptores en el bloque socialista.

CUADRO II

AGENCIA	AP	AFP	REUTER
Cantidad de países atendidos	110	152	147
Cantidad de suscriptores	7,300 diarios 1,000 (A.P.)	12000 69 ag. nacionales.	6,500 400 radio

AGENCIA	AP	AFP	REUTER
	3,400 radio y televisión.		
Cantidad de países cubiertos con corresponsales o noteros	62 oficinas en el ext.	167 países 108 oficinas en el ext.	153
Cantidad de palabras difundidas por día	17 millones	3.35 50 foto- noticias .	1.5
Cantidad de corresponsales en el extranjero	559	171 1,800	350 800
		noteros	noteros

Fuente:CONDICIONANTES HISTORICAS DE LA COMUNICACION SOCIAL. Pág. 116

A pesar de que Prensa Francesa y Reuter cubren a un mayor número de países, su importancia es menor en relación al número de corresponsales para el acopio de noticias, así como es menor también su número de suscriptores. La única agencia capaz de compararse con la AP es la Prensa Unida Internacional; mientras AP difunde 17 millones de palabras por día y ofrece servicios en 110 países, UPI difunde 14 millones de palabras y 200 fotografías a 92 naciones en el mundo.

Alberto Montoya en el libro "Condicionantes Históricas de la Comunicación Social" escribe: "Para acentuar aún más el poder de estas agencias, las comparemos con una agencia nacional INFORMEX de México, la mayor agencia nueva de noticias; esta difunde alrededor de 25 mil palabras por día de noticias nacionales, 3000 palabras de noticias del extranjero a un número apro--

ximadamente de 200 abonados." Con ello a pesar de que México y otros países de Latinoamérica cuenta con agencias nacionales, la AP y UPI proporcionaban cerca de un 70% de las noticias aparecidas en los catorce principales diarios latinoamericanos, antes de la aparición de la agencia LATIN.

"El mayor público continúa siendo, como lo ha sido por decenios, el de la Associated Press y la United Press International las que cuentan con unos 170 empleados editoriales que no son elitistas conforme a ninguna definición que no sea la competencia. Tampoco son liberales ni conservadores. - El 'New York Times' y el 'Washington Post' pueden dominar las discusiones académicas y gubernamentales, pero las crónicas que conmueven a la gente en masa generalmente llevan el logotipo de AP y UPI."¹⁸

En ciertos países en desarrollo, sin embargo, las agencias transnacionales se ven obligadas a distribuir sus noticias exclusivamente por conducto de los gobiernos o de agencias controladas por éstos y no directamente a los periódicos, lo cual puede ser bueno o malo según sea su uso, pero -- siempre provocainficiencias y retrasos y sirve a menudo de método de censura.

Como lo expresa Robert D. Novak, co-autor de la columna de noticias políticas titulada "Inside Report" (Informe Interno) que se publica simultáneamente en todos los diarios nacionales de Estados Unidos: "lo que es más dañino aún, el impacto de estos dos servicios cablegráficos es mucho mayor que la calidad de los relatos que escriben y distribuyen. De un modo directo, ellos son más responsables que cualquier otra organización o grupo del establecimiento de un patrón para el reportaje de las noticias diarias seguido no sólo por los periódicos sino por la industria de la televisión."

Así ¿Qué pasa si algún periódico regional o alguna agencia nacional -- publica o distribuye una noticias antes que la AP o la UPI? Por definición, el

periódico u la agencia nacional generalmente no son medios importantes y con frecuencia son desconocidos a nivel regional. Si la AP o la UPI no la recogen puede ser que la interpretación del periódico o la agencia simplemente no aparezca nunca en la escena internacional.

"Si uno se fija, se dará cuenta que las zonas de influencia de las agencias transnacionales de Occidente coinciden con los límites de los antiguos imperios coloniales y las actuales zonas de interés económico y político. Tenemos entonces que la Prensa Francesa ocupa una posición privilegiada en Africa, mientras que la Reuter en Asia y Africa de habla inglesa, la AP y UPI en América Latina y el Oriente Lejano."19

Por último, gracias a los rayos catódicos, resulta ya posible escribir, corregir y modificar los textos con miras a su transmisión inmediata y automática. Se utilizan sistemas informatizados para el almacenamiento, la localización, la preparación de textos y la transmisión de noticias y datos comerciales. La capacidad, el alcance, la velocidad y la calidad de transmisión de noticias, mensajes y facsímiles han progresado también.

Los sistemas de cables, perfeccionados y ampliados. los servicios telefónicos y de teletipo, los circuitos de radio en cada país y de un país a otro, han sido completados y a veces sustituidos por la transmisión mediante satélite. Todos estos adelantos tecnológicos y científicos en materia de comunicación sólo los pueden poseer las grandes agencias debido al gran poder económico que tienen y lo utilizan para fortalecer aún más su posición de dominio con respecto a las agencias regionales y nacionales.

Por consiguiente, las grandes agencias de prensa han creado una amplia red de comunicación que, gracias a una larga experiencia en materia de acopio, tratamiento y distribución de noticias, además del apoyo de su gran ca

pital que manejan, hacen de la recepción y redistribución de sus servicios, una operación cotidiana y casi automática.

Para combatir esta enorme disparidad en el manejo de la información -- surgió a mediados de los años setentas, un grupo de agencias nacionales que reunidas eran las únicas capaces de difundir en el mundo su propia información al mismo tiempo que, facilitan a los medios de difusión de sus respectivos países informaciones del mundo porque las noticias sobre las naciones en vías de desarrollo, llegaban o a través de las cinco poderosas agencias de los países que solemos llamar grandes potencias o no llegaba.

"...Pero se puede decir que las grandes agencias sólo dedican de un 10 a un 30% de sus noticias al mundo en desarrollo, considerado en su totalidad."20

El Pool de Agencias de Noticias de los Países no Alineados comenzó a funcionar en Enero de 1975, tras un acuerdo de doce agencias de prensa, entre las cuales figuraba Notimex, que invitaron a los demás países no alineados a sumarse a este nuevo sistema de intercambio y difusión de la información.

En 1976, gran número de países no alineados se iban a incorporar para constituir y agrandar el sistema de intercambio de noticias y de cooperación en todos los campos afines al desarrollo de las agencias noticiosas. Era -- muy fácil creer que ese núcleo de un nuevo sistema de intercambio de noticias al cual se sumaron agencias de prensa, en su mayoría escasamente desarrolladas, deficientes en cuanto a los cuadros poco avanzados, iba a suscitar un interés enorme incluso fuera del mundo no alineado, siendo blanco de críticas y con no poca frecuencia de ataques hostiles.

Pero Ivacic, quien fue director general de la agencia de noticias Tanjug - entre 1967 y 1980 define al "Pool de Agencias de Países no alineados como - "un sistema policéntrico basado en la actividad y el robustecimiento de -- las agencias nacionales de prensa iguales en sus derechos."

El Sistema de Pool fue iniciado con el fin de eliminar la división de agencias noticiosas entre las que, en el mercado de la información internacional, aparecen tan sólo como productoras y vendedoras de noticias, y otras que, funcionan simplemente como compradoras y usuarias de la información.

La cooperación entre ellas reviste diversas formas: intercambio de informaciones, utilización común de medios de transporte, designación conjunta de corresponsales en el extranjero, asistencia mutua para facilitar la formación de periodistas, dispositivos comunes de difusión por medio de satélites, entre otras.

Este consorcio tenía ya 26 miembros un año después de su creación y - 50 en 1978. Se constituye pues en un esfuerzo concreto encaminado a reducir la dependencia en tales países, y en general de los países en desarrollo, - frente a las grandes agencias transnacionales de prensa.

El Pool funciona por conducto de centros regionales como la agencia --- yugoslava Tanjug (Telegrafiska Agencija Nova Jugoslavija), la agencia tu-- necina TAP (Tunis Afrique Presse), la agencia marroquí MAP (Magheb Arab --- Press), la INA (Iraki New Agency) en iraq, Prensa Latina en Cuba y el Press Trust de la India. Colabora también con la Inter Press Service, que es una cooperativa fundada en 1964 en Italia para proporcionar serv icios de in--- formación a América Latina y otras regiones en desarrollo.

Su contribución al flujo informativo es de 40 mil palabras por día en sus primeros tres años. El intercambio de noticias en el marco del Pool es

transmitido en inglés, francés, español y árabe. Otros aportes han sido el mejoramiento de los sistemas de telecomunicaciones, entre ellos el satélite, la reducción en las tarifas de transmisión, prestación de ayuda con miras a la creación de agencias en las naciones donde no existen tales servicios.

En los momentos en que se inició el Pool tenían en el mercado mundial de la información, una Credit Line más amplia la Tanjug. MENA (Middle East News Agency) y la Prensa Latina, en medida algo menor, las agencias noticiosas de los países de Magreb, Antara y UNA (Uganda News Agency) en Uganda. En los años transcurridos estas agencias se han fortalecido. Además se les sumaron las agencias INA, Notimex, KCNA de Corea, TAP y muchas más.

La Primera Conferencia del Pool, celebrada en 1976 en Nueva Delhi agrupó a 59 países no alineados a pesar de que en aquel momento, menos de cuarenta agencias de noticias participaban en el consorcio, lo cual indicaba que la situación había madurado para que se emprendiese una acción concreta, la cual se hizo.

Hoy día participan en el Pool más de setenta agencias de noticias y una docena de instituciones de información que desempeñan el papel de agencias de noticias en los países en que no existen éstas todavía.

Sin embargo no todo es fácil. Hay y están ahí obstáculos al Pool, de los cuales existen dos muy importantes y fundamentales para equilibrar el flujo informativo en opinión del Sr. Ivacic, quien fungió en 1979 como presidente del Comité Coordinador del Pool. El primero, "son las elevadas tarifas de telecomunicaciones que dificultan a muchos países intervenir en el intercambio por procedimientos rápidos (servicios de correos, telégrafos, teléfonos, comunicaciones por satélite, comunicaciones por radio).

La segunda es la elevada concentración de los fabricantes de equipos -- para agencias de noticias en pocos países altamente desarrollados que han -- dado ya grandes pasos en la fabricación de equipos electrónicos."

Por esto, a pesar de sus esfuerzos, las naciones pobres aún tendrán -- que luchar a brazo partido contra el poder de las naciones poderosas porque a pesar de ciertas iniciativas como el Pool de Agencias de Prensa de los -- Países no Alineados o de Inter Press Service, éstas han quedado frenadas en cierta medida, en los países industrializados, por una falta de receptivi-- dad y por la negativa a utilizar sus noticias y servicios radiofónicos.

C A P I T U L O I I

EL TERCER MUNDO Y SU CONTEXTO COMUNICATIVO.

"No hay nada tan difícil de lograr, tan dudoso ni tan peligroso como iniciar un nuevo orden de cosas."

MAQUIAVELO.

2.1 LIBRE FLUJO DE LA INFORMACION.

La libertad en el sentido de que un ciudadano o un grupo social tenga acceso a la comunicación, a la vez como receptor y como emisor, no es del mismo orden que la libertad del empresario de la información, que procura - obtener beneficios con el dinero que ha invertido en los medios de comuni-- cación social. La primera protege un derecho humano fundamental, al paso -- que la segunda permite la comercialización de una necesidad social sin preo-- cuparse por la calidad del contenido.

Con esto la información puede circular en un solo sentido y su conte-- nido parcial y mediocre a la vez, está supeditado a intereses o realidades del extranjero. Estos efectos desfavorables pueden derivarse de una indus-- trialización llevada a cabo sin preocuparse por las responsabilidades y sin una tutela democrática.

Estos intereses creados han dado origen al fenómeno conocido con el -- nombre de "transnacionalización" o "transnacionalidad", un matiz que ha a-- fectado prácticamente a todo el sector de comunicaciones. Se puede hablar - inclusive de un fenómeno transnacional de la comunicación.

Al igual que en otros sectores de la economía transnacional, cabe --- distinguir, en las operaciones industriales y financieras de la comunicación de masas, los centros que controlan la producción y los servicios, además - de los mercados periféricos que los absorben.

"El ejemplo de ciertas grandes agencias de prensa elitistas ilustra el modo en el cual las actividades de empresas nacionales o de cooperativas, - han adquirido un carácter netamente transnacional."¹ Pero tampoco existe - una generación en la transnacionalización de las agencias ya que la mayoría

de ellas no poseen la infraestructura suficiente para poderse equiparar a los monopolios de nuestras ya multicitadas agencias.

Sin embargo, se suele reconocer en general que, en la práctica, el principio de la "libre circulación" ha redundado en beneficio de quienes poseen los mejores medios de comunicación. En el plano internacional, los países poderosos y las grandes organizaciones de suministro de información como las agencias de prensa, ocupan en muchos casos, una posición preponderante, que puede tener consecuencias nefastas en los planos económicos, social e incluso político.

Surgen entonces las dos posiciones antagónicas en el campo de la información: entre quienes defienden la "libre circulación" sin intención alguna de monopolizar la circulación de la información y quienes están dedicados a mantener y a extender su posición de monopolio y el statu quo de la comunicación internacional, y a utilizar la doctrina de la "libre circulación" para contrarrestar las críticas de los países tercermundistas.

"Los críticos de los países en desarrollo lo saben por experiencia, -- que la teoría de la "libre circulación" queda invalidada por el predominio de la información procedente de un pequeño número de países industrializados y destinada a amplias regiones en desarrollo."²

Como asevera el Informe McBride, en su forma actual "ciertos gobiernos empresas transnacionales, medios de comunicación social y grupos de presión organizados, la han utilizado (la libre circulación) para intentar y conseguir socavar la estabilidad interna de otros países, violar su soberanía y perturbar su desarrollo nacional."

Otro factor, producto de esta "circulación libre", es el cuasimonopo--

lio de los países industrializados en sectores estratégicos para el desa---
rrollo, tales como la información científica y tecnológica, los datos rela-
tivos a la industria, el comercio, la banca, las informaciones sobre los re
ursos naturales o las condiciones climáticas y otros datos mas.

Como afirma Peter Clarck, presidente de la Evening News Association --
(Asociación de Noticieros Vespertinos), "la AP y la UPI están en el negocio
para servir a todos. No deben declarar sus opiniones con demasiado vigor --
(por un lado esto; por otro, aquello). No deben disgustar a los compradores
de los servicios."

Pero no debemos esperar que la AP y la UPI le hagan contrapeso en cues
tión de opiniones al "Times" o al "Washington Post".

Nuevamente Walter Berns en su artículo titulado "La Constitución y la
Responsabilidad de la Prensa" nos señala: "En una sociedad, como la nortea-
mericana, que concede un valor primordial a la libertad de prensa, ésta ---
tiene no solo el derecho de determinar qué y quién constituye una noticia,
sino también el derecho a decir qué noticias no son aptas para publicarse
y qué conviene publicar, aún cuando no sea noticia. De aquí, el supuesto --
valor noticioso que los Estados Unidos da a sus informaciones provenientes
de afuera de su país..." sea de Latinoamérica o de alguna otra región.

Los desequilibrios, en materia de recursos de comunicación, confirma--
ron la idea de que "la libre circulación" era en realidad una corriente de
sentido único, y que había de darle una nueva forma al principio que la ins
pirada, para garantizar una circulación libre y equilibrada.

El origen, algo incierto, de los anteriores conceptos se remonta al --
decenio de 1950 pero fueron mas claramente definidos a fines del siguiente

decenio y a principio de los 70's.

Así, con este motivo, los empresarios de la información argumentaron - y argumentarán que en la actualidad se disfruta de la mayor libertad posible de expresión y que cualquier otra forma institucional de uso social de los medios sería atentatoria contra las libertades básicas y fundamentales de los individuos.

Esta proposición es válida en la medida en que los mismos empresarios considerándose a sí mismos como la sociedad entera, pueden hacer equivalentes sus libertades como empresarios, con las libertades de todos los ciudadanos y de la sociedad entera.

Un ejemplo de lo que puede ocasionar este "libre flujo" al juzgar las imperfecciones que existe en el flujo de las noticias interamericanas en - ambos sentidos, lo expresa la señora Graham, presidenta del "Washington --- Post" al señalar: "Es este tipo de mutua falta de conocimiento lo que pudo causar asombro entre los ciudadanos de Estados Unidos, cuando el entonces - vice-presidente Richard Nixon fue apedreado y atacado en Caracas en 1958 y más recientemente aún, cuando el entonces gobernador Rockefeller se enfrentó a una tempestuosa recepción en América Latina."³

Pero en la actualidad, el libre flujo de la información es utilizado - por los grandes monopolios industriales y cooperativas porque ellas son --- quienes necesitan de este libre flujo para que reciban las noticias de los cientos de países en donde ellos tienen actividades profesionales.

Esta libre corriente, sin exagerar, se convirtió en uno de los "objetivos más importantes y fundamentales en el engranaje de la política exterior de los Estados Unidos a nivel internacional" como lo recalca Herbert - Schiller, profesor de Comunicación en la Universidad de California.

Con esta tendencia y con el aprovechamiento de los nuevos sistemas y técnicas de información, adoptados rápidamente a las circunstancias actuales, las naciones de Occidente están en condiciones de "ayudar" cuando así lo considere pertinente a sus ciudadanos y a los demás países a tomar decisiones fundadas y a dar una respuesta inteligente a cualquier tipo de acontecimiento que se les presenten o que produzcan.

"Una comisión sobre la Libertad de Prensa en Estados Unidos, creada por los periodistas profesionales del país, hizo público hoy que, en los últimos diez meses, el gobierno estadounidense ha realizado una serie de acciones políticas y legales para socavar los valores de la expresión periodística 'favoreciendo consistentemente' una filosofía para censurar el contenido de las noticias y suprimir material informativo gubernamental."⁴ Cosa semejante acontece con las noticias que provienen de los países tercermundistas, sea a través de corresponsales o a través del no acceso a las agencias del Pool.

Esta política del libre flujo es defendida vigorosamente por los Estados Unidos en los foros constantes que realiza la UNESCO en todo el mundo sobre comunicación. Pero desde antes, el país allende el Bravo, ya había realizado intentos para controlar la opinión pública latinoamericana mediante la política del "Buen Vecino" y así, a mediados de 1938, el Departamento de Estado creó una sección de Relaciones Culturales consagrada principalmente a fomentar intercambios educacionales con la América Latina.

Sin embargo, no fue sino hasta después de que estalló la Segunda Guerra Mundial cuando se llevó a cabo un programa importante de relaciones culturales con Latinoamérica a través de la expansión del trabajo de la sección y la creación de la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos.

Hoy en día, en que los países pobres se han dado cuenta de los propósitos del Tío Sam, se han olvidado de su servilismo hacia este país y han elevado su voz en la UNESCO y en otros foros para denunciar lo falso de la política del libre flujo informativo. Esto ha motivado la lógica pero no por ello verdadera protesta de los Estados Unidos en el mencionado Foro Internacional fundamentalmente, al grado de que a fines de 1984, esta nación imperialista decidió retirarse de esta organización. Lo cual ha cumplido, al mismo tiempo que la Gran Bretaña la abandono también citando los mismos argumentos.

2.2 POSICION FRENTE A LA UNESCO.

A mediados de los setentas y por primera vez, periódicos, revistas, --- estaciones de radio y televisión "libres" de Occidente y otras latitudes, - tomaron una posición unida contra la campaña del bloque soviético y algu-- nos países del Tercer Mundo destinada a otorgar a la UNESCO (Organización - de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), la au-- toridad para moldear el desarrollo futuro de los medios.

El propio director general de la UNESCO Amadou-Mahtar M'Bow, negó que -- la UNESCO pretenda por medio de este objetivo (Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el desarrollo de la Comunicación) supeditar a -- los medios de comunicación a los gobiernos. "No pretendemos como se ha dicho en Estados Unidos y otras naciones industrializadas matar a la información, - a la libertad de expresión."

Incluso la representante norteamericana Clayton Kirkpatrick sostuvo que la adopción de tal texto suponía "una tremenda censura por parte de la UNESCO" y favorecía "el servilismo de los medios de información."

Tal texto es el Proyecto sobre los Principios Fundamentales que norman la utilización de los medios de difusión masiva, en el cual se incluye un artí-- culo que dice "los estados son responsables por las actitudes en la esfera in-- ternacional de todos los medios de difusión masiva bajo su jurisdicción."

Desde el inicio de la Conferencia General de la UNESCO, que se llevó a -- cabo en Nairobi en 1976, los representantes de las potencias occidentales -- (Estados Unidos y los nueve europeos) desplegaron oficialmente toda clase de esfuerzos para que este texto, obra del Comité de los Países del Este y del Tercer Mundo no fuese debatido.

La UNESCO es un organismo internacional que fomenta la colaboración -- entre las naciones en la educación, ciencia y cultura. Aspira a una mayor --

difusión mundial de la cultura y a la eliminación de las barreras que es---
torban el libre paso del pensamiento.

Su programa comprende instrucción fundamental, enseñanza acerca de las Naciones Unidas y los derechos humanos, la instrucción obligatoria, el in---
tercambio de personas y envío de expertos a solicitud de los miembros.

En un cable de la AFP, Amadou Mahtar M'Bow, secretario actual de la --
UNESCO, describe claramente el desequilibrio que existe en materia informa---
tiva entre los países ricos y el Tercer Mundo: "La selección de noticias --
tal como suelen practicarla las grandes agencias internacionales, evidencia
de modo sistemático los aspectos negativos y de tensión o violencia de los
países en vías de desarrollo."⁵

"Por último, estos países unidos, ponían en tela de juicio la función
de la UNESCO en el campo de la comunicación e información interpretaban los
objetivos que perseguía la organización en el sentido de que apuntaba a 'con---
trolar la circulación de la información', y la acusaban de hacer que los --
verdaderos problemas pendientes resultaran más confusos."⁶

Ciertos órganos de información denunciaron incluso a la UNESCO como --
un enemigo e invitaron a los gobiernos del mundo a "frenarla antes de que --
sea demasiado tarde."

Ante la propuesta de los países en vías de desarrollo de crear agencias
de noticias para dar a conocer las informaciones que crean convenientes, --
motivó que los otros países (desarrollados) la tomaran como una violación --
de la información, cosa que no es cierta.

"El vice-presidente y jefe general de redacción de United Press Inter---
national, H. L. Stevenson, afirmó que la coalición de agencias de noticias
del tercer mundo, propuesta por la UNESCO, entrañaba un peligro muy real --

de restringir la libertad de desplazamiento de corresponsales."7

El mismo alto ejecutivo habló en la REunión Anual de Directores de --- Prensa de Indiana, Estados Unidos e indicó que UPI y las otras principales agencias de noticias internacionales estaban y están preocupadas por el acceso de los corresponsales, su derecho a entrar, a viajar libremente en todos los países en busca de noticias. Lo que faltó añadir fue el hecho de -- la manipulación y tergiversación que las agencias transnacionales hacen de esa información.

El propio Sr. Stevenson, en la misma reunión, rechazó categóricamente "la retórica propangandística usada para acusar a UPI u otras agencias de - noticias internacionales de todo, desde favorecer el colonialismo hasta suprimir noticias positivas de las naciones en surgimiento. Cualquiera que se tome el tiempo de pasar un día o dos leyendo las informaciones que distri-- buimos alrededor del mundo verá que hacemos un esfuerzo serio y decidido -- por presentar un cuadro verdadero y auténtico de lo que está ocurriendo en el mundo. Sugirió asimismo que la cuestión del control del periodismo por - los gobiernos deberá ser eliminado del foro de la UNESCO, al que acusó de - haberse politizado en grado sumo."8

Los Estados Unidos y otros países industrializados occidentales añã--- dieron que, la misión de la prensa no es embarcarse en esta clase de cruza-- das y menos todavía que los gobiernos tengan misión de promoverlas.

Otras medidas duramente atacadas por los medios de información nortea-- mericanos, encabezados por el "Washington Post", que provocó reacciones des-- de temor hasta desagrado, fue la adopción de nuevos mecanismos y orienta--- ciones en la política de información de la Organización de las Naciones ---

Unidas y el apoyo a ésta de los países del Tercer Mundo.

En un editorial del prestigiado diario norteamericano, de fecha 16 de Abril de 1979, se lanzó duramente contra los esfuerzos de la Comunicación - de la UNESCO sobre problemas de esta materia, que presidió el estadista irlandés Sean McBride, al que calificó de honorable pero confundido; el eje del ataque del rotativo giró en torno a la hegemonía de los países en desarrollo en la Comisión de los "41", formada por la Asamblea de la ONU para dictar la política a seguir por su departamento de información pública.

"En sus conclusiones, la Comisión de Libertad de Prensa precisó bien - la situación, al decir: 'El estado de la prensa en las Américas no es alentador. Los enemigos del periodismo libre que en una ocasión eran solo los - dictadores, se multiplican y crecen. Los medios de comunicación viven sujetos a severas presiones y, hay que prepararse para una lucha larga y cuesta arriba.'⁹ Sociedad Interamericana de Prensa.

Esta sociedad no lucrativa, como se define, está decidida a fomentar - y proteger en el nuevo mundo, la libertad de Prensa y el derecho de los pue - blos a informarse, a lo que agregaría, y evita con ello cualquier intento - en la mejora de los sistemas de comunicación y detiene el establecimiento - de un orden más justo, racional y eficaz, tanto a nivel internacional como nacional.

Y mientras cualquier intento por crear el nuevo orden informativo in-- ternacional es frenado en la UNESCO y en cualquier organismo supranacional por los países industrializados, agencias transnacionales y organismos pe-- riodísticos, la tecnología aplicada viene afianzándose en el área de la co-- municación e información.

El Premio Nobel y premio Lenin de la Paz, el Sr. Sean McBride respecto a lo anterior afirma en su informe: "Así por ejemplo la multiplicación de los canales hertzianos, gracias a los satélites de difusión directa, puede diversificar los objetivos y los destinatarios de los mensajes; pero, al intensificar los fenómenos de competencia puede también contribuir a una uniformidad de los contenidos y, en el plano internacional, a acentuar la situación de dependencia cultural al recurrir en mayor medida a programas - importados."

2.3 CONTROL DE LA TECNOLOGIA EN COMUNICACION.

La tecnología aplicada a la comunicación e información es muy elitista ya que solo pocos países son capaces de tenerla y más aún utilizarla para fomentar sus corrientes unidireccionales. Cada nuevo invento exige inversiones tan elevadas que solamente los poseedores de un capital, privado o público, podrían pensar en ello.

En el caso de la inversión pública en una sociedad democrática, la organización de la tecnología en comunicación se deriva esencialmente de una decisión política, que traduce los valores del sistema social existente.

Pero aún así, como se asegura en el Informe McBride, "en forma creciente, la desigual expansión de las telecomunicaciones pasa a ser un obstáculo que coarta la comunicación entre los países desarrollados y los países en desarrollo."

Unos pocos poseedores del todo informativo, transmiten sin cesar mensajes de cualquier tipo a una gran cantidad de destinatarios. La aparición de los medios de comunicación de masas y su presencia en nuestra vida cotidiana constituyen una de las mayores conmociones del mundo actual. Los satélites, poco a poco, han adquirido una posición privilegiada que solo determinados países poseen, no solo en materia de comunicación, sino tácticos, militares y meteorológicos, entre ellos los Estados Unidos y la U.R.S.S.

Los sistemas internacionales de satélites, Intelsat e Intersputnik, son los únicos sistemas de este tipo actualmente en uso. El Intelsat, proporciona comunicaciones directas por satélites a más de cien países miembros, por encima de los tres océanos. Aunque Intersputnik es sobre todo un sistema nacional, lo utilizan también los países socialistas y algunos otros.

Los países pobres no poseen ningún satélite, no digamos un sistema nacional de satélites; a excepción de ciertos países como la India o Brasil, los demás se encuentran nuevamente en una posición de dependencia con respecto a los países imperialistas.

México, sin embargo no puede permanecer al margen de estos grandes avances tecnológicos, por lo que en 1985, se cuenta ya con dos satélites llamados "Morelos", los cuales de acuerdo al destino que se les de, pueden traer al país repercusiones positivas o negativas.

Los satélites serán utilizados de distintas maneras: para emisión, recepción y retransmisión de señales audiovisuales, para comunicaciones telefónicas que sustituirá cables submarinos y otras funciones mas.

El mercado se ha dividido en siete sectores: ministerios, banca, gobiernos, empresas estatales y organismo descentralizados, prensa y AGENCIAS NOTICIOSAS, radiodifusión y empresas privadas.

La televisión abarcará el 34.5% de las posibilidades del Sistema Morelos de Satélites. Se espera que para 1988 la utilización sea la siguiente: televisión 28%, telefonía urbana 22%, telefonía rural 2% y transmisión de datos 15% alcanzando un 67% del aprovechamiento total.

Todo el Sistema Morelos abrirá una nueva era en la vida de las comunicaciones en México.

No obstante en un porvenir próximo, las demás naciones pobres, podrán utilizar los satélites polivalentes de gran capacidad de sistemas internacionales tales como los mencionados Intelsat e Intersputnik para atender sus necesidades en materia de comunicación global o para alcanzar objetivos precisos, tales como la integración de las zonas rurales en el sistema nacional de comunicación.

Aunque en la mayoría de los países tercermundistas haya una o varias - agencias nacionales de prensa, éstas disponen a menudo de recursos humanos, materiales y técnicos insuficientes, por lo que su producción de informa-- ción tiene que quedar complementada con una aportación exterior. Esta es -- una de las principales razones por las cuales los medios de comunicación so cial de esas naciones dependen todavía, en gran parte, de las noticias se-- leccionadas y transmitidas por importantes agencias extranjeras.

"El sistema mundial de satélites tiene dos elementos: el sector espa-- cial, constituido por los satélites del Intelsat, y el sector terrestre , - integrado por las estaciones pertenecientes a los organismos de telecomuni-- caciones de los países en los cuales están enclavadas.

Además de los circuitos telefónicos internacionales utilizados en ré-- gimen de plena dedicación (más de 12 mil en total), los satélites Intelsat- proporcionan también a mas de 130 países y territorios, medios de transmi-- sión destinados a una amplia gama de servicios de telecomunicaciones en --- particular la transmisión de datos y las de televisión."9

Para ello es pertinente mencionar que la tecnología de satélites, de modesta iniciación a principios de los años sesenta, ha avanzado lo sufi--- ciente para ser aceptada en el nivel mundial como uno de los medios princi-- pales y en un futuro no lejano en el fundamental para las redes de comunica ción.

Los satélites de comunicaciones aumentaron rápidamente de tamaño y --- complejidad durante el decenio de los setentas, y han probado sus méritos,- gracias a su extraordinaria confiabilidad y al hecho de que el cargo por -- circuito ha disminuido progresivamente.

El primero de los satélites comerciales, el "Pájaro Madrugador", puesto en órbita en 1965, manejaba 240 circuitos telefónicos, al costo de 15 mil trescientos dólares anuales por circuito incluidos el del satélite mismo y el de su puesta en órbita. El Intelsat II puesto en órbita en 1966, manejaba los mismos 240 circuitos pero al costo de 8,400 dólares por circuito y año.

En 1968, el Intelsat III daba cupo a 1200 circuitos, al costo de mil cuatrocientos cincuenta dólares cada uno; el Intelsat IV, maneja 6 mil circuitos al costo anual de 500 dólares cada uno. Cada sucesivo satélite ha costado menos por circuito y ha tenido mayor capacidad y más larga expectativa de vida.

Jesús Roldán, egresado de la U.N.A.M. y con especialización en Comunicaciones Internacionales en la Universidad de Nueva York expresa: "La Corporación de las Comunicaciones Vía Satélite (Communications Satellite Corporation, COMSAT), es la que representa a los intereses de las grandes empresas transnacionales de las comunicaciones-perteneciendo la mayoría de ellas al gran capital estadounidense; y por otro, el Sistema Internacional de Satélites (International Satellite System, INTELSAT), empresa internacional que se encarga de la explotación y uso racional de las comunicaciones por satélite."

CUADRO III

PAISES CON MAYOR DERECHO DE USO DEL SATELITE INTELSAT.		
País	Aportación en Dls.	% en la inv. total
Estados Unidos	22,596,421	22.59
Reino Unido	12,871,501	12.87
Francia	6,553,542	6.55

País	Aportación en Dlls.	% en la inv. total
R. F. A.	3,371,117	3.37
Brasil	3,180,805	3.18
Japón	3,096,584	3.09
Arabia Saudita	2,996,097	2.99
Italia	2,792,843	2.79
Australia	2,692,203	2.69
Canadá	2,545,520	2.54

Fuente: LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES EN EL CAMPO DE LAS COMUNICACIONES INTERNACIONALES VIA SATELITE. Pág. 84.

Sin embargo, como vemos en el cuadro anterior, siete de los 10 principales aportadores de capital en el sistema Intelsat, son países desarrollados, pero aún es más importante el hecho de que los tres principales socios capitalistas del satélite tienen las cuatro principales agencias transnacionales del mundo: a Estados Unidos pertenecen dos (AP y UPI), al Reino Unido una (Reuter) y a Francia la restante (AFP). Además en un quinto lugar está Alemania Federal y su no menos importante agencia de prensa DPA (Deutsche -- Presse Agentur).

Pero desde el punto de vista de contar con una red flexible y mitigar los efectos de las demoras del tiempo de propagación, en algunos casos, --- los enlaces directos o entre-cruzados en los satélites, se perfiló como una de las empresas más importantes de los ochentas.

"A partir de los Intelsat IV-A y aún más en los Intelsat V, se ha dado una preferencial importancia a las tecnologías destinadas a aumentar la utilización eficaz de los lanzadores existentes y futuros, y del ancho de la - banda disponible."¹⁰

COMSAT, así como las empresas norteamericanas de comunicación está su-

jeta a las regulaciones de la Comisión Federal de Comunicaciones (CFC). Como explica Jesús Roldán, quien además es especialista en política internacional graduado en la Universidad de Columbia, de ese modo y desde el inicio, la Comisión ha desempeñado el papel estatuario en la implantación de la política nacional para los servicios de comunicación por satélite.

El primer encargado y ejecutivo de la corporación COMSAT, fue Leo A. -Walch, encargado del Comité de la Standar Oil Company en Nueva Jersey; el primer presidente, doctor Joseph V. Charyk, fue sub-secretario de la Fuerza Aérea Norteamericana, y cuenta con una amplia experiencia tanto en la industria como en la cátedra universitaria. Esto es, que los dirigentes han pertenecido a la iniciativa privada norteamericana y como negocio ven la industria de la comunicación.

Hoy día COMSAT sigue representando a los Estados Unidos en Intelsat y tiene la mayor parte de las acciones como se observa en el cuadro III; COMSAT también daba servicios, operaciones y técnicos a INTELSAT.

No es hasta Abril de 1965 cuando, con la aparición del "Pájaro Madrugador", primer satélite comercial de comunicaciones en el mundo, lanzado desde Cabo Kennedy, dió comienzo una nueva época de comunicaciones que han evolucionado grandemente hasta nuestros días.

En Estados Unidos seguía el control de la CFC sobre las comunicaciones vía satélite y por decisión unánime cedió a COMSAT la responsabilidad única para el diseño, la construcción y la operación de las tres estaciones terrestres iniciales del país del Tío Sam para las comunicaciones internacionales.

Así la comunicación vía satélite en manos de personas que la miran como un negocio, pronto dió sus frutos y a fines de 1967 COMSAT obruvó por --

primera vez, una ganancia en sus operaciones; antes de esto, había perdido dinero sobre sus operaciones de satélite.

Sin embargo, el negocio y el control de Estados Unidos en los satélites no se detiene ahí; la COMSAT GENERAL, le otorgó su contrato a la Hughes Aircraft Company, para la construcción de cuatro satélites Comstar, cuya capacidad Comsat ya tenía alquilada a la AT&T Comunicaciones Domésticas de Estados Unidos.

"En el mismo año de 1973, Comsat General otorgó otro contrato a la --- Compañía Transnacional Philco-Ford Corporation para la construcción de estaciones terrenas en diversos puntos del territorio norteamericano. Estos satélites han sido usados por la AT&T y por la transnacional General Telecommunications Equipment (GTE), la cual tiene vínculos con AT&T."¹¹

En la actualidad Comsat General mantiene un 86.24% de la propiedad de ese negocio e inclusive maneja otro sistema de satélites como lo es el MARISAT.

Ahora bien la otra organización internacional de satélites INTELSAT, es una organización de 104 países miembros que posee y explota el sistema que utilizan 143 países y territorios en todo el mundo para cursar comunicaciones internacionales y, en el caso de 16 países, para transmitir comunicaciones nacionales.

A fines de 1984, la demanda de servicios internacionales de telecomunicaciones por satélite será mucho mayor que en todos los anteriores años.

"Las consecuencias de esta situación con respecto a la información, -- además de las ya obvias para la institucionalidad del capitalismo, es que la información se convierte esencialmente en una mercancía. Así como todas

ésta, la información tenderá a imponer no sólo la lógica del mercado, sino también la lógica del sistema capitalista en su conjunto pues la información no es idéntica a cualquier otro valor de uso que satisface necesidades mediante su consumo, dado que la información no es consumida en un estricto sentido sino usada por los individuos."12

Otro aspecto, es que los servicios telegráficos de las grandes agencias de noticias llegan ahora a los periódicos en tres formas: una copia mecánográfica, una cinta perforada que puede introducirse directamente a la computadora y el más usado todavía en la actualidad que es el télex. Este método declinará y vendrá un aumento en la introducción en la computadora de todas las noticias, previa su traducción a la forma digital.

Las noticias que llegan por telégrafo pueden introducirse en las computadoras, el lenguaje digital a gran velocidad. En la actualidad, la mayor parte de los periódicos reciben las noticias por medio de teletipos que funcionan a menos de 60 palabras por minuto. En unos cuantos años, las computadoras de un centro noticioso podrán entregar su informe en forma digital a computadoras lejanas por ejemplo la de un diario a razón de 86 mil palabras por minuto.

Así cualquier periódico o diario que quiera mantenerse en la competencia tendrá pronto que usar esta información digital so pena de quedar fuera de circulación por falta de material informativo proporcionado por las agencias.

"La producción de informaciones para el uso social es el objetivo de los medios-empresas de información. Al operar como unidades capitalistas, se abre la posibilidad para que el financiamiento, la producción de la in-

formación y el usufructo de las instituciones de información, quedan en --- manos del capital monopólico principalmente transnacional. Esta situación - en la práctica ha llevado una virtual concentración de los medios de infor- mación en cuanto empresas, a la incapacidad real de otros grupos e institu- ciones sociales para participar como emisoras, y al predominio de intereses transnacionales en los mismos."¹³

Es decir, que no sólo al crear la inversión de capital en tecnologías comunicativas crece su influencia y audiencia social abarcada, sino que --- crece también la tasa de rentabilidad social.

Georgi Fediashev, jurista de profesión, ejerce el periodismo desde 1957 inicialmente en la agencia TASS ofrece una visión panorámica de la tecnolo- gía cuando afirma que el actual progreso técnico brinda a los medios de -- comunicación masiva y principalmente a las agencias transnacionales, posi-- bilidades sin parangón hasta la fecha, para difundir y controlar las noti-- cias de todo el globo terrestre. Las posibilidades técnicas de la prensa - contemporánea, la radio y la televisión posibilitan, en un principio, hacer llegar toda información a los rincones más remotos y de difícil acceso de nuestro planeta.

La tecnología ha revolucionado la aptitud económica-política del cam-- po de la comunicación. Sus proyecciones en la vida cotidiana son múltiples, las modificaciones de antiguos patrones de conducta, los cambios de actitu- des y las mismas ante esos cambios, reflejan aspectos de un proceso de --- transformación cuyos contenidos y tendencias necesitan investigarse.

Stephens García en un editorial aparecido en Excelsior el 25 de Enero de 1982, reafirma la idea de que "en Occidente, aprovechándose del escaso pertrechamiento técnico, de las dificultades financieras, etc., que experi-

menta el sistema informativo de la mayoría de los países emergentes, las -- grandes industrializadas, imponen con éxito su punto de vista sobre el a--- contecer mundial."

El efecto final de estas nuevas técnicas (satélites y computadoras), - dependerá no de las maldades o virtudes inherentes al proceso físico mismo, sino de la moralidad de los hombres que las usan y de la comprensión de su poder por parte de aquellos que serán afectados por ellas.

CAPITULO III

PRENSA UNIDA INTERNACIONAL Y LA PRENSA NORTEAMERICANA.

"A lo largo de la historia, el ser humano ha procurado mejorar su capacidad de recibir y asimilar información sobre el medio circundante y de aumentar al mismo tiempo la rapidez, claridad y la diversidad de sus propios métodos de transmisión de la información."

SEAN MCBRIDE.

3.1 PERIODISMO NACIENTE EN ESTADOS UNIDOS.

"En los Estados Unidos se da por sentado que el papel de la prensa es el de monitor independiente del medio, Como no puede ser un instrumento del Gobierno, se ha desenvuelto como empresa particular. Esto significa que la prensa solamente puede sobrevivir si obtiene beneficios económicos. Lo que influye sobre su comportamiento y constituye una fuerza que configura su -- futuro."1

Desde el inicio de su historia, el esfuerzo propio de la gente que --- llegó a América significó el progreso de las colonias inglesas en el siglo XVIII y no a ninguna ayuda de la madre patria. Todavía en 1760, la pobla--- ción era solo de un millón 600 mil habitantes. La agricultura continuó de--- sempeñando un papel importante en la vida económica y la industria, en cual quiera de sus ramas, tenía una tarea secundaria.

Los "jennis" marcaron el inicio de la industria téxtil en Estados Uni-- dos principalmente en Filadelfia y Massachusetts, Connecticut. Sin embargo, por su misma tecnología, se encuentran muy atrasadas en comparación con In-- glaterra, ya que este país prohibió la exportación de maquinaria a América.

Pero el tardío desarrollo industrial de las colonias inglesas se de--- bió menos al sistema mercantil que a las condiciones generales de su evolu--- ción económica. El comercio, más que la industria, atrajó las actividades -- de los colonos ingleses.

A pesar de esto, el conflicto entre la metrópoli y las colonias era -- cada vez más agudo. Las viejas tendencias se exageraron por ambas partes: la capital, por interés y espíritu conservador, trató de hacer estricta la dependencia económica de las colonias y con ello la política e ideológica.

Por su parte el principio de libertad económica, que se afirma, fortalecía las reivindicaciones de los colonos.

En la fase monopolista (1600-1800) en el mundo, en la que se lucha por conquistar y saturar los mercados locales, y en la que se sustituye la producción gremial por la producción colectiva en factorías, el capital desarrolla la prensa mecánica movida por vapor y asegura así las condiciones subjetivas de su futura expansión mundial.

El comercio de Estados Unidos prosperaba y los intentos de la metrópoli por controlarlo resultaban cada día más insoportables. De modo que para el desarrollo económico de las colonias era necesaria su completa independencia.

"En la fase monopólica y colonialista más avanzada (1850-1920) en la economía capitalista se reproduce a escala ampliada mediante la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas, a través del control de nuevos mercados internacionales, el capital dispone de la prensa telegráfica y del teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento del capitalismo mundial.

Se divide y reparte el mundo en zonas de información útiles para la producción de los grandes capitales. Se crea la cultura de masas. Se estandarizan las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales. En una palabra, se uniformiza la conciencia colectiva con objeto de armonizar el consumo del mercado mundial."2

Desde mucho antes, América se había convertido en el sueño de muchos europeos. Descubridores, aventureros y conquistadores ansiaban llegar a nuevas tierras.

Españoles, italianos, franceses, ingleses, escoceses, irlandeses, todos tenían puestos sus ojos en las ricas tierras que habrían un nuevo mundo. Querían servir a su rey, a su religión y, sobre todo, buscar fortuna.

Los Estados Unidos empezaron con dos pequeños grupos de hombres resueltos que lucharon con las soledades selváticas: uno en Jamestown, Virginia y el otro en Plymouth, Massachusetts.

Los de Plymouth, que desembarcaron del "Mayflower" en el Cabo Cod, - buscaron escapar, por medio de la emigración, a la persecución de Jacobo I. Aspiraban a reformar la iglesia anglicana y para conseguirlo pusieron de -- por medio el océano entre ellos y la policía del rey.

Los otros se habían reunido en 1619 en la iglesia de madera de Jamestown para establecer la primera legislatura en Estados Unidos. Las leyes no eran importantes para ellos pero si necesarias.

Al avanzar los años, en la hasta entonces colonia inglesa, quien prosperaba tenía derecho a vestir sedas, Al mismo tiempo comienza el sueño norteamericano: un hombre debe tener la oportunidad de hacer todo lo que pueda y de progresar en el mundo; ningún hombre es mejor que otro porque sus -- antecesores le hayan legado títulos y dinero. Esa escala de valores muy promto se les olvido.

Los de Virginia y los de Nueva Inglaterra, tan distintos, lucharon con el medio y contra los indios. Vencieron penurias y cultivaron los Estados - Unidos de América.

"La fama de la colonia norteamericana hacia que muchos ingleses decidieran trasladarse a ella. Es el caso de Benjamín Harris, editor y vendedor de libros, de opiniones violentamente obstinadas, que le hacían incómoda la estancia de Londres."³

Este señor Harris publicó el primer diario de Estados Unidos. Bastante atractivo pero muy duro. Se llamó "Public Occurrences Both Foreign and Domestic." Era tan agresivo que solo un número salió a la vía pública. Esto - ocurrió en 1690.

Hasta catorce años después, no apareció otro periódico. Esta vez por - vía de un escocés más prudente, John Campbell, quien se aseguró que su "Boston News Letter" tuviera senda libre. Sin embargo ambos se pueden conside-- rar como aportadores de los estilos periodísticos en Estados Unidos.

Podríamos decir, que "Benjamín Harris creó el prototipo del periodista norteamericano, activo, agresivo e independiente. Mientras que Campbell creó otro, firme, ciudadano y ligeramente preocupado, con un sentido de responsabilidad oficial.

Los conflictos y compromisos entre estos dos estilos de periodismo lle nan una buena parte de los anales de la prensa de Estados Unidos."⁴

Después de esta escasez de diarios, en el siglo XVIII y más propia-- mente entre 1719 y 1783, se contaron y fundaron mas de sesenta publicacio-- nes informativas y mas de 30 periódicos.

Sin embargo, aún en esta época el periodismo no dejaba dividendos y no se había encontrado la fórmula que hiciera de esta industria algo rentable para sus dueños.

En otros lugares de las colonias, impresores y directores de correos - se lanzaban a fundar periódicos. Muchas veces se reunían ambas profesiones en la misma persona para asegurarse la edición, publicación y distribución del diario como el "American Weekly" (1719) de Andrew Bradford.

Se nota que los primeros periódicos se localizaron principalmente en--

los puertos o capitales de provincia como Boston, Newport, Nueva York, Filadelfia, Annapolis, Williamsburg y Charleston.

Lo anterior se debe a que en el siglo XVIII y a "principios del siglo XIX, los barcos que llegaban de Europa eran recibidos en las bahías de los puertos por balandras al servicio de los periódicos norteamericanos en apresurada competencia por escoger los periódicos ingleses. Los diarios de las mayores ciudades del Este de los Estados Unidos reimprimían relatos seleccionados de los periódicos ingleses."⁵

Al avanzar el tiempo, cuando crecieron las ciudades y la política se hizo más partidista, el centro de gravedad de los diarios que habían tenido más éxito comenzó a moverse hacia los ensayos políticos y sobre todo a las noticias locales. Esto quitó importancia a la extracción de noticias de Europa, principalmente de la Gran Bretaña.

A partir de cierto momento, a finales del siglo XVIII, cabe destacar el aumento en la importancia de la imprenta. Para ellos, según Weisberger, su salvación estaba tanto en la tinta como en el agua y continuaba la búsqueda de un impresor que diera origen a una próspera industria.

Aún no se encuentra a la persona que sea un periodista industrial, sino simplemente ciudadano, que se comunique sin tener ambición literaria. -- Tampoco se trata de escritores, sino periodistas en el sentido de "noticieristas". Ellos van a abrir camino a nuevas formas de profesión, caminos que llevarían en todas partes a la distinción entre escritor y periodistas y, por último, a la necesaria síntesis del periodista escritor.

La tecnología también intervino. Los vínculos de comunicación rápidamente crearían nuevas instituciones para diseminar la información en los --

Estados Unidos. El telégrafo extendió sus terminales nerviosas hacia el sur y el oeste : desde Boston, Nueva York, Filadelfia y Washington. El telégrafo llegó a Illinois en 1845, por ejemplo, y en el curso de los diez años siguientes aparecieron treinta periódicos. En Europa se siguió camino semejante.

Fue, sin embargo, Benjamín Franklin quien dió los conceptos sobre los que se debería basar el periodismo. A través de un personaje, el "autor", - no se hablaba aún del redactor, comunicó a sus lectores, el deseo de "dis--traer" a la ciudad, con los más cómicos y divertidos incidentes de la vida, salpicados ocasionalmente con asuntos morales más serios.

En resumen: "en esta primera etapa, en unas condiciones de libertad -- muy distintas a las de Europa, los propietarios y redactores de los periódicos amoldaron sus formas comunicativas a las costumbres y necesidades de las comunidades."

La prensa se acomoda a la pura lógica del mercado. No se trata solo de una prensa destinada a clases sociales privilegiadas y que, desde lo alto, imponía sus criterios, sino de una prensa para todos, sujeta a los criterios de la mayoría."⁶

Fue tal la opinión pública que, en la Constitución de los Estados Unidos, de inmediato se plasmó la libertad que debe tener la prensa para cumplir su función.

3.2 LA CONSTITUCION NORTEAMERICANA Y LA PRIMERA ENMIENDA.

Durante sus primeros años como colonia, los Estados Unidos muestran -- una cara preocupada por la prensa ya que a pesar de no encontrar de manera inmediata a la persona que convirtiera a los periódicos en una verdadera industria, sí se preocuparon por mantener intacta la inviolabilidad en la libertad de pensamiento y la de escribir lo que se quisiera.

Cuando surge la lucha de Independencia, en 1776 y siendo nombrado Jorge Washington como presidente de los Estados Unidos, se afirmó de manera categórica la "libertad de prensa".

Los periódicos habían tenido papel fundamental en la gestación del movimiento independentista. Fueron los vehículos transportadores de ideas y - consignas. Constituyeron el arma más punzante de la comunicación revolucionaria.

Thomás Jefferson escribía en 1776, en la Declaración de la Independencia: "Consideramos estas verdades evidentes por sí mismas: que todos los -- hombres han nacido iguales; que su creador les ha dotado de ciertos dere--- chos inalienables; que entre ellos figuran la vida, la libertad y la bús--- queda de la felicidad. Que para asegurar estos derechos se instituyen entre los hombres, los gobiernos derivando sus justos poderes del asentamiento de los gobernados."

Así, el primer Congreso de los Estados Unidos, al reunirse en Nueva -- York, en el otoño de 1789, aprobó diez enmiendas a la Constitución primitiva, conocida con el nombre de "Ley de los Derechos", cuyo artículo Primero dice: "El Congreso no promulgará ley alguna que establezca una religión o - prohíba el libre ejercicio de religión alguna; que cercene la libertad de - palabra o prensa o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y a peti-

ciones al gobierno para que ponga remedio a sus quejas."

Desde entonces , los periódicos se convirtieron en armas fundamentales de la política. Los políticos importantes procuraban manejar los medios de comunicación. Por ejemplo Hamilton patrocinaba en Filadelfia la " Gazette of the United States" (1790), dirigida por John Fenno, culto ensayista que hasta intentó que su periódico saliera sin anuncios. También Jefferson, desde su puesto de Secretario de Estado, dió cuenta de las necesidad de tener algún portavoz de sus opiniones.

"La Constitución, principalmente en sus enmiendas primera y décimo cuarta, se erige en protectora de la libertad de prensa y de palabra de periodistas -- y otros individuos. Pero en ninguno de sus artículos existe una disposición -- que proteja al público de una prensa irresponsable o de un lenguaje falaz, -- injusto o indecente por parte de tales personas."⁷

Institucionalizada la libertad de Prensa y haciendo valedero este criterio para el mundo o por lo menos hasta América Latina y con el avance en el poderío de Estados Unidos, principalmente a nivel económico, ocurre que el país del Tío Sam resguardado por los océanos, su flota y sus bases navales fuera incomparablemente más fuerte que cualquiera de los países latinoamericanos, aislados o en conjunto.

La mayoría de las naciones de la zona del Caribe habían sufrid o breves incursiones en sus territorios e incluso alguna prolongada ocupación por las fuerzas armadas de los yanquis.

3.3 SITUACION A LA CREACION DE LA AGENCIA.

Pero antes de adelantarnos diré que el periódico norteamericano progreso muy lentamente desde 1815 a 1835, porque "el mismo periódico no era una empresa suficientemente importante para sostenerlos pero estaban conscientes de su creciente poderío y comenzaban a sentir, sin darse cuenta precisa de ellas, las fascinadoras posibilidades futuras." Según lo expresa el Sr. Acosta Montoro, Presidente de la Asociación de Prensa de San Sebastián.

Los periódicos aún no habían trazado exactamente la línea entre lo mercantil y lo político. De todos modos, unos y otros utilizaban los anuncios como fuente de ingresos. A partir de 1835, las fuerzas del cambio industrial propulsaron al periódico hasta darle su forma moderna.

Hasta esta fecha los diarios estaban constituidos por ensayos. Pero Benjamín H. Day puso un poco de crítica y mucho de noticia: suicidios, incendios, robos y dedicó las últimas dos páginas a los anuncios. De esta manera Day había descubierto la prensa sensacionalista.

El periodismo norteamericano empezaba a prescindir del escritor, salvo no fuera para inventar historias que Day convertía en "verdaderas" como las falsas narraciones.

"Pero el padre del periodismo moderno norteamericano fue un emigrante escocés, James Gordon Bennett, fundador del "New York Herald". El éxito de Bennett se debió a que supo dar a la masa la morbosidad a través de las noticias extraídas del mundo del vicio, de las cárceles, del prohibido ambiente del boxeo. Aunque nunca desatendió lo demás.

Pagaba espléndidamente las noticias del exterior y buscó un grupo de -

colaboradores que se abrieran a toda la actualidad informativa."⁸

Este siglo XIX se caracterizó, en Estados Unidos, porque se daban noticias en todo el momento y si no las había se creaban con cualquier clase de truco. Más aún, en el éxito de los reportajes sensacionalistas, de los corresponsales especiales, se hacía hincapié en el grado en que el concepto mismo de la noticia había llegado a tocar tan solo lo inmediatamente interesante. Esto dió la pauta al inicio de las agencias o más bien de la manera en que son escritas las noticias por los corresponsales de cualquier agencia transnacional. No solo de UP.

Fue entonces cuando entró en escena Joseph Pulitzer, quien supo crear nuevos patrones mediante la síntesis de los dos antiguos. En 1883, adquirió el "New York Herald", una amalgama de los estilos de los mejores periodistas en el país.

"La transformación de los diarios en empresas fabriles importantes --- obstaculizó el crecimiento de nuevos diarios en nuevas poblaciones. Los diarios sobrevivientes adquirieron el monopolio en su población de origen, cuyos límites rebasan para adentrarse en las ciudades vecinas. En consecuencia, el costo de fundar nuevos periódicos en las nuevas poblaciones aledañas de las ciudades importantes resultó desalentador, ya que los diarios -- vecinos ya existentes siempre estaban preparados para abastecer a las poblaciones próximas sin más que un leve incremento del costo."⁹ Cosa similar aunque con algunas variantes como la fusión, fue lo que propició la aparición de UP y la desaparición de muchas otras.

La situación política de Estados Unidos al nacimiento de UP era privilegiada. Ya no era necesario, como lo dijo el secretario de Estado Richard Olney en 1895, el Tío Sam era "prácticamente soberano" en el hemisferio oc-

cidental. Fuese lo que fuere lo que Olney hubiese querido decir, ni la --- Gran Bretaña ni los otros países tenían ya la tendencia o la capacidad de oponerse formalmente al "Fiat" de los Estados Unidos respecto a cualquier parte de Latinoamérica.

El país de las barras y las estrellas y algunas otras naciones consideraba y considera "las intervenciones como un derecho legal bajo la ley internacional y, en alguna ocasión había empleado la coerción para exigir a los países latinoamericanos la aceptación del arbitraje para el arreglo de casos que involucraban e involucran derechos de propiedad de ciudadanos --- extranjeros."¹⁰

En términos generales, estos métodos combinaban la propagación de las ideas de reciprocidad con el aliciente financiero, prácticas discriminatorias de carácter económico o ceremonial, así como varias medidas destinadas a crear una colaboración "positiva" entre las naciones americanas.

Con la prensa convertida en generadora de dinero, con todas las características de una industria fábril y evitando el surgimiento ya de nuevos diarios y con la posición tanto política como económica dominante del país allende el Bravo, aparece UP.

"En 1910, dentro de la época de los gigantes periodísticos nacionales como Hearst y Scripps, existían ya 13 cadenas, las cuales poseían 62 periódicos, o sea menos del 3% de los 2400 diarios que entonces se publicaban."¹¹ Pero con la mayoría del poder informativo.

En esta época de oro en el surgimiento de periodistas norteamericanos, tanto como escritores y de visionarios capitalistas, nombres como el de --- "Horace Greely, James Gordon Bennett, Joseph Pullitzer, William Randolph --- Hearst, E. W. Scripps y Adolph Ochs, se han ganado un lugar en los libros -

de historia. La Prensa, así por nombre y férrea tradición está incluida en la Primera Enmienda de Estados Unidos."12

Sin embargo, antes, en el verano de 1907, un telegrafista anunció el nacimiento de los puntos y las pautas que corrieron toda la Unión Americana Morse escribió: "Fue el anuncio que la Prensa Unida no será dada en líneas monopólicas, pero buscará ofrecer un claro e imparcial servicio a todo legítimo periódico publicado en el país."

Con la consolidación de las bases del capitalismo a finales del siglo XIX (1880) y con el inicio del capitalismo transnacional, se funda la agencia "PRENSA UNIDA" en 1871, sin ser oficial en sus desplegados.

Pero una fecha marca el inicio de las actividades como línea crediticia, la cual leía en la historia por "Prensa Unida". Este día fue el 15 de Julio de 1907, con el trabajo de un puñado de corresponsales principalmente en el Este. En poco tiempo, estarían varios cientos extendidos alrededor del globo.

Un nuevo servicio había nacido, colectado y diseminando las grandes historias del día, principalmente a los periódicos de la tarde en los Estados Unidos. Pero pocos años después a los diarios que se publicaban en la mañana y a otras partes del mundo.

El nombre oficial del nuevo servicio: Asociaciones de Prensa Unida, era incorporado el 21 de Junio de 1907. La inspiración de un ceñudo, excéntrico y occidental personaje, quien con 80 dólares en juego, siendo periodiquero en Detroit y trasladándose a Cleveland fundó un periódico que vendía por un penny. Este hombre fue E. W. Scripps, quien comenzó a fundar otros diarios y como su imperio creció, se encontró inhabilitado para comprar noticias a la Prensa Asociada (AP), la cual dominaba Estados Unidos.

Lo anterior se debió a la posición de rehusar el servicio AP a nuevos publicistas a inicios del siglo XX, a pesar de la importancia de la membresía de Scripps.

Scripps expresó su posición más tarde en relación sobre la fundación de UP: "Yo no creo en monopolios. Yo creo que los monopolios sufren más que sus víctimas en la larga carrera. Yo no creo en ello, sería bueno para el periodismo en este país que hubiese un gran Trust noticioso, uniéndonos con los fundadores de la Prensa Asociada y contar así con una estructura capaz."

En su inicio, Scripps fue dueño de la Asociación de Prensa Scripps-McRae en el medio oeste y la Asociación de Noticias Scripps en la costa del Pacífico. En 1906, adquirió el control de la Asociación de Publicadores de Prensa en el este y unió los tres servicios al siguiente año, para formar las "Asociaciones de Prensa Unida" (UPA).

El servicio tuvo 400 clientes cuando empezó. Dentro de los dos años siguientes, las noticias de UP iban a los periódicos europeos y un servicio cablegráfico era iniciado a la Agencia Telegráfica Japonesa de Noticias para distribución en ese país. Con esto la transnacionalización empezó casi inmediatamente después de haber iniciado sus funciones debido a que las bases del capitalismo transnacional ya estaban dadas.

Y verdad sea, la UP sería única en el mundo, independiente del monopolio de la AP, un servicio noticioso privado compitiendo con una cooperativa firmemente atrincherada en los Estados Unidos y también con las agencias extranjeras. Estos servicios habían formado un Cártel, intercambiando noticias entre ellos.

Fue cuando Reuter, de la agencia británica, sugirió en 1912, finali---

zada su afiliación con AP, trabajar con la nueva oposición, con UP. -- Sin hacer mucho ruido, era un reconocimiento a las incursiones de la agencia apenas en cinco años de existencia y cuya importancia crecería hasta ser la transnacional número uno.

Roy W. Howard, enérgico joven, fue escogido por Scripps para dirigir - en los años 20's a UP. Era escéptico de la alianza UP-Reuter: "Yo quiero -- ver a Prensa Unida desarrollarse como una agencia de noticias mundial libre." Poco después Howard rompió negociaciones con la Reuter y UP se encaminó a - cubrir el mundo con sus propios reporteros para no depender de nadie.

Eso en el futuro le sirvió para no tener presiones de ningún tipo en - cuanto al contenido de las noticias, ni la forma de redactarlas.

La festividad y la agresividad, era el sello del periodismo defendido por Howard. Era evidente el trabajo delineado por los reporteros de UP. Jóvenes deseosos, con menos recursos que sus competidores, daban noticias con una limpieza y enjundia que llegarían a ser la marca de Prensa Unida.

UP apareció en historias al por mayor. El rasgo característico de las noticias empezó a moverse a su cuartel en California. Entrevistas con lí-- deres mundiales eran sus sellos característicos. Las noticias se enviaban a Sudamérica y uno de sus primeros suscriptores fue el prestigiado diario "La Prensa" de Buenos Aires, Argentina.

Las noticias de UP fueron distintas del estilo tradicional al del re-- portaje de la conservadora Prensa Asociada. Los reporteros de UP estaban animados a enfatizar el elemento humano en sus despachos como en los pronun-- ciamientos oficiales.

Howard se movilizó dentro de los rangos ejecutivos en la organización-Scripps, llegando a socio en el grupo periodiquero Scripps-Howard. Pero como periodista con sus insistencia en el color y el detalle llegó a ser una marca del reportaje americano.

La Primera Guerra Mundial presentó un especial desafío a Howard y UP. La contienda no había tenido acceso a AP y los reporteros del Cártell europeo de agencias como Reuter, Havas y Wolff. Prensa Unida envió a cubrir la guerra a sus propios reporteros y rápidamente se anotó una serie de dramáticas noticias "golpe" como ellos las llaman, sobre AP y el Cártell, las cuales eran frecuentemente ocultadas por los gobiernos.

Así UP rompió con la tradición y la suplió rápidamente con acontecimientos vividos en la guerra, con descripciones de la "primera batalla del aire" involucrando a un Zepellín alemán, con detalles de la trinchera, ofreciendo entrevistas exclusivas a altas personalidades como líderes británicos y alemanes.

Las francas declaraciones como la de David Lloyd George, entonces Secretario de Guerra de Britania, en 1916 al decir que "la pelea (Guerra Mundial) debe finalizar con un knock out" escandalizaba al público y era en otro tiempo un rompimiento con la tradición diplomática y periodística. Lo anterior fue un anuncio de la nueva era de comunicación entre líderes mundiales y el público de los periódicos.

UP demostró por sí misma su valor durante la guerra, proveyendo cuestiones para que los Estados Unidos tuvieran una confiable segunda fuente de noticias.

La competidora AP, continuó fuerte y tuvo participación. Pero la agresividad y el colorido de UP hizo que los editores tomaran nota. En el pri-

mer año de la gran guerra firmaron más de 100 diarios americanos para recibir a UP.

América se movilizó en los 20's con dos servicios de noticias competentes. Scripps reflexionando en sus posteriores años en el establecimiento de UP dijo: "yo considero el servicio más grande de mi vida a la gente de esta nación, el ser el creador de UP....El factor primordial de UP fue el disseminar noticias de valor al público....expresar tal información positivamente."

El poder de UP iba a crecer en forma paralela con el poder de los Estados Unidos, quienes trataron y lograron ejercer el dominio económico y político en todo el continente americano. En gran parte mediante la penetración económica de compañías norteamericanas apoyadas por Washington.

Según el conservador Ogden Mills y en un ataque al Nuevo Trato y en un intento por volver al pasado expresó en 1934: "la imagen del New Deal de Roosevelt, fue la del Estado totalitario, un gobierno todopoderoso, al que todos deben acudir en busca de seguridad, de guía, de ayuda, y que a su vez trata de controlar y dirigir la vida y los destinos de todos."

"Estados Unidos estaba preparada a experimentar 'dentro' de sus dominios. El tío Sam iba más allá de los sistemas a favor de una visión más complejados Estados Unidos, que incluía elementos de coordinación y descentralización del nacionalismo y de internacionalismo. De ese modo incluía también los medios de impedir que cualquier gobierno se llevara a extremos lógicos y probablemente destructivos."¹³ lo que no convenía a la política expansionista del entonces presidente Roosevelt.

Con esta política de control y expansión, con las compañías norteamericanas en el camino de su transnacionalización, Prensa Unida extendió sus alas rápidamente en los Estados Unidos y sus garras en el extranjero.

Penetró a través de Norteamérica con 140 mil millas de circuitos en -- 1925, operando con tres millones de dólares de presupuesto y con mil clientes de diarios en 36 países.

UP fungía como servicio para periódicos publicados en la tarde. Pero -- en los 20's, la restringida política de la AP presentó a Prensa Unida otra oportunidad de ganar clientes. Los editores de varios periódicos matutinos rehusaron aceptar reportes de AP por la competencia con otros diarios servidos por la mencionada agencia y pidieron a UP comenzar su propio A.M. o -- proveedor nocturno de noticias. Entre ellos destacan el "Atlanta Constitution" y el "New York Daily News".

Mientras en Latinoamérica, teniendo a "La Prensa" de Argentina como punta de lanza, UP expandió su equipo de reporteros de América Latina y a finales de los 20's, el presidente de UP, Karl Bickel sostuvo: "En Sudamérica, -- la Prensa Unida ahora sirve sobre el 95% de todos los periódicos disponibles en ese continente."

Prensa Unida no añadiría la "I" a su nombre por otros 30 años. Pero la transnacional estaba llegando a ser rápidamente un Trust Internacional. Una agencia de servicio completo, iniciada por un privado. Sostenida por una -- firma no gubernamental.

La expansión de UP en Latinoamérica fortaleció el servicio de noticias y sus oficinas se hallaban decididas a ampliar las ganancias en el extranjero a cualquier precio.

El servicio directo a los periódicos europeos se inició con clientes -- en Colonia, Frankfurt y Viena. Prensa Unida también dió principio con su -- servicio directo a los diarios en el continente asiático en 1922, a publicaciones en Pekín y Tientsin.

Un año después, la "British United Limited", era organizada para servir a periódicos en todo el Imperio Británico.

En 1924, UP se asoció con el "Pittsburgh Press" y realizó un experimento que tuvo profundas implicaciones para el futuro de la distribución de noticias. Las estaciones de radio estaban distribuidas en muchas ciudades americanas pero UP y las otras nuevas agencias nunca las habían proveído con noticias.

Para las elecciones generales de 1924, UP proveyó boletines a las estaciones de radio afiliadas con los periódicos a los que UP servía en una docena de ciudades. Esto quizás era la primera red de noticias.

En 1934, Prensa Unida decidió crear un alambre especial para distribuidores y darlo en arriendo o contrato, como lo hizo anteriormente con los periódicos.

El presidente Bickel de UP dijo que las noticias de radio no representaban amenaza a los diarios, entonces únicos clientes-base. Al contrario, llegó a creer que las noticias al aire incrementarían el interés en noticias generales y ello equivaldría a estimular las ventas de los periódicos y así se incrementó la venta para los clientes-repartidores. Reforzó el reporte de noticias de UP para todos sus suscriptores.

Prensa Unida ganó 300 mil dólares por sus nuevos clientes de radio en 1935, un año en el cual el rival AP juró nunca servir a este medio de comunicación, proveyendo como bandera el título: "En este mundo cambiante, una cosa no cambia."

Por supuesto, Prensa Asociada poco después se calmó y reconsideró su actitud, pero UP tuvo un comienzo primerizo con distribuidores y cincuenta años después todavía es la agencia de información favorita.

"Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial, se consideró en Washington que no podía esperarse que la buena voluntad sola produjera las medidas de estrecha colaboración deseadas para la defensa de los Estados Unidos y el continente americano."¹⁴

Era necesario, por consiguiente, suplementar la teoría y la práctica de la anticipación de reciprocidad y adoptar nuevas ideas y técnicas más adecuadas a las exigencias sin precedentes de la segunda gran confrontación bélica.

Prensa Unida estaba ahí para ayudar y ayudarse dentro de su política de expansión como lo había hecho ya en la Gran Guerra.

3.4 POSICION DESPUES DE LA 2A. GUERRA MUNDIAL.

En el inicio de la Segunda Guerra Mundial, el número de clientes de - Prensa Unida había crecido a mil 715 diarios y estaciones de radio en 52 naciones y territorios.

Esto incluyó 486 diarios fuera de los Estados Unidos, de los cuales -- 194 estaban en naciones que fueron a la guerra o territorios ocupados por ellos. Lo que costó a UP esos 194 periódicos.

Para el fin de la Segunda Guerra Mundial, la lista de clientes de UP fuera de los Estados Unidos era la más grande todavía con 543.

Los despachos de guerra de UP a veces vinieron de los altos dirigen--tes de la compañía como su presidente Hugh Baillie y Frank Bartholomew, un futuro presidente de UP.

Pronto Estados Unidos mostraría su actitud y posición respecto a las relaciones que entablaría con América Latina. Así Franklin D. Roosevelt -- aclaró: "Somos en un sentido real, el hermano mayor de estas pequeñas republicas."

El TIMES de Nueva York adoptó su propio parecer sobre las relaciones con los latinoamericanos: "Aún sino podemos dejar de sentirnos interiormente muy superiores a ellos, no es prudente ni provechoso tratarles como si se les reconociese inferiores."¹⁵

Aunque Beltrán-Fox en "Comunicación Dominada", no lo expresa claramente, dice que al término de la guerra, la Oficina de Coordinación para Asuntos Interamericanos estimó que más del 75% de las noticias mundiales que - llegaron a América Latina tuvieron su origen en Washington y fueron preparadas bajo su control y el Departamento de Estado. Pero estas noticias tu-

vieron que llegar de alguna manera a toda Latinoamérica y que mejor que una agencia de noticias fuese AP o UP.

Más aún, la oficina Rockefeller, con un personal de mil 200 individuos en Estados Unidos y creada poco después del término de la Guerra Mundial, - incluía periodistas, publicistas, relacionistas, analistas y encuestadores, y disponía de un presupuesto de 140 millones de dólares a los largo de 5 -- años. Ellos preparaban editoriales, fotografías y artículos de fondo para - la Prensa en América Latina.

Roosevelt consideraba a la prensa como algo manipulable y le gustaba - hacerlo, proponiendo muchas veces francos diálogos entre el ejecutivo y los periodistas, lo cual se haría más eficaz definiendo alguna información como "fondo" que no debería atribuirse a la Casa Blanca y haciendo que otras --- declaraciones fueran completamente "extraoficiales" y la mayoría de las veces probaba y disfrutaba el toma y daca con la prensa.

Con esta política de cambio y expansión, con la manipulación de la --- prensa libre y con el fin de la Segunda Guerra Mundial, Prensa Unida entró a una gran expansión, collevando la transnacionalización. En 1947, UP ser-- vía a 2mil 689 periódicos y a estaciones de radio en 70 países. Diez años - después, el roster de clientes se había incrementado a 4mil 833 y un nuevo miembro de los medios había aparecido en la escena de los Estados Unidos:- la televisión.

El número de estaciones de radio y televisión en Estados Unidos, se incrementó drásticamente durante ese periodo. Había dos mil 916 distribui-- dores en 1950; 4 mil 707 en 1960; 7 mil 139 en 1970 y 8 mil 460 en 1980. UP y AP compitieron agresivamente por esta bonanza de nuevas ganancias. Pero UP se benefició en mayor medida debido a la decisión en 1935, de vender ---

servicio a un nuevo medio: el radio. AP rehusó hacerlo.

Por cualquier razón, Prensa Unida desarrolló una tarifa local en casa y fuera de ella durante esos años de post-guerra.

En 1952, UP ofrece servicios completos de fotonoticias a sus suscriptores. Pero mucho antes UP ya había tenido servicio fotográfico como lo veremos más adelante en un capítulo especial.

Mientras tanto en 1958, UP absorbió a uno mas de sus competidores, -- cuando se combinó con la agencia de noticias de la Corporación Hearst, el Servicio de Noticias Internacionales (International News Service, INS).

Era el propósito que el símbolo de UPI sería utilizado temporalmente -- hasta que UP y INS hubiese llegado a ser realmente una. Después de un periodo, la intención era que la "I" desapareciese y quedara nuevamente UP -- nuevamente. Sin embargo, la palabra "internacional" llegó y llega a simbolizar el trabajo de una organización de noticias con dos mil empleados -- en 150 burós, distribuyendo noticias y fotos a 90 países alrededor del mundo.

La Prensa Unida Internacional y su ahora familiar logotipo UPI era -- visto por primera vez en 1958.

La "I" gustó y desde entonces y para siempre UPI se adentró en el mundo.

La estructura corporativa de la compañía la cambió con la unión. E. W. -- Scripps Company retuvo el 95% de UPI y la Hearst Corporation, el 5%.

En estos tiempos, Prensa Unida abordó dentro de su expansión, un nuevo género y estableció un servicio de filmes noticiosos para televisión en -- conjunción con la "Twentieth Century Fox Movietone", un primer noticiero -- filmico en 1952.

Este departamento de UPI después evolucionaría en filmes de noticias internacionales llamado UPITN (United Press International Television News) con sus socios, el ITN de Gran Bretaña y ABC-TV de América.

Un determinado grupo de periódicos usa UPI para hacer distribuir sus - noticias sea a nivel estatal, nacional o internacional por canales arrendados para operarlos a nivel local.

Durante el mismo periodo, UPI incrementó su número de periódicos afiliados y se significó por ello como un competidor en el campo de la distribución de noticias.

Fuera de Estados Unidos, UPI sirve a más suscriptores de noticias que cualquier otro servicio. A medida que avanzó el tiempo, solamente las grandes estaciones de radio y televisión así como periódicos en los macro-mercados del mundo contaron a UPI y AP como distribuidores, pero los pequeños tuvieron que conformarse con uno. Hasta hace poco, muchos periódicos de --- circulación diaria de 25 mil y aún algunos de mucho menos, usaban ambas agencias. Hoy pocos diarios, las reciben y la competencia entre los servicios informativos ha crecido en intensidad.

Tal ha sido la incidencia y el poder de UPI que las intervenciones militares americanas, principalmente la de Vietnam, se debieron en un alto -- porcentaje al periodismo que creó la atmósfera. UPI tuvo un corresponsal -- permanente en Saigón, en 1962. La AP tuvo uno y el New York Times, otro. No hubo corresponsal de otra agencia, a tiempo completo en Vietnam. De aquí la tergiversación de la información por parte de tales agencias durante esta - confrontación bélica.

Cuando la guerra de Vietnam finaliza en 1972, UPI tuvo 45 apoyadores - de tiempo completo en Saigón. También hubo de sepultar a cuatro, quienes fueron "asesinados" cubriendo la historia.

Apartándonos un poco del periodismo escrito de UPI, vemos ahora uno -

de los campos fundamentales dentro de la agencia, es el de las fotonoticias, que desde su inicio tuvo paralela importancia a las noticias escritas aunque por la tecnología poco desarrollada habría de esperar más.

La fotografía fue hace 60 años, la revolución del siglo. Pero la publicación de fotos en diarios fue un arte nuevo. La invención y perfección del proceso de foto-grabado fue finalmente posible para reproducir fotografías.

La primera foto fue la de la nueva invención de los hermanos Wright, el aeroplano en vuelo. Fue distribuida a periódicos por un servicio no muy conocido característico de noticias llamado "Newspaper Enterprise Association, NEA."

Esa organización fue la abuela del departamento de fotografía de UPI.

En 1903 cuando esa primera fotografía del aeroplano se difundía, no hubo sistema de telefoto. Las fotos fueron grabadas, convertidas a cartón felpado y distribuidas por correo o expreso. Tomó un mes completo la imagen del capitán Dreyfuss para llegar a los periódicos americanos desde la escena de su famosa desgracia en Francia.

NEA fue la pionera de técnicas ahorrativas de tiempo, todavía usadas hoy. En 1910, el primer cuarto oscuro en rueda se utiliza para revelar fotografías del presidente Roosevelt de retorno a Nueva York de un safari en Africa.

Los fotógrafos de NEA tomaron fotos a bordo de la nave y las revelaron en el camino a la oficina en un camión especialmente equipado.

La cobertura de NEA de la Primera Guerra Mundial fue amplia, pero fotos de París y Londres tuvieron que venir a Nueva York por barco. Se anotó un triunfo el servicio citado, al tomar la fotografía del Tratado de Versa-

lles y volar a través del Atlántico en un dirigible.

Durante el primer cuarto de siglo, NEA adquirió material de fotógrafos individuales y de una pequeña agencia con base en Nueva York, Cuando esas agencias se congregaron en 1925, NEA organizó "ACME News Pictures" para la tarea específica de coleccionar fotos dondequiera que las noticias se estuvieran dando.

El aeroplano reemplazó trenes como medio de distribución de fotografías a diario y para ver la importancia de sus fotonoticias. Fletó aviones para llevar las fotos de la pelea Dempsey-Gibbons en Montana, en 1923.

Aún más en una combinación transcontinental avión-tren consiguió las fotografías de la pelea Dempsey-Firpo de Nueva York a la costa Oeste en -- solo 45 horas después del triunfo de Dempsey. Todo un récord.

El desarrollo factible de un sistema de transmisión de telefoto creado por la entonces iniciada transnacional AT&T en 1924 y el simultáneo desarrollo del sistema de radio foto por RCA presagió una forma de foto entregada que acabaría con la entrega por correo, previamente la norma.

La primera fotografía por telefoto fue la de la Convención de Cleveland que nominó a Calvin Coolidge para presidente.

La primera radiofoto fue la erupción del Manua Loa en Hawai, en Abril de 1925.

Un editor de ACME dijo: "parecía pequeño, similar a un grabado pero viajó 5 mil millas en solamente 15 minutos."

La poderosa evolución tecnológica fotográfica pronto alcanzaría a su similar en la prensa y en 1928, nuevamente la AT&T estableció una pequeña red comercial de telefotos de costa a costa, la cual beneficiaba a todos -- con una idea clara y precisa: primero viene y primero sirvió.

Sim importar los medios, ni la forma siempre buscó la primacía en las "noticias" y cuando Gene Tuney defendió su campeonato de peso pesado contra Tom Heeney en Junio de ese año, ACME contrató una ambulancia privada y contruyó un cuarto oscuro dentro para el revelado de los negativos. La ambulancia, con la sirena puesta, el transmisor de AT&T en función y el revelado del negativo, obtuvo cuatro foros de la pelea. Ellas habían sido transmitidas antes que cualquier agencia de la oposición.

Un año después, un nuevo competidor entró al mercado cuando la Prensa Asociada adquirió "Wide World Photos" del New York Times y también el re---ciente telefoto de AT&T. Con ello se abrió las puertas de la transmisión --comercial de fotos.

En este estadio surgió un acontecimiento importante en ACME. Esta asalarió un joven ingeniero electrónico llamado Louis A. Thompson para desa--rrollar un equipo de telefoto de su propia invención. De este modo principi--pió la tradición de contar con tecnología propia para crear una manufactura propia y así no depender de nadie para la producción del mecanismo de transmisión de fotos. Aunado esto a su capacidad económica creciente, sin la cual no hubiese sido posible hacerlo.

En los años posteriores, comienza la expansión cuando en 1931, ACME adquirió "Pacific and Atlantic Photos", una agencia desarrollada y empleada --por el New York Daily y el Chicago Tribune. Con esta adquisición ACME se --convirtió en el servicio de fotos más grande del mundo. Aún como agencia --fotográfica independiente de UP.

En 1936, ACME tuvo su propia máquina de telefoto y se instala para las Convenciones Nominativas Presidenciales. En su inicio, estas máquinas no fue

ron rentables en un 100%. Así ACME aseguró la Convención en película, emitida de Filadelfia a Nueva York, por paloma mensajera. Una tormenta forzó a las aves a bajar en Trenton y no llegaron a su destino hasta el día siguiente. Las máquinas telefotos poco confiables trabajaron. Con eso la información se salvo.

Las palomas siguieron siendo usadas, pero era peligroso para volar filmes en líneas oceánicas, de carreras torcidas o en parque por lo que se cambió a "palomas" humanas en casos urgentes como estafetas, cuando los canales regulares de transmisión eran cortados. Este método aún sigue en pleno uso.

Por ejemplo las primeras fotos de la declaración de la Ley Marcial en Polonia en 1981, fueron "palomeadas" fuera de la ciudad, después de que las comunicaciones fueron cortadas por las autoridades militares.

Tanta importancia adquirió el equipo de telefoto de ACME que fue adoptado por los militares en la Segunda Guerra Mundial como su estandarte. El "pool" de fotos militares del frente mundial hizo su camino a los diarios de Estados Unidos vía transmisión radiofoto.

El equipo de ACME fue utilizado para la primera foto a color transmitida por radio. Fue la de Truman, Atlee y Stalin en Potsdam.

El fin de la confrontación bélica liberó a los servicios noticiosos de las restricciones impuestas por tiempos de guerra, de equipo y comunicaciones y abrió el camino para una mayor expansión.

Fue entonces cuando Scripps-Howard, propietario de ambas, ACME/NEA y Asociaciones de Prensa Unida (UPA), vieron la necesidad de que UP tuviera bajo su mando directo un servicio de fotografías para combatir el rápido desarrollo de la Prensa Asociada. Así el 2 de Enero de 1952, UP adquirió

ACME de NEA y la línea crédito de ACME desapareció.

Siempre UP tuvo en cuenta la competencia, es decir AP. De no haber existido la rivalidad entre ambas, tal vez el proceso de expansión y transnacionalización hubiese tardado un poco más.

Su propia tecnología, aplicada directamente a información, hace posible su posición vanguardista. Mientras otras numerosas agencias cuentan apenas con un equipo muy rudimentario y anticuado, ya UPI está probando nuevos y complejos aditamentos que hagan de su información algo más deseable a los clientes, sea por su rapidez, su color, sus fotografías o por el hecho de la clase de "noticias" que transmiten a sus suscriptores. Tal vez sea aquí el porque de su situación de crisis que afronta.

E.W. Scripps, según cuentan, tuvo una visión para UP en 1907. Tal vez él no previó los operadores impresores de mil 200 palabras por minuto o -- señales electrónicas enviadas y rebotadas a un espejo a 22 mil millas en el espacio. Pero esto no los tomó por sorpresa. Estaban preparados para los cambios en su cuartel mundial en Nueva York y con un equipo de activos jóvenes sentados frente a sus video-terminales.

Si él y sus colegas no hubieran sido visionarios, nunca habrían desafiado el ir dentro de los negocios contra su atrincherado competidor mencionado. Es decir que todo el desarrollo de UP giró siempre en torno de AP y viceversa. Ambos consideran a las noticias como mercancías vendibles al mejor postor.

Sin embargo, Estados Unidos puede y ha hecho surgir en sectores, en los cuales hay monopolios privados, una concentración de control de los medios de comunicación social, incluso en ese conglomerado de empresas, no en manera directa, pero su mano siempre estará presente.

3.5 SITUACION ACTUAL CON EL GOBIERNO DE ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos, estableció y garantizó en la Primera Enmienda de su Constitución, el libre ejercicio de la palabra. Pero muchas veces existen otro tipo de leyes o reglamentos que pueden garantizar la alineación de los medios de comunicación a una determinada política.

Para ello el joven profesional o el corresponsal de una determinada agencia tienen que sujetarse a la política de la empresa en la cual presta su servicio. Esta a su vez habrá de someterse a ciertos requerimientos del Gobierno para hacer uso de un determinado servicio de telecomunicaciones. Generalmente federal o bien del espacio aéreo.

Por ejemplo "el joven corresponsal de una red de televisión, cuyos informes revelen simpatía por la protección ambiental o la integración racial o por un reordenamiento de prioridades, pronto se encontrará en dificultades profesionales con sus superiores."¹⁶ Este ejemplo es por el lado del periodista que se ve inmediatamente contenido en su labor de información, sin que interyenga directa el Gobierno.

Pero veamos un caso que llegó a más. El vice-presidente Agnew pronunció un discurso en el que atacaba la información y los comentarios presentados por la televisión, y les recordó a las cadenas que el Gobierno tenía el poder de retirarles la licencia. Las cadenas de video respondieron no con un aumento en la variedad de perspectivas que transmitían sobre la guerra de Vietnam, sino que excluyeron casi toda la información sobre la manifestación más grande tenida lugar en la historia de Washington y de la Unión Americana.

Con esto se reafirma la idea de una vinculación, sino bien directa si por lo menos indirecta entre gobierno y medios de comunicación para bene--

ficio de ambos.

"Lo más probable es que no estimulara la confrontación de las ideas, sino que trataría de que los medios sirvan a las preferencias gubernamentales en materia de política. Por lo tanto, resulta más segura que el simple principio de que el Gobierno debe mantenerse al margen y dejar que el público tome su propio juicio sobre la prensa."¹⁷

Sin embargo, tratar de confirmar en un cien por ciento la relación entre Gobierno y agencias informativas, se ve obstaculizado por el hecho de ocultamiento de muchos datos que no fácilmente salen a la luz pública. Pero tenemos indicios, rasgos, informaciones que nos hacen ver cierto tipo de relación.

Por ejemplo en la Guerra de Vietnam, nuevamente, "los papeles del Pentágono sugieren que fue el secreto más que la divulgación lo que con frecuencia inhibió negociaciones durante el decenio de los 60's.

Es decir una y otras veces observa uno que, en el curso de la guerra el Gobierno de los Estados Unidos simuló al mundo, (por medio de sus agencias), estar abierto a negociaciones mientras en privado trabajaba para impedir las." George Anastaplo, conferencista de Artes Liberales en la Universidad de Chicago.

Montoya Martín en en libro "Condicionantes Históricas de la Comunicación Social escribe" "Por lo tanto, el Estado norteamericano ha venido utilizando a estas empresas informativas para el logro de sus objetivos globales e incluso recientemente ha integrado una nueva agencia del Departamento de Estado, cuyo objetivo es realizar acciones comunicativas en defensa de los intereses nacionales de los Estados Unidos. Es decir, se ha llegado a institucionalizar, explícitamente, el uso político de la información por -

parte del gobierno estadounidense, ubicando estas tareas al frente de las influencias, negociaciones e imposiciones."

En lo anterior no solo incluyó a las agencias transnacionales como -- UPI, sino también me refiero a la creación de nuevas que vinieron a sustituir a las antiguas ya fichadas. Como ejemplo tenemos a la "International Communications Agency (ICA)" quien vino a sustituir a USIS, una única e - integrada agencia.

En el discurso inaugural de F. Shakespeare, ex-director de USIS y primer director de ICA dijo: "Esta realidad debe gobernar nuestras políticas, nuestros programas, nuestras reacciones con los demás. Ya no debemos pensar más en nosotros mismos como ocupados en trabajo de información, trabajo educativo o cultural. NUESTRO TRABAJO ES LA COMUNICACION CON OTRAS AGENCIAS."

Más aún, definiendo los objetivos de esta agencia, el entonces presidente James Carter en un memorandúm a Shakespeare acentúa: "Debido a que - todas las actividades de la agencia tienen una relación con nuestras política e intereses en el exterior, usted buscará la guía acerca de todas las políticas e intereses en el Secretario de Estado."

Las noticias públicas y transmitidas por la agencia UPI en relación a la política son marcadas por los lineamientos de la Casa Blanca, sea directamente o a través de la manipulación de la mencionada agencia.

Las corporaciones transnacionales y el Gobierno de los Estados Unidos poseen los mismos intereses. Sus actividades, los personajes que las dirigen y los métodos que utilizan son los mismos. Ambos son paralelos.

"Las agencias transnacionales de noticias son una de las instituciones más eficaces para manipular la historia cotidiana. Por esta razón la Agencia Central de Inteligencia (CIA) dedica un presupuesto de 265 millones de dólares a las actividades de la prensa no sólo en su país sino alrededor del --

mundo. Este presupuesto supera al de las dos mayores agencias del mundo --- UPI y AP."18

Pero no todo es en relación a la agencia UPI en su totalidad sino --- flanqueando y atacando determinado periodista o corresponsal y como ex--- plica un ex-funcionario de la CIA, "era más fácil comprar un reportero - lo cual lo hemos hecho con bastante frecuencia-que adquirir un diario."

William Colby, director de la CIA de 1973 a 1976 afirma: "Aunque había agentes de la CIA en las oficinas extranjeras de la Prensa Unida Internacional y de la Prensa Asociada, se afirma que la agencia de espionaje no se infiltró en Reuter porque es una transnacional británica y, por lo tanto, un posible blanco para el servicio británico de inteligencia."

Más aún, en Agosto de 1981, según una nota del periódico "The Daily News" de Nueva York, la Agencia Central de Inteligencia (CIA) decide darle información a periodistas o corresponsales en misión en el extranjero a condición de que , cuando regresen a Estados Unidos, informen a la Agencia del material que han recabado.

A través de sus aparatos de investigación, penetración y demás, los -- Estados Unidos han logrado el control "oculto" de las informaciones recopiladas por corresponsales de UPI y AP.

"No significa esto que no haya habido intentos de control abiertos y -- totales aún en los Estados Unidos.

Las autoridades lamentan la irrefrenable difusión de la información -- así como la crítica de los actos y declaraciones oficiales. El temor a divulgaciones tendenciosas o contrarias a la ideología oficial, ha llevado a ciertas autoridades a pedir la censura sobre las noticias relativas a --- desórdenes o doctrinas 'fuera de control' (out of control) ya que podrían --

incitar similares reacciones por doquier."19

Estos son solo resquicios o fugas de información que permiten pensar - en un cierto control de los Estados Unidos sobre las agencias UPI y AP. --- Pero el Gobierno del Tío Sam no es el tirano manipular de las noticias como se podría suponer. Mucho de ese sometimiento viene precisamente de la propia agencia ya que desde sus inicios se inclinó por las informaciones sensaciona- nalistas, que atrajeran a los lectores precisamente a comprársela e hicie- ran de su negocio algo productivo y competente.

La relación de los Estados Unidos y la agencia es interdependiente. -- No pueden existir aisladas y mucho menos separadas. Las directrices ideoló- gicas de UPI necesitan un gobierno como el de Allende el Bravo. Comprende- dor de sus líneas y sus políticas. Es algo que los naturalistas llamarían - una relación de "simbiosis".

3.6 DIRECTRICES IDEOLOGICAS DE UPI.

El periodismo en Estados Unidos, como hemos tratado de analizar, --- fue una mezcla de escritor y periodista en un principio.

Mas es hasta el siglo XX cuando por fin logra fijarse una división - entre el primero y el segundo. Pero aún la profesión no está totalmente - situada dentro del campo del profesionalismo. Se le paga bien solo a aque- llos corresponsales que reportan noticias "interesantes" y por tales suben de escalafón.

El ascenso de la profesión periodística, en cuanto posición social - y remuneración, hace de ella una opción más atractiva de lo que hubiera - sido hace apenas una década.

El decreto de Roy E. Howard, cuando estuvo a la cabeza de UP en los -- 20's y el cual se ha mantenido a lo largo de los años, es el siguiente: -- "Nosotros hemos tenido que hacer cosas que nunca antes se habían hecho."

"El corresponsal, conscientemente o no, tiende a mirar el lado peor - de las cosas. Por su parte, el editor conciente o inconcientemente, pro-- pende a elegir las noticias negativas."²⁰

De acuerdo a Somavía, las características estructuradas de las agen-- cías de noticias son las siguientes:

- 1) Las principales agencias denominadas "Internacionales", no son tales, - sino agencias transnacionales con sus matrices en los países capitalistas - desarrollados, como UPI con su nodriza en la ciudad de Nueva York.
- 2) Su estructura de propiedad está 100% en manos de su país de origen; en - el caso de UPI, el total de los miembros de sus directorios son de naciona- lidad norteamericana, como asimismo la mayoría de los jefes de oficina que

operan en América Latina.

3) Son empresas cuya lógica es la ganancia máxima en la venta de sus mercancías (noticias) y el apoyo al sistema de "libre empresa".

A este respecto Howard nuevamente opinaba: "la historia de las noticias que correctamente reporta una situación debe inevitablemente reflejar y reproducir el color y la atmósfera natural de la situación. El real peligro no está en colorear honestamente las noticias como en palidecer des-- honestamente las noticias."

Pero para Harry M. Clor, en cuanto a la UPI y AP, las que supuestamente son las fuentes básicas de las noticias nacionales (e internacionales) en el interior (y el exterior), sus servicios cablegráficos proveen en los grises relatos, precisos y detallados, a veces (la mayoría) en demasía que llenan la mayoría de los periódicos (del mundo). Estas agencias influyentes, deslizan ciertos prejuicios en sus narraciones.

4) Basadas en la impunidad del libre flujo, son las agencias las que determinan cuales son los hechos socialmente relevantes y las interpretaciones de los mismos mecanismos mediante los cuales imponen los intereses transnacionales propios o ajenos.

Las noticias en contraste, no contienen ninguna expresión de opinión: son un espejo supuestamente fáctico de los sucesos y reflejan solo lo ocurrido, no lo que el reportero siente o cree al respecto. Tal vez él no, pero si los directores que se encuentran en la oficina matriz, lo cual hace doblemente peligrosa la información porque si bien ya viene manipulada, en Nueva York se le da un segundo trato que hace aún más difícil saber si verdaderamente aquello sucedió tal como se está escrito.

5) Para lo anterior, daré un ejemplo que me tocó vivir en la oficina

de UPI en la ciudad de México, D. F. y el cual explicará un poco mejor lo anterior; el encargado de una de las transmisoras digitales, mexicano de nacimiento pero con estudios en los Estados Unidos, me informó que las noticias de México y el área de Centroamérica tienen que pasar por 3 etapas antes de ser enviadas a todo el mundo. El primero, es la versión del propio corresponsal, el cual escribe la noticia con la tendencia prevista por la empresa y la envía a la central regional o sea la de México, en caso de que ser aceptada tal cual, se trasmite a Nueva York, en donde si también recibe el visto bueno del Director del área de Latinoamérica, la nota va a todo el mundo, con alguno que otro pequeño arreglo.

Pero si en la etapa II no es satisfactoria, el director regional la cambia y la acomoda, de tal manera que coincida con las directrices de UPI y si aún así, al llegar a Nueva York no satisface al Jefe de la División Latinoamericana, nuevamente es transformada; después de tanta corrección ahora si es retransmitida con toda la veracidad propia de UPI.

6) Promovieron y lograron la aceptación del concepto del "libre flujo de la información", mediante el cual no se hacen responsables socialmente de sus actividades en ningún país.

7) Su mayor poder no es financiamiento, si se compara con otras empresas transnacionales (presupuesto de UPI en 1972, 55 millones de dólares).

8) Y el tratar muchas veces dicho concepto, pero no por ello falso, es decir que un pequeño número de agencias ejerce el monopolio de los flujos informativos entre los miembros del Ter Mundo y preponderantemente de los centros capitalistas hacia la periferia.

En 1933, escribió el poeta Stephen Vincent Benet, quien resumió la política y la filosofía de UP de la siguiente manera: "La Prensa Unida no

es ninguna de las dos: ni caridad ni filantropía. Es un negocio interesan-- te y sus miembros trabajan para su provecho. Pero hay otro motivo que im-- pulsa a ellos tanto de manera firme como total, pueden llamarlo orgullo de profesión o profesionalismo agradable o entusiasmo o autohipnósis."

Y agrega: "Los unipreses (como los llama) son líderes, en un inusual espíritu de cuerpo, difícil de definir todavía. No dudo que éste tenga algo que ver con la independencia de UP."

Dos cosas de este poeta son ciertas. La primera, considera a UP y - ahora UPI como un negocio para trabajarlo como tal y no como caridad o la filantropía. La segunda, el hecho de trabajar para su provecho y no para el personal, crea un estado de hipnósis que impide muchas veces ver la realidad que se vive para escribirla.

Aún más, para complementar lo anterior, parte de la fuerza de Estados Unidos y UPI es que "su sistema de comunicación es amoral: transmite mentiras, errores y delirios con la misma serena eficiencia que la verdad, exactitud y realidad."²¹ Algo que muy pocos saben hacer, pero para desgracia -- del mundo, ellos lo saben hacer.

CAPITULO IV

PRENSA UNIDA INTERNACIONAL Y SU MUNDO.

"Vivimos por desgracia,
en una época mancilla-
da por la crueldad, la
tortura, la guerra y -
la violencia."

SEAN MCBRIDE.

4.1 UNA AGENCIA MONOPOLICA.

Prensa Unida Internacional, agencia de noticias se ha logrado consolidar desde hace mucho tiempo a manera de un monopolio en el sentido amplio ya que, como hemos visto, existen otros no menos fuertes como su archirival Prensa Asociada. Este servicio es fundamental para Estados Unidos por el hecho de servir de indicador en sus relaciones tanto internas como externas.

"Muy pocos corresponsales, camarógrafos o teledifusores pasan el día -- sin examinar varias veces esos indicadores-no para impedir la tarea de los servicios cablegráficos sino para saber si deberían estar en otra parte de la ciudad o el mundo.

El dato más importante que buscan es el que inicia ambos servicios cada mañana: el llamado "pronóstico de noticias", que lista los principales eventos anticipantes para el día. No hay absolutamente ninguna institución que realice esta función de integrar noticias de antemano, como las agencias.

Los dos servicios abren sus cables a periódicos-clientes con el mismo pronóstico de noticias. Es lo primero que los editores de noticias, ya sea impresas o electrónicas, ven cuando llegan a su escritorio."¹

Lo anteriormente citado permite la homogeneidad en cuanto a la selección de noticias, y hace con ello que la opinión se estandarice sin ver otros ángulos en las informaciones. Existe una alta concentración de noticias aunadas al avance tecnológico del país de las barras y las estrellas, lo que hace que el hombre dependa cada vez más de las agencias y su tecnología, en especial del mundo informático de UPI tan avanzado.

"El sistema noticiario norteamericano está en permanente enfrenta--

miento con su ambiente tecnológico y empresarial. Transmite la mayor parte de la información por medio de monopolios nacionales: los sistemas telefónicos y telegráficos. Sus principales proveedores (sino que únicos) de noticias nacionales y mundiales son dos agencias nacionales altamente centralizadas, la UPI y la AP. En conjunto, la industria periodística, - una de las mayores del país y, por ende, funciona en un ambiente económico de gigantismo colectivo y oligopolio."²

Si esta agencia monopolística hace esto en su propio país de origen, - sea intencional o no. ¿Qué hará con los países sub-desarrollados?

La agencia transnacional UPI de noticias produce un flujo de información que parte preponderantemente de su centro capitalista Nueva York hacia el resto del mundo. Además sirve de intermediario, en gran medida, - del flujo informativo que tiene lugar entre los países del Tercer Mundo. Esta situación constituye indudablemente una fuerza ideológica-política contraria a los países dependientes, al mismo tiempo que un obstáculo al entendimiento mutuo, al acrecentamiento de vínculos globales entre las naciones pobres.

Vayamos ahora un poco a las estadísticas, a fin de enterarnos porqué UPI es una agencia monopolística.

La agencia en cuestión, con su información etnocéntrica, produce -- el 71.2% de noticias cuyo origen fue Estados Unidos y el 9.6% de Europa, es decir el 80.8 % del total de noticias transmitidas por día. Eso significa que del total de catorce millones de palabras diarias enviadas en promedio por UPI, mas de once millones se refieren a Estados Unidos y el Viejo Continente y solo poco más de dos millones al resto del mundo.

Como ya vimos en el ejemplo de UPI en México, al tiempo de escoger las noticias para ser enviadas al resto del mundo, selecciona la información de Latinoamérica, "según criterio de intereses paralelos con una estructura de dominación. UPI procesa la información recogida y desde su cuartel general en Nueva York la reenvía al continente. Así la agencia informa a los latinoamericanos de una América Latina que no es la que viven.

El monopolio de la información, tanto por parte de los gobiernos como de los intereses privados, permite el uso arbitrario de los medios de información y da lugar a la manipulación de los mensajes de acuerdo a intereses sectoriales y con preferencia de ideologías neo-colonialistas, cuya importancia relegada a un segundo término, en los últimos años, ha dado paso a otros aspectos como la posibilidad de una guerra nuclear o la posible generalización del conflicto en Centroamérica.

"En una encuesta hecha por la UNESCO-CIESPAL en 1975, se indicó que, la UPI da servicio a 16 de cada veinte países y la AP a catorce de las mismas veinte naciones. Estados dos agencias continúan con su dominio del contenido internacional de los medios noticiosos en América Latina."⁴ Sólo para referirnos a nuestro continente, el cual nos interesa pues estamos inmersos en él y nos afecta directamente.

Cosa similar sucede en todos los demás países del mundo, a pesar de que se han hecho intento por descentralizar la información mediante otras agencias. Más adelante veremos la razón de su pobre funcionamiento.

Para seguir con los ejemplos, en Colombia, los servicios de prensa internacionales controlan las noticias que llegan y salen del país de una manera totalitaria, además de proporcionar parte de las noticias nacionales. La UPI maneja en su conjunto con la AP, el 70% de las noticias exte-

riores de este país.

Chile constituye un caso muy especial ya que su libertad de expresión no deja ni el beneficio de la duda. La prensa, la radio y la televisión reciben servicios de agencias de noticias no nacionales, en particular de UPI, la cual mantiene el monopolio sobre la información que sale del país austral. Ello no es necesario si tomamos en cuenta las condiciones que privan en ese país sudamericano.

Llegamos a nuestro país México, que no es la excepción de la regla, a pesar de que poseemos dos agencias de noticias nacionales (una de ellas propiedad del Estado). El 90% de las noticias internacionales son proporcionadas por UPI, AP y AFP. Así la situación se repite en todos y cada uno de los países desde el Bravo hasta la Patagonia, sin contar a las demás naciones sub-desarrolladas que apenas cuentan con periódicos.

En el siguiente cuadro vemos el poder que tiene la agencia UPI, desde cuyos inicios, por el hecho de ser independiente, ha llegado a colocarse como la agencia número Uno como ella misma se define.

CUADRO IV.

AGENCIA PRENSA UNIDA INTERNACIONAL.

Cantidad de países atendidos	92.
Cantidad de suscriptores	7,079 diarios. 2,246 suscriptores fuera de E.U.
	36 Ag. Nacionales.
Cantidad de países cubiertos por corresponsales o noteros.	81 oficinas en el extranjero.
Cantidad de palabras difundidas por día.	14 millones de palabras. 200 fotografías.
Personal regular de la agencia.	1,823 personas.

AGENCIA PRENSA UNIDA INTERNACIONAL

Cantidad de Corresponsales en el
extranjero.

578

FUENTE: CONDICIONANTES HISTORICAS DE LA COMUNICACION SOCIAL. Pág. 123.

"En resumen, no es posible deducir ningún significado de la estructura de las comunicaciones formales de Estados Unidos sin estudiar los servicios cablegráficos. Estos tienen redes mundiales que se entrelazan en ciertos puntos claves con los servicios de prensa de otros. Funcionan las 24 horas al día, siete días a la semana. Su papel es tan vital que si desaparecieran, la industria de las comunicaciones norteamericanas, - se vería obligada a idear un sustituto."⁵

4.2 RELACION CON OTRAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

Las agencias informativas mantienen una relación constante entre -- sí. Desde el inicio de sus historias mantuvieron nexos. Sean de ayuda o dominación. Con lo que cubrieron el mundo más rápidamente. Así se evitó la lucha por las historias de cada día.

Como hemos visto, en el siglo XIX, el orbe fue repartido por las agencias de acuerdo con su antigüedad e importancia. En esta época, a la UP, aún desconocida, se le concedió poca relevancia por lo que le tocó -- la información de Latinoamérica en aquel entonces región poco notoria -- para los clientes de periódicos en el mundo.

En la actualidad, a pesar de que en América Latina, doce de 25 países tienen agencias informativas, todos los países dependen enteramente en cuanto a noticias extranjeras de las agencias mundiales y algunas otras agencias o diarios internacionales. Sobre todo la agencia española EFE. Sólo México y Chile mantienen corresponsales en el extranjero.

La competencia, sin embargo, es factor fundamental para la búsqueda constante de noticias. La observación de las otras agencias hace posible que las informaciones sean transmitidas por dos o más agencias --- transnacionales al mismo tiempo.

La unión de las agencias es importante sobre todo en sus relaciones con los gobiernos para evitar, fundamentalmente en tiempo de rigidez política, que sus noticias y los propios corresponsales corran peligro a -- la hora de obtenerlas y transmitirlas.

En lo que respecta al punto de vista noticioso, el compartir las noticias con las otras agencias es incompatible. Cada reportero tiene una misión y no se puede dar el lujo de fallar o de que alguna otra agencia

le gane determinada información.

Pero sobre todo, son las relaciones de tipo comercial, lo que más - auxilia a UPI. En este tipo de vinculación, UPI vende su información íntegra a una agencia regional o nacional para que a su vez la distribuya a sus clientes-base como si fueran propias.

Es notoria la ventaja de estas relaciones sobre todo para el lado -- del control y dominación por parte de UPI del flujo informativo ya que -- las agencias pequeñas al no tener personal suficiente para cubrir el orbe tienen que aceptar los servicios noticiosos y fotográficos de la a---gencia, con lo que al mismo tiempo de ahorrarse esfuerzos y dinero, de -- vender y distribuir sus servicios a clientes más pequeños, con ello manejan el sentido de las noticias a nivel mundial y manipulan a todos aquellos países a los que sus servicios no cuestionan.

Pero estas mismas relaciones no existen, ni existirán entre las gran des agencias transnacionales como lo son UPI y AP. La búsqueda constante de noticias hace que ni siquiera se piense en la adquisición de su servi cio o de fotografías para uso comercial, pero siempre se está en una posición de alerta para evitar que el competidor se adelante y consiga la nota "golpe". Esto se debe a que la UPI, en sus inicios obtuviera infor maciones novedosas y adelantos tecnológicos con lo que logró superar fá cilmente a la AP, una agencia entonces reacia a los cambios.

Al mismo tiempo que UPI sirve a estaciones de televisión y de radio y a cadenas de periódicos, también ofrece servicios a otras agencias más pequeñas, sean regionales o nacionales.

Este servicio es dado a 39 agencias en el mundo, las cuales distribuy en las noticias de UPI con sus propias siglas. Este servicio antes de -

de ser dado, se estudia el equipo con que cuenta la agencia-cliente para adaptarla a los modernos aparatos con que la transnacional innova a cada momento el mercado de las transmisiones de la información.

Además de ofrecer su servicio informativo, UPI da cursos a todas aquellas agencias oficiales, a sus corresponsales, sobre el manejo de equipo y de información. Imparten conferencias, y como ellos mismos dicen: "Estamos dispuestos a ayudar a todos los países que lo decidan en sus proyectos de la idea de organizar en su país una agencia informativa internacional."

De las agencias afiliadas a UPI, muchas de ellas son fundadoras o cooperativas del "Pool de Agencias del Tercer Mundo", con lo que en cierta medida contrarrestan la influencia informática que la transnacional pueda ejercer sobre los miembros de su país.

Sin embargo, la mayoría de ellas son del orden capitalista y sobre todo son las transnacionales con las que mas relaciones tienen, no por razones comerciales, sino para observar sus noticias y no dejar que ninguna de ellas tome la delantera en el campo de la información y la fotografía.

Así UPI sirve a las siguientes agencias del Pool:

- Prensa Latina (PL) La Habana, Cuba.
 - Inter Press Service (IPS) Roma, Italia.
 - Noticias Mexicanas (NOTIMEX) México, D. F.
 - Telegrafiska Agencija Nova Jugoslavija (TANJUG) Belgrado, Yugoslavia.
- Base del Pool.
- Iraqi News Agency (INA) Bagdad, Iraq.
 - Middle East News Agency (MENA) El Cairo, Egipto.

- Kenya News Agency (KNA) Nairobi, Kenya.
- Tunis Afrique Presse (TAP) Túnez, Túnez.
- Sudan National New Agency (SUNA) Khartum, Sudán.

- Y a las trasnacionales a las que también proporciona datos, son las ya multiconocidas:

- Associated Press (AP) Nueva York, Estados Unidos.
- Agence France Presse (AFP) París, Francia.
- Reuter Limited (REUTER) Londres, Inglaterra.
- Telegrafnoic Agenstvo Sovietskavo Soyusa (TASS) Moscú, U.R.S.S.

Las otras agencias importantes pero no a la altura de las anteriores son:

- Deutsche Press Agentur (DPA) Hamburgo, Alemania Occidental.
- Empresa Fotográfica Española (EFE) Madrid, España.
- Sin-Hua. New China New Agency (NCNA) Pekin, República Popular China.

Además UPI ofrece su servicio a otras agencias privadas pero menos -- trascendentes, sirviéndole como eslabones simplemente, ejemplo : KYODO de -- Japón, LATIN, ANA de Grecia o CAP de Polonia.

Así tenemos que las relaciones entre todas las agencias se norman -- por relaciones de conveniencia en algunas y en la mayoría por razones comer-- ciales. Pero todas las trasnacionales se aprovechas de las agencias menores para recoger las noticias de todo el mundo y ponerle las siglas de la empre-- sa o cooperativa a la que representan.

Son los avances tecnológicos los que van a marcar la pauta a seguir en este siglo XX y las cuales seguirán señalando el camino en el cercano si-- glo XXI, por lo que solo aquellas agencias que posean los adelantos en mate-- ría comunicativa podrán ser capaces de estar al día en el mundo de la infor-- mación.

Todas aquellas que no posean la infra-estructura comunicativa, seguirán, como a la fecha, a la zaga en el campo de las noticias. A éstas últimas corresponde la mayoría de las que se encuentran en los países tercermundistas, por lo que el Pool representa como ya vimos, una alternativa en comunicación e información, sirviendo con ello para evitar la dominación y dependencia de una manera aplastante en que viven estas naciones, no sólo en materia comunicativa, sino política y sobre todo en el orden económico.

4.3 DOMINIO TECNOLÓGICO ADMINISTRATIVO.

En la actualidad UPI posee el gran porcentaje en cuanto al desarrollo tecnológico aplicado al material informativo rentable se refiere.

El llamado a la explosión de la información en la actualidad posee demanda para ambos, tanto para UPI como para la industria periodística. En esta atmósfera evolutiva, la agencia transnacional continúa en la tarea de liderazgo en conocimiento de las necesidades de sus tradicionales clientes, los periódicos y las industrias esporádicas (ABC, CBS y NBC). La marca de UPI es la innovación tecnológica puesta al instante al alcance de todos.

En cuanto los periódicos se computalizaron, pudieron soportar el paso de la inmensa corriente de noticias para suscriptores de gran velocidad dado por los circuitos DATANEWS, los cuales proveen sus sistemas con los reportes de UPI de manera automática.

Esta velocidad alta permite a UPI atender las necesidades específicas de sus clientes. Lo cual va a permitir que la agencia aproveche las noticias regionales, dando con ello una sólida base de la información local, la cual publica y envía al exterior.

Las futuras innovaciones serán focos de noticias electrónicas y métodos de recolección, los cuales harán más estrechas las relaciones entre sus clientes y UPI en un sistema de base recíproca.

Esto quiere decir que los clientes no solamente estarán recibiendo noticias de UPI, sino que ellos estarán capacitados para guardar en cintas, lo que en otro país o estado suceda.

La capacidad de liberación de noticias de alta velocidad es casi ilimitado.

Ahora en cuestión de satélites, UPI continúa con la tradición de ofrecer cada día un mejor servicio en la transmisión de noticias. Los satélites serán tan comunes en la escena internacional como la antena de televisión en los 50's y 60's.

Todos los servicios de UPI serán una viga a tierra, disponible para cualquiera con el equipo decodificador de la señal. Esta fuente proveedora de noticias tendrá un alto significado en el aprovechamiento para eliminar los métodos de UPI de distribución, los cuales son ahora dependientes en líneas terrestres.

Este nuevo equipo de la era espacial introduce un servicio que incluye un pequeño equipo portátil VDT'S y una nueva generación de pequeños y eficientes impresores de alta velocidad con bajo costo de mantenimiento.

En cuestión de diseminadores, UPI marcha adelante en la transmisión de noticias al igual que en años anteriores. Los ya mencionados circuitos DATANEWS diseminadores serán permitidos en estaciones de televisión y radio para computalizar sus operaciones noticiosas como la que los periódicos tienen, reestructurando radicalmente los métodos de operación.

El rápido crecimiento en sistema cablegráfico también da nuevas opciones para UPI. El alambre alfa-número ha sido tradicionalmente preferido sobre otros sistemas alfa-númericos.

Sin embargo, UPI piensa mejorar el servicio de cable incluyendo alambre-cable regionales y con ello hacer un nuevo, popular y más atractivo formato.

Otro aspecto tecnológico fundamental es la distribución electrónica

de noticias a mercados hogareños. Esta es una información marcada, la --- cual se halla todavía en pañales, pero se está en espera de crecer en -- la década presente. UPI se encuentra en trabajo con diferentes datos --- base vendibles en un intento de definir el mercado en términos más ra--- cionales.

Estos términos incluyen Dow-Jones, Dailcom, Nexis, Dialog, The Sour- ce NewsNet, y el Field Electronic Corporation.

Los datos bases de UPI son de inmensa importancia para ese desarro--- llo de clientes y como liberación directa de los servicios alámbricos y UPI se encuentra realizando esfuerzos para asegurar que el uso de esos -- datos base estén perfectos para la mejor disposición de las industrias.

Así por un lado, con todo este precioso equipo tecnológico usado y - en vías de utilizarse, instalados y en proyecto, el mundo se enfrenta a la alternativa de modernizar su equipo receptor de noticias, y con ello enfrentar la competencia en un acto de supervivencia en el mundo de los negocios.

Por otro lado, el público lector cada vez tendrá una opción de elec- ción entre la variedad de información que se le dará y diversas en cues- tión de análisis de éstas y con ello, continuará la manipulación por -- parte de UPI del flujo informativo internacional y proveerá solo las no- ticias que a sus intereses convengan.

Ello por parte del acopio y distribución de noticias. Pero no hay -- que olvidar el Departamento Fotográfico y el ángulo que se les da a las noticias en una empresa que empezó a distribuir información por clave -- Morse hace mas de 75 años.

Las comunicaciones progresaron y se pasó al teletipo, a los impre--- sores electrónicos y a los recibidores del mismo tipo de copias fotostá-

ticas, a las imagenes en alta velocidad y a los computadores directos. Y ahora UPI piensa convertir todas sus comunicaciones, primero en Estados Unidos y posteriormente en el mundo, de líneas convencionales a -- satélites estacionados a 22 mil millas arriba de la tierra.

Pero de vuelta al mundo fotográfico hice ver en el capítulo anterior, que con el manejo agresivo y sus poderosos recursos económicos, se produjo rápidamente una mayor innovación en la tecnología de transmisión de fotos.

Los sistemas de telefoto fueron operados manualmente y requirió en un principio el uso de materiales de registro fotográfico. Los costos -- envueltos subieron substancialmente y solo los grandes periódicos pudieron proporcionar fotos por alambre en 1950 y por la red de teléfotos de ACME, la cual solamente llegó a 50 ciudades.

Los ejecutivos de UPI reconocieron el potencial de un nuevo método de registro de fotos automático en un panel electrónico barato. Al avance científico de UPI se le llamó UNIFAX, siendo tan revolucionario que -- hizo que las fotos fueran distribuidas por alambre a un costo bajo que -- incluso los periódicos pequeños gozaron del servicio a precio razonable.

La industria de la televisión también sacó utilidad a las fotos UNIFAX. El resultado fue una mayor expansión de la red de UPI; en menos de una década, sumó a más de cuatrocientas ciudades domésticas.

Equipo similar introdujo allende los mares, lo cual produjo nuevos burós y los ya existentes, se expandieron.

Al Mims Thomason fue el primer Gerente General de Fotonoticias de -- UPI y él fue el responsable directo del desarrollo de UNIFAX; el inge---

niero en jefe Jerry Callahan dirigió el avance tecnológico de UNIFAX y -- una nueva línea de transmisores telefoto, la cual vino a usarse en 1958. Un par de modificaciones existentes a los unifaxes y un nuevo modelo manual operativo de recibidores negativos y positivos, con el cual se produjo una mucho mejor calidad que cualquier equipo de telefoto del mundo y UPI seguía con sus avances científicos.

Después de la unión con INP en 1958, UPI continuó con su expansión - en el mundo. El servicio de radio foto fue introducido en cada ciudad -- de Latinoamérica y de manera cooperativa fue agregado a cada agencia nacional en Europa Occidental.

Servicio a y para Europa fue el de radio foto a cable, a satélite y servicio de radio foto al Continente Asiático, con cambio a satélite en 1972. La red doméstica fue extendida a Canadá y México durante los años 60's y 70's. En esta misma década, las fotos de UPI fueron vistas por mas gente en el mundo que cualquier servicio.

En 1971, los negativos de UPI introdujeron el primer transmisor de - fotos "universal" al mundo, el popular modelo 16-S, el cual llegó a ser el modelo para la industria y virtualmente cada agencia de noticias en el mundo la adquirió para uso interno.

En el año de 1974, Prensa Unida Internacional introdujo el primer -- recibidor de fotos electrostática del mundo llamado UNIFAX II, el cual trajo calidad fotográfica a precio accesible a diarios alrededor del --- orbe y fue adoptado en todas las agencias.

Como resultado de las innovaciones tecnológicas, las operaciones --- de fabricación de UPI rápidamente llegaron a ser un prolífico centro de sus propios derechos, expandiéndose varias veces e instalándose en sus -

nuevos cuarteles en el Centro de Servicios Tecnológicos (Dallas Technical Services Center).

Más recientemente UPI innovó el mercado con una nueva versión del --- transmisor 16-S y con ello hizo más posible la derivación de alta calidad en separaciones de color para una simple impresión hecha en color.

En 1981, UPI instaló el sofisticado "Cuarto Oscuro Digital" en sus - cuarteles generales en Nueva York. El sistema provee un almacenaje elec-- trónico de varios cientos de fotografías a un mismo tiempo y de una ma-- nera automática las archiva para su captación, agrandamiento y mejoría -- de fotografías.

Así la liberación de noticias fotográficas también continuará. Este - nuevo cuarto oscuro digital en Nueva York y otro en Bruselas, represen-- ta el primer paso hacia una más eficiente manera de procedimiento de fo-- tos a distancia.

Eventualmente, los ingenieros tienen el propósito de introducir modi-- ficadores digitales en los cuartos oscuros para los clientes de los pe-- riódicos, con lo cual eliminarán costosos laboratorios con un significan-- te incremento en la velocidad del proceso fotográfico.

De manera global UPI tiene, en 1982, un nuevo agregado con varias -- organizaciones para arrendar información de datos básicos para uso en sistemas interactivos con video-terminales en casas, oficinas, y univer-- sidades.

Los datos básicos de UPI poseen la llave del futuro. Hoy 14 millones de palabras de información pasan a través de las computadoras de la ---- transnacional cada día. En el mundo de la nueva tecnología, hay una con-- siderable diferencia entre información pasiva y volátil.

Se podría programar completa la Enciclopedia Británica dentro de un dato base y podría acabar asentada ahí. La información no cambia de un día para otro y mucho menos de un año para otro. El dato contenido en -- las computadoras de UPI puede ir en constante cambio de acuerdo a la guía de la historia política y económica.

Los datos básicos de UPI, se mueven alrededor del mundo. Cambian con cada edición de nueva información, lo cual representa su futuro.

Sin embargo y a pesar de todo este avance tecnológico UPI afronta -- problemas graves de índole económico que inclusive la han llevado a de-- clararse en banca rota.

Ante esta situación, el mexicano Mario Vazquez Raña ofreció pagar -- todas las deudas de la agencia transnacional, ante lo cual, como apare-- ció en PROCESO (16/Dic./1985), "...los editores de periódicos estadonun-- dens montan guardia cerrada ante las negociaciones que se llevan a ca-- bo para vender la agencia a un 'extranjero'."

Esta línea está encabezada por el "Financial News Network Inc.", una agencia de noticias de tipo financiero. Pero el propio Sr. Dan Stalz, abogado del sindicato de UPI, este grupo es hóstil a los intereses de los trabajadores.

La venta preliminar a Vazquez Raña es un hecho consumado aunque se le impusieron algunas condiciones como la prohibición del control inmediato de la agencia y el hecho de que el actual presidente de UPI, Luis Nogales mantenga autoridad exclusiva y total.

Pero aparte de ello y como el nuevo propietario reafirmó en el mismo artículo de Proceso: "...los tres puestos más altos serán ocupados por norteamericanos, lo garantizó. Si compro la UPI será mil por ciento nor--

teamericana."

Según el punto de vista de la Prensa Unida Internacional, cuya fuerza en el campo de la información y comunicación es de privilegio y tratará por todos los medios de permanecer en ese camino; se pronóstica un dramático porvenir para todas aquellas parte del orbe en donde la transnacional tiene infiltrafas sus bases.

Peor aún , a todas aquellas ciudades en donde UPI llegue vfa Satélite, nadie ni nada podrán detener su tergiversación del flujo informativo. De allí que el nuevo Orden Informativo Internacional propuesto en la UNESCO, quede como un objetivo inalcanzable o una etapa que no veremos a corta alcance en el camino de la comunicación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES.

"Con razón se afirma que
'las corporaciones trans-
nacionales constituyen -
el corazón económico del
imperialismo moderno.'"

5. CONCLUSIONES.

Actualmente la gente vive en la creencia de "estar bien informado" o al día en la actualidad del orbe. A través de la lectura de la prensa se cree poseedora de "opiniones autorizadas" para evaluar un suceso o situación. Sin embargo, el mundo de las noticias es un fiel reflejo del acontecer mundial.

Capitalismo, transnacionales, medios de comunicación, agencias informativas, UPI, son palabras que a lo largo del presente trabajo están íntimamente ligadas y en la realidad se hallan aún más.

Estados Unidos y América Latina han acrecentado sus diferencias --- respecto a temas políticos, económicos, lo que ha influido en el mundo ideológico de los mismos y la tensión ha aumentado por lo que no podemos permanecer indiferentes al abuso del Tfo Sam hacia nuestras naciones y sobre todo al hecho de tergiversar lo que ocurre a diario.

La comunicación difiere de una sociedad a otra de acuerdo no solo -- con su grado de desarrollo, sino también con sus valores y tradiciones culturales, sociales, económicas y políticas; además continúa como uno de los rasgos tradicionales que caracterizan a los países industrializados, el hecho de contar con una prensa libre para cualquier gobierno que se considere democrático en cualquier sociedad.

Como afirman Gabriel García Márquez y Juan Somavia: "La comunicación no se reduce a la información." Es un factor determinante de todos los procesos sociales y un elemento fundamental del modo de organización de las sociedades.

"La guerra entre el imperialismo y el Tercer Mundo es a muerte. Y en un conflicto tan implacable todas las armas son válidas. Desde las más

evidentes, las de fuego, hasta las más sùtiles: los medios masivos de comunicación."¹

"Trescientos millones de ejemplares de alrededor de 8 mil diarios - que se editan en el mundo circulan cotidianamente y son leídos por unos -- 900 millones de habitantes del Globo. Más de 155 agencias de prensa instaladas en 80 países, recogen diariamente miles de millones de noticias para esos periódicos."²

La primacía del espacio, en el arte de las comunicaciones, se traduce hoy en día en la primacía política, militar, económica y social entre todas las naciones de la tierra.

El gran capital tiende a internacionalizarse. Lo mismo que el trabajo asalariado. Al mismo tiempo, las industrias extractivas, incluyendo - la extensa y popular agricultura, resienten el coloniaje al que han sido sometidas. Esto nos trae el recuerdo de aquel dirigente latinoamericano quien al pedir a unos industriales que organizarasen a la burguesía autóctona, les decía: "Quiero poner al servicio de mi país, la economía cuando es esta misma, la que empuja a ponerla al servicio de los intereses - extranjeros."

"El largo e intrínseco proceso que ahonda aceleradamente la brecha - entre países ricos y pobres incitó, desde el siglo pasado, numerosas y - divergentes interpretaciones."³

Lo anterior aumenta la trascendencia que tiene en el mundo, el análisis y discusión del control del flujo informativo por parte de los --- países industrializados en los 70's. Poco tiempo después cede su lugar - a los grandes conflictos, a las revoluciones de liberación y nuevamente al inicio de las discusiones Este-Oeste, con un panorama ensombrecido -- por la crisis económica mundial. Pareciera ser que las comunicaciones --

pasan a ser sólo un recuerdo del intento de objetivizar y democratizar - la información mundial.

"Ello se debe en buena parte a la problemática económica provocada por las necesidades de expansión, en la etapa de transnacionalización; - los Estados Unidos y las naciones industrializadas requirieron de abrir y dominar mercados financieros en cada país. Reorganizar el comercio apartándolo de los canales competitivos tradicionales para reubicarlo en un comercio 'cautivo' al interior de sus propias empresas."

Fortalecer su capacidad de acumulación mediante la apropiación más generalizada de los excedentes locales de los países dependientes. Concentrar las fuerzas económicas necesarias para sostener una investigación y renovación tecnológica cada vez más costosa."⁴

Se trata de un notorio desplazamiento absoluto, desde los sectores - primarios, es decir el control de las materias primas, a los sectores de la industria manufacturera y los servicios financieros y comerciales. Es decir, al control de los mercados y las fuentes generalizadas de excedentes de los países dependientes.

"La dominación económica se complementa con una maquinaria gigantesca de control de información y penetración ideológica.

Respecto de ello, no se trata solamente de la capacidad del Gobierno norteamericano para movilizar, a través de sus mecanismos más o menos secretos, los recursos financieros con lo que compra la servidumbre o complicidad de los medios de difusión, tanto interiores como exteriores."⁵

El lector, auditor o el telespectador latinoamericano se hallan obligados discretamente a observar los acontecimientos según la realidad amañada que fabrican las agencias informativas norteamericanas en convi-

vencia con la llamada "Gran Prensa" local de países dominados, con algunas excepciones.

"El problema es más profundo. Hay un enorme flujo de información internacional que 'legitimized' y refuerza la capacidad de unas pocas economías dominantes para imponer sus definiciones culturales y sus perspectivas al resto del mundo.

El flujo de información entre países, según la división internacional de trabajo, es determinado a su vez por la estructura y práctica de los países capitalistas más fuertes. Aquellas naciones que tienen los medios de comunicación más poderosos, monopolizan y dirigen la transmisión de mensajes internacionales."⁶

Lo anterior gira en torno a la "responsabilidad social" que tiene la prensa norteamericana en la actualidad. Una teoría que se ha manejado para permitir a los corresponsales manipular las noticias de acuerdo con los intereses a los que sirve.

Para ello, además de responsable se declara "liberal", con lo que elude la real función de la prensa y el periodismo.

"Este mundo contemporáneo se ha reducido. Lo que sucede fuera de nuestras fronteras nos afecta e importa."⁷

El avance cada vez más acelerado de la ciencia y la tecnología ocurre fundamentalmente en los países desarrollados. ¿Como ocurre todo lo anterior y por qué UPI va a la vanguardia en comunicación?

En el periodo de 1830-1870, se establecen las bases para el surgimiento del capitalismo norteamericano. Poco después, en 1880, se consolida la base capitalista en sus ramas fundamentales, generando con ello el capitalismo transnacional, el cual se consolida a principios del siglo XX y por ende se expande.

James Gordon Bennett es el visionario. Nota la trascendencia de las noticias del exterior y busca a un grupo de colaboradores abiertos a la información para que encuentren o creen noticias cuando no las haya usan do cualquier truco.

UPI busca, desde sus inicios, crecer y expandirse. Para ello tiene - que eliminar a otras agencias de información a las cuales incorpora. Eso para una actividad que deje dividendos lucrativos, de tal manera convier te a las noticias en mercancías desde principios del siglo XX.

La agencia en cuestión, todavía fuera de una actividad transnacional, nace para capturar la información de Estados Unidos y el mundo a fin de repartirla solamente en su propio territorio a diarios matutinos y ves-- pertinos, sin importarle que AP es la agencia número Uno y no acepta com petidores o más bien dicho que no los hubiera.

Sin embargo, E. W. Scripps, fundador de UP, busca consolidar su ---- trabajo como agencia y trata de unirse a AP para contar con un medio ca- paz de hacer frente al Cártell de agencias europeas. Pero AP ya consoli- dada hace imposible el sueño. Desde entonces comienza la competencia en- tre una empresa de interés privado y una cooperativa, cuyas disputas con tinúan hoy en día.

Ante esto, UP indaga, busca y trata de hallar los sellos periodísti cos propios con los cuales enfrentará a las agencias competidoras. La a- gresividad, el colorido y la festividad son sus pautas en la información. De inmediato ésta es aceptada, no solamente en Estados Unidos sino en to do el orbe.

Así las cosas, UP se coloca como agencia vanguardista. Su importan- cia aumenta a tal grado, que las agencias europeas se da a la tarea de - buscar anexarse a UP o apoyarse en ella.

UP, al igual que Estados Unidos, goza de una posición privilegiada. Después de la Primera Guerra Mundial, lo cual permite a la agencia reafirmar su expansión en el campo informativo mundial. La transnacionalización inicia su marcha.

Latinoamérica es el primero y fundamental eslabón de la transnacionalización de UP. A mediados de los 20's, ya controla el 95% de la información dirigida y generada en el Continente y a pesar de no incluir la palabra "Internacional" a sus siglas, ya es considerada como un verdadero Trust.

Con ello se fortalece la agencia. Se lanza a la caza de nuevos clientes que aumentarán su poderío informativo.

Estados Unidos gana la Segunda Guerra y UP ya tiene en su haber el mayor número de suscriptores. Rebasa a todas las agencias lo cual significa que se halla encima de ellas y sobre todo busca mantenerse en situación tan privilegiada, defendiéndose contra su rival la AP.

Aún en la actualidad, la transnacional domina el mercado de las noticias. No solo a periódicos, sino también a la radio y la televisión.

UPI comprende la importancia en el control del flujo informativo y en los adelantos técnicos por lo cual tiene que diversificar sus campos. Incluso llega a ofrecer servicios como películas noticiosas. Siempre se apoya en poderosas compañías transnacionales de la información en áreas como la televisión.

En semejante caso se encuentra el tradicional periodismo escrito por que UPI distribuye sus noticias a través de agencias nacionales e incluso se sirve de diarios con gran renombre. Así evita el derroche excesivo en lo económico, humano y en tecnología, eso le sirve para mantenerse como proveedora absoluta en información de todo tipo.

UPI desarrolla su propia tecnología así no depende de caprichos o invenciones de otras grandes transnacionales. Ello la convierte en un elemento más de penetración y dominación, llevando con ella, un grado de dependencia más a los países del Tercer Mundo.

Detrás del enorme poder de manipulación de UPI, existe algo no menos importante ligado a la cuestión de intereses, tanto políticos, económicos, culturales o de cualquier tipo. Y es que UPI se convierte en medular por la relación con el gobierno de la Unión Americana, la cual se sirve de la agencia para transmitir, la clase de cosmovisión que le interesa dar a conocer: su cara bonita. Con ello evita el cuestionamiento en otros países, de su política agresiva y en sí de toda su política exterior.

Tal es la importancia de mostrar ese rostro bello, que dedica el gobierno yanqui un presupuesto considerablemente superior al de UPI y AP unidas, para actividades de información ya que, según su perspectiva, es básico el derecho inherente a los gobernantes de mentir para salvarse.

Así respaldada por la política de Estados Unidos, la agencia UPI determinada cuales son los "hechos" a transmitir y sus interpretaciones imponiendo sus intereses transnacionales a través de sus relatos grises, precisos o detallados, los cuales deslizan sus prejuicios en manera imperceptible o subliminal.

UPI es un negocio consolidado en tal forma, no por el altruismo de sus dirigentes sino concretamente por su independencia.

Todo lo anterior creó un gigantesco monopolio con gran fuerza ideológica-política, capaz de dominar a la mayoría de los países latinoamericanos en materia de información. Eso impide el desarrollo, no solo cultural sino la falta de cooperación entre las naciones subdesarrolladas.

Los mensajes de UPI manipulan los hechos de acuerdo a sus intereses

neocolonialistas. Pero en su mayoría UPI transmite noticias originadas - en Estados Unidos. Un amplio porcentaje de eolas están dedicadas a mos-- trar el modo de vida americano en todo el mundo.

El resto de cables a difundir se dedica a hechos violentos ocurridos en otras latitudes sin llegar al fondo de los mismos. Las causas y los - porque quedan relegados a un segundo plano o nunca se tocan.

Tan grande es la trascendencia de UPI dentro de la vida del pueblo norteamericano y más aún entorno de las comunicaciones mundiales que --- habría la necesidad de crear un sustituto, si UPI no existiese.

Aún así sería difícil, ya que más que una agencia, es una empresa i- deológica fundada con base en una política mercantilista con todo el es- píritu del norteamericano conquistador y sin la cual tal vez no hubiese alcanzado su notoriedad. Si estudiamos a UPI, analizamos la base de la - estructura comunicativa de Estados Unidos.

La dominación de UPI ha alcanzado un gran número de agencias, princi- palmente las denominadas regionales o nacionales. Estas sirven como a la primera, como distribuidoras de noticias, debido fundamentalmente a la - escasez de personal y a los bajos costos de las transnacionales, ya que incluso proporciona equipo tecnológico receptor a países olugares en los cuales no existe infraestructura adecuada.

UPI no se limita a vender noticias, sino que instruye a periodistas o corresponsales sobre el manejo de equipo e información. Esto último -- es lo más importante ua que los hombres de prensa sirven como portadores del pensamiento y sistema norteamericano.

El aspecto tecnológico tiene un sitio privilegiado. El mundo actual se basa en quién da la noticia "golpe" primero. Para ello hay que contar con sistemas de telecomunicaciones de lo más moderno, incluyendo el uso

de satélite, UPI posee lo anterior y aún más...

Sus adelantos, en relación a los datos-base, le permiten ya desde -- este momento un control a futuro de los mercados periodísticos, televisión y radiales.

"Con la aparición de las agencias de prensa de alcance internacional, la prensa capitalista dió el paso técnico que le hacía definitivamente - imperialista."8

La Prensa Unida Internacioanal, como agencia transnacional, sigue una política comercial. Eso la obliga, en gran manera, a seguir con el ofrecimiento de noticias al mejor cliente que en un principio la consolidó. UPI no toma partido por tal o cual política. Más siempre agrega un halo imperceptible de ideología capitalista. Con ello evita que su cartera de clientes disminuya.

De allí que las tesis más importantes de UPI son: "a) La exaltación de la libre empresa, del 'modo de vida americano' y de todos los valores concomitantes.

b) El ataque a las ideologías de orientación progresista y a los movimientos que buscan la liberación de los pueblos dominados.

c) El impulso a todo tipo de ideas que no tengan un contenido político - claro y directo."9

UPI convierte a la comunicación masiva en un servicio más. En un instrumento. Ella es usada como la voz de las necesidades sociales y públicas. Algo que interpreta sus intereses, gustos e ideas, tal como son observados e interpretados por los dueños y gerentes de los medios masivos con el fin de vender un producto útil.

Este medio de acopio y distribución de información asume un papel - cada vez más importante como complejo industrial-ideológico destinado a

justificar y perpetuar el sistema capitalista y en particular el "stablishment" norteamericano. Es decir, el complejo financiero-político-militar que constituye la medida del imperialismo yanqui.

Su perfeccionamiento que cada día tiene en relación con la acumulación y distribución de la información, apoyada por una política intervencionista como la del presidente Ronald Reagan, le ha permitido continuar por tiempo indefinido con el control del flujo informativo.

Todo el mundo trata de imitar la imagen de la riqueza que se ha forjado la cual corresponde a la que le proyectaron en imágenes sin palabras, sin saber que jamás lo alcanzarán.

Algunas conclusiones a las que llega Joseph Klapper, investigador y evaluador de USIS y las cuales nos dan la pauta para ver el por qué de la gran credibilidad de UPI, de las otras transnacionales y de los medios norteamericanos en general son: Prestigio de los medios en sí mismos, y capacidad de éstos para otorgar prestigio y autoridad a los mensajes que emiten o a las personas que a través de ellos los transmiten.

Por esto alrededor de quince millones de ejemplares de diarios latinoamericanos contienen información de UPI. "Sus lectores están obligados a ver el mundo por esta única ventana." Con la lógica visión parcial de los sucesos mundiales.

La información en manos de la agencia transnacional se convierte en un material que debe ser vendido al mejor postor y sus distribuidores compenetrados en un negocio que exige ventas, no escatiman esfuerzos en pagar las noticias que el público supuestamente desea, sin importar si son mentiras, errores o manipulaciones y cuyas verdades están muy lejos de serlas.

UPI esconde casi siempre su ideología agresiva bajo una neutralidad

aparente, bajo una inocencia y objetividad que son todo, menos eso, incluso bajo un ropaje pseudo-revolucionario y diversionista.

El capitalismo, a través de la transnacional, cada vez mas emplea -- la propaganda de la mentira en su lucha contra las democracias que --
nen en peligro su intervencionismo.

Tartarian, redactor en jefe de UPI, cambió la presentación de la actualidad en la información en algunos matices. De ello se infiere que ta
bién puede ser actual lo que sucedió hace ya tiempo.

"Nuestra definición de las noticias es otra. Sin consideración del momento, del acontecimiento, las noticias son siempre la valoración de --
los sucesos, los cuales nunca se conocieron o tan solo se oyó hablar de de ellos."

"Nuestras tierras aparecen como un ideal de placer, cándida ingenuidad en los seres humanos y de inmensas posibilidades de riquezas y aventuras. Una Latinoamérica falseada."¹⁰

Así la UPI va retomando ese periodismo personal que había dominado -- en los comienzos a la prensa de las ciudades norteamericanas.

La propia Universidad Estatal de Iowa aclara: "La objetividad comple
ta no es más posible en el periodismo que en cualquier otra empresa hu--mana. Todos tendemos a ver las cosas desde nuestro propio punto de vista o a la luz de nuestros personales deseos y necesidades." La tan aclamada objetividad predicada por UPI es sólo una falacia utilizada para --
encubrir sus intereses propios.

La realidad hasta la fecha, es similar en cualquier parte del mundo, no solo en Latinoamérica. Porque es crítico entender que dado a la nueva etapa de la informática, esta supuesta nueva transformación que se vive es, nada mas un ligero cambio con respecto a los métodos de dominación.

UPI diseña nuevos instrumentos tecnológicos. Ella conduce sus instalaciones en el orbe. Organiza las operaciones y recibe los beneficios.

"Su explicación se debe a que los imperialismos anteriores, al igual que el norteamericano llenaron el siglo XIX, de teorías mesianicas o pseudocientíficas por las cuales se asignaban la 'misión' de extender por el mundo sus valores, instituciones e intereses."¹¹

En el presente siglo y más específicamente desde la Segunda Guerra Mundial se desarrolla un dinámico proceso de liberación de los pueblos oprimidos, cuyos efectos más evidentes son la desaparición de los imperios coloniales y la formación de un gran número de jóvenes Estados.

"Sin embargo, las potencias coloniales no renunciaron en ningún momento a su antigua hegemonía. Simplemente sustituyeron la ocupación territorial de los países débiles y la explotación abierta de sus recursos por ese nuevo género de sometimiento económico que se conoce con el nombre de neocolonialismo."¹²

La agencia UPI es un arma fundamental de este neocolonialismo, principalmente de Estados Unidos en su política exterior. Eso permite a la agencia aumentar su poderío en el control del flujo informativo tanto a nivel de noticias como de fotografías.

UPI se une en las luchas que se desarrollan en los foros internacionales, principalmente la UNESCO, la cual se empeña por crear una prensa más responsable en cuestión de considerar la información como un bien mundial en igualdad de condiciones, sin privilegio para nadie.

"Ejemplos de la manipulación y tergiversación de UPI son muchos. La campaña anti-soviética se basa en fraguados artículos sensacionalistas como en frases clichés. Verdaderos comprimidos 'ideologías': el famoso 'cortina de hierro' o el 'bloqueo ruso' de naciones, presentados como --

archienemigos del mundo libre."13

"Para Cuba inventaron la típica contracción gramatical 'castrocomunismo' que luego explotaban con referencia a otros países en los que siempre ven 'motines precastristas' o regimenes procastro'."14

El desarrollo de la información de fondo de UPI, de la aclaración de conceptos y acontecimientos actuales, la gradual interpretación de los - métodos que antes solo se empleaban en las columnas y ahora en todos los géneros periodísticos. Especialmente en la forma de observación personal de los periódicos que dan la información como si fueran dueños de la verdad absoluta.

La información de UPI brinda a la población hechos reales pero escogidos, incompletos pero comparables en la práctica, concretos y gráficamente relatados pero insuficientemente interpretados y deducidos falsa--mente, una visión del mundo que se acomoda a la concepción del predominio monopolista transnacional.

La industria de la comunicación en cualquiera de sus ramas está do--minada por un número relativamente pequeño de empresas que engloba to--dos los aspectos de la producción y distribución, situadas en los prin--cipales países desarrollados y cuyas actividades son completamente transnacionales.

No es casual que con el desarrollo del capitalismo transnacional y se "la revolución científico-técnica, apoyándose fundamentalmente en - la psicología y sociología, hay surgido y extremado la doctrina de los medios masivos de comunicación, sobre todo en los Estados Unidos y des--pués en otros países."15

Para combatir y tratar de remediar los males, en el campo de la co--municación e información, existen organizaciones mundiales capaces de --

hacerlo pero que sin embargo, se encuentran con la férrea barrera de los países industrializados, los cuales obstaculizan de manera represiva cualquier intento de reordenamiento mundial en cualquiera de sus campos y sobre todo en lo que directamente se verían afectado en sus riquezas.

La más importante en materia comunicativa, es la UNESCO y que a pesar de los calificativos que le han impuesto los Estados Unidos y la Gran Bretaña, tiene la capacidad de contribuir a liberar a los países tercermundistas, del estado de dependencia heredado de circunstancias históricas específicas, en el que aún se encuentran sus sistemas de comunicación e información.

Como hoy en día y tiempo atrás se habla de una "descolonización política y económica", hoy se debe llevar a cabo o al menos tratar la "descolonización informativa" como elemento indispensable para la instauración de un nuevo humanismo universal basado en el diálogo y en el respeto mutuo.

Además es indispensable que haya sólidas agencias nacionales para mejorar el modo en que se informa sobre cada país tanto la prensa local como la internacional.

Se debe fortalecer las corrientes de información de estas agencias para equilibrar y aminorar el efecto de las fuerzas informativas de UPI.

Evitar que las presiones económicas de Estados Unidos hacia los organismos de la ONU, hagan de ella algo manipulable y detener con ello la creciente tendencia de los países del Tercer Mundo y los No Alineados a votar en contra de los intereses imperialistas norteamericanos.

Todas estas decisiones no incumben solamente a los profesionales, --

investigadores o los científicos, como tampoco puede seguir siendo la --- prerrogativa de quienes tienen el poder económico y político .

Esta acción se debe llevar a cabo en todos los niveles para eliminar las ideas estereotipadas y aceptar la diversidad de criterios, lo cual -- llevará aun respeto por la dignidad e igualdad de quienes viv en en -- sistemas o condiciones y según modos de comportamiento ajenos a los nuestros.

Una vez más, se trata de plantear los problemas en términos de cooperación internacional, en recíproco interés de las partes y no con ánimos de enfrentamiento que no llevan a ningún lado y mucho menos en inútil -- puja verbal.

Con lo anterior, lejos de querer y poder suplantar a UPI, se puede -- intentar colmar las lagunas de la información, suplir sus "anomalías" -- hacer que resulta más regular y sobre todo, que se originen en las propias naciones a las que se refiere y no en Nueva York, París o Londres.

Respecto a la tecnología y considerando que rara vez es neutral y --- su empleo lo es menos, hay que orientar a los gobiernos de los países en vías de desarrollo en la toma de decisiones relativas a técnicas de información y comunicación ya que a menudo están mal preparados en este aspecto.

Por eso se afirma que la explotación de la tecnología de las comunicaciones ofrece grandes posibilidades pero encierra también grandes peligros.

Es necesario la instalación de un nuevo orden informativo más equi--- tativo que permita a todos los países del mundo tener acceso a la infor---

mación veraz y no moldeada que la UPI manipula.

Para la instauración de este nuevo orden es necesario consolidar los --- medios de comunicación de las naciones del Tercer Mundo, a fin de que las -- noticias dejen de ser consideradas como algo lucrativo y se conviertan en un bien común al servicio de la humanidad.

El siguiente paso sería buscar la verdadera libertad de prensa para que - otorgara el derecho de recibir y mandar las noticias que dadas las caracte-- rísticas de cada región resultaran las más operantes, efectivas y sobre - todo objetivas, permitiendo una más amplia visión de la problemática mun-- dial hacia dentro del país y para el extranjero, la realidad socio-polí-- tica de cada nación.

El enfrentamiento a la ofensiva ideológica de UPI debe comenzar por - desmistificar totalmente los medios masivos de manipulación, principal--- mente la agencia en cuestión.

"Es alentador comprobar que desde hace algunos años, especialmente - a partir de la revolución cubana, una proporción cada vez más creciente - de los periodistas latinoamericanos toman conciencia de la realidad de -- sus países y comprenden que su profesión se convertirá en algo digno, ú-- nica y exclusivamente cuando sus patrias se liberen del dominio imperia-- lista y sus regímenes opresores."¹⁶

Y es este ser humano, en última instancia, quien tiene la facultad -- para decir y comprender su verdad porque la información transmitida por - UPI o cualquier agencia y canalizada por la prensa, radio, televisión, - sean afirmaciones verdaderas o falsas, es el hombre quien las las defi--- ne, las acepta o bien permanece sordo y refractario a toda recepción.

Quiero afirmar que ha llegado en este momento de la historia, el hecho de que los hombres latinoamericanos de hoy en día cada vez mas tienden a oponerse a los hechos más que aceptarlos.

Por último, quisiera hacer una recomendación para los estudiantes de comunicación interesados en la comunicación e información y el manejo de éstas por las agencias para que realicen una investigación acerca de la Agencia Prensa Asociada (AP), un buen tema a plantear para una tesis --- profesional.

Recomendación para una más, es el Sistema Nacional de Satélites "Moo--relas" y que por su importancia para nuestro país bien merce también un - estudio profundo de sus alcances y perspectivas.

VI. OPINIONES CITADAS.

I. CAPITULO.

- 1.- Sean McBride. Un solo mundo, Voces múltiples. Pág. 21.
- 2.- Ibidem. Pág. 185.
- 3.- Ibidem. Pág. 186.
- 4.- Ibidem. Pág. 275.
- 5.- Ibidem. Pág. 349.
- 6.- Montoya Martín del C., Alberto. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 87.
- 7.- Harry M. Clor. La Comunicación Masiva en las Democracias. Pág. 156.
- 8.- Hebert Schiller. Foro Internacional de Comunicación Social. Pág. 19.
- 9.- Varios. Prensa y Derecho a la Información. Pág. 7.
- 10.- Ibidem. Pág. 8.
- 11.- Sean McBride. Un solo mundo, Voces múltiples. Pág. 55.
- 12.- Montoya Martín del C., Alberto. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 116.
- 13.- Ibidem. Pág. 121.
- 14.- Ibidem. Pág. 115.
- 15.- Ibidem. Pág. 122.
- 16.- Pero Ivacic. Foro Internacional de Comunicación Social. Pág. 107.
- 17.- Manuel Stephens García. Excelsior. Página Editorial. 21/Enero/1982.
- 18.- Harry M. Clor. La Comunicación Masiva en las Democracias. Pág. 41.
- 19.- Manuel Stephens García. Excelsior. Pág. Editorial. 25/Enero/1982.
- 20.- Sean McBride. Un solo mundo, Voces múltiples. Pág. 254.

II. CAPITULO.

- 1.- Sean McBride. Un solo mundo, Voces multiples. Pág. 192.
- 2.- Ibídem. 248.
- 3.- Beltrán-Fox. Comunicación Dominada. Pág. 51.
- 4.- Fausto Fernández Ponte. Excelsior. Pág. 1. 30/Nov./1981.
- 5.- Varios. Prensa y Derecho a la Información. Pág. 19.
- 6.- Sean McBride. Un solo mundo, Voces múltiples. Pág. 84.
- 7.- Varios. Prensa y Derecho a la Información. Pág. 30.
- 8.- Ibídem.
- 9.- Sean McBride. Un solo mundo voces múltiples. Pág. 477.
- 10.- Jesús Roldán. Las empresas transnacionales en el campo de las comunicaciones vía Satélite. Pág. 10.
- 11.- Ibídem. Pág. 41.
- 12.- Alberto Montoya Martín del C. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 91.
- 13.- Ibídem. Pág. 91.

III. CAPITULO.

- 1.- H. Bagdikian. Las máquinas de la Información. Pág. 197.
- 2.- Javier Esteinau Madrid. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 47.
- 3.- José Acosta Montoro. Periodismo y Literatura. Pág. 211.
- 4.- Ibídem. Pág. 212.
- 5.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la información. Pág. 152.
- 6.- José Acosta Montoro. Periodismo y Literatura. Pág. 215.
- 7.- Harry M. Clor. La comunicación masiva en las Democracias. Pág. 129.

- 8.- José Acosta Montoro. Periodismo y Literatura. Pág. 265.
- 9.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la información. Pág. 152.
- 10.- Bryce Wood. La política del Buen Vecino. Pág. 3.
- 11.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la Información. Pág. 216.
- 12.- Ibídem. Pág. 262.
- 13.- Arthur Schelssinger. La llegada del Nuevo Trato. Pág. 187.
- 14.- Bryce Wood. La política del Buen Vecino. Pág. 280.
- 15.- Bryce Wood. La política del Buen Vecino. Pág. 276.
- 16.- Harry M. Clor. La comunicación masiva en las democracias. Pág. 15.
- 17.- Ibídem. Pág. 161.
- 18.- Alberto Montoya Martín del C. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 131.
- 19.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la Información. Pág. 66.
- 20.- Harry M. Clor. La comunicación masiva en las Democracias. Pág. 22
- 21.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la Información Pág. 92.

IV. CAPITULO.

- 1.- Harry M. Clor. La comunicación masiva en las democracias. - Pág. 42.
- 2.- Ben H. Bagdikian. Las máquinas de la Información. Pág. 138.
- 3.- Alberto Montoya Martín del C. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 124.
- 4.- Beltrán-Fox. Comunicación Dominada. Pág. 47.
- 5.- Harry M. Clor. La comunicación masiva en las democracias. Pág. 43.

V. CONCLUSIONES.

- 1.- Leonardo Acosta. Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. Pág. 263.
- 2.- Ibidem. Pág. 261.
- 3.- Antonio García Santafé. Los Países Pobres. Pág. 7.
- 4.- Pedro Vuskovic. Acusación al Imperialismo. Pág. 11.
- 5.- Ibidem. Pág. 44.
- 6.- Ibidem.
- 7.- Varios. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 179.
- 8.- Leonardo Acosta. Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. Pág. 29
- 9.- Varios. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social. Pág. 184.
- 10.- Leonardo Acosta. Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. Pág. 278.
- 11.- Ibidem. Pág. 8.
- 12.- Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados. Pág. 7.
- 13.- Leonardo Acosta. Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. Pág. 21.
- 14.- Ibidem. Pág. 23.
- 15.- Ibidem. Pág. 82
- 16.- Ibidem. Pág. 281.

VII. BIBLIOGRAFIA.

-Acosta Montoro, José.

PERIODISMO Y LITERATURA. Editorial Guadarrama. Madrid, 1973.

-Bagdikian, Ben H.

LAS MAQUINAS DE LA INFORMACION. Fondo de Cultura Económica. México, 1975.

-Beltrán, Luis Ramiro.

Fox de Cardona.

COMUNICACION DOMINADA. Editorial Nueva Imagen. México 1981.

-Bonfil Batalla, Guillermo.

Estenou Madrid, Javier.

Montoya Martín del C. Alberto.

CONDICIONANTES HISTORICAS DE LA COMUNICACION SOCIAL. Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República. México 1981.

-Clor, Harry M.

LA COMUNICACION MASIVA EN LAS DEMOCRACIAS. Editoriales Asociados, s.a. México, 1977.

-Gazol Santafé, Antonio.

LOS PAISES POBRES. Fondo de Cultura Económica. México, 1974.

-McBride, Sean.

UN SOLO MUNDO, VOCES MULTIPLES. Fondo de Cultura Económica-UNESCO. México, 1980.

-See, Henry.

ORIGENES DEL CAPITALISMO MODERNO. Fondo de Cultura Económica. México 1977.

-Roldán, Jesús.

LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES EN EL CAMPO DE LAS COMUNICACIONES INTERNACIONALES VIA SATELITE: COMSAT E INTELSAT. Facultad de Ciencias Políticas Y Sociales, UNAM. México, 1981.

-Schlessinger Jr., Arthur M.

LA LLEGADA DEL NUEVO TRATO. Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana México, 1968.

-Varios.

FORO INTERNACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL. El Día en Libros. México, 1982.

-Varios.

IMPERIALISMO Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Ediciones Quinto Sol, S. A. México, 1984.

-Varios.

PRENSA Y DERECHO A LA INFORMACION. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1984.

-Vuskovic, Pedro.

ACUSACION AL IMPERIALISMO. Fondo de Cultura Económica, México, 1975.

-Wood, Bryce.

LA POLITICA DEL BUEN VECINO. Unión Tipográfica Hispanoamericana. México, 1968.

-75o. ANIVERSARIO DE UNITED PRESS INTERNATIONAL. Folleto conmemorativo -- de UPI. Nueva York, 1982.