



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

INTER PRESS SERVICE: UNA PROPUESTA DE COMUNICACION GLOBAL PARA MEXICO CON MIRAS AL SIGLO XXI.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTA

CELINA YAMASHIRO ARCOS



DIRECTORA DE TESIS: MERCEDES DURAND FLORES

MEXICO, D. F.

1998

264946

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



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 esta 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.

AGRADECIMIENTOS:

A las mujeres más importantes de mi vida, que siempre me han demostrado su cariño y apoyado incondicionalmente.

A mi madre Antonia.

A mi hermana María Claudia.

Las quiero mucho porque sin ustedes, mi trabajo no tendría sentido.

A los hombres más destacados y que más he querido. Por siempre en mi corazón.

A mi padre Carlos Etsuo.

A mi hermano Carlos Alberto.

A esas pequeñas almas que siempre han estado conmigo en los momentos más difíciles sin pedir nada a cambio. Gracias.

A la maestra Mercedes Durand Flores, por el apoyo que siempre me brindó.

A todos ustedes gracias por la calidad humana tan grande que poseen.

はじめましてセリナヤましろアルコス。母への手紙。

お母さん、何日が前に私の人生についてかんがえま
した。子どもの時と学生の時それから、今の私について。
かなしい思い出とたのしい思い出。今まで育ててくれ
て、そして、いつしかにいてくれて、ありがとう。お
父さんとお兄ちゃんがしんだ時のかなしみをかんじま
した。まるで、心から血がながれているようでした。
でもお母さん、おなたはかなしみじゃなくてうれしな
みだながすことを教えてくれました。三人はどこが

しらないところにいると思います。私たちには見えな
いけど、どこが近いところにいるよいか気がします。

太陽がのぼれば私の心は明るくなって道が見えて来ま
す。お母さん、あなたは一度もよわねをはいたこと
ないすばらしい人です。子どもをまもるライオンのよ
うです。お母さん、どうもありがとう。あなたは私に
とって父親でもあり、きぼうでもありまた、すばらし
いたからものでも、あるのです。なぜなら、しょくた
くにパンがない日は一度もありませんでした。なぜか

う、あなたのがおはいっも向上心でいっぱいでした。

なぜなら、あなたは私のおやまちにいつもぶがいりか
いのおるやましい手を×しのごてくれました。あなた
は、人がらだま×れてもゆるすことのできる人です。

お母さん、私にいつもアドバイスしてくれましたね。

私をしんらいしているいろいろなことを私にきかせてく
れました。それがお母さん、あなたなのです。いつか

私はよくむこうをいっげんして、そのせいかをお母さん
に×××げたいと思います。ごも今は心の上に乗

をおててごうもありがとうございますといえるだけです。

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1	1.1	Antecedentes de la globalización.	1
	-	Nace la globalidad.	1
	-	El Estado un producto que recorre todo el mundo.	3
	1.2	Globalización económica.	5
	1.3	El papel de la Tercera Revolución Científico Tecnológica.	6
	1.4	La internalización del capital.	7
	1.5	Globalización de la comunicación.	9
	-	Comunicación, signo de modernidad.	10
	-	Y se comercializa la comunicación.	11
	-	A quienes beneficia el desarrollo de la comunicación.	12
CAPITULO 2	2.1	Orígenes de Inter Press Service.	13
	2.2	Su estructura.	15
	2.3	Base constituyente.	16
	2.4	Función de Inter Press Service	17
	2.5	Inter Press Service Global.	18
CAPITULO 3	3.1	La importancia de una agencia que habla del Sur.	23
	-	Una triste realidad.	23
	-	Soluciones económicas.	25
	-	Una alternativa en la comunicación internacional.	26
	-	El papel de las agencias transnacionales.	27
	3.2	Los problemas de comunicación en México.	30
	-	El dominio de las agencias transnacionales en México.	31
	3.3	El desempeño de las agencias mexicanas de noticias.	33
	-	El desequilibrio entre las agencias mexicanas.	39
	-	Un modelo de información para las agencias nacionales.	40
CAPITULO 4	4.1	El futuro de Inter Press Service en el siglo XXI.	44
	-	El libre flujo de la información.	44
	-	El Nuevo Orden Informativo Mundial.	45
	-	El Pool de agencias	45
	-	La labor de una agencia que habla del Sur.	46
	-	El impacto de los cambios en Inter Press Service.	47
	-	Los costos del colonialismo informativo en Latinoamérica.	49
	-	Una crisis que afecta pero que no es mortal.	50
	-	Información, un problema cultural?	50

- Una lectura poco conveniente.	51
- Soluciones a futuro.	52
- Aspectos positivos de la globalización.	52
- El papel de Inter Press Service en esta nueva realidad.	53
- CONCLUSIONES.	55
- ANEXO.	58
- NOTAS.	68
- FUENTES DE INVESTIGACIÓN.	69

INTRODUCCIÓN

Al incidir en el estudio de la comunicación para analizar una de sus vastas redes de transmisión social de información como lo son las Agencias Informativas, no sabía por cual de ellas decidirme. Así que después de una ardua e inquietante búsqueda de apreciación que conlleva el perfil y objetivos de estas "amazonas de la información", delimité que la Agencia Internacional de Noticias Inter Press Service era digna de ser estudiada en su entorno para quienes asistimos al fin del milenio.

El hecho de que la Agencia Inter Press Service destaque como una cooperativa sin fines de lucro, especializada en los temas del Sur y retome la importancia del Norte con una visión global hacia el siglo XXI, representa para México una alternativa de información a la dominante de las agencias transnacionales.

Introducir la definición de globalización de la comunicación como concepto afin al desarrollo de este trabajo, significa sólo una vinculación con el desempeño de la Agencia Inter Press Service como fuente de comunicación masiva para México.

Sobre el particular, se analiza la evolución de la comunicación a través de las agencias informativas en México y en el mundo en correlación con las circunstancias históricas y eventos sociales que se presentan.

Lo anterior hace de Inter Press Service un tema interesante para ser estudiado y comprendido a cabalidad y la presente investigación es sólo un intento que ofrece un panorama completo de la agencia para lograr con esto una estimación acertada sobre su importancia en el campo de la comunicación.

Este escrito se concretó en un análisis redactado a manera de ensayo, pues según la definición de Mercedes Durand, "el ensayo es el más profundo de los Géneros de Opinión ya que hurga en el sentimiento del lector y genera una dimensión de profundidad en la comunicación del mensaje", además de que el trabajo contempla una investigación de los hechos que se amplían mediante la búsqueda bibliográfica y de campo de los aspectos que intervienen en el estudio.

Permítaseme por un momento expresar en primera persona algunas consideraciones que a mi juicio son importantes.

La primera se refiere a mi pretensión de que al acceder cualquier persona a este trabajo, el cual realicé con mucho entusiasmo, sea comprendido en su mayor parte, pues estoy segura que es un tema que no solo incumbe a los comunicólogos, también a todo aquel interesado en el funcionamiento de las agencias informativas.

Por otro lado, es sorprendente que un tema tan abundante y lleno de matices como las agencias de noticias, no sea investigado ampliamente por estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. A decir verdad, durante el tiempo en que llevé a cabo mi trabajo, solo encontré seis tesis dirigidas por la misma asesora en nuestra Facultad y una más en la Facultad de Comunicación de Acatlán. Ojalá y sirva de estímulo esta investigación.

Por último, deseo aclarar que no intento poner a la Agencia Inter Press Service como única solución al desequilibrio informativo que impera en México o a nivel mundial, mas bien, pretendo poner de manifiesto sus logros en el variado mundo de las agencias informativas de rango internacional.

El presente estudio esta conformado por cuatro capítulos.

En el primer capítulo, se plantean los antecedentes directos de la globalización a nivel general. En forma cronológica se observa a ésta como el resultado del capitalismo y su evolución hasta lo que hoy se conoce como globalización de la comunicación.

En el segundo capítulo, se enmarca el origen, trayectoria, estructura, base constituyente y función de Inter Press Service. Del mismo modo, se retoma de la agencia su objetivo llamado Plan 2000.

En el tercer capítulo, se expone la importancia de una agencia que habla del Sur como Inter Press Service. Se realiza una descripción de las cuatro grandes transnacionales, con el fin de hacer una comparación entre ambos perfiles. Asimismo, nos introducimos al análisis de los problemas de comunicación en México a través de sus agencias informativas.

El cuarto capítulo, refiere sobre el futuro de la Agencia Inter Press Service mediante tres elementos concretos: primero la reducción de la ayuda al desarrollo a nivel internacional; segundo, los estados del Sur se hallan en un plan de retirada total sobre el tema de la política nacional de comunicaciones; tercero, Inter Press Service no se encuentra en condiciones de competir al mismo nivel de las demás agencias internacionales.

Finalmente inserto las conclusiones a las que arribo después de una ardua y prolija investigación. Cabe aclarar que debido a la importancia del estudio realizado, se permitió hacer uso de la entrevista como una opción para el enriquecimiento de este trabajo. La tarea no fue fácil, porque mi entrevistado era el director de la Agencia Inter Press Service, el periodista José Luis Alcázar, un periodista muy importante e inteligente que partiría en diciembre de 1997 a Uruguay. Desde septiembre del mismo año, solicité una audiencia y fue hasta noviembre que me la concedió. En realidad agradezco el espacio que me otorgó para aquella charla, pues creo que siempre creyó en mi trabajo.

¡Quede pues la presente a consideración de quienes accedan a él!

CAPITULO 1

1.- ANTECEDENTES DE LA GLOBALIZACIÓN.

La globalización de la economía es la tercera revolución existencial que vive el hombre. Mientras la revolución agraria lo sembró a la tierra y la industria lo concentró en las ciudades, la revolución informática rompe las barreras que le imponen el espacio y el tiempo.

Noam Chomsky.

Hoy en día, tratar de entender el desarrollo del proceso de globalización que nos envuelve, implica conjuntar múltiples referencias a fin de construir una imagen al menos aproximada de su trascendencia en términos históricos para, finalmente, observar con claridad el presente.

La globalización es un término que al finalizar el siglo XX forma parte del mundo, de nuestra sociedad y del lenguaje de los políticos, sociólogos, economistas, comunicólogos y demás estudiosos, quienes se dan a la tarea de replantear aspectos fundamentales como la economía, la política, la sociología, el derecho, para inferir con la aparición de nuevas teorías y disciplinas en el campo de las ciencias sociales.

Es preciso aquí, detenernos por un momento en una clara y sencilla definición. "La globalización cuyo significado es abarcar un todo" es un vocablo poco ambiguo. Por ello, el quid radica no tanto en la descripción de la globalidad como tal sino, más bien, en el poder de acción que conlleva y en la forma en que puede ser manipulada.

NACE LA GLOBALIDAD.

Bajo este panorama, los primeros signos de vida que originan a la globalidad se remontan cinco siglos atrás, en donde la acción del hombre permitió abrir nuevas fronteras y abatir las viejas, para emprender nuevas etapas que reflejan las fases de desarrollo por las que ha atravesado la humanidad. Tal es así, que los europeos incorporaron territorios nuevos hasta entonces desconocidos para ellos. Iniciando con la expansión de Grecia y posteriormente de Roma, lo cual marcó una época distinta con el orden social de Oriente. Esta

expansión la continuaron las repúblicas de mercaderes situadas durante la Baja Edad Media y los primeros años del Renacimiento.

Así, una vez establecidos los imperios coloniales europeos, primero en España y Portugal y después en Holanda, Francia e Inglaterra, es preciso reconocer que se consolidó su dominio por el mundo ejemplificando en cuatro categorías básicas que nos remontan a sus actividades:

- económico, los europeos transfirieron hacia las metrópolis las riquezas de las zonas periféricas,
- político, los territorios incorporados perdieron su autonomía y les fueron impuestas teorías, instituciones, formas de gobierno, las cuales eran rechazadas pero que se adaptaron a indiosincrasias locales,
- social, se trasterraron jerarquías y aparecieron sectores cuya importancia en la composición de las sociedades era hasta ese momento mínima o desconocida,
- cultural, la exportación hecha por los europeos hacia los territorios bajo su hegemonía de instituciones, hábitos y costumbres, demuestra el intercambio conceptual e interpretativo de diversas expresiones culturales.

Pero mientras, el liderazgo europeo venció el destierro, desafió distancias y contempló la iniciativa de abrir rígidas mentalidades, la globalidad atraviesa por varias etapas, cuyas características principales se apoyan con elementos de etapas que le han precedido o coinciden aspectos que parecen los primeros indicios de etapas por venir. Así podemos hablar de algunas de las crisis del proceso de globalización que surgieron en las relaciones de dominación, en las cuales los conquistadores impusieron condiciones leoninas que reducían a los colonizados al enfrentamiento armado.

EL ESTADO, UN PRODUCTO QUE RECORRE TODO EL MUNDO.

Unamos a lo anterior las palabras de Henrique González Casanova: "si los procesos de globalización al consolidarse el poder de los europeos sobre los continentes restantes y quienes los habitaban, tendieron a expresar culturalmente la supremacía de los poderes victoriosos, se puede aventurar la hipótesis sobre uno de sus principales productos de exportación, el cual, por su complejidad posee aspectos básicos de carácter jurídico-políticos y socioeconómicos, a la vez que se ubica en tiempo y espacio, como un fenómeno que nacido en el Renacimiento y en Europa Occidental, para acceder al resto del mundo. Este producto es el Estado. A su concepción y práctica lo acompaña casi desde sus inicios, la práctica de la soberanía". (1)

Por lo anterior, es justo examinar algunos aspectos del desarrollo y la práctica del Estado y su imbricación con la soberanía, como parte de la interrelación cultural entre distintas sociedades y en el marco de los procesos de globalización y sus manifestaciones más relevantes. Ello responderá al siguiente cuestionamiento: si en el mundo actual la teoría y la práctica de la soberanía todavía se enlaza con el concepto y la práctica del Estado, o, si al separarse debido a los cambios en las sociedades contemporáneas, la vigencia de la soberanía se obtendrá en la medida que se identifique con la multitud de culturas.

Sobre el particular enumero algunas de las acepciones que buscaron definir el concepto de soberanía y su práctica: Jean Bodino la entiende como el poder absoluto y perpetuo de una república. Hobbes afirma que el poder soberano debería ser tan grande como el hombre lo imaginara. Hegel habría de establecer el vínculo de la soberanía con el Estado, al sostener que esta formación jurídico-política la poseía de manera absoluta.

Actualmente, cierto es que los Estados-nación, tal como los conocemos; son creaciones que aparecieron por primera vez en España, Francia e Inglaterra, de principios de la Europa Moderna. Pero en vista de la situación actual en que las personas se aíslan cada vez más de los gobiernos nacionales y acuden a los organismos transnacionales o subnacionales, los cuales planean dejar totalmente a un lado la participación del Estado y de los pueblos, resulta irónico advertir el hecho de que las primeras monarquías modernas surgieron de un entramado de ducados, principados, ciudades libres y otras autoridades localizadas en Borgoña, Aragón y Navarra, a las que luego acabaron por dominar y que a medida que reforzaron su poder internamente, los Estados-nación también se afirmaron frente a las instituciones transnacionales como el papado, las órdenes monásticas y caballerescas y la Liga Hanseática, que fue en muchos aspectos una especie de forma primitiva de compañía multinacional.

Así y desde entonces, la difusión universal del concepto y la práctica del Estado-nación se debe al éxito de los países que engendraron esta formación que a su vez tuvo la fuerza necesaria para exportar y publicitar sus modelos de organización.

Estos acontecimientos abrieron el camino con pujanza para que el concepto Estado-nación fuera acogido por la élites afines en lo económico, político, social y cultural, a los intereses de las potencias hegemónicas, al tiempo que se encontraban muy distantes de comprender sus realidades sociales. Asimismo, la idea de Estado fue rechazada por los sectores sociales cuya cultura era reprimida o sencillamente ignorada por la rigidez de las hegemonías.

En este orden de ideas, resulta evidente decir que lo que identifica a una población con una cultura determinada, la cual conforma una nación con soberanía, no se traduce como una garantía de convivencia y tolerancia para con las demás expresiones culturales y nacionales. Prueba de lo dicho anteriormente, es que en el mundo actual global, donde aparecen cada vez más bloques supranacionales entre los que destaca la Comunidad Económica Europea, la formación conocida como Estado-nación se encuentra en retirada. De la misma forma su seguridad se ve amenazada por la división internacional de la producción y el trabajo.

1.2 GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA.

En la misma senda por la que transita el Estado, los estudios acerca de las relaciones, más allá de sus límites, han sido analizadas por diversos investigadores, quienes coinciden en que la continua pérdida del papel principal que desempeña el Estado tradicional a nivel internacional en la dinámica del mundo, no es un fenómeno solitario, más bien, aseguran que es todo un proceso evolutivo de sus funciones y una sucesión de procesos de proyección externa, que van desde las formaciones más o menos clásicas hasta la constitución de imperios modernos en donde el centro de las operaciones ya no está en manos del poder político sino en lo económico de los empresarios.

En este caso, es imprescindible reparar que este enfoque globalista no parte en su análisis del Estado sino de las estructuras globales de carácter transnacional. Por tal motivo, no debe confundirse la ocupación del Estado con la función de las naciones, las cuales parecen crecer cada día y reclamar el ejercicio de una soberanía sobre su territorio, recursos y organización, que le arrebataron en favor de un Estado generalmente comprometido con intereses particulares o extranacionales, de carácter monetario.

Autores como Braudel, Wallerstein, Mayer, Bergesen, Borchier, por mencionar algunos, han expuesto la dinámica global como la esencia conceptual del mundo, definiéndola como un sistema mundial que posee límites, estructuras, grupos, miembros, reglas de legitimación y coherencia. En esta dinámica que es la expresión del desarrollo capitalista, se acredita la peculiaridad de ser considerada como algo dotado de vida propia e independiente de la voluntad de los Estados y de las naciones.

De esta forma, el sistema mundial que es una economía-mundo ha sobrevivido 500 años en los cuales fue extendiendo los espacios "del mercado mundial que cambiaran su naturaleza original de intercambio comercial, en donde las fronteras y las políticas eran respetadas para acceder a la de mercado financiero y a la de fábrica mundial, en la cual el Estado queda relegado a un segundo tercer término, según los casos, ocupando ahora los roles principales las empresas transnacionales y las instituciones financieras de carácter internacional."
(2)

De lo anterior se desprende la razón por la que ha sido capaz de florecer el capitalismo, ya que el punto cardinal de la economía-mundo contiene dentro de sus límites, no uno sino múltiples sistemas políticos. Dependiendo de cada circunstancia, se otorga una configuración diferente a la propiedad del Estado y una reestructuración a sus diversas funciones, el proceso oscila ahora entre el proteccionismo liberal, el neoliberalismo, el superliberalismo, el integracionismo, la regionalización y el mundialismo. En todo caso se estima que el nivel de desarrollo habrá de medirse por la movilidad ascendente de las estructuras globales de carácter transnacional.

Cabe señalar que dichas estructuras son el resultado de la llamada Tercera Revolución Científico-Tecnológica y de la Internalización del capital.

1.3 EL PAPEL DE LA TERCERA REVOLUCIÓN CIENTÍFICO-TECNOLÓGICA.

La historia de la Tercera Revolución Científico-Tecnológica comienza a desarrollarse a finales de la Segunda Guerra Mundial, su rasgo primordial es la innovación tecnológica, la cual se entretiene con la ciencia y la técnica para enriquecer el proceso productivo como resultado del avance capitalista.

Dicha revolución "no habría sido posible sin la unión entre el Estado y los capitalistas, porque la investigación científica y tecnológica, implica grandes costos financieros que el capital privado por sí mismo hubiera sido incapaz de impulsar, (3) pese a los postulados neoliberales* defensores de las libres fuerzas de mercado y del individualismo promotor de la empresa privada.

* Se refiere a la doctrina económica que pretende renovar el liberalismo mediante la intervención limitada del Estado en lo jurídico y en lo económico.

No obstante, la Revolución Científico-Tecnológica se ha convertido en un arma de dos filos: "ha revolucionado el conocimiento como nunca antes en la memoria de la humanidad propiciando que las fuerzas productivas mundiales puedan desterrar del planeta el hambre, las epidemias, las miles de muertes infantiles y la pobreza extrema, por otro lado, su práctica con fines de lucro se ha derrochado en forma gigantesca en el campo del armamentismo, (4) provocando consecuencias graves tales como la erosión de la tierra cultivable, calentamiento y contaminación de la atmósfera, contaminación de los recursos naturales y un creciente desempleo cuando la población a nivel mundial demanda un trabajo día con día. En este contexto, la revolución ha enfrentado a empresas y países en una carrera de innovaciones tecnológicas aplicables a la producción, en detrimento de los países y de las empresas más pobres, aminorándose la concentración y centralización de capitales, y ampliando en grandes proporciones la brecha entre el Norte industrializado y el Sur en vías de desarrollo. Es por ello que indudablemente la tecnología se ha convertido en la clave de transición de la economía mundial hacia el siglo XXI.

1.4 LA INTERNALIZACIÓN DEL CAPITAL.

Pero nuevamente retrocedamos hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, época en la que se comenzó a reconocer que el mundo se estaba volviendo el escenario de un vasto proceso de movilización del capital, el cual perdía parcialmente su característica nacional inglesa, norteamericana, alemana u otra.

En la línea de los precedentes más remotos, ese proceso de capital se tornó muy intensa con el fin de la Guerra Fría (1946-1989). La desaparición del bloque soviético permitió aplicar los cambios de las políticas económicas en las naciones de regímenes socialistas para reorganizar las formas de reproducción de bienes materiales con la transferencia de tecnologías y otras operaciones que expresan los movimientos del capital a nivel mundial y, aunque es menos claro advertir que este suceso se presenta también como parte del modo de producción de bienes morales y de las expresiones culturales, se estima que los paliativos para el caso no escapan nunca del control de quienes detentan el poder.

Por tanto y retomando lo anterior, las corporaciones ya no se concentran en los países dominantes. Las organizaciones productivas que abarcan innovaciones, zonas de influencia, producción y consumo de mercancías que atienden necesidades reales e imaginarias, pasan a desarrollarse en los más diversos países, agilizados por la metamorfosis de la "automatización, la robotización, la microelectrónica y la informática, al tiempo que se generaliza el capitalismo transformando al mundo en una fábrica global."* (5)

* Se refiere a la reproducción ampliada del capital en el plano global y también expresa la globalización de las relaciones de producción.

Se globalizan las instituciones, los principios jurídico-políticos, los patrones socioculturales y los ideales que constituyen las condiciones y los productos civilizatorios del capitalismo.(6) En este sentido, se observa el cambio de la industrialización sustitutiva de las importaciones para orientarse a la exportación, de la misma forma en que se inicia la desestatización, la desregulación, la privatización, la apertura de mercados y la modificación de las políticas económicas nacionales por las tecnocracias del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial, entre otras organizaciones multilaterales y transnacionales. Siendo obvio que el capitalismo sigue teniendo bases nacionales, pero éstas ya no son determinantes.

De este modo, con la nueva división internacional del trabajo, las transnacionales adquieren preeminencia sobre las economías nacionales. Tanto es así, que rediseñan el mapa del mundo en términos geoeconómicos y geopolíticos muchas veces muy diferentes de los que habían sido contemplados por los estados nacionales más fuertes.

En rigor, el proceso de la movilización del capital es, simultáneamente, un proceso de capital global, entendido como una forma nueva y desarrollada que pasa a predominar desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, inicialmente, a la sombra del transcurso y fin de la Guerra Fría y con el nuevo orden económico internacional.

Por lo anterior, es palpable que el nuevo orden económico internacional responde a los intereses de los países desarrollados quienes son con Estados Unidos al frente, los creadores de éste. A la par, los países subdesarrollados lejos de producir para un mercado interno integrado que genere empleos, capitalice los excedentes y contribuya al fortalecimiento de sus economías, siguen especializados en la producción de mercancías requeridas por los países industrializados.

1.5 GLOBALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.

El sueño de todo líder, sea el déspota y tirano o el profeta benigno, es el de reglamentar el comportamiento de su pueblo.

Colin Blakemore.

Cuando el sistema social mundial se pone en movimiento y se moderniza, entonces el mundo empieza a parecer una especie de aldea global*. Ante esta situación, cuando reflexionamos en que la tierra gira en su totalidad en sólo veinticuatro horas y se desplaza a más de veintidós kilómetros por segundo. Indagamos en la actividad del hombre que por milenios ha habitado el planeta y de su labor al tratar de incorporar el mundo en su globalidad como consecuencia del trabajo de las comunidades y de las empresas en descubrimiento y conquista, y por los medios de comunicación que desde hace cuatro siglos impusieron los primeros trazos del mercado a nivel internacional.

No obstante, en los últimos cuarentaisiete años las redes de comunicación aérea y marítima, de comercio, de información, de finanzas y producción, dentro de nuestra sociedad, comenzó a formarse la globalidad. (7)

Con tales antecedentes, después de casi cinco décadas de crecimiento global ha tenido lugar al mismo tiempo el surgimiento de grandes compañías multinacionales cada vez menos apegadas a los intereses y valores particulares de su país de origen. Al competir con firmas rivales por sectores del mercado mundial, han desarrollado una estrategia mediante la cual dirigen la inversión y la producción de una parte a otra del planeta con ayuda de una revolución financiera y de las comunicaciones, que ha creado un mercado global para bienes y servicios.

Las compañías con intereses internacionales no son nuevas. En forma embrionaria, existieron en bancos privados cosmopolitas de finales del siglo XIX y principios del XX, crecieron favorecidos por la anterior "revolución de las comunicaciones" surgida a partir de la invención del teléfono y por la ausencia de guerras importantes entre coaliciones de grandes potencias. (8) Dicha faceta anunciaba los primeros contornos de lo que sería, a fines del siglo XX, la aldea global.

* Es una expresión de la globalización de las ideas, patrones y valores socioculturales, imaginarios. Puede ser vista como una teoría de la cultura mundial, entendida como cultura de masas, mercado de bienes culturales, universo de signos, símbolos y lenguajes que crean el modo en el que unos y otros se sitúan en el mundo

Transcurridos varios años, en la época de la guerra fría, ya en franco reproceso de globalización, los medios de comunicación construyeron una visión del mundo bipolarizada. El capitalismo y el socialismo se contraponían en términos de mundo libre y mundo totalitario, democracia y comunismo, es cuando la revolución de la información desempeñó un papel crucial en el derrumbe de las sociedades comunistas que, de modo visible, no habían conseguido mantenerse al ritmo de Occidente. Después, a partir de 1989, cuando los medios impresos y electrónicos globalizados invaden aún más todas las esferas de la vida social en el mundo, lo que prevalece es la idea de nuevo orden económico mundial, fin de la historia, fin de la geografía. Y así la metáfora de la mano invisible, idealizada por el liberalismo clásico en los horizontes del Estado-nación, resurge perfeccionada por el neoliberalismo en los horizontes de la globalización. Poco a poco, las producciones y reproducciones de la cultura de masas, a escala mundial, crean la ilusión de una universalización de las condiciones y posibilidades del mercado y la democracia, del capital y la ciudadanía.

COMUNICACIÓN, SIGNO DE MODERNIDAD.

Bajo el amparo de estos ideales, en la actualidad el signo por excelencia de la modernización globalizadora es la comunicación: la proliferación de los medios impresos y electrónicos, articulados en tramas multimedia que llegan en cuestión de segundos a todo el mundo.

A consecuencia de las tecnologías oriundas de la electrónica y la informática, los medios de comunicación rebasan fronteras, culturas, idiomas, religiones, regímenes políticos, diversidades y desigualdades socioeconómicas y jerarquías raciales de sexo y edad.

Por tanto y retomando todo lo anterior, se advierte que sin la capacidad cada vez mayor de los ordenadores, el software, los satélites, los cables de fibra óptica y las transferencias electrónicas a alta velocidad, los mercados globales no podrían actuar como uno solo y tanto la información económica, política, social, cultural, ideológica, tendencias de consumo, etcétera, no podría entregarse instantáneamente a los miles de millones de individuos conectados a este sistema de comunicación global.

Así, los medios han revolucionado una cultura de masas planetariamente como resultado de la creación y difusión de producciones. En tanto, la industria cultural se transforma en un poderoso sector de producción, en el sentido de fabricación de mercancías. Emplea a millares de intelectuales de todas las especialidades, de los más diversos campos del conocimiento cuya fuerza de trabajo produce plusvalía. Transfigura al periodista, al escritor, al científico social,

al publicista, al locutor y a muchos otros en un multifacético trabajador colectivo, "un intelectual orgánico" aún poco conocido.

Y SE COMERCIALIZA LA COMUNICACIÓN.

En el ámbito de la aldea global, todo tiende a volverse representación estilizada, simulacro, virtualidad. En la aldea prevalecen los medios electrónicos como un poderoso medio de comunicación, mediatizados, influidos, cuestionados o asimilados en el ámbito local, nacional y regional. Vienen a ser el intelectual que favorece a las organizaciones y empresas transnacionales predominantes en las relaciones, procesos y estructuras de dominación política y apropiación económica que tejen el mundo, en donde se disputan clientes, audiencias, públicos, estratos sociales, de acuerdo con el nuevo orden económico mundial.

Realmente, debe considerarse que el principal tejido de la aldea global ha sido la mercantilización universal a partir de las tecnologías de la inteligencia y de la colaboración activa de toda una multitud de intelectuales que trabajan en todo el mundo, en las más diversas corporaciones públicas y privadas. Se trata de los "think-tanks de todo tipo, preparados para pensar la organización y la dinámica de la sociedad global, en su todo y en sus partes, en Occidente y en Oriente, en el Norte y en el Sur, en el centro y en la periferia, teniendo en cuenta la prosperidad y la crisis, el mercado y la planeación, la paz y la guerra". (9) Representan una mezcla de conocimientos e intereses muchas veces no sólo indispensables sino decisivos. Componen las tecnocracias y las tecnoestructuras que adoptan y ponen en práctica muchas de las decisiones relativas a la sistemática de la aldea global.

Sin embargo, se dice que los especialistas de la comunicación, no están sustituyendo a los políticos, más bien, los orientan sobre cuestiones que nunca estuvieron en la agenda internacional, además delinear programas de investigación y acción con potencial para alterar la forma en que se puede interpretar el sistema internacional. En otros términos, el especialista domina los medios considerados relevantes para promover políticas. El político, no obstante, mantiene la preeminencia en la definición de los objetivos de la acción y por lo tanto, domina la conceptualización de los fines. De ahí que el futuro del orden mundial depende del modo crucial de la capacidad de los especialistas para convencer a los políticos de que acepten sus ideas.

Con el desarrollo de los medios electrónicos, la industria de la conciencia se convierte en el marcapasos del desarrollo socioeconómico en la sociedad postindustrial. Traduce las imágenes de la realidad y las visiones del mundo en bloques de poder composiciones de clases y grupos sociales que poseen medios y modos de organizar, influir, inducir o dinamizar las estructuras de dominación

política y apropiación económica prevalecientes en la sociedad global. Se infiltra en todos los demás sectores de producción, asume cada vez más funciones de mando y de control, y determina la norma de la tecnología dominante. Todas las técnicas: satélites de comunicación, televisión por cable, videos, fax, computación, etcétera, forman combinaciones entre sí y con las técnicas más antiguas como imprenta, radio, cine, televisión, teléfono, teletipo, radar, entre otros, y estos medios se combinan cada vez más para constituir un sistema universal.

A QUIENES BENEFICIA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN.

Lo que por ahora importa destacar es que los cambios profundos en la producción económica y en las comunidades pueden propiciar tanto ventajas como desventajas. Puesto que en los últimos tiempos la globalización ha conseguido una enorme publicidad, una gran parte de la literatura se refiere con entusiasmo a los beneficios de la globalización que se centra en lo que está sucediendo en Europa, Norteamérica y Japón, además de algunas extensiones de esta triada Corea del Sur, Brasil, Australia.

Estos acontecimientos allanan la realidad, ya que es más fácil identificar para el mundo en vías de desarrollo, las consecuencias de las revoluciones de las comunicaciones y las finanzas. Por ejemplo, los grupos e intereses dañados por el proceso o a aquellos que es probable se vean afectados en el futuro: los nacionalistas económicos, los grupos de interés o las compañías que desean proteger sus mercados interiores, los trabajadores cuya labor se vuelve supérflua cuando una compañía nacional traslada a cualquier otro lado sus plantas de montaje y fabricación, y las poblaciones con recortes en empleo, en especial, de mano de obra cualificada. Además, existe inquietud por lo volátil que resulta ser el vasto sistema de mercado financiero, regido por ordenadores.

Por lo anterior, cabe decir que es intolerable que los entusiastas de la globalización centren su interés de forma abrumadora en las sociedades prósperas de la triada y dediquen menos atención a la perspectiva de una marginalización de las cuatro quintas partes de la población de la tierra que no están lo suficientemente preparados para afrontar las nuevas tendencias comerciales y financieras.

Finalmente, la información está ahora a disposición inmediata de todo el planeta y puede ser almacenada o recuperada. Sin embargo, y pese a ello, se puede afirmar que la comunicación lejos de ser un vínculo de unión progresiva entre todos los países que conforman el globo terráqueo, es el arma benefactora de las transnacionales, quienes poseen maliciosamente el poder y la arrogancia de cambiar ideologías y desubicar culturas.

CAPITULO 2

2. ORÍGENES DE INTER PRESS SERVICE.

Las agencias como verdaderas Amazonas de la información.

Mercedes Durand Flores.

INTER PRESS SERVICE (IPS), es una agencia global de noticias fundada en 1964 como una cooperativa internacional de periodistas sin fines de lucro, cuya nacionalidad pertenece a países en vías de desarrollo.

Desde su inicio, Inter Press Service asumió la característica de una agencia que informa sobre los problemas políticos, económicos, sociales, culturales de las naciones subdesarrolladas, con el interés fundamental de referirse a sus realidades de desarrollo.

La agencia nació de manera simultánea en Santiago de Chile y Roma, siendo América Latina su columna vertebral, ya que la agencia pretendía crear un puente periodístico entre Latinoamérica y Europa.

Inter Press Service ha trabajado durante muchos años en el sur de América, realizando un aporte a la política nacional de comunicación, junto a personas e instituciones que tenían una preocupación de carácter cultural, jurídica y estratégica a este respecto. Además de proporcionar sus esfuerzos y conocimientos. También recibió ayuda informativa, comunicacional y financiera, lo cual permitió desarrollar su red de información.

Un episodio claro y comprometido se suscita cuando Inter Press Service es la primera en poner sus proyectos de comunicación al servicio de otros sectores de la sociedad. No hay precedentes de otra agencia en el mundo que haya puesto en marcha un mecanismo de participación y comunicación en la región tan amplio y completo como el que otorga a la Acción de Sistemas Informativos (ASIN) para América Latina, su intercambio informativo con el Sistema Regional Latinoamericano y el Caribe, y la Federación Árabe de Agencias de Noticias (FANA), pero manteniendo su estatuto de organización no gubernamental. Y qué decir de su participación como canal de difusión del Pool de Agencias de los Países No Alineados, promovidas por la agencia yugoslava Tanjug, (10) la cual existe circunscrita únicamente al entorno de Serbia.

Al incidir el mismo camino, Inter Press Service pone en marcha numerosos emprendimientos como el Servicio Especial de la Mujer, lo cual consiste en una verdadera red de mujeres periodistas del Norte y del Sur del mundo, o la vasta red de TIPS para la transferencia de información tecnológica y comercial, principalmente desde los países del Sur por encargo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Ambos proyectos fueron tan exitosos que tomaron vida propia independizándose de la agencia de noticias.

2.1 SU ESTRUCTURA.

La agencia Inter Press Service destaca en la información de los países del Sur. Cuenta con más de treinta años de trayectoria y la conforman cuatrocientos socios periodistas y no periodistas en el mundo entero.

La dirección mundial de la vasta red de corresponsales y de los servicios de la agencia se encuentran en Roma. Cada región del mundo tiene su respectivo centro editorial y administrativo, situados en Montevideo para América Latina, Harare para Africa, Manila para Asia, Amsterdam para Europa, Nueva York para América del Norte no hispana y Kingston para el Caribe. Estos centros operativos administran una red de noticias que cubre más de cien países, con un único servicio mundial, numerosas informaciones regionales y boletines semanales informativos y especializados.

Las principales lenguas de transmisión son: español, inglés, alemán, bengalí, cingalés, finlandés, francés, hindú, húngaro, indonesio, nepalés, noruego, portugués, sueco, tamil, tailandés, urdu, vietnamita y kiswahili.

A través de Inter Press Service, los medios de comunicación reciben información actual, redactada por profesionales especialistas acerca de los países subdesarrollados, su actividad económica, cambios políticos, o las posiciones adoptadas por las naciones en los foros internacionales.

El material noticioso y los servicios especiales diarios de la agencia llegan a cientos de medios de comunicación de todo el mundo entre prensa, radio, medios no tradicionales y otros sectores no periodísticos, pero que necesitan información para la toma de decisiones como universidades, sectores empresariales, organismos internacionales como la UNESCO, el Banco Mundial, el Consejo Mundial de Iglesias, el PNUD, la FAO, la UNICEF y la ONU.

Una característica primordial de Inter Press Service, es que cuenta con servicios no sólo de noticias mundiales de trascendencia, sino de igual manera, información detallada contextualizada de temas que regularmente no son considerados importantes, o al menos no lo eran como medio ambiente, población, mujeres e infancia, las que son cuestiones secundarias ligadas al desarrollo económico y social de los países.

A resultas de este compromiso el objetivo y concepción de la agencia se destaca en proporcionar noticias del Sur al Norte y al mismo tiempo obtiene información del Norte que realmente interesa al Sur. ¡Hoy el reto es mirar y enfocar la noticia en el ámbito global!

2.2 BASE CONSTITUYENTE.

El punto nodal de la agencia Inter Press Service es el costo de producción para sus servicios. Un factor determinante para su funcionamiento son las tarifas de los suscriptores. Esta información es de tipo confidencial, pero lo que se conoce es que existe en el mundo informativo una anarquía de mercado. Los precios dependen de la situación económica y del poder adquisitivo de cada país. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que la agencia no sólo subsiste por las ventas a los medios, mas no se deja de reconocer que esas adquisiciones han sido imprescindibles para el mantenimiento de la estructura de la agencia.

Las ventas del servicio a los medios de comunicación son un primer segmento de su base constituyente, pero hay tres más que deben ser considerados.

El segundo apoyo es la comunidad internacional, es decir, el mundo que se reúne en las Naciones Unidas, en organismos internacionales, regionales y subregionales. Hoy en Naciones Unidas el peso que tiene Inter Press Service es mucho más fuerte que el de otras grandes agencias, ya que es reconocida como una entidad más conveniente como medio informativo que las transnacionales. Prueba de lo anterior, es que el diario "Terra Viva", que se edita en su corresponsalía de Nueva York, funciona muy bien con la ayuda internacional.

Un tercer sector son los organismos de asistencia al desarrollo. Varios de ellos están financiando proyectos de la agencia transfiriendo contribuciones a la misma, en su carácter de Organización No Gubernamental de primera categoría, reconocida como tal por la ONU, un status que le da derecho a pedir financiación para sus actividades, sobre todo las orientadas a la formación de personal y a la cooperación en el Sur.

El cuarto elemento de su base constituyente son las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) o, mejor dicho, la sociedad civil. Esta es una base importante en lo político y jurídico que interacciona con los sectores dos y tres. (11) De ahí que la agencia es casi la única consultada por dichas organizaciones, las cuales suman catorce mil.

Se dice que este es un tema que se va ampliar en el futuro una vez que se renueve su política de comunicaciones

2.3 FUNCION DE INTER PRESS SERVICE.

Con tecnología nueva Inter Press Service se mantiene al día y está al corriente de los rápidos cambios de la transmisión de información. En la actualidad esta agencia distribuye su servicio vía satélite en forma global. Para América Latina levanta la señal desde sus oficinas en Nueva York hacia el satélite Panamsat-2 que cubre toda la región. De esta forma, la información producida en todo el mundo es enviada simultáneamente a centenares de medios de prensa y otros clientes en todos los países de América Latina y el Caribe.

Se puede recibir en tiempo real el servicio completo o paquetes personalizados de información en cualquier computadora personal con una pequeña antena parabólica y un decodificador. También puede recibirse por medio de bancos de datos, pues la agencia utiliza redes mundiales como Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) y diferentes bancos nacionales para la distribución del servicio.

Asimismo, se puede acceder a búsquedas de texto completo, la interrogación utilizando palabras claves y operadores lógicos. De la misma forma, es posible recibir el servicio por línea dedicada, es decir, servicio especial para un suscriptor, desde las oficinas de la agencia y por correo electrónico.

Diariamente los usuarios reciben más de treinta notas analíticas de los principales hechos que acontecen en América Latina, el Caribe, Africa, Asia, Europa y Estados Unidos, sus tendencias y derivaciones, y la participación de la sociedad civil como componente informativo básico de estos procesos.

Las informaciones breves, los tres resúmenes diarios y los despachos de agencias especializadas completan el cuadro informativo del día. También incluye

numerosas informaciones producidas por las agencias nacionales de países del Sur, así como de la Organización de Países Productores de Petróleo (OPEP) por medio de la agencia (OPECNA) o de la realidad de Medio Oriente, por intermedio de varias agencias nacionales de noticias.

Semanalmente Inter Press Service difunde también indicadores actualizados de cotizaciones del dólar y la evolución de los precios en todos los países de América Latina, así como una agenda de los hechos más destacados, previstos para la semana siguiente en la región. Los fines de semana, además de la información más sobresaliente, la agencia trasmite servicios especializados sobre integración, derechos humanos, medio ambiente, drogas, información indígena y artes.

Otra de las aportaciones de la agencia es "Terra Viva", periódico editado en ocasión de las conferencias organizadas por las Naciones Unidas, y "Terra Viva-IPS Daily Journal", un fax en inglés que contiene las principales noticias sobre el desarrollo mundial.

El trabajo de la agencia Inter Press Service proporciona numerosos ingredientes que edifican una propuesta de comunicación basada en proyectos de capacitación y creación de nuevas redes de comunicación. Con ello los propósitos desarrollados para una variedad de agencias de las Naciones Unidas y para gobiernos de países del Sur buscan incrementar los intercambios de información y lograr también la participación de nuevos actores mujeres, niños, etnias indígenas, minorías marginadas, poblaciones locales en el flujo internacional de noticias.

2.4 INTER PRESS SERVICE GLOBAL.

Para enfrentar los nuevos desafíos de comunicación, con una visión global hacia el siglo XXI, la agencia Inter Press Service modifica su estructura, haciéndola más ágil y asegurando la participación de corresponsales o colaboradores exclusivos en todos los lugares claves del mundo.

A la par de lo anterior, la agencia lanza en 1995, su nuevo esquema de noticias el "Plan 2000" que informa y analiza los sucesos a la luz de la globalización del escenario internacional. (12)

El programa de trabajo que se había iniciado en 1994, se concreta con la colaboración de sus directores regionales y subregionales y la de algunos

corresponsales veteranos que integran la historia de la agencia y corporizan su filosofía.

Demos antes un espacio a una interpretación sobre el particular, se trata de Roberto Savio, quien sostiene "si nos referimos a la existencia de una economía global, si hablamos cada vez más de una aldea global, debemos tener la información que acompañe estos hechos. "No ofrecemos cantidad sino calidad de información, tratando de que cada una de las notas permitan al lector entender en toda su dimensión los principales hechos que afectan a la sociedad civil, aunque ningún hecho trascendental queda fuera de nuestro servicio informativo".

Anteponiéndose a las palabras de Savio, un rosario de sesiones y comités concluyó lo siguiente: "Inter Press Service nunca fue ni quiso ser una agencia tradicional. Fue una agencia informativa de nuevo tipo. Su desafío de la hora actual es pasar a ser una agencia de comunicación en la más amplia acepción de este término, Por lo cual, está en el camino de la renovación, pasando de ser solo una agencia de y para el Tercer Mundo, a ser una agencia además especializada en temas y procesos globales ". (13) Lo anterior entraña un desafío similar al que en otros sectores encaran otros protagonistas de estos tiempos de cambio, pero que en este caso presenta características específicas.

Cabría señalar que estamos transitando una época de la "información", que es el conocimiento que se tiene de algo, a una de la "comunicación", que es la acción y efecto de comunicar; que no excluye a aquella pero que la comprende y enriquece con otros factores. Las poblaciones se comunicarán cada vez más entre ellas mismas, como lo prueba internet, y quizás dejen de leer los diarios. Así las agencias tradicionales no tendrían cabida en este proceso.

Junto a estas circunstancias y al margen de la atmósfera de Inter Press Service, ésta proyecta su "Plan 2000" tras un severo análisis de la realidad internacional y del papel de los medios de comunicación, especialmente de las agencias internacionales de noticias. Por la misma senda pretende satisfacer las necesidades de los diarios, las revistas, las instituciones, las Organizaciones No Gubernamentales, no con informaciones disgregadas, sino con el análisis y el contexto para entender el mundo de hoy.

El mencionado plan se resguarda en tres pilares.

El primero es el de la calidad, en concreto la agencia se propone reducir el volumen de su producción, hacer su servicio más selectivo y de mayor calidad, con una base global de tres decenas de artículos firmados diariamente en el

servicio mundial. A esa cantidad se agregará en cada región un material adicional, propio y dirigido a esa región, pero siempre atendiendo a la necesidad de ofrecer calidad, selectividad y globalidad.

El servicio mundial da prioridad a los siguientes temas, que se connotan a partir de acontecimientos diarios y no basados exclusivamente en análisis intemporales:

- Derechos Humanos y democratización
- Medio Ambiente, recursos naturales y energía
- Población y movimientos demográficos
- Salud y educación
- Alimentación y Agricultura
- Finanzas internacionales y flujos comerciales
- Política internacional y resolución de conflictos
- Cultura
- Ciencia y tecnología

En tanto, la agencia de noticias seguirá cubriendo la actualidad, pero esa cobertura, aún estando presente todos los días, no será el rasgo distintivo de Inter Press Service.

El segundo pilar es que la agencia no tiene necesidad de una estructura fija muy compleja y grande de muchas oficinas con altos costos fijos, como en buena parte de la red en la actualidad. La transmisión directa por satélite, tanto hacia los clientes como de los corresponsales hacia las mesas de edición, permite reducir oficinas y estructuras fijas, y a la vez elevar las inversiones en personal periodístico, con el cual aumentará su radio de cobertura.

El tercer sector consiste en el proceso iniciado para lograr una mejor integración entre los diversos componentes de la agencia, para llegar a que se consolide una idea de corporación, sin perder su característica de Organización No Gubernamental y su tradición de haber sido la primera en constituirse como una asociación internacional de periodistas.

Para tal propósito, es conveniente mirar más atentamente hacia el mercado, tomar en cuenta sus leyes y, por lo tanto, racionalizar los costos, aumentar las ventas, e integrar los proyectos de cooperación, formación y adiestramiento como parte de la ventaja competitiva en el mercado de la comunicación social.

Como preceptos de las categorías anteriores, Inter Press Service seguirá proporcionando atención al Sur, pero no se resignará a ser una agencia especializada en los temas del Sur. La razón es muy sencilla, ya que actualmente, la única forma de que el Norte se interese por el Sur es demostrar que nada significativo se puede solucionar en el Norte sin el Sur. A pesar de ser conscientes de que las fronteras entre ambos puntos cardinales serán cada día más borrosas.

Así dentro de los móviles que dieron lugar al "Plan 2000" se resalta una perspectiva temporal más allá del fin de siglo, sin cambiar en nada su patrimonio profesional, su historia y su ideal, pero actualizado. Aunado a este objetivo, la agencia espera funcionar por lo menos treinta años más, bajo el epígrafe de fidelidad a sí misma.

Concluiremos tan sólo expresando que la constante en toda esta evolución de la agencia Inter Press Service ha sido la consagración de la comunicación, que con su persistente desarrollo no se limita a la descripción de una situación sino que la relaciona con el entramado global del mundo interdependiente de hoy.

CAPITULO 3

3.1 LA IMPORTANCIA DE UNA AGENCIA QUE HABLA DEL SUR.

La comunicación es un fiel reflejo de las disparidades que caracterizan al mundo internacional y, por consiguiente, necesita unos cambios que tengan ese mismo alcance.

Sean McBride.

Hace cinco siglos, el planeta estaba poblado por miles de habitantes, que convivían en un mundo bipolar como resultado de la colonización de diversos territorios por parte de los europeos, quienes respaldados por el mito y la ambición, y con base en los principios culturales de occidente, fomentaron las divisiones, las oposiciones, forjaron clases y racismos, intentando por todos los medios provocar y aumentar la estratificación de las sociedades colonizadas.

Sin embargo, al paso del tiempo surge la descolonización para tratar de poner fin al conflicto de los pueblos bajo el yugo de las metrópolis, las cuales derrochaban inhumanidad y acrecentaron la diferencia entre países ricos y pobres. Pero la situación dependiente de una mayoría con respecto a una minoría se acentuó y perpetuó a través de los años.

Por tal motivo, la disparidad entre países desarrollados situados principalmente en el hemisferio Norte y los países subdesarrollados que se encuentran sobre todo en el hemisferio Sur, se convierte en un reflejo y una herencia del pasado colonial.

UNA TRISTE REALIDAD.

Actualmente, a escasos pasos de llegar al Tercer Milenio, poco ha cambiado. El mundo en vías de desarrollo continúa dependiendo de los países desarrollados económica, política, social, cultural e ideológicamente. A partir de las dominaciones y presiones que antes fueron más severas, hoy en las sociedades contemporáneas se manifiestan con violencia las oposiciones y los enfrentamientos armados a causa del gran desequilibrio económico internacional, porque las tres cuartas partes del planeta no pueden satisfacer sus necesidades básicas, principalmente el alimento.

De lo anterior, se desprende que esta era se considere como una lanza que ha desafiado, en forma acelerada, la evolución del hombre, tecnológicamente

hablando, con acontecimientos tan increíbles como el desarrollo impetuoso de la informática, las ciencias de la comunicación, la cibernética, en fin, aspectos que si bien constituyen una realización inusitada e incomparable, también nos sume en una desgarrante confrontación.

Así pues, dentro de los parámetros que dan cabida a la apurada situación de los países subdesarrollados localizados en América Latina, África, Medio Oriente y Asia, se perciben elementos positivos en algunas de estas regiones que intentan remediar los golpes mortales de la opresión del norte, a través de diferentes mecanismos económicos, políticos y sociales, dentro del marco productivo de la globalización.

Tal es el caso de los países en vías de desarrollo los cuales han tenido más éxito a la hora de atrapar a Occidente como los estados comerciales del Pacífico y Asia Oriental, quienes alimentados por el espectacular crecimiento de Japón, le siguen las cuatro economías de reciente creación, los cuatro tigres asiáticos: Singapur, Hong Kong, Taiwan y Corea del Sur.

Por su parte, América Latina comparte la expansión global posterior a la década de los años cincuenta; sin embargo, dicho crecimiento se invirtió y entre 1980 y 1988 su economía descendió constantemente. En la actualidad, algunos expertos en la materia explican que gran parte de Latinoamérica se encuentra inmersa entre el deterioro económico y el progreso político y, a pesar de que se puede sostener que el futuro de la región está en sus manos, se verá influida en todos los aspectos por Estados Unidos.

Por otro lado, la situación desigual del petróleo en Medio Oriente, ha dado lugar a una dicotomía entre sociedades enormemente ricas y sociedades extremadamente pobres. Más que en cualquier otra parte del planeta el futuro de Oriente Medio y el Norte de África se ve afectado por cuestiones de guerra y conflicto.

Para el África Subsahariana, la situación es aún más desesperada. Cuando se consideran acontecimientos recientes como la perestroika, la integración europea y el milagro económico de Japón y el desarrollo de Asia Oriental, resulta difícil creer que vivimos en el mismo periodo histórico. Algunos informes recientes sobre la situación del continente africano son extraordinariamente alarmantes; describen África como una zona catastrófica humana y medioambiental, moribunda, marginalizada y periférica al resto del mundo.

SOLUCIONES ECONÓMICAS.

Bajo este panorama, vale la pena profundizar que hay un Norte donde hay paradojas como la Unión Europea, que considera que para ser competitiva nuevamente con Estados Unidos y Japón debería tener veinticinco millones de desempleados, lo que implica una serie de problemas sociales muy graves.

"Otro elemento de análisis del nuevo orden internacional, es la comparación entre los ridículos recursos disponibles para solucionar los problemas mundiales, y las gigantescas cifras de la realidad financiera internacional y de los procesos especulativos que acompañan a la globalización. Asimismo, las leyes del mercado rápido y de la venta inmediata van a ser mucho más importantes que el desarrollo, la justicia social y la pretensión de que el capital sea un factor positivo. (14)

Con tales antecedentes generales y asumiendo en el área particular que nos compete, hoy en día el medio de competencia productiva en todos los aspectos es la comunicación a nivel internacional.

Como es sabido dos fenómenos marcan nuestro tiempo. Dentro de la llamada tercera revolución industrial destacan el desarrollo de la informática y el de las comunicaciones. La tecnología de ambas evoluciona vertiginosamente, al grado que los hombres, los grupos humanos y las sociedades, han entrado en crisis debido a en buena medida de su incapacidad para ajustarse a la velocidad con que se producen tales acontecimientos.

Esta revolución tecnológica incidió en las últimas décadas en un importante proceso social que ha conducido a cambios de valores en todo el mundo. Dichos cambios, se inscriben en el ámbito de una nueva cultura que se ha convertido en el ingrediente principal de otros procesos económicos, sociales y políticos, que a su vez han sido gestores de grandes eventos que conmovieron al mundo: La desintegración del bloque socialista y la conversión de un mundo bipolar en otro conformado por diversos bloques hegemónicos.

Por lo anterior, muchos países subdesarrollados han culpado a los países ricos de dominio cultural por el control de los principales medios de información, el flujo ilimitado de sus productos, el poder de las agencias de publicidad, las agencias informativas, las cadenas de periódicos internacionales, así como por el manejo de las emisiones de radio y televisión, la internauta y muchas cosas más. Esta disparidad ofrece para el análisis de la comunicación dos aspectos interesantes; primero, engendra desigualdades y desequilibrios en el sistema de

comunicación mundial; segundo, incita a los propios medios de comunicación social a reaccionar adecuadamente ante el problema, es decir, que han adoptado posiciones diferentes según los países y las situaciones.

Como ejemplo de lo anterior podemos mencionar que en las naciones occidentales, "muchos de ellos se limitan a reflejar y a confirmar una opinión encerrada en un egoísmo mezquino; en cambio, en los lugares en desarrollo, los medios rara vez disponen de aparatos técnicos lo suficientemente potentes, ni de los instrumentos o de la competencia profesional necesarios para presentar las reivindicaciones que estiman legítimas y reaccionar contra las interpretaciones exteriores que consideran erróneas o injustas. (15) Asimismo, es necesario reconocer que no siempre han estado dispuestos a denunciar con el debido rigor las arbitrariedades e irregularidades que subsisten en su propio país, ello motivado por la desorganización, la desunión y la falta de consenso, los cuales resultan ser males endémicos en esta zona del Sur.

UNA ALTERNATIVA EN LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL.

No obstante, dichos territorios tienen la alternativa de mantener contacto con otros órganos de información, responsables, que realizan esfuerzos por una comunicación sana de flujo equilibrado.

Un modelo que cumple con tales características, es una agencia informativa internacional que trabaja sus fuentes propias para informar sobre lo que el dramático realineamiento del mapa político mundial significa para los países de Africa, Asia, el Mundo Arabe, el Caribe y América Latina, así como para aquellos emergentes detrás de la Cortina de Hierro. Los cambios geográficos se presentan continuamente. La Guerra Fría concluyó y un Nuevo Orden Mundial encabeza la agenda. La Europa del Este y las repúblicas de la ex Unión Soviética han abandonado su manto comunista y buscan de forma desesperada, la ayuda occidental para llevar a cabo su transición a la democracia y a una economía de mercado.

En casos como estos, la información veraz, precisa y oportuna, es un recurso estratégico para los países que buscan inscribirse en el proceso de globalización, de manera tal, que el tránsito y la incorporación a los bloques económicos de reciente creación, aporte las mayores ventajas posibles a su comunidad y no se convierta en una mecánica de integración pasiva.

Por lo tanto, el enfoque de temas con una visión global hacia los países del Sur, es indispensable, ya que estas naciones encuentran una dificultad cada vez

mayor en obtener ayuda financiera para el desarrollo de sus habitantes y economías. Dichas naciones, ya no son jugadores internacionales de un planeta dominado por la competencia entre dos superpotencias rivales. Sus esfuerzos por establecer, por méritos propios su lugar dentro de la comunidad internacional depende como ya se ha mencionado de la capacidad del Norte para reconocer su importancia objetiva.

Por ello, los países en vías de desarrollo requieren información de flujo equilibrado a la dominante de las agencias transnacionales, es decir, de una visión clara y contextualizada de lo que acontece y en especial de lo que se podrá generar en un país determinado o en torno a un tema global o regional específico

Con estas características, la información protagonizaría un papel estratégico en la preservación de la pluralidad de la comunicación y el establecimiento de un adecuado equilibrio dentro del nuevo orden internacional.

Lo expuesto es un simple vaticinio pormenorizado de la importancia de una agencia que habla del Sur, cuya experiencia y capacidad puede ser la solución a la carencia comunicativa de los pueblos subinformados en el mundo.

EL PAPEL DE LAS AGENCIAS TRANSNACIONALES.

Pero para tener una idea más certera, precisemos aquí, en una comparación de los ideales anteriormente descritos con los propósitos que se mencionarán de las agencias informativas AP, UPI, AFP, Reuter, por su grado de importancia, y con la finalidad de observar las ventajas y desventajas entre las mencionadas agencias.

A continuación se presenta un panorama general de las cuatro agencias más importantes a nivel mundial.

Associated Press (AP), es una agencia privada sin fines de lucro con sede en el estado de Nueva York, atiende el 84 por ciento de todos los periódicos de Estados Unidos. Sus miembros representan el 96 por ciento de la circulación cotidiana de periódicos en el país. Cuenta con el servicio fotográfico más grande del mundo, otro que proporciona noticias sonoras y otro dedicado al deporte. Tiene un departamento especializado en noticias económicas, financieras, comerciales y laborales, con la biblioteca fotográfica Wide Word, con un departamento de educación y otro sobre temas de actualidad, y un servicio de noticias especializado en economía y finanzas. La agencia emplea alrededor de

personas, entre ellas periodistas y fotógrafos distribuidos en todo el globo terráqueo. Abastece a más de cien países en seis idiomas. Cuenta con mil quinientos suscriptores –periódicos- y seis mil estaciones de radio y televisión en todo el planeta. Sus servicios son enviados vía satélite.

United Press International (UPI), es una agencia privada que emplea unos mil periodistas en todo el mundo. Tiene un servicio mundial de noticias y fotográfico. Sus productos comprenden un servicio internacional de despachos deportivos, un servicio internacional de ciencia y tecnología el Custom Data, un servicio de datos de acceso remoto para medios de información y otros clientes. Cuenta con alrededor de siete mil suscriptores en cien países, y diariamente ofrece sus servicios en seis idiomas. El servicio informativo incluye un departamento de noticias extranjeras y otro de noticias nacionales, organizados con arreglo a criterios geográficos. Los Estados Unidos están divididos en diez regiones y hay seis divisiones internacionales. Su información es distribuida vía satélite.

Agence France Press (AFP), fundada con carácter de órgano jurídicamente autónomo por la ley 10 de enero de 1957, emplea alrededor de 900 periodistas en Francia, mientras que en otros ciento ochenta y ocho redes y 850 periodistas. Tiene los siguientes departamentos: AFP Noticias, Economía, Deportes, Revistas, Audio, Foto, Video, Banco de datos Angora y Publicaciones, los cuales producen en total un millón de palabras diarias en seis idiomas. La empresa dispone de tres redes paralelas de transmisión: teletipo alámbrico, radioteletipo y satélite. Cuenta con unos 12 mil medios informativos y 2 mil suscriptores de otra índole. Entre sus clientes se encuentran suscriptores directos que suman alrededor de 1200 entre periódicos, empresas y estaciones de radiodifusión, televisoras y agencias de prensa nacionales, a través de los cuales AFP llega a sus clientes indirectos, aproximadamente 7 mil periódicos, dos mil quinientas radioemisoras y cuatrocientas estaciones de televisión.

Reuters, es una agencia pública con sede en Londres, es la más grande y antigua del mundo. Proporciona una amplia variedad de servicios a sus suscriptores y a los medios informativos. Las noticias las obtiene de ciento treinta y siete sistemas comerciales de intercambio y colaboraciones ocasionales, de datos proporcionados directamente por más de tres mil cien suscriptores en setenta y nueve países, así como una red de más de mil cien periodistas, fotógrafos y camarógrafos. La empresa distribuye su información mediante más de 145 mil terminales y teleimpresoras, directamente a las computadoras de los clientes. Los despachos a los medios informativos comprenden noticias generales, económicas y deportivas, artículos e ilustraciones. La agencia produce servicios en once idiomas. Solamente en el centro editorial de Londres se trabajan diariamente más de cinco millones de palabras de texto noticioso, gracias al sistema informático de comunicación de mensajes. En Hong Kong existe otro

importante centro que, junto con el de Londres, prepara sus noticias mundiales de manera secuencial en ciclos de veinticuatro horas; en Nueva York se organizan las noticias procedentes de occidente, Visnews, una de las principales agencias de noticias para la televisión es una filial de Reuters.

Antes de introducirnos en el análisis de las agencias mencionadas, importa referir aquí algunos antecedentes: la guerra de la información nunca fue, ni lo es ahora, una guerra de calidad de la información, es decir, de profundidad en los hechos de los que se informa, de veracidad, cobertura adecuada y oportuna, sino una lucha de intereses a veces económicos y en ocasiones políticos.

En más de una ocasión, los servicios de inteligencia de las grandes potencias, utilizaron los medios de comunicación, las agencias de noticias, especialmente para instrumentar sus operativos. Así, la información fue durante décadas el soporte del discurso de legitimación de las acciones de estos países desarrollados.

El arribo a la nueva tecnología telecomunicaciones, informática, la comunicación vía satélite, telefonía celular, etcétera, permite hoy, que en cuestión de segundos se transmita la información, con carácter universal, casi en el mismo instante en que está aconteciendo.

Mediante este amplio panorama, podemos observar que las agencias informativas AP, UPI, AFP y Reuters, las cuales han sido llamadas agencias transnacionales, cuyos recursos tecnológicos de información, constituyen en nuestros días, un medio para atribuir significados y construir realidades, desempeñan un papel dominante en sus países de origen y al mismo tiempo influyen en determinadas áreas geográficas, buscan el beneficio, la capacidad innovadora y el control de los recursos y de los mercados. Estos elementos no solo favorecen a estas agencias, también constituyen el progreso para sus economías nacionales, más o menos abiertas al comercio internacional, hacia una competencia oligopólica en la economía mundial.

Por consiguiente, la información se ha convertido en un recurso estratégico dentro del proceso de globalización, de ahí que se haya comercializado; ello ocurre desde siempre y es seguro que los mercados solventes atraen la atención de estas agencias, cuya finalidad es ejercer influencia en todas y cada una de las sociedades con las que tiene contacto, estimulándolas a que cambien constantemente sus ideas y costumbres, además de participar como intermediarios de la información entre otros países.

Resulta claro todo lo anterior, al considerar el hecho de que el 62 por ciento de los corresponsales de las agencias internacionales se encuentre en Estados Unidos, 28 por ciento en Europa, 17 por ciento en Asia y Australia, 11 por ciento en Latinoamérica, 6 por ciento en Medio Oriente y el 4 por ciento en Africa.

En este sentido, los porcentajes indican que los países más pobres no se beneficien de la revolución de las comunicaciones y las finanzas, cuando padecen el anegador efecto de esta gigantesca maquinaria que reprime las culturas tradicionales y no les concede ninguna voz en el mundo de la comunicación global.

3.2 LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO (SUS AGENCIAS INFORMATIVAS).

En el gran flujo de la información internacional, las agencias de noticias se han consolidado como el eslabón más fuerte, ya que fungen como los principales intermediarios entre la fuente de los sucesos y el medio de comunicación social.

Antes de ahondar sobre el tema, vale la pena precisar el concepto de la palabra agencia; según la definición del Diccionario general de periodismo, una agencia es una empresa que presta determinados servicios. En el caso de las agencias de noticias, éstas son compañías de recolección de hechos que distribuyen regularmente sus servicios informativos entre diversos medios de comunicación suscritos a la misma.

Ahora bien, veamos las definiciones de los diferentes tipos de agencias:

- Agencias nacionales.- son aquellas que de una manera general no recogen mas que noticias nacionales y distribuyen sus informaciones únicamente en los países en que se encuentra su sede.
- Agencias mundiales.- son en su origen, agencias nacionales en el país donde han sido fundadas, con una red interior de corresponsales particulares y ocasionales, un secretario de redacción nacional y un equipo de reporteros dispuestos para ser enviados en un momento dado a cualquier punto. Se asevera que estas agencias se caracterizan por mantener una extensa red de corresponsales en todo el mundo y por las posibilidades de difusión de sus sevicios, que cubren la mayor parte del planeta.
- Agencias internacionales.- al igual que las agencias mundiales las internacionales, en su origen, son agencias nacionales que poseen una red de

corresponsales relativamente desarrollada en el extranjero; también cuentan con clientes fuera de su país, pero no llegan a ser verdaderamente mundiales debido, en gran parte, a que no logran la gran cobertura de estas últimas. Así se puede decir que la condición de internacionales se encuentra en el verdadero desarrollo de las agencias que irrumpen en el mercado externo de noticias, con el objetivo de constituirse, en el futuro, en sistemas verdaderamente universales.

- Agencias regionales.- son sistemas que cubren una región geográfica amplia, de más de un país, caracterizada generalmente por utilizar un mismo idioma y responden a intereses regionales. La cobertura de estas agencias relativamente nuevas en el panorama mundial tiene límites muy claros, aunque su estructura y funcionamiento obedecen los parámetros que rigen a las agencias internacionales.

Bajo estos parámetros, las agencias informativas, AP, UPI, AFP, Reuters, entre otras, se disputan el mercado mundial, por lo que se encuentran diariamente en las notas que consumimos a través de diversos medios. Dichas agencias cubren hechos en todo el planeta, a pesar de que existen países subdesarrollados como en América Latina donde las dificultades económicas, políticas y sociales, justifican la existencia de agencias estatales* en cada uno de ellos. Sin embargo la zona sufre los efectos del colonialismo informativo.

México en particular ha permanecido subyugado al dominio de las agencias internacionales desde 1920. (16) A este inconveniente, se suman las deficiencias tecnológicas y funcionales de los principales medios de comunicación nacionales de cuya dependencia al parecer muy pocas veces pueden librarse. También las agencias informativas mexicanas funcionan con una notable desigualdad, aunque existen esfuerzos nuevos para mejorar lo suficiente, que buscan consolidar opciones propias en el campo de la transmisión de noticias.

EL DOMINIO DE LAS AGENCIAS TRANSNACIONALES EN MEXICO.

En una investigación realizada por la UNESCO en colaboración con CIESPAL, menciona que en 1975, el 90 por ciento de la información internacional consumida en México, provenía de tres agencias: AP, UPI, AFP.

*Recogen y transmiten a todos los medios informativos de la propia nación, las noticias obtenidas a través de su red de corresponsales, y las noticias internacionales las sustraen de las agencias mundiales con las que han suscrito contrato.

Pero para 1989 esta significativa influencia de las agencias extranjeras en los medios de comunicación del país, resultaba relativa, porque se calculaba que de más de mil medios que constituían el mercado de suscriptores, unos 300 tenían contrato con alguna agencia, lo cual equivale a que más del 70 por ciento, no haya tenido interés o no pudo contratar sus servicios.

Actualmente, según el Directorio de Comunicación Social, edición 1997, que elabora la Presidencia de la República Mexicana, se encuentran registradas en el país 51 agencias extranjeras. Por lo que corresponde a las agencias nacionales, se cuentan con la presencia de 15 agencias de noticias. No obstante, existen otras agencias mexicanas que por alguna razón no son tomadas en cuenta.

Por lo anterior, podríamos comenzar por cuestionar que la falta de un censo serio en nuestro país, forma parte de los numerosos vacíos jurídicos y formales del régimen de operación de tales empresas. Pero esto no impide que las autoridades mexicanas busquen por distintos medios, estar al tanto de la operación de las agencias y quizás traten de influir, cuando les es posible en la opinión de los corresponsales extranjeros o de los reporteros de las agencias nacionales.

Por ello la Presidencia de la República, expide para los corresponsales de las agencias extranjeras una credencial, que representa un compromiso mutuo por mantener relaciones respetuosas; asimismo, el gobierno se comunica con el Club de Corresponsales Extranjeros en México (ACEM), lo que significa para algunos funcionarios una forma de control indirecto, aunque no del todo estricto.

La ACEM tiene registradas como miembros 15 agencias internacionales, las cuales destacan por su trabajo y trayectoria. Estas son : Agence France Presse (AFP); Agencia Italiana de Noticias ANSA; Associated Press (AP); Deutsche Press Agentur (DPA); Agencia Española (EFE); Inter Press Service (IPS); Agencia ITAR-TASS; Agencia Jiji Press; Kyodo News Service; Prensa Latina (PL); Reuters; United Press International (UPI); Xinhua News Agency; Canadian Press; Agencia de Noticias del Istmo Cerigua.

Estas agencias cuentan con oficinas en nuestro país y venden información a los medios de comunicación nacionales, con excepción de las dos japonesas Jiji Press y Kyodo, y la canadiense Canadian Press que no cuenta con oficina en México. Así las agencias extranjeras descontando a las más pequeñas que no prestan servicios a medios mexicanos, tienen la función de distribuir información aquí y turnar a sus matrices en el exterior la que consideran pertinente enviar sobre lo que ocurre en nuestro territorio

De esta manera, las agencias transnacionales más importantes como AP, AFP, Reuter, tienen una gran ventaja sobre las agencias locales y sobre otras internacionales, porque la cantidad de clientes que contratan les permite ofrecer servicios más baratos y mucho más atractivos para los medios de comunicación del país.

No hay tarifas exactas en los servicios de las agencias, ya que se encuentran sujetas a convenios discrecionales y también a las condiciones del mercado.

3.3 EL DESEMPEÑO DE LAS AGENCIAS MEXICANAS DE NOTICIAS.

Por su parte la mayoría de las agencias mexicanas tienen escasa cobertura y trabajan con múltiples insuficiencias técnicas. Podría afirmarse que en ocasiones son más estimadas como un negocio, pero sin el capital suficiente para competir con éxito en el difícil mercado de la información. En el otro extremo, las nacionales se encuentran sujetas a criterios muy estrictos, que ejercen funcionarios del gobierno encargados de orientar su trabajo. (17)

Antes de continuar, hagamos un espacio para comentar del nacimiento y actividades de las agencias informativas mexicanas.

El antecedente más remoto de las agencias informativas mexicanas lo encontramos en el año de 1935, cuando se funda la Agencia Noticiosa Telegráfica (ANTA). Esta agencia constituida como una sociedad anónima con ayuda financiera del gobierno, tenía el objetivo de suministrar un servicio de noticias a los periódicos nacionales principalmente.

Para realizar esta actividad, ANTA se apoyó primero en los despachos radiotelegráficos de la agencia HAVAS hasta 1940 y después en los de Reuter, pues no contaba con corresponsales en el extranjero ni en el interior del país. Su personal se reducía a un director, un jefe de redacción, cinco o seis redactores, tres radiotelegrafistas y cuatro 'Copy-Boys'.

La agencia transmitía cotidianamente de 3000 a 5000 palabras sobre información política y un poco de información deportiva a once diarios, un semanario y siete estaciones de radio en la Ciudad de México; en provincia lo hacía a 50 periódicos y dos estaciones de radio. Para la distribución de sus servicios en el interior del país se valía de dos medios: primero, la entrega directa

por la vía telegráfica, y segundo, a través de los convenios que estableció con el Bloque Nacional Periodístico y la Unión Periodística Panamericana.

Para captar los servicios radiotelegráficos de las dos agencias europeas, ANTA contaba primero con dos receptores y después con tres (un telefunken y un Hallicrafter, después dos Hallicrafter y un Hammerlund). Los despachos eran captados por la estación de Palo Alto y se transmitía por hilo a las oficinas de la agencia, donde era procesada la información y se distribuía a los suscriptores. (18)

También existieron servicios propios como los de la Cadena García Valseca, y la presencia de algunas agencias informativas transnacionales. En 1961 se crea la Agencia de Información Mexicana (INFORMEX), la cual proporcionaba un servicio informativo para radio, televisión y diversos periódicos del interior del país. Conforme transcurrieron los años, la agencia sufrió varios cambios administrativos y distintos propietarios lo que provocó que la empresa de noticias desapareciera.

El 20 de agosto de 1968 se funda la Agencia de Noticias Mexicana (NOTIMEX), cuyo objetivo era satisfacer la necesidad oficial de ofrecer información sobre los Juegos Olímpicos. Durante su inicio tuvo un desenvolvimiento precario por carecer de una clara política de comunicación social. Actualmente, la agencia cuenta con agencias nacionales regionales ubicadas en Guadalajara, Monterrey, Hermosillo, Oaxaca, Mérida y una subregional en Tijuana; además de cuatro oficinas regionales ubicadas en Madrid, Washington, Costa Rica y Santiago de Chile. Sus productos comprenden información nacional sobre política, economía, arte, deportes, espectáculos, y un panorama internacional. Tiene los siguientes servicios informativos: El Hilo Nacional y el Hilo Internacional; derivados de ellos se difunden el Hilonor para Norteamérica, el Hilosur para Sudamérica, el Hilolat para Centroamérica y el Caribe. Además en el mercado estadounidense se edita un Newsletter Data Line. Colateralmente brinda otros servicios de voz de los corresponsales para las emisoras de radio y televisión, y un Sistema Inmediato de Comunicados para cualquier organismo público o privado, que requiera mantener comunicación con los principales medios de comunicación del país. Atiende a 604 suscriptores entre periódicos, radiodifusoras, televisoras, organismos públicos y privados, y gobiernos estatales, embajadas y agencias informativas. En total la agencia tiene una planta de casi 1500 trabajadores, el 75 por ciento es personal sindicalizado. Su amplia red de reporteros y corresponsales se ubican en puntos estratégicos de México, América Latina, Estados Unidos, Europa y Asia.

Agencia de Noticias de Excelsior (ANE), creada en 1971, es una de las agencias privadas más grandes del país. Ofrece un servicio nacional diario de 130

a 150 notas sobre política, economía, finanzas, temas de interés general y un panorama internacional; además cuenta con servicio fotográfico, servicios especiales y un servicio semanal del mundo de la farándula. Las noticias nacionales las obtiene de cien reporteros del periódico Excelsior y de una red de 92 corresponsales distribuidos en el interior de la República. También tiene corresponsales en Estados Unidos, Venezuela, Chile, Cuba, Argentina, Colombia, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, España, Checo y Eslovaca, Israel, China y la Comunidad de Estados Independientes. Su bloque informativo internacional se complementa con los servicios que les proporciona la agencia alemana DPA y la agencia italiana ANSA, así como de los periódicos New York Times, Le Monde, Observatore, Der Spiegel, entre otros. Cuenta con 60 abonados de prensa, radio y televisión del país. El costo de sus servicios depende del mercado y sus servicios especiales no tienen costo extra. Trasmite sus informaciones vía satélite e internet. La agencia proporciona cursos de capacitación para su personal.

Agencia Mexicana de Información (AMI), surgida en 1971, está conformada como una agrupación de colaboradores independientes. Cuenta con los siguientes productos: servicio periodístico, servicio publicitario, asesoría a periódicos de reciente creación o en proceso de reestructuración. Los nexos comerciales y la red de comunicaciones de la agencia se extienden no sólo a su clientela permanente, que recibe el servicio de prensa y de intermediación publicitaria, sino también a empresas que en el pasado recibieron dichos servicios y con las cuales la agencia mantiene contacto, así como con clientes eventuales, que requieren servicios específicos. El servicio periodístico es meramente político, el cual se nutre de la colaboración de veinte articulistas de reconocida pluma. Su información es enviada vía microondas, fax modem, internet y correo electrónico, de acuerdo a la tecnología con la que cuentan sus 90 suscriptores. Entre sus proyectos, la empresa plantea realizar un estudio de mercado de 400 periódicos del Sur de Estados Unidos, para poder vender sus productos y, posteriormente, establecer oficinas en Centroamérica para ampliar su cobertura informativa.

Agencia Informativa (LEMUS), fundada en 1978 se dedica a tramitar publicidad para los diarios del interior del país. Su información periodística ofrece un servicio de 115 a 120 notas diarias sobre finanzas, deportes y espectáculos, asimismo, tiene servicio fotográfico y un paquete informativo semanal. Cuenta con 50 suscriptores en diferentes estados de la República, a los que envía su información vía satélite por la línea de las agencias AP y UPI, internet o carrier. Mantiene intercambio de noticias con la agencia EFE. La agencia cuenta con alrededor de 10 reporteros, un corresponsal en Suiza y diversos colaboradores. El precio de sus servicios varía de acuerdo al mercado. LEMUS pretende en un futuro afianzarse con calidad informativa a nivel nacional para posteriormente internacionalizarse.

Agencia Informativa Integral Periodística, funciona desde 1987. Cuenta con 17 suscriptores en el Distrito Federal y en el interior del país. Proporciona un servicio semanal de noticias sobre economía, política, deportes, espectáculos, cultura y nota roja, y en ocasiones, servicios especiales sobre política. No obstante, la agencia prefiere destacar la información de tipo cultural y espectáculos, porque se vende más. La agencia se nutre de la información de sus colaboradores y su servicio es enviado por fax, correo electrónico y paquetería. En el futuro la empresa periodística planea tener contacto con periódicos de América Latina y establecer oficinas regionales en Colombia, Chile o Ecuador.

Agencia Nacional de Noticias (ANN), creada en 1987. Cuenta con 10 suscriptores en el interior del país, los cuales reciben diariamente un servicio informativo de 14 notas sobre economía, política, finanzas, y semanalmente un suplemento de entretenimiento. La agencia recaba la información a través de sus colaboradores y su servicio es enviado por fax. ANN se encuentra en un proceso de expansión.

Servicio Universal de Noticias (SUN), fundada en 1987 es otra de las agencias privadas más grandes de México. La empresa distribuye su información en el país, así como en Estados Unidos, Canadá, Centro y Sudamérica. En total cuenta con 130 abonados distribuidos en las regiones mencionadas. Sus productos comprenden un paquete de notas informativas sobre economía, política, finanzas, deportes, espectáculos y cultura; asimismo, servicios especiales y servicio fotográfico. La agencia se apoya en una planta de redactores y editores; además de los reporteros y corresponsales nacionales e internacionales del periódico EL UNIVERSAL, EL UNIVERSAL GRAFICO y LA AFICION. La información es enviada vía satélite, carrier o línea telefónica, esta última ya casi en desuso. Los precios de los servicios varían de acuerdo al mercado.

Agencia de Servicios Integrales de Comunicación (ASIC), funciona desde enero de 1988, es una agencia que trabaja bajo el perfil periodístico del periódico LA JORNADA. ASIC se nutre de la información que recaban los reporteros y colaboradores del periódico, y de dos reporteros que trabajan en la agencia. Cuenta con 30 suscriptores en el interior del país. Sus productos comprenden: un servicio diario de 150 a 160 notas sobre política, economía, cultura y deportes; además de paquetes especiales de información que vende tanto en México, Europa y América Latina. Los servicios son enviados a través del Hilo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y por la línea de NOTIMEX directamente al satélite Morelos. El costo de sus servicios depende de una tarifa competitiva; en el caso de los servicios especiales, varía de acuerdo al medio que los compra. El objetivo de la empresa es difundir la información de LA JORNADA en las zonas donde el periódico no llega. De lo anterior se desprende, que la agencia pretenda difundir sus noticias por radio para ampliar su cobertura.

Agencia Proceso de Información (APRO), fundada en 1992 es una empresa que trabaja de manera conjunta y con el mismo perfil periodístico del semanario político PROCESO. De ahí que la planta de reporteros labore al mismo tiempo para la agencia y la revista. También cuenta con corresponsales en las principales ciudades del país, así como con corresponsales en Italia, Madrid, Washington, La Habana, Centro y Sudamérica. Sus productos son: un paquete diario de 30 a 35 notas informativas sobre la información más importante; un servicio semanal de la información que se publicó en PROCESO. Tiene 33 abonados en el interior de la República, los cuales son afines a la línea política del semanario, requisito que la agencia solicita para vender sus servicios. La información es enviada por fax, módem, línea directa carrier, correo electrónico, según lo desee el suscriptor. El costo de los servicios es elevado y podría asegurarse que APRO es la agencia más cara.

INFORED, "surge en 1973 como la primera agencia noticiosa de la radio en México. La empresa es parte esencial de la estación de Radio Red, porque es la principal fuente de todos sus noticieros, de donde manda la señal a través del satélite Morelos a Guadalajara, Monterrey y otras emisoras incorporadas al Grupo Radio Programas de México en el interior del país. Cuenta con una planta de reporteros, redactores, corresponsales en México y en el mundo, auxiliares de producción y productores. Recibe información de las agencias AFP, Reuter, UPI, EFE y NOTIMEX para complementar sus informaciones. INFORED se encuentra en un proceso de transición que se generó a partir de la venta de Radio Red, porque la agencia operaba con la estación y ahora se pretende que sea una agencia alternativa cuya finalidad va a ser crear notas por sí misma". Es importante aclarar que esta agencia vende servicios de audio. (19)

Agencia Financiera (INFOSEL), fundada en 1990 proporciona información financiera en tiempo real en el mercado mexicano y en departamentos de mercados emergentes en Nueva York con más de 800 terminales, porque es la única fuente informativa financiera mexicana que tienen los inversionistas extranjeros. Cuenta con aproximadamente cinco mil suscriptores de Infosel Financiero, 10 mil clientes de Internet y 800 usuarios de productos en CD. La agencia tiene oficinas en la ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, dos oficinas en Estados Unidos, y también una cobertura a nivel nacional en más de 30 puntos del país. INFOSEL ofrece los siguientes productos: REFORMA edición electrónica vía internet; INTERNET a través de Infosel; Infosel Legal vía internet y en CD; DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION vía internet; INFOSEL FINANCIERO vía internet; BOLSA DE TRABAJO vía internet; INFOSEL MEXICO en CD; CRYPTICW MEXICO en CD; INFOmonitor; Resúmenes Noticiosos Electrónicos. La empresa cobra por un servicio 400 dólares al mes, y mantiene el 70 por ciento del mercado en su género del país. El objetivo de la agencia es solidificar y potenciar su posición como proveedor número uno de acceso a

internet en México, para ser la mejor opción de servicios informativos. Es una agencia que vende sus servicios a particulares.

Agencia Financiera (FINSAT), creada en 1992 tiene su inicio en el desarrollo de notas especializadas en el mercado de físicos y futuros, como abastecedora de información regional en materia de finanzas y negocios, para las agencias internacionales que no tenían una base de reporteros muy amplia como es el caso de Reuter y Brigde. A partir de 1995, FINSAT se convierte en un distribuidor directo de información especializada en tiempo real. Cuenta con 350 suscriptores, a los cuales envía diariamente 180 notas de información. Emplea 11 reporteros y complementa su información con el 20 por ciento de las notas del periódico EL FINANCIERO. Transmite sus servicios vía microondas, vía radio y antena parabólica. El costo por su servicio es de 300 dólares al mes. Entre sus proyectos más inmediatos está crear productos de valor agregado como encuestas, sondeos de opinión, es decir, perspectivas del mercado financiero que le sirvan al cliente en su toma de decisiones empresariales. También pretende entrar al mercado de Nueva York, Londres, Alemania o Japón.

Agencia Fotográfica Imagen Latina, surgida en 1984 por una inquietud de los fotógrafos Marco Antonio Cruz, Pedro Valtierra, Luis Humberto González y Jesús Carlos, como una propuesta de hacer periodismo gráfico independiente, sin embargo, en ese mismo año, dichos fotógrafos se incorporan al departamento de fotografía del periódico LA JORNADA, y por tanto, se deja el proyecto de la agencia. Pero para 1986 se retoma la agencia que funciona hasta hoy día. Imagen Latina se especializa en política, de ahí que su perfil es mostrar imágenes reales sobre el tema. Cuenta con cuatro fotógrafos, un laboratorista mensajero, un coordinador, un administrador y su director. Tiene alrededor de 15 abonados a los que envía a diario de 8 a 15 fotografías, dependiendo de la cantidad de información que se genere. En ocasiones, la agencia cubre los eventos más relevantes de espectáculos, cultura y deportes. Imagen Latina mantiene sus precios en el mercado a través de la calidad de su servicio. Sus fotos son enviadas vía PC e internet. El objetivo de la empresa es mantener una fuente de trabajo que forme e impulse generaciones de fotógrafos que realicen periodismo fotográfico de investigación. Es la única agencia en su tipo que ha editado libros de fotografía, por ello dentro de sus proyectos más cercanos está el editar dos más: "El ciego en México" de Marco Antonio Cruz y "Las mujeres indígenas de Chiapas" de Angeles Torrejón.

Agencia Fotográfica (Cuartoscuro), fundada en octubre de 1986 ofrece los siguientes servicios: un paquete diario de 15 fotografías sobre los sucesos noticiosos más importantes del país; material de archivo con más de 20 mil imágenes en blanco y negro y color, del mundo de la política, la cultura, los espectáculos, los deportes, temas generales y los acontecimientos más relevantes de los últimos 15 años en México; además de la revista de fotógrafos de

Cuartoscuro. Cuenta con 16 suscriptores y sus precios varían de acuerdo al tiraje de sus clientes. La agencia proporciona cursos de capacitación a sus seis fotógrafos y su objetivo principal es plantear un periodismo independiente y constituirse como la más profesional del servicio informativo gráfico.

Agencia Informativa de Radio y Televisión (ARTSA), fundada en 1990 se dedica a monitorear información económica, política y financiera, que sintetiza en tiempo real para los gobiernos de los estados de la República y la ciudad de México. Cuenta con 20 suscriptores, el 65 por ciento en el interior del país y el resto en la capital. La información es enviada por fax modem y su precio varía según el flujo de la información.

EL DESEQUILIBRIO ENTRE LAS AGENCIAS MEXICANAS.

Por lo anterior, frente a otras agencias de noticias mexicanas, NOTIMEX destaca como la más importante. Pero al lado de las agencias transnacionales, su trabajo resulta limitado porque no cuenta con la misma cobertura que tienen esas agencias. Sin embargo, NOTIMEX sobresale de las demás agencias nacionales, está en proceso de cumplir 30 años con sus bajas y subidas, rumores y campañas de desprestigio como lo asegura María Elena López, editora de la sección internacional de NOTIMEX. "La aspiración de NOTIMEX es ser una agencia de estado más que de gobierno, es decir, presentar los intereses del estado mexicano. La agencia ha logrado consolidar varias cosas, ha demostrado que siendo una agencia estatal puede mantener una independencia y manejarse como cualquier agencia de noticias. Nosotros no tenemos privilegios para acceder a las fuentes oficiales, tratamos de informar con la mayor certeza posible y con objetividad. No nos autocensuramos, más bien, tratamos de ser neutrales.". (20)

Podría decirse que la escasa experiencia de las agencias mexicanas se relaciona con la visible ausencia de capacitación de su personal, ya que de las 15 empresas mencionadas, la mayoría no cuenta con programas de actualización y formación profesional, ni siquiera cotejados con la eficacia de las agencias internacionales. En el caso de NOTIMEX, esta cuenta con un departamento de capacitación donde se imparten cursos a todos los trabajadores de la empresa: cursos de computación, internet, redacción, técnicas de información, administrativos, técnicos, entre otros, ya que con ello se trata de mejorar la calidad de la agencia. Del mismo modo, la agencia ha mejorado considerablemente el contenido de sus informaciones, porque a partir de 1994 adquirió nueva tecnología. "La tecnología a ayudado mucho, es una diferencia enorme con respecto a otros años, porque la tecnología te permite ser más rápido y preciso a la hora de la edición, es decir, el cambio en el contenido va de la mano con la adquisición tecnológica, ello te permite ser más exigente y, al mismo tiempo,

**ESTA TESIS NO DEBE
CALIR DE LA BIBLIOTECA**

tratamos de encaminar los esfuerzos del personal para mejorar la calidad de la agencia." (21)

Otro aspecto importante en el desequilibrio de las agencias, es el manejo de la información en el contenido de sus cables. Algunas agencias privadas procuran transmitir informaciones atractivas y satisfactorias a sus clientes como es el caso de APRO, ASIC, INFOSEL, FINSAT, AMI, NOTIMEX. No obstante, otras agencias que tienen pocos abonados, generalmente, pequeños diarios o radiodifusoras de los estados, a veces con un mínimo interés en las noticias y análisis nacionales, estas agencias les venden servicios de corte deportivo, espectáculos, nota roja o algunas opiniones editoriales. (22) Aunque cabe resaltar que hoy día existe más atención en cubrir y sobre todo examinar, los problemas sociales, políticos y económicos del país.

UN MODELO DE INFORMACION PARA LAS AGENCIAS NACIONALES.

Aunado a lo anterior, el problema más grave para el buen funcionamiento de las agencias nacionales ha sido "la reproducción de los esquemas verticales de información que predominan en las agencias transnacionales. A esta contrariedad se suma el centralismo, de tal manera que nuestras agencias distribuyen más noticias sobre la capital del país que de las generadas en el interior del mismo. (23) Al respecto, María Elena López, comenta, lo que sucede es que depende a qué clientes sirves, si eres una agencia que das servicios en México, difícilmente a tus clientes les va a interesar la situación financiera de Guatemala, entonces tienes que tener mucho cuidado en tus análisis y pensar qué quieren los clientes para saber que tienes que hacer. En el caso de nuestro país, yo creo que tenemos demasiado metido el centralismo y si lo trasladas al ámbito internacional, si revisas tres diarios o semanarios, no encuentras casi nada sobre América Latina, a los medios no les interesa. Nosotros manejamos una gran cantidad de notas sobre Centro y Sudamérica, y aquí no se publican muchas, qué hacemos, buscar el ángulo de interés para México. Pienso que el problema del centralismo es un poco de todo, cultural, de mercadotecnia, lo que no es escandaloso no vende, al menos que tengas interés de darle seguimiento a un país que no es muy importante como Ecuador, por ejemplo".

De esta forma, el centralismo que existe en México se refuerza y solidifica en razón del acusado verticalismo con que las agencias trabajan su material nacional, sin embargo, con un porcentaje muy reducido, esta carencia es suplida por la información que algunos diarios nacionales, con redes propias de corresponsales, publican en sus páginas como es el caso de Excelsior, El Universal, Reforma, El Financiero, La Jornada y la revista Proceso.

Lo anterior, no son las únicas desventajas que padecen las agencias mexicanas. Prevalece una gigantesca laguna jurídica con respecto a su instalación y funcionamiento.

Como ya se ha mencionado, es común que la Secretaría de Gobernación otorgue una autorización para funcionar, especialmente en el caso de las agencias extranjeras. Mediante este permiso dichas agencias pueden recabar información, vender servicios y contratar líneas de comunicación como cualquier particular. Pero estos requisitos en realidad se reducen al cumplimiento de la legislación civil o mercantil y no tienen relación con el manejo de la información, porque no hay un marco legal al respecto que reglamente su funcionamiento y obligaciones.

Desgraciadamente, el Gobierno no hace nada con respecto a esta situación, tal vez porque prefiere no molestar a las agencias extranjeras, o posiblemente la influencia de las agencias locales es tan pequeña, que no llama la atención de los legisladores, ni siquiera algunas de estas agencias, forman parte del Directorio de Comunicación Social. Tal es el caso de las empresas periodísticas: Express de México, Lemus y las fotográficas MIC FOTO PRESS, EIKON y DIGITAL.

Por la misma senda, se ha llegado a confirmar que las agencias nacionales, tanto NOTIMEX como las privadas, no han realizado esfuerzos serios para ensamblar mecanismos periodísticos objetivos y confiables. Sin embargo, hacer una aseveración de tal magnitud, significa el total desconocimiento del trabajo de las agencias, ya que al menos NOTIMEX realiza cada año una evaluación de calidad, donde se analiza y plantea el trabajo de la agencia y los proyectos que se llevarán a cabo. Actualmente el reto más importante de NOTIMEX es llegar a ser la agencia de noticias más importante de América Latina, un episodio claro y comprometido para materializar este objetivo es que a mediados del año pasado, la agencia logró entrar en Sudamérica, antes no lo había hecho por dificultades técnicas, principalmente. Además existen dos proyectos más de la agencia: el primero es crear un Hilo en español que daría servicio a España; el segundo, tener un Hilo en portugués, la idea es cubrir a todos los países que están representados en la Cumbre Iberoamericana.

Al respecto, cabría aquí señalar lo siguiente: la información de las agencias nacionales no puede competir ni tecnológica, ni económicamente con las organizaciones informativas de los países desarrollados -con excepción del esfuerzo realizado por la agencia NOTIMEX- pero en cambio, puede informativamente situarse incluso con ventaja, en el ámbito noticioso dentro de su propio terreno y direccionar su información hacia sus públicos naturales.

Así, frente a un discurso uniformado de los grandes bloques hegemónicos del mundo, está la otra información, la que llega sólo a los públicos internos y la que se intercambia con aquellos que tienen lazos culturales e históricos comunes que los identifican.

Por ello, las agencias de noticias nacionales pueden optimizar sus esfuerzos informativos, ofreciendo un mejor material a su auditorio y proyectar una imagen propia a nivel internacional. Lo ideal sería que estas agencias contribuyan a un equilibrio informativo superando la estrecha concepción de la noticia-mercancía. De esta manera, su función sería la de situar al lector en la comprensión de su realidad y proporcionarle los elementos para analizar los hechos, sin pretender influenciarlo. Al mismo tiempo, dichas agencias complementarían la tarea que realizan las grandes agencias informativas internacionales.

Dentro de este esquema, tanto la función de las agencias nacionales de los países en vías de desarrollo, como de las agencias transnacionales, juegan un papel importante que definió la Organización de las Naciones Unidas en aquel estudio denominado Informe McBride: son agencias de información de manera sustantiva, pero también en forma implícita son integradoras de la comunidad, son mecanismos de socialización y de educación, como cualquier otro medio. (24)

Por lo anterior, podemos concluir asegurando que si la formación profesional no existe, el rigor periodístico permanece escuálido, no se presentan mejoras técnicas en la infraestructura de las agencias nacionales y el gobierno no reglamenta un marco jurídico basado en normas estrictas para que nuestras agencias cumplan con criterios de conducta profesional, formas de operación, regímenes de estructura de propiedad y cooperación con los estudios que sobre sus propias actividades se emprendan. México no tiene grandes posibilidades de participar en el mundo de la comunicación global, porque además, las agencias, con la excepción de NOTIMEX, al igual que muchos sectores del país han llegado tarde a los cambios tecnológicos, mientras que las agencias extranjeras, en especial, las cuatro transnacionales cuentan con los últimos avances en telecomunicaciones.

CAPITULO 4

4.1 EL FUTURO DE INTER PRESS SERVICE EN EL SIGLO XXI.

Una sociedad sin información y sin prensa libre es una sociedad condenada al subdesarrollo en todos sus campos.

Brajnovic Yarce.

Cuando se piensa en el desarrollo de un nuevo servicio informativo internacional de carácter global, capaz de ofrecer a todos los países ayuda efectiva para conocer y comprender los cambios mundiales en todos y cada uno de sus aspectos, ello se transforma en un tema que todavía los comunicólogos tienen pendiente y cuya resolución se ha tornado una necesidad urgente.

En efecto, si retrocedemos en el tiempo para considerar que la Segunda Guerra Mundial favorece en el plano económico mundial a Estados Unidos ubicándolo como una potencia nueva y emergente, dicha nación delinea a la máxima perfecta dentro de su política la importancia y culminación de la comunicación y hace circular el estandarte del libre flujo de la información, que significa garantizar la libertad de tránsito de las ideas y de las informaciones en todo el planeta, y el cual es aprobado en 1948. (25)

De ahí que el principio del libre flujo de la información fuera aceptado sin el menor obstáculo por la Organización de las Naciones Unidas (ONU); la Organización de Estados Americanos (OEA); y la Organización para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (26)

EL LIBRE FLUJO DE LA INFORMACIÓN.

Pero regresemos a la década de los setenta y a comienzos de los ochenta, cuando la UNESCO se vio dividida por la lucha entre los partidarios de la libre circulación de la información y quienes se inclinaban a favor de un Nuevo Orden Mundial de la Información, responsable. Los primeros insistían en las libertades negativas de la comunicación, creían que el principal problema era el control del Estado y pretendían un mercado mundial no regulado de bienes y servicios de la comunicación, ya que no toleraban la reglamentación por considerarla totalitaria y estimaban que la ausencia de esta era un signo de salud democrática. En cambio, los creyentes del Nuevo Orden Mundial de la Información, recalcaban las libertades positivas y pensaban que la principal dificultad era la desigualdad del poder económico y político, y proponían la reglamentación estatal como medio indispensable para garantizar la igualdad de acceso a la información.

Así las cosas, bajo la presión del contexto geopolítico de los conflictos entre el Norte y el Sur, esta discusión generó más controversia porque las dos partes extremaron sus posiciones. Los beneficiados de la libre circulación, adoptaron la ideología de *laissez faire* –la cual se traduce en una serie de privilegios para los países más poderosos económicamente, existiendo una disociación con el principio de igual o de equilibrio y en suma la inexistencia de una libertad real– pasando por alto los problemas del fracaso del mercado y las diferencias entre la utilidad y la justicia. Por su parte, los afiliados al Nuevo Orden de la Información, en ocasiones hicieron caso omiso de la posibilidad de que sus argumentos favorables a la soberanía nacional y a la autonomía cultural se hicieran servir en defensa de regímenes antidemocráticos, abusos flagrantes de los derechos humanos y movimientos culturales obscurantistas.

EL NUEVO ORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL.

Al respecto sobre el Nuevo Orden Informativo Internacional desde la Reunión Cumbre de Países No Alineados, Argel, 1973; la Reunión de Colombo, 1976; la Habana, 1979; la Reunión de Belgrado, 1980. En este se hace referencia y analiza a conciencia, la relación de dominación que genera la situación monopólica de las agencias noticiosas y los medios de comunicación social. (27)

"Ante tal suceso, y como era de esperarse Estados Unidos e Inglaterra protestan con prepotencia por el Nuevo Orden Informativo Internacional. El país norteamericano retira su participación del Congreso de la UNESCO, en la reunión de Acapulco en 1982, seguido por la inconformidad de la nación inglesa. (28)

EL POOL DE AGENCIAS.

Como se puede observar y a resultas del compromiso con la información, en las distintas reuniones de las agencias de información vinculadas al Tercer Mundo se ha reiterado el afán por desarrollar formas alternativas para informar. A fin de concretar este argumento en la Conferencia Ministerial de Países No Alineados efectuada en Nueva Delhi, India, 1976, se aprueba la formación de un consorcio noticioso, a cargo de la agencia yugoslava TANJUG, la cual muestra la realidad cultural, política y económica del Tercer Mundo, a través de las agencias miembros enviando de manera retroactiva información en sus respectivas redes cablegráficas.

Así, la otra noticia es la nueva meta, la que da a conocer los esfuerzos de los pueblos del Tercer Mundo por alcanzar un desarrollo independiente y

participativo en la comunidad internacional. Al tiempo que se pretende entregar la información de sus proyectos de cambio y de las justificaciones políticas y sociales de los mismos, mostrándolos desde una perspectiva amplia y comprensiva, y no con un enfoque cuestionador, como ha sido la costumbre en estos casos de las grandes agencias internacionales de noticias

Por la misma senda, indispensable es considerar que el logro de un equilibrio en el flujo informativo Norte-Sur no se ha consolidado como se esperaba. Hoy día, casi de manera desdibujada trabaja el Pool de Agencias Informativas del Tercer Mundo, pero su labor no se compara con la estructura de la agencia AP, que emplea alrededor de 3000 mil personas, entre ellas periodistas y fotógrafos distribuidos en todo el globo terráqueo, que contribuyen en la elaboración de un servicio diario de 17 millones de palabras para un vasto número de suscriptores.

LA LABOR DE UNA AGENCIA QUE HABLA DEL SUR.

No obstante, a la par del funcionamiento del Pool de Agencias, en el marco mundial de la información se pueden constatar algunos esfuerzos profesionales. Tal es el caso de la agencia de noticias Inter Press Service, que colaboró distribuyendo material del Pool en su red, así como servicios regulares de varias agencias nacionales del Tercer Mundo con las que tenía acuerdos bilaterales.

Actualmente, Inter Press Service, desde distintos ángulos, ha tratado de ofrecer un enfoque diferente de la realidad del Sur, o Tercer Mundo y de su actual desarrollo. Esta necesidad informativa es la resulta del cambio de época que se está viviendo en los finales del siglo, cuando un conjunto de ideas que fueron fundamentales y modernizadoras durante cinco décadas están siendo abandonadas en la práctica o su incidencia es apenas marginal

Como ya se ha mencionado, dejó de existir la confrontación entre dos potencias por el control del Tercer Mundo, tiempo en que fueron obsoletas las ideas del socialismo y de la descolonización como aspectos básicos de todo el periodo de la Guerra Fría. Asimismo, los conceptos que evolucionaron sobre cooperación internacional, en la actualidad están en franco retroceso o saliendo del foco de atención de los poderes políticos. Otra idea clave que está desapareciendo es la de la solidaridad y casi se difumina el tema de la justicia internacional.

Pero para analizar este nuevo entorno de la agencia Inter Press Service hacia el siglo XXI, como un espacio abierto a los requerimientos informativos de

los países del Sur, no está demás recordar que dicha agencia surge antes de que se creara el Grupo de los 77, y antes también, del surgimiento de los Países No Alineados, planteando los temas de las naciones en vías de desarrollo, anticipándose a que la Comunidad Internacional tomase conciencia de que existían. (29)

Retomemos las palabras de Roberto Savio, quien afirma: En este y otros campos vemos que se están olvidando los temas en los cuales nosotros hemos sido pioneros y construimos nuestra acción como agencia de prensa. En este proceso, con altibajos y sin perder nunca la independencia ni la pluralidad, Inter Press Service ha buscado subrayar ciertos aspectos a diferencia de otras agencias internacionales. Pero también hay que reconocer que hoy las otras agencias se ocupan de todos los temas que antes eran específicos y privativos de nuestra agencia. Este cambio debe ser anotado entre los logros de la agencia, pero sin olvidar que al mismo tiempo nos plantea otro desafío para responder a las exigencias de la nueva etapa y para seguir siendo competitivos. Quienes integramos Inter Press Service, no podemos olvidar en ningún momento que esta agencia se desarrolló, se mantiene y esperamos que seguirá manteniendo así, sin depender de los presupuestos de un estado como es el caso de las agencias de bandera, ni de un gran mercado nacional". (30)

EL IMPACTO DE LOS CAMBIOS EN INTER PRESS SERVICE.

Sin embargo, al analizar el desafío por salvaguardar los objetivos, perfil e ideales que siempre han caracterizado a Inter Press Service, debemos partir de la siguiente premisa. Hay una crisis en el mundo que está más allá de la agencia y de la cual ésta no puede ser ajena. Existen tres elementos concretos en todo esto que se tienen que tomar en cuenta, que no pueden controlar los directivos de la agencia, pero que tienen directa relación con su capacidad de acción como comunicadores.

El primero es la reducción de la ayuda al desarrollo que está llegando a niveles sorprendentes. Cabe decir que para 1995 los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sus presupuestos de cooperación al desarrollo pasaron de un año de representar un promedio del 0,45 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) al 0,20, lo que significó una disminución del volumen total a la mitad y esa tendencia se verificó también en el ámbito de las Naciones Unidas. Hay algunos países que han mantenido su nivel de aportaciones, como Holanda, Suecia, Finlandia y Noruega, pero aun ellos con muchas deducciones. Y una expresión positiva, España, cuyo parlamento respondió a una movilización ciudadana sin precedentes, y elevó el porcentaje del 0,28 al 0,35 para 1995, con el compromiso de llegar al 0.50 si las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) presentaban proyectos específicos al Consejo de

Ministros y si éste los aprobaba. Existen países que prácticamente han desaparecido de este sector de la cooperación, como es el caso de Italia, que en ese mismo año aportara apenas una colaboración simbólica. También hubo países que pasaron a ser protagónicos en la lucha contra la cooperación internacional, como los Estados Unidos de América a través del señor Jesse Helms. Por ello toda la ayuda al desarrollo del país de las barras y las estrellas, en términos reales suma menos de 4.000 millones de dólares, es decir, menos de 0,1 por ciento del PIB del país más industrializado y rico.

Todo esto ha significado un impacto muy importante para Inter Press Service. No tanto en los flujos de los fondos de cooperación para sus proyectos informativos en el Sur, sino que todo el sistema en el que se ha movido como las acciones de las Naciones Unidas y los acuerdos de cooperación para sumar nuevas voces del Sur y de las ONG, al ámbito de la comunicación internacional están desapareciendo en la práctica. Un ejemplo es el caso del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que había incorporado la comunicación social como uno de los elementos de sus programas de desarrollo y que en 1994 vió reducido su presupuesto en 15 por ciento. Para 1995 se esperaba otro recorte del 10 por ciento y se pensaba en otro más, del cinco por ciento, para el año siguiente. Y esto es así porque los países escandinavos que han entrado en la Unión Europea, con excepción de Noruega, resolvieron transferir las partidas de ayuda al desarrollo para pagar los altos costos de su ingreso en ese grupo regional. Por eso no es de asombrarse cuando se observa en las Naciones Unidas casi un 30 por ciento menos de proyectos en marcha o el caso de OPS, la oficina de proyectos del PNUD, que pasa de 17.000 proyectos en 1992 a más o menos 6.000 en 1995 y que despidió a una gran cantidad de personal.

El segundo elemento va sobre todo para América Latina. Ahí donde los Estados del Sur están en un plan de retirada total sobre el tema de la política nacional de comunicaciones, que fue uno de los aspectos rescatables, polémicos e inconclusos de las dos últimas décadas. Inter Press Service ha trabajado muchos años en América Latina haciendo un aporte a la comunicación, junto a personas e instituciones que tenían una preocupación de carácter cultural, jurídica y estratégica a ese respecto. Y además de ofrecer sus esfuerzos y conocimientos, también recibió intercambio informativo, comunicacional y financiero, que le permitieron desarrollar su red. Hoy este tipo de situación ya no existe, y es impensable que a corto plazo ningún país latinoamericano pueda jugar un papel importante en el campo de la política nacional de comunicaciones, porque los Estados han ido alejándose de esas actividades como consecuencia de los ajustes estructurales de la privatización, de la ideología neoliberal y de otros factores

Con tales cambios no se logra que los gobiernos se escuchen entre ellos para discutir el intercambio noticioso regional. Dicho intercambio que es el caldo

de cultivo no se visualiza en el horizonte, porque América Latina en vez de atender a la globalización mundial está creando una reacción de regionalización difusa, con una serie de agrupaciones subregionales enfocadas a una integración con el Norte. Incluso se llegó a pensar que la situación del Tratado de Libre Comercio (TLC) de América del Norte haría meditar acerca de los problemas que se crean en torno a la asociación de economías con velocidades muy diferentes.

LOS COSTOS DEL COLONIALISMO INFORMATIVO EN LATINOAMERICA.

Aquí vale la pena reflexionar sobre los antecedentes del periodismo en América Latina.

A mediados del siglo pasado, la prensa latinoamericana muestra que el desarrollo de la información se entendió originalmente, como una vertiente de opinión. Las páginas estaban destinadas al debate de ideas, a los artículos de interpretación de la realidad y a la presentación de posiciones políticas frente al desarrollo de nuevos países. Allí predomina un estilo periodístico que intentaba dar una descripción de los hechos y una visión en lenguaje vivo y convincente. Pero la creciente dependencia informativa internacional logró que poco a poco el concepto de la tarea informativa fuera cambiando. Y con ella, el concepto de la información. (31)

Durante todo este proceso, el análisis de la actualidad va evolucionando. La búsqueda de la noticia esta determinada en razón de los nuevos factores que han surgido: un mercado que esperaba informaciones impactantes, un creciente interés por la velocidad y la inmediatez de la nota. Dimensión que se agiganta a medida que las agencias de noticias norteamericanas aumentan su presencia en esta zona del Sur.

Para 1940 era tal el nivel de drama existente en el mundo a causa de los conflictos bélicos, que "la concepción informativa latinoamericana encontraba suficientes pruebas de que las categorías dominantes de noticias eran válidas. Así cuando estalla la Segunda Guerra Mundial, bastó para que la información se sustentara con firmeza en la entrega pronta y en lenguaje ágil. (32) Los medios latinos se fueron alejando más de una misión interpretativa de la realidad, que se convirtió en la costumbre inevitable de su quehacer periodístico

Por lo anterior, no es nada nueva la posición de los gobiernos de América Latina, al no participar en la política de comunicación, ya que a partir del dominio informativo por parte de las agencias transnacionales, no se han registrado

cambios verdaderos en la búsqueda de una información que cubra sus necesidades.

“El tercer elemento es que a pesar de que Inter Press Service ha realizado unas inversiones y un desarrollo en tecnología muy acelerado, no se encuentra en condiciones de competir en ese campo con los mismos criterios y al mismo nivel que las demás agencias internacionales, es decir, -el aumento desproporcionado de la oferta- porque la tecnología sigue bajando su costo cada día pero a la vez supone una capacidad de inversión más rápida. Los ciclos se acortan y las exigencias de inversión se multiplican. Se pueden mencionar ejemplos como el de Reuter, que en el periodo que va de 1976 a 1995, invirtió alrededor de trescientos millones de dólares en tecnología. Mientras que Inter Press Service cuando se propone hacer cambios tecnológicos, dejando aparte el costo de la inversión, debe contratar especialistas en otras empresas, pues no puede mantener en su nómina a técnicos excesivamente caros, lo que le impide competir de igual a igual en la carrera de la tecnología.

Lo anterior, no significa que no puede competir como lo esta haciendo ahora, adecuando su oferta a sus posibilidades técnicas reales, porque a partir de un ajuste que conjuga la selección, el contenido y la tecnología, Inter Press Service puede contender al ofrecer algo diferente y eso se puede apreciar positivamente en el mercado.

UNA CRISIS QUE AFECTA PERO QUE NO ES MORTAL.

Con tales premisas, estos tres elementos afectan más la capacidad de acción de Inter Press Service, y no los fondos de cooperación para proyectos informativos de la misma. Estos simbolismos no determinan el exterminio de la agencia en el mundo de la comunicación, porque la asociación cuenta con una base constituyente sustentada económicamente por la venta de sus servicios, el apoyo de la Comunidad Internacional y el financiamiento por parte de Organizaciones de Asistencia al Desarrollo y por las Organizaciones No Gubernamentales. Sin embargo, cabe destacar que la agencia no tiene capital atrás o subsidio fijo. De ahí que su lucha por mantener los recursos que le permitan sobrevivir en el medio informativo es permanente, sobre todo en las actuales circunstancias de la globalización.

INFORMACIÓN, UN PROBLEMA CULTURAL?

A la par de lo anterior, existe un punto nodal que no se ha tratado de manera profunda y que se consideraría como el cuarto elemento que obstaculiza

el quehacer periodístico de todos los medios en general que manejan un perfil similar al de Inter Press Service. Y es que cuando se tienen antecedentes para el análisis de la comunicación en el mundo, aterrizamos en el aspecto cultural, el cual nos permite plantear la siguiente pregunta.

¿Por qué los medios de comunicación del Sur, que requieren información adecuada para cubrir sus necesidades, prefieren la dominante de las agencias informativas como AP, AFP, REUTER, entre otras? Porque dentro de la concepción liberal de la comunicación que hemos hablado, se forjó el actual modelo informativo. Ahí donde el hombre libremente selecciona y demanda aquella información, sin tomar conciencia que las transnacionales producen un condicionamiento conforme a los criterios y valores que engendra su trabajo periodístico.

Así, las oficinas centrales de estas agencias, provistas de material preseleccionado, se empeñan en la tarea de enviar a sus abonados la información que los medios están acostumbrados a recibir y que se ajusta perfectamente a los valores dominantes. Por tanto, el público confirma el trabajo de estas agencias al aceptar las noticias que está acostumbrado a consumir.

Esta dinámica que se convierte en un círculo vicioso, puede tener muchas respuestas y quizás una de las que más se apega a la cuestión cultural sería, porque tal vez la capacidad crítica de los receptores no se ha desarrollado lo suficiente y por ello carecen de defensas frente al proceso informativo que los envuelve y solo les permite una visión vaga de la historia en la que están inmersos. Esto es un problema porque de ser así, el individuo no tiene otra alternativa mas que creer en lo que se le informa, especialmente cuando los hechos suceden lejos de su realidad inmediata.

UNA LECTURA POCO CONVENIENTE.

Ahora, acerca de todo este cambio de época, la prensa y el sistema informativo tradicional en general están incapacitados para realizar una nueva lectura, por dos razones fundamentales: primero, porque las agencias transnacionales poseen un sistema de valores que está dirigido a los acontecimientos y no a los procesos, sin tomar en cuenta el contexto. Además, cuando ese mecanismo de información privilegia los factores conocidos como el Estado, el capital nacional, las élites locales, se equivoca respecto a las categorías que hoy juegan un papel decisivo en la sociedad globalizada; segundo, los diarios no se encuentran imposibilitados para desarrollar sus propias fuentes, sino que no forma parte de sus objetivos la modificación de la estructura y concepciones prevalecientes. "El constante bombardeo de noticias concebidas en el marco

tradicional, y el flujo de noticias en concordancia con los intereses transnacionales han producido una inercia en los encargados de la labor periodística, especialmente en aquellos responsables del proceso de selección en el interior de los periódicos, que consideran que los sucesos del Norte son más importantes que las noticias del Sur. (33)

SOLUCIONES A FUTURO.

De esta manera, lo anterior nos hace pensar en la gravedad del problema, porque ello rebasa las soluciones a nivel económico. Se dice que la crisis en la prensa escrita con el tiempo cambiará, que los gobiernos y la sociedad se darán cuenta de forma concienzuda que se necesita un cambio. Pero la respuesta no estriba en la nacionalización de los medios, de sus fuentes o de sus programas, ya que la idea de la información que está vigente en los medios de comunicación, está impregnada y conformada por un concepto mercantil e industrial de la información.

Al respecto dice Mattelart: no es suprimiendo los programas de origen extranjero, particularmente estadounidenses, y sólo a merced de esta medida, como resolveremos cabalmente la cuestión de la dependencia cultural. Es necesaria una labor conjunta y larga de los responsables del quehacer informativo, tanto a nivel empírico como a nivel teórico, quienes empeñados en la consecución de un Nuevo Orden en la Información, logren ver críticamente las deformaciones inherentes al sector y puedan proponer medidas factibles de implantar".(34)

ASPECTOS POSITIVOS DE LA GLOBALIZACIÓN.

Es preciso aquí, detenernos para destacar que frente a la aparición de los problemas económico-financieros y sobre todo de la información, se debe resaltar que se está produciendo un fenómeno positivo: la incorporación de temas globales a las preocupaciones normales de la gente, es decir, su interés por los temas relativos a la mujer, los derechos humanos, el medio ambiente, etcétera.

Y sobre todo esto se están creando nuevas alianzas Norte-Sur, donde las personas tratan de participar a través de organizaciones de la sociedad civil y así influir en los resultados. La Conferencia de la Mujer, en Beijing, ha sido la primera manejada por mujeres y no por los Estados. Allí donde tanta controversia hubo en torno a la participación de las ONG, éstas se hicieron sentir, tanto en relación a la conferencia misma como a su repercusión mundial.

Otros ejemplos han sido: las Conferencias de Río sobre Medio Ambiente, la de Derechos Humanos, de Viena y más claramente la de la población de El Cairo, las cuales serían distintas sin el apoyo de la sociedad civil.

EL PAPEL DE INTER PRESS SERVICE EN ESTA NUEVA REALIDAD.

Todo lo anterior se encuentra en la base de la decisión de reconvertir a Inter Press Service para transformarla en una agencia que tenga una atenta y orgánica lectura de la globalidad, porque puede desarrollarse como una agencia que se distingue de manera neta de las otras.

Esta perspectiva se enlaza con un tema de fondo: la calidad, un término muy ambiguo que debe ser analizado. Para el periódico *Le Monde*, calidad quiere decir otra cosa, no necesariamente ligada al éxito de las ventas. Una visión que en definitiva se apega a los objetivos de Inter Press Service. No obstante, se ha intentado definir cuál es la calidad en la nueva Inter Press Service. Puede parecer que el cambio que la agencia inició en 1995 con el llamado Plan 2000, para ratificar su posición bajo el mismo perfil, pero con destacada evolución, es algo demasiado innovador y que va en contra de lo que se suele hacer en este sector.

Pero no es nuevo para la agencia el criterio de innovación, pues ha estado siempre a la vanguardia, siendo la última agencia que ha nacido en un nicho biológico donde los otros ocupantes tienen hasta un siglo de vida.

Precisemos entonces sobre los logros de Inter Press Service. Fue la primera en hablar de material contextualizado, hoy todo el mundo ha aceptado que es necesario y para muchos es imprescindible. Por ejemplo: ya hay periódicos que utilizando este enfoque proporcionan una lectura más o menos globalizada sobre el mundo. Como el *International Herald Tribune*, el cual ya no es una expresión de Estados Unidos o del Norte, sino un diario que procura ver lo que pasa en el mundo a través de la contextualización de las noticias.

También Inter Press Service fue pionera en colocar como parte activa de la información internacional al Tercer Mundo. Al mismo tiempo, hizo valer sus proyectos de comunicación al servicio de otros sectores de la sociedad, mediante un mecanismo participatorio diferente como el haber dado vida a la Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), y a la Agencia de Servicios Especiales de la Mujer.

De ahí, la certeza de que Inter Press Service siempre ha tenido la capacidad de estar a la vanguardia de muchas cosas, por lo que es capaz de leer los cambios de gran magnitud y pisar con pie firme en la era de la globalización

Finalmente, hablar del futuro de la agencia informativa Inter Press Service hacia el siglo XXI, es un hecho positivo que se cimenta entre los principales objetivos de la agencia, ya que seguirá prestando atención al Sur, pero no se resignará a ser sólo una agencia del Sur. Se estima que una agencia de ese tipo sería vista como algo pasado, digna de ser estudiada y quizás bien valorada, pero fuera de época. En este sentido, Inter Press Service, vuelve a sus orígenes para reivindicar su esencia editorial mediante el Plan 2000, el cual busca una perspectiva temporal más allá del fin de siglo, sin cambiar en nada su patrimonio profesional, historia e ideal, pero actualizado. Así la agencia ha cumplido 33 años de edad siendo fiel a sí misma y con la confianza de subsistir 27 primaveras más bajo la estructura lógica del Plan 2000. Lo anterior, no quiere decir que para el 2025, la agencia vaya a dejar de existir, todo lo contrario, pues el quid radica más que en el aspecto económico, en la evolución de su formato y esencia editorial para poder seguir subsistiendo.

CONCLUSIONES

Una vez presentado el análisis realizado sobre el trabajo de la Agencia Internacional de Noticias Inter Press Service, ubicado en el contexto del quehacer de las Agencias Informativas, podemos concluir con los siguientes enunciados en manera ordinal.

1.- El surgimiento de la Agencia Inter Press Service como medio de comunicación que satisficiera las necesidades reales de información sobre lo que sucedía en los países del Tercer Mundo, es ese periodo tan complejo y controvertido de su historia como lo fue alternar con la dinámica del Libre Flujo de la Información, significó el único formato de agencia que existía en esa época y que fortaleció el cúmulo informativo con un tratamiento distinto en la comunidad internacional.

2.- Con el nacimiento del Grupo de los 77 y el Pool de los Países No Alineados, la Agencia Inter Press Service, participó de manera activa distribuyendo material del Pool en su red, y en la creación de agencias nacionales y de varias de sus políticas, la más importante, la necesidad de que el Sur tuviera sus propias voces. Un hecho que enriqueció aun más el perfil de la agencia y que está latente hoy día.

3.- El trabajo que ejerce la agencia Inter Press Service, si bien no es el remedio de los desequilibrios informativos, si el elemento más destacado ante la carencia de los pueblos subinformados. De ahí que su sagacidad hace de ella una agencia diferente a las demás, cuya labor no solo es reconocida en un solo continente, sino en todo el globo terráqueo.

4.- Para América Latina, la presencia de Inter Press Service ha significado la retroalimentación informativa por ser la primer agencia en poner sus proyectos de comunicación al servicio de otros sectores como lo fue Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), y la Agencia de Servicios Especiales de la Mujer, una labor en la cual las agencias propias de la región debieran figurar como las creadoras de estos movimientos.

5.- En este enunciado destaquemos que en México, Inter Press Service puede funcionar como el punto informativo diferente entre las agencias transnacionales y nuestras agencias, ya que bajo la tónica de organización global de las primeras empresas y los desajustes tecnológicos y profesionales de las segundas, tiende a asegurarse la lógica de desarrollo que responde a la realidad de los países del Norte. Por tanto, estos modelos no corresponden a las necesidades de las nacionales del Sur, tornándose imprescindible mantener una balanza de flujo equilibrado por medio de una agencia que habla del Sur.

6.- De la anterior dinámica, se desprende la imbricación entre Inter Press Service y la globalización de la comunicación, que no es otra cosa, que la actualización de la esencia editorial de la agencia, es decir, el desarrollo de los procesos técnicos y la ratificación de su formato que responden a la oleada evolutiva que embarga a todas las áreas productivas. Siendo el proceso globalizador, quien involucra tanto a los países del Norte como del Sur que como México requieren de información que se apegue a su realidad.

7.- La necesidad de información justa y adecuada, es producto de una serie de irregularidades que predominan en México, ya que desde la fundación de la primera agencia nacional en 1935 y las que posteriormente surgieron, no han ocurrido cambios esenciales en el funcionamiento de estas empresas, -con la excepción de la agencia de noticias NOTIMEX, donde la tecnología es el punto clave de superación- porque sus formatos editoriales continúan siendo la copia exacta del perfil establecido por las grandes transnacionales que laboran en la zona y a nivel internacional. Lo anterior, se une a la deficiente cobertura, múltiples insuficiencias técnicas, falta de capacitación profesional y, sobre todo, a la ausencia de un marco legal que regule el trabajo de las agencias mexicanas, y la información en general que transita por nuestro país.

8.- Finalmente, cabe resaltar que la Agencia de Noticias Inter Press Service, es solo una alternativa de comunicación para México a la dominante de las agencias transnacionales. En este contexto, las agencias de noticias mexicanas pueden complementar de manera sustancial dicha acción, con optimizar sus esfuerzos informativos para ofrecer un mejor material a sus suscriptores y proyectar una imagen propia a nivel internacional, ello al superar la estrecha concepción de noticia-mercancía que obstaculiza en forma impropia su desempeño.

ANEXO

DE LA INVESTIGACIÓN AL TESTIMONIO.

Al concluir este ensayo, en el cual se tomaron como fuentes de apoyo para el mismo: bibliografía, hemerografía y visitas de campo que son básicas para cualquier investigación, se ha considerado a la entrevista, como una alternativa para el enriquecimiento del presente trabajo.

Lo siguiente, es el testimonio de viva voz del director de la Agencia Informativa Inter Press Service, en México, el periodista José Luis Alcázar de la Riva.

“EL ORGULLO DE COLABORAR EN INTER PRESS SERVICE”.

Son las 4:00 pm, tengo exactamente 30 minutos para llegar a la calle Cuahutémoc, número 16, pues aproximadamente hace media hora, el director de Inter Press Service, aceptó concederme la entrevista. El día está nublado y chispea una lluvia tupidita, como solemos decir los mexicanos. ¡Cielos! el tráfico debe estar en su apogeo, bien dice una conocida venezolana: “en México cuando caen las primeras gotas, se alborota la población”. Y pensar que casi tengo que cruzar la ciudad, pero por fortuna un amigo me llama y me espera para darme un “aventón” a mi destino.

En el trayecto solo pienso en la puntualidad, en las preguntas que haré y en mi cabello mojado. Detesto salir a la calle con el pelo húmedo; Pero lo que más me interesa es no quedar mal con mi entrevistado, quien seguramente me aguarda impaciente para responder a mis preguntas. Lo anterior, porque llevo casi con seguridad mas de dos meses solicitándole una audiencia. Incluso esta tarde me dijo por teléfono, -la espero el día de hoy a las 4:30 pm, porque usted me va a volver loco-. Ello no me sorprende, me han dicho cosas peores cuando insisto para conseguir alguna entrevista.

Mi amigo me dice que no me aflija, ya que haciendo un cálculo por velocidad y tráfico, llegaría a mi cita pasada la hora fijada. ¡Creo que hubiera sido mejor que tomara el metro!

Finalmente, ahí estaba yo con los lentes empañados y salpicados por la llovizna, que me abordó cuando corrí del coche al edificio donde se ubica la agencia. En el vestíbulo, un hombrecillo de piel morena y sombrero de ranchero,

espera con paciencia el ascensor, me saluda y pregunta con voz chillona a dónde voy. ¡Vaya! tenemos el mismo rumbo, piso cuatro, agencia Inter Press Service.

Al llegar a la oficina de la organización, me asomo por la puerta y descubro al señor José Luis Alcázar, leyendo tranquilamente el periódico Reforma y bebiendo una taza de café. La radio está encendida, así que opto por entrar y saludar al periodista. Al verme el director, se levanta de su asiento, camina hacia mi, me devuelve el saludo y me invita a pasar a su despacho, entonces descubro que da algunos saltitos para llegar al sillón de su escritorio. El señor Alcázar me observa detenidamente, quizá ha notado que mis lentes están sucios.

Una vez instalados en nuestros respectivos lugares, saco mi grabadora y cuestionario para comenzar la entrevista. Solo que no sé donde colocar mi grabador porque en ese escritorio sería difícil encontrar la pluma favorita para escribir una nota, o simplemente contestar el teléfono, si es que se encuentra ahí. La verdad es que tiene tantas cosas, que al parecer los periódicos tratan de disimular el caos del mueble. Veo que el único espacio libre es la computadora que se encuentra del lado derecho del periodista.

Estoy imaginando que no tengo mucho tiempo, pues a pesar de la seriedad de mi interlocutor, éste se muestra impaciente y desconcertado por algún motivo. Entonces me dice –disculpe, pero es que en diciembre me voy de México y tengo que entregar un reporte general de la agencia; además de que estoy preocupado el contador quedó de venir hoy y no ha llegado-.

Con una leve sonrisa, pido dé su autorización para iniciar la entrevista.

C: El surgimiento de la agencia Inter Press Service, ocurre antes de que se creara el Grupo de los 77 como expresión institucional del Tercer Mundo y antes también del nacimiento del Movimiento de los Países No Alineados. ¿Cómo y de qué forma influyeron dichos acontecimientos en el trabajo de la agencia?

El corresponsal suspira, alejando la mano de su barbilla y responde

JL: "Bueno, como usted sabe la agencia Inter Press Service nació en 1964, antes que estos grupos. Es una agencia que apoya firmemente a este movimiento con el objetivo, dentro de lo que es el caso informativo, apoyando la creación de agencias nacionales en el Pool de los No Alineados, bajo la línea de que era importante que los países tuvieran sus propios medios de comunicación a nivel de agencias. Obviamente, dentro de la política editorial, tanto del Grupo de los 77,

como del Pool. En este sentido, la agencia apoyó varias políticas que se dictaron como por ejemplo, el asunto de la independencia, de la necesidad del desarrollo equilibrado, de la necesidad de que el Sur tuviera sus propias voces que era lo que estos grupos pretendían”.

Por un momento pensé, que el señor Alcázar estaba tan presionado por el trabajo que me dio la impresión de que cantinflaba, porque redundaba demasiado en la utilización de términos. Entonces me dije algo tengo que hacer para suavizar el momento, de lo contrario me despacharía en tan solo 10 minutos. ¿Cómo hacerlo? Sonreír, siempre funciona.

C: ¿Cuál ha sido el camino que ha transitado la agencia para llegar a colocarse como una agencia internacional de noticias?

Con mirada de asombró, el periodista me observa. Intuyo que se estará preguntando por qué le cuestiono una pregunta que se supone ya sé, pero en realidad me interesa saberlo de viva voz. Responde cortante.

JL: "Desde el principio de IPS, ya tenía estructura de agencia y corresponsalías en América Latina y Europa. Después poco a poco se fue consolidando, primero la red latinoamericana que fue y es la más fuerte, Luego se fueron conformando las redes en Estados Unidos, en Europa misma, en Africa y Asia”.

Cada vez que concluye sus respuestas, se lleva la mano derecha a la cara para recargar su mejilla y me observa como si quisiera indagar cuál será la siguiente pregunta.

C: ¿Cómo definiría usted la proyección de Inter Press Service en América Latina y los demás países del Sur?

Mi entrevistado titubea y deja escapar un leve ruido de su boca. Puedo asegurar que no estoy nerviosa, pero me inquieta pensar que tal vez mis preguntas sean aburridas.

JL: “Fue muy interesante porque dentro de un único formato de agencias que existía en esa época, que aparezca una agencia con un formato diferente, pues vino a enriquecer el cúmulo informativo en América Latina y también en el resto del mundo”.

Después de aquella lluvia, el sol se introduce por el ventanal del despacho, reflejándose en el rostro del corresponsal. Ahora puedo observarle con más detalle, aunque todavía no limpio mis lentes.

C: A partir de 1995 la agencia Inter Press Service da un giro de 180 grados en cuanto al tipo de noticias que difunde. ¿A qué se debió este cambio?

¡Vaya! por fin sonrío mi entrevistado.

JL: "No es un cambio de 180 grados, todo lo contrario, fue la ratificación de la esencia editorial de IPS. IPS nace como una agencia que busca contextualizar la información. Desde el principio, su filosofía, no era competir con las otras agencias del formato noticioso de los spots, es decir, la nota caliente, o de las notas informativas sin mayor investigación. Más bien, con el pasar del tiempo y el crecimiento de la agencia, hace que además de esta su columna vertebral, se incursionara muy tibiamente en la competencia con las otras agencias para ofrecerte spots. Sin embargo, la agencia no tenía y no tiene los recursos para mantener una estructura de esa naturaleza para salir airoso de esa competencia. Por esa razón en 1995, la agencia vuelve más bien a sus orígenes, dejando establecido que su campo de acción es la información especializada y no la nota caliente".

C: ¿Ese es el punto nodal del Plan 2000?

El corresponsal se expresa con las manos y demuestra entusiasmo por la charla,

JL: "Tal vez la parte novedosa del Plan 2000 es que IPS no se queda en el hecho de que la nota editorial especializada, tiene que referirse a los procesos en desarrollo, así en forma general, sino que se hace énfasis en una nueva fase que se está debatiendo en el mundo, que es la globalización. IPS sostiene que la globalización no solamente es comercial, como un poco se apunta actualmente, sino que la globalización tiene que ver y también afecta en las relaciones humanas generales. En este sentido, se marca que IPS, también vislumbra la globalización pero en el sentido integro de la palabra reivindicando su esencia por la cual había sido fundada".

C: ¿Qué tipo de obstáculos tiene la agencia para desarrollar su trabajo?

El señor Alcázar se muestra interesado y me cuestiona de qué tipo

C: ¿informativos, económicos?

JL: "No tenemos ningún problema de tipo informativo Económicos, pues es una agencia que no tiene un capital atrás como las otras agencias. De ahí que su lucha por sobrevivir es fuerte y más frente a la globalización!

El señor Alcázar me ha desconcertado un poco, aquel hombre serio y preocupado que encontré a mi llegada, ahora sonrío todo el tiempo con verdadero entusiasmo.

C: ¿Cuál es la relación que guarda IPS con las demás agencias informativas, existen algunos convenios de cooperación?

El periodista medita un poco y se quita los lentes para frotarse sus ojos.

JL: "Antes de que se desdibujara el Movimiento de los No Alineados, IPS jugaba un papel de enlace entre las agencias de estos países. Pero al venir la debacle de los No Alineados, aunque todavía existe el movimiento, las agencias nacionales se han diluido y muchas han desaparecido con la privatización, y por tanto, este papel de enlace que tenía IPS, también fue desapareciendo".

"Actualmente, IPS tiene acuerdos de cooperación con algunas agencias informativas europeas nacionales, fundamentalmente en lo que es la parte de Escandinavia, Holanda y Alemania. Básicamente, ellos reciben información de IPS. Por otra parte, IPS, tiene acuerdos técnicos con AP, a la cual se le renta un segmento de su satélite para transmitir información, pero no hay intercambio de información".

C: ¿Quiénes prefieren más los servicios de Inter Press Service, los medios de comunicación, las ONG, otras instituciones?

JL: "Actualmente, las ONG, ocupan un primerísimo lugar en el consumo de la información de IPS, existen como 20 mil organizaciones que reciben el servicio. También a nivel institucional, es decir, las Organizaciones Gubernamentales y los medios periodísticos fundamentalmente impresos. Por ejemplo: en la ciudad de México tenemos alrededor de 10 abonados. En el caso mexicano, IPS, recién está

intentando abarcar la provincia, antes no lo hizo por falta de presupuesto y también por la debilidad económica de la prensa provinciana, porque a IPS no le convenía un contrato por 200 dólares mensuales, simplemente es lo que cuesta la bajada de la línea del satélite. Sin embargo, ahora se está abriendo un canal de comunicación mucho más barato que el satélite para los suscriptores que es el internet y el correo electrónico".

C: ¿Es caro el servicio de Inter Press Service?

Pensé que no me respondería esta pregunta

JL: "No con relación a otras agencias. Debemos estar en un promedio medio, porque, porque muchos cobramos en México aproximadamente una cotización de 600 dólares mensuales el servicio".

Y entonces aquí venía la pregunta del día, porque me interesa saber si coincide con las conclusiones a las que llegaré en mi trabajo, presumo.

C: ¿Por qué razón los medios de comunicación de los países en vías de desarrollo que requieren información adecuada para cubrir sus necesidades, prefieren la dominante de las agencias transnacionales más importantes?

La respuesta parece molestar un poco al señor Alcázar, quien se acomoda en su sillón para contestar con calma.

JL: "Ese es un problema cultural, es decir, los diarios están acostumbrados a un formato informativo de las grandes agencias, un formato del cual todavía no se han sacudido. Siguen pensando que es la noticia corta, la pildorita lo que funciona. Pero poco a poco, nosotros pensamos que la prensa, como está sucediendo en otras partes del mundo, se está dando cuenta de que no puede seguir con esa clase de formato, porque está perdiendo lectores. Sucede que lo que la prensa publica, el lector ya lo ha visto la noche anterior por televisión. Entonces se supone que el lector de un diario va a buscar algo más sustancial que un flahs. Simplemente, es una cuestión cultural".

Bueno, la idea que yo tenía con respecto a esa pregunta no estaba tan mal. Mi entrevistado se ha quedado muy serio, así que planteo la siguiente pregunta.

C: ¿En el mundo de la comunicación, cuál es la importancia de una agencia que habla del Sur?

JL: "La importancia es que frente al proceso de globalización que un poco o un mucho intenta cruzar fronteras, para nosotros es importante que sigamos marcando y haciendo hincapié en las necesidades y los intereses de los países del sur, que pese a la globalización, sigue existiendo la discriminación, el subdesarrollo, la pobreza, y frente a la globalización, esto no puede desaparecer. Entonces creemos que el papel que juega IPS y otros medios que están en esa línea es importante, porque es indispensable que se siga informando sobre lo que está pasando en el Sur. Cuando hablo de los medios me refiero a revistas, semanarios, la radio, fundamentalmente, en los países del Sur que están vigentes y que siguen en la lucha. Por ejemplo: en América Latina hay una asociación de radios rurales que agrupan a más de cien radiodifusoras desde México hasta la Patagónica, y que hacen programas informativos sobre lo que está pasando en las áreas rurales. Son esta clase de medios los que siguen subsistiendo a toda la situación que habíamos comentado en torno a la globalización"

El corresponsal ha tomado una actitud más apacible, desde que comenzó la charla, no me ha quitado la mirada de encima, eso me agrada, porque me hace pensar que es un hombre muy respetuoso y atento. Aquella idea errada de las preguntas aburridas, desapareció de mi mente.

C: Me agradaría que usted fuera un poco futurólogo y me diera su opinión sobre el porvenir de la agencia Inter Press Service.

El periodista sonríe como nunca asegurando lo siguiente.

JL: "Pues mira, mientras existan los desequilibrios que existen en el mundo, IPS va a tener su lugar como una agencia de noticias para informar sobre esos desequilibrios y sobre el proceso de desarrollo. Entonces, mientras exista esto y creo que esto va a existir siempre, podrá existir IPS: Siempre y cuando las nuevas generaciones que están en IPS, la impulsen ¡no! Porque no vaya a ser que se muera nuestro director fundador y muera IPS. Por lo pronto, el Plan 2000 confirma que el actual empuje de IPS puede durar para 30 años, pero el desarrollo que pudiera tener la agencia de aquí a 30 años, obviamente, hará que la agencia siga vigente y pueda tener nuevos formularios para lo que pueda acontecer".

C: ¿Pero si económicamente no pudiera subsistir, IPS tendría que cambiar su perfil y esencia editorial para seguir viviendo?

JL: "No, para nada. El mundo va a seguir siendo lo que es, esperamos que un poco más desarrollado culturalmente, cosa que va a favorecer a IPS, porque si

la crisis existencial de los diarios llega a un climax en el sentido de que tienen que cambiar su formato y tienen que ofrecer a sus lectores información contextualizada y analizada, entonces IPS tendrá un papel fundamental. En cuanto a la cuestión económica IPS, no tendría que cambiar su perfil. AP y Reuter, tienen su perfil y no han cambiado nada y no lo van a cambiar. Nosotros tampoco tenemos porque cambiarlo. Más bien, creemos que la AP, AFP, van a modificar, no a cambiar, algunas líneas editoriales que en los últimos tiempos ha sucedido. Por ejemplo: cuando IPS nació, los corresponsales de la AP y Reuter, nos decían locos a los de IPS, porque en vez de estar buscando la información caliente. Nosotros estábamos investigando sobre los problemas de la decertificación, el problema del medio ambiente, de la población, etcétera. Eso no es información nos decían, eso no es noticia. Y nosotros insistíamos porque ese es nuestro perfil editorial de que si era importante para la conciencia de la sociedad, el saber sus problemas fundamentales, no solamente la cáscara, que es lo que te cubre la noticia caliente”.

“Con el tiempo la AP, AFP, REUTER, entre otras, en su radio informativo, ahora escriben especiales sobre población, medio ambiente, etcétera, que antes despreciaban. Ello significa para nosotros una ganancia, porque de alguna manera IPS es una forma de conciencia de los medios informativos”.

Ante tal explicación, de alguna manera conmovedora, por la experiencia de un corresponsal en jefe, no me queda más que realizar la última pregunta.

C: Si dejara de existir la agencia IPS. ¿Cuál sería la alternativa para los países del Sur que requieren de la presencia de un órgano informativo responsable que realice esfuerzos por una comunicación sana de flujo equilibrado?

El señor Alcázar, luce muy orgulloso ante la pregunta y responde con una sonrisa, girando un poco su asiento.

JL: "Mira yo creo que la existencia o no existencia de IPS, no va alterar la ansiedad de la información alternativa que desea este mundo, es decir, todos los días se crean formas. IPS es una millonésima parte de la creación. El mundo del Sur en particular va a seguir creando sus propios medios. IPS no es que sea imprescindible, es solo una parte de las alternativas y mientras pueda jugar ese papel, pues lo va a jugar

Ahora, estamos reviviendo una época de bastante confusión con la globalización, pero una vez que ésta se apacigüe, nuevamente van a flotar los problemas nacionales, regionales, las relaciones humanas que van a ser debatidas a nivel global, porque ahora los temas son tan puntuales que pareciera que a eso se ha reducido el mundo".

Con esta sencilla y profunda respuesta por parte del periodista José Luis Alcazar, concluyó la entrevista.

Intercambiamos con brevedad algunos comentarios sobre la puntualidad, ya que el contador nunca se apareció por allí.

Al salir de la oficina, el hombre pequeño esperaba para entregar un mensaje. Me mira y con gracia dice: señorita ahora me toca a mí.

NOTAS

- 1.- Enrique González Casanova. Globalización, interdependencia, soberanía y cultura. p. 34
- 2.- Graciela Arroyo Pichardo. La globalización como caos. p.8
- 3.- Juan Carlos Mendoza Sánchez. La revolución-tecnológica. p.28
- 4.- Ibídem. p.27
- 5.- G. Pichardo. Ob. Cit. p.13
- 6.- Octavio Ianni. Teorías de la globalización. p.33
- 7.- Ibídem. p.3
- 8.- Paul Kennedy. Hacia el siglo XXI. p.69
- 9.- Octavio Ianni. Ob. Cit. p.81
- 10.- Anthony Giffard y Roberto Savio. La agencias de prensa en la comunicación global. p.29
- 11.- Ibídem. p.p.29,30
- 12.- Ibídem p.31
- 13.- Ibídem. p.32
- 14.- Ibídem. p.25
- 15.- Sean McBride. Un solo mundo, voces múltiples. p. 315
- 16.- Raúl Trejo Delarbre. Las agencias de información en México. p.31
- 17.- Ibídem. p.32
- 18.- Fausto Martínez Lorenzana. Una agencia local, alternativa. p.24
- 19.- Victor Martínez. Radio Red, su forma de hacer radio. p.
- 20.- Entrevista con María Elena López . NOTIMEX
- 21.- Ibídem.
- 22.- Entrevista con Miguel Herrera. Director de la Agencia Integral Periodística.
- 23.- Raúl Trejo. Ob. Cit. p. 32
- 24.- Sean McBride. Ob. Cit. p.
- 25.- Mercedes Durand Flores. Las agencias informativas transnacionales. p.34
- 26.- Ibídem. p.35
- 27.- Ibídem. p.37
- 28.- Ibídem p.37
- 29.- Anthony G. Y Roberto S. Ob. Cit. p.21
- 30.- Ibídem. p.31
- 31.- Fernando Reyes Matta. El concepto de noticia en América Latina. p.43
- 32.- Ibídem. p.43
- 33.- Ibídem p.47-48
- 34.- Armand Mattelart. Los medios de comunicación en tiempos de crisis. p.

HEMEROGRAFIA:

- Arroyo Pichardo, Graciela. "La globalización como caos: camino hacia la configuración del sistema histórico del siglo XXI", Revista del Centro de Relaciones Internacionales, UNAM, FCPyS, Vol. XIII, Núm.52, septiembre-diciembre, 1991.
- Ballesteros, Carlos. "El contexto mundial de las políticas de innovación tecnológica en Europa", Revista del Centro de Relaciones Internacionales, UNAM, FCPyS, Vol, XII, Núm, 49, septiembre-diciembre, 1990
- Durand Flores, Mercedes. "Las agencias informativas transnacionales: su origen, desarrollo, su relación con el tercer mundo", Revista Justicia y Paz, México, Año VI, abril-junio, 1991.
- González Casanova, Henríque. "Globalización, interdependencia, soberanía y cultura", Revista del Centro de Relaciones Internacionales, UNAM, FCPyS, Vol, XIII, Núm. 52, septiembre-diciembre, 1991.
- Mendoza Sánchez, Juan Carlos. "La revolución científico-tecnológica. sus efectos socioeconómicos y su importancia en la estrategia del capital transnacional", Revista del Centro de Relaciones Internacionales, UNAM, FCPyS, Vol, XIV, Núm, 53, enero-abril, 1992.
- Reyes Matta, Fernando. "El concepto de noticia en América Latina: valores dominantes y perspectivas de cambio, División de estudios de comunicación, ILEL, México, 1981.

TESIS:

- Ramírez, Víctor. "Radio Red: su forma de hacer radio y Monitor de la mañana", UNAM, FCPyS, 1995.
- Martínez Lorenzana, Fausto. "Una agencia informativa local, alternativa para recolectar y distribuir", UNAM, FCPyS, 1991.

ENTREVISTAS:

- Entrevista con Miguel Herrera. Director de la Agencia Integral Periodística.
- Entrevista con José Luis Becerra López. Director de la agencia AMI.
- Entrevista con Víctor Manuel Romero. Editor general de la agencia ANE.
- Entrevista con Francisco Salinas. Director de la agencia ANN.
- Entrevista con Eloy Aguilar. Director de la agencia AP.
- Entrevista con Gerardo Galarza. Jefe de mesa de la agencia APRO.

- Entrevista con Edgar Hernández. Director general de información de la agencia ARTSA.
- Entrevista con Miguel Angel Velázquez. Director de ASIC.
- Entrevista con Pedro Valtierra. Director de la agencia Cuartoscuro.
- Entrevista con Claudia Villegas. Editora de la agencia FINSAT.
- Entrevista con Marco Antonio Cruz. Director de la agencia Imagen Latina.
- Entrevista con Enrique Rocha. Oficina de monitoreo de la agencia INFOSEL.
- Entrevista con José Luis Alcázar. Director de la agencia Inter Press Service.
- Entrevista con Alejandro de la Selva. Jefe de redacción de la agencia LEMUS
- Entrevista con María Elena López Segura. Editora de la sección internacional de la agencia NOTIMEX.

FUENTES DE INVESTIGACIÓN.

BIBLIOGRAFIA:

- Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de investigación, Ed. Mexicanos Unidos, México, 1984.
- Díaz Rangel, Eleazar. "Pueblos subinformados". Las agencias de noticias y América Latina, Ed. Cuadernos Nuestro Tiempo, Caracas, 1967.
- Díaz Rangel, Eleazar. La información internacional en América Latina, Ed. Monte Avila, Venezuela 1991.
- Directorio de comunicación Social, 1997.
- Durand Flores, Mercedes. Prof. (autor corporativo), Cuaderno de Trabajo de agencias Informativas, Ed. UNAM, FCPyS, México, 1992.
- Apuntes de la Materia Agencias Informativas, impartida por la maestra Mercedes Durand Flores, FCPyS, UNAM.
- Giffard Anthony y Savio Roberto. Las agencias de prensa en la comunicación global, Ed. Comunica, Colección Poliedro, España, 1995.
- González Reyna, Susana. Manual de redacción e investigación documental, Ed. Trillas, México, 1994.
- Ianni, Octavio. Teorías de la globalización, Ed. Siglo XXI, México, 1996.
- Kennedy, Paul. "Hacia el siglo XXI". Un exhaustivo análisis de las fuerzas y tendencias que perfilarán el nuevo siglo, Ed. Plaza y Janes, México, 1993.
- López Escobar, Esteban. Agencias de noticias: libertad de información, Ed. Pamplona, España, 1978.
- McBride Sean. Un solo mundo voces múltiples, Ed. FCE, México, 1988.
- Martínez de Sousa José. Diccionario general de periodismo, Ed. Paraninfo, Madrid, 1981.
- Mattelart, Armand y Michele. Los medios de comunicación en tiempos de crisis, Ed. Siglo XXI, México 1984.
- Pardinás, Felipe. Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales, Ed. Siglo XXI, México 1993.
- Salazar Palacio, Hernando. Las agencias de noticias en América Latina: estructura y funcionamiento, Ed. Trillas, México, 1990.
- Savio, Roberto. Las agencias de noticias en América Latina, Ed. UNDA-Comunicación, Bogotá, 1980.
- Trejo Delarbre, Raúl. Las agencias de información en México, Ed. Trillas, México, 1989.