

AGENCIAS TRANSNACIONALES DE INFORMACION Y EL TERCER MUNDO

Raquel -Salinas

**Editorial "The Quito Times"
Quito - Ecuador**

Primera Edición
Julio de 1984

Las opiniones del autor no son
necesariamente las de CIESPAL
o de la Fundación Friedrich Ebert

Derechos reservados según Ley de Derechos de
Autor expedida mediante Decreto Supremo No.
610 de 30 de Julio de 1976. La reproducción
total o parcial de esta obra no puede hacerse sin
autorización de CIESPAL.



DEDICATORIA

*A mi hijo Pablo Javier
y a sus padres,
mis padres*

INDICE

INTRODUCCION: Plan del libro; Breve panorama de las agencias.	13
PRIMERA PARTE: LAS GRANDES AGENCIAS DEL MUNDO,	29
Capítulo I: Historia de las agencias transnacionales; Cartel Europeo; La doctrina del libre flujo,	34
Capítulo II: Características actuales de las mayores agencias: Propiedad y control; Servicios y escala de operaciones; Propiedad y control; Servicios y escala de operaciones; La quinta agencia mundial: TASS; A quienes sirven las agencias occidentales; Características del producto informativo; Control editorial y determinantes organizacionales,.	47
SEGUNDA PARTE: DESEQUILIBRIOS: VOLUMEN Y CONTENIDOS.	81
Capítulo III: Transnacionales y agencias nacionales, Dominación y mimetismo; ¿Ganan por calidad?,	85
Capítulo IV: Desequilibrios de volumen y contenidos, Regiones invisibles; Editores locales: Autonomía potencial y esfuerzo mínimo; Diferencias de cifras o de perspectivas, El desarrollo no es noticia,	93

Capítulo V: **Cobertura de temas que interesan al Tercer Mundo**, Los grandes informan poco; Si no fuera por la controversia. . . ; La Associated Press y las políticas de comunicación en América Latina; Las noticias hacen noticia. 111

TERCERA PARTE: REDES INTERNACIONALES DEL TERCER MUNDO 141

Capítulo VI: **IPS Tercer Mundo**, Origen de IPS; Supuestos y principios de acción; Organización, red y servicios; Clientela, financiamiento y contenidos; El difícil equilibrio de principios y necesidades; “Qué es toda la confusión sobre IPS?”, 145

Capítulo VII: **Pool de Agencias de los Países No Alineados**, Antecedentes históricos; Estatuto del Pool y órganos de coordinación; Formas de funcionamiento y agencias participantes; Volumen y contenidos de las noticias en el Pool; El policentrismo del Pool: convicción y necesidad; Promesas y desafíos. 176

CUARTA PARTE: LAS REGIONES INVISIBLES SE MATERIALIZAN, 205

Capítulo VIII: **Asia y Oceanía**, Organización de Agencias de Noticias Asiáticas, OANA; Intercambio de noticias de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: ASEAN News Exchange; Asia-Pacific News Network, ANN . . . 212

Capítulo IX: **Africa**, Características y limitaciones de algunas agencias africanas; Historia de la Agencia de Noticias Panafricana, PANA; Características del proyecto PANA; Problemas de financiamiento 227

Capítulo X: **Agencias árabes**, Middle East News Agency, MENA, e Iraqi News Agency, INA; Sistemas de intercambios entre países árabes; Gulf News Agency, Federación de Agencias de Noticias Arabes, FANA 243

QUINTA PARTE: AMERICA LATINA Y EL CARIBE: INVENTARIO DE RECURSOS 257

Capítulo XI: **Inventario de agencias nacionales en América Latina y el Caribe**, Argentina; Bolivia, Brasil; Colombia; Costa Rica; Chile; Cuba; Ecuador; Guyana; México; Nicaragua; Panamá; Paraguay; Perú; Uruguay; Venezuela y Surinam. 264

Capítulo XII: **Modelos de asociación de medios con agencias extranjeras**, LATIN-Reuter; ACAN-EFE. 291

SEXTA PARTE: ALTERNATIVAS REGIONALES EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE 305

Capítulo XIII: Agencia de Noticias del Caribe, CANA; Dependencia e identidad; Factores económicos; Factores socio-culturales; Factores precipitadores de la emergencia de CANA; Agencia de Noticias del Caribe, CANA; Propiedad y control; Suscriptores, personal y noticias; Aspectos financieros; Aspectos operacionales; Aspectos políticos e ideológicos 312

Capítulo XIV: Acción de Sistemas Informativos Nacionales, ASIN; Principios de acción y aspectos operativos; Organización, plan de acción y relaciones con IPS; Contenidos de ASIN; a) Volumen y regularidad de las transmisiones; b) ASIN: "Instrumento alternativo e integrador"; c) Ubicación geográfica, actores y temas del contenido; Balance y perspectivas. 338

Capítulo XV: Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, ALASEI; Antecedentes; Características del proyecto ALASEI; Un comité de acción para ALASEI; Estudio de receptividad; Incertidumbres del proyecto 367

SEPTIMA PARTE: PERIODISMO PARA EL DESARROLLO Y OTROS TEMAS. 393

Capítulo XVI: Derecho de información y agencias transnacionales 398

Capítulo XVII: Siempre hay más dificultades: telecomunicaciones; Aspectos técnicos de una red noticiosa; Tarifas y Press Bulletin Service; Antecedentes históricos de las rebajas para la prensa; "Development Press Bulletin Service"; Obstáculos a la aplicación del DPBS 404

Capítulo XVIII: Periodismo y desarrollo, Medios "complacientes" o periodismo para el desarrollo; Ideología ocupacional: transferencia del profesionalismo en los medios; Mejoría de la noticia; Reforma o redefinición?; El eslabón más débil 423

BIBLIOGRAFIA. 446

PROLOGO

Severas críticas se han hecho a la acción de las agencias transnacionales de información, calificándolas como dominantes y atentarias contra los intereses y los derechos de los países del Tercer Mundo.

El asunto no es de los últimos tiempos. Surgió hace algunas décadas con el despertar del periodismo en estos países y con el fortalecimiento de las agencias internacionales y su lucha, entre ellas, para lograr supremacía y para servir mejor a los intereses de sus respectivos países y de los gobiernos o grupos de presión políticos y económicos.

Ultimamente se avivó el problema, tanto porque las agencias dotadas de la mejor tecnología y con miras cada vez más fijas a lograr sus propósitos, lograron mayor influencia, cuando porque de los simples enunciados aislados se pasó a un pronunciamiento más concreto, con el llamamiento a que se implante un nuevo orden de la información mundial.

La discusión está en su punto. Ha tenido mayor trascendencia de la que inicialmente se pensó que iba a tenerla. Instituciones de tanto valor y prestigio como la UNESCO estuvieron a punto de soportar el impacto de quienes se consideran afectados. Se ha planteado la necesidad de constituir una agencia regional que sirva a los países de América Latina y del Caribe. Se han hecho críticas. Se ha analizado la llamada "dominación occidental en las comunicaciones", con pronunciamientos en los que se habla de hegemonía, tergiversación en la información e insatisfacción por parte de los pueblos afectados, mientras quienes no están de acuerdo con estas apreciaciones hablan de que "mal puede decirse que la clase de noticias mundiales que llegan a un estado típico del Tercer Mundo es un monopolio de las agencias occidentales que sin impedimento alguno introducen en el país valores sociales extraños. En realidad, se tiene a disposición una verdadera inundación de noticias que representan una diversidad de fuentes, entre las cuales figuran TASS, la New China News Agency (HSINHUA) que es el servicio noticioso oficial de ese país, el Consorcio de Agencias Noticiosas No Comprometidas y otras organizaciones especializadas y regionales. . .".

Esta aseveración de Robert I. Stevenson, quien fue encargado por la United States Information Communication Agency (USICA) para que haga un estudio en relación con el proyecto de que se implante un nuevo Orden en la Información Mundial, tampoco es halagadora para los países del Tercer Mundo que pensamos que la dominación no puede ser aceptada venga de donde viniere.

En este ambiente, en el que no se ha dicho todavía la última palabra, ni se ha llegado a acciones concretas sobre las recomendaciones aprobadas, CIESPAL lanza este libro en el que Raquel Salinas aborda el tema, de las agencias transnacionales de información y el Tercer Mundo, con su capacidad reconocida y con el detalle del investigador que respalda sus aseveraciones en cifras y datos concretos.

CIESPAL ha considerado que Raquel Salinas tiene autoridad para tratar tema tan delicado, porque ha estado permanentemente vinculada con los medios de comunicación y con los organismos

profesionales, conoce de la realidad de los países del Tercer Mundo y, sobre todo, ha estado presente en reuniones en las que se ha tratado del Nuevo Orden en la Información Mundial.

El panorama que se presenta en este libro es completo: trata de las cinco grandes agencias del mundo; Associated Press, United Press International, Reuter, France Presse y Tass; analiza el desequilibrio del volumen y contenidos de los servicios de las agencias transnacionales y las agencias nacionales; presenta la imagen de la IPS Tercer Mundo; hace un inventario de los recursos que en este aspecto tiene la América Latina y el Caribe; trata, en detalle, el proyecto de constitución de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) y, finalmente, dedica un capítulo al Derecho de Información y las Agencias Transnacionales y otro, el final, al Periodismo y el Desarrollo.

Sin lugar a dudas esta es una obra que merecerá mucha atención y que servirá a quienes están interesados en el tema y que buscan afanosamente datos y cifras que los lleven a un pronunciamiento acertado.

Jorge Mantilla Jarrín

“No quiero que mi casa esté rodeada de murallas ni que mis ventanas estén tapiadas. Quiero que las culturas de todas las tierras entren en mi casa tan libremente como sea posible. Pero no acepto que ninguna de ellas me haga caer de rodillas”.

Mahatma Gandhi.

INTRODUCCION

“El mundo recibe el 80 por ciento de sus noticias por conducto de Londres, Nueva York y París”, dice el Informe de la Comisión MacBride, mientras que la Associated Press, citando al gran Mark Twain, sostiene que “hay solamente dos fuerzas que pueden llevar la luz a todas las esquinas del mundo: el sol en los cielos, y la Associated Press aquí abajo”.

Ya nadie discute la supremacía de las agencias transnacionales en el manejo, recolección, procesamiento y distribución de las imágenes del mundo. La Associated Press, United Press International, Reuters y Agence France Presse son los proveedores evidentes de la mayor parte de las noticias internacionales para la mayoría de los países. Pero hoy no existe la admiración ingenua de Mark Twain, y ningún país en desarrollo compararía la Associated Press con el sol de los cielos. Se han acumulado demasiadas razones para dudar de los beneficios de su fuerza e interpretaciones.

La década de los 70 trajo una explosión de insatisfacción, estudios, demandas y cuestionamientos sobre el rol de las agencias

transnacionales de noticias. Comenzando por la IV Conferencia de los Países No Alineados, realizada en Argelia en 1973, y siguiendo con varias Conferencias Generales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, diversas resoluciones pusieron al descubierto la creciente insatisfacción de los países subdesarrollados con los servicios prestados por las cuatro agencias más grandes del mundo. El tema del "imperialismo cultural" dejó de ser un bocado de académicos y entró en la arena política, causando verdaderas tormentas en los organismos internacionales.

Las agencias estaban directamente involucradas en el debate, y tienen la máxima capacidad para determinar los temas y el tono de las informaciones internacionales en la mayoría de los países del mundo. ¿A quién podría sorprenderle el hecho de que los datos, propuestas y soluciones surgidas de este debate nunca hayan llegado a la opinión pública?. Pero más grave aún es el hecho de que los profesionales encargados de informar a la opinión pública, los periodistas y estudiantes de periodismo, tampoco estén suficientemente informados sobre esta materia. La opinión pública jamás comprenderá los alcances y extensión de la dependencia cultural mientras aquellos que trabajan para informarla no tomen conciencia de ella, y la estudien en todos sus aspectos para luego exponerla en su trabajo informativo.

La conciencia del problema no es suficiente, puesto que con demasiada frecuencia se queda sólo en declaraciones ideológicas que no tienen ninguna incidencia en la práctica profesional diaria. Es preciso estudiar los hallazgos que ofrece la investigación, ordenar datos, descubrir mecanismos, descubrir sus relaciones con la estructura político—económica internacional y buscar sus relaciones con los problemas que aquejan a otras regiones del Tercer Mundo. Es preciso estudiar. Cada periodista debería ser un experto en la noticia nacional e internacional. Esto significa, por una parte, el manejo fluido de las técnicas de redacción y de todos los aspectos técnicos del oficio, pero también un conocimiento de las fuentes, su origen, las formas en que organizan, los canales que utilizan, los intereses que les guían. Sólo así se podrá superar la etapa de la repetición casi mecánica de cada cosa, casi cualquier cosa, que les entregan las agencias de noticias. Y Dios y los periodistas saben que

entre lo que sale de los teletipos y lo que se publica en los medios, el trabajo editorial es mínimo. El canasto elimina, piadosamente, la mayor parte de la "información" internacional, mientras que los periodistas, menos piadosos, entregan a sus audiencias cables sobre los cuales nunca pueden pensar demasiado. Falta de tiempo. Gajes del oficio.

Este libro es una invitación a superar el ruido de los teletipos, y estudiar juntos lo que está más allá de las máquinas, más allá de las siglas de las agencias, y más allá de las pocas agencias que llegan a las salas de teletipo. Es probable que a veces resulte un trabajo árido, pero también es probable que en otras ocasiones encontremos cuestiones apasionantes, que incitan a seguir estudiando. Así sea. Después de todo, las mejores soluciones para los actuales desequilibrios de la noticia aún no han sido inventadas, y si los periodistas no las inventan nadie lo hará por ellos.

Plan del libro

La Primera Parte presenta a las cuatro agencias más grandes del mundo: AP, UPI, Reuters y AFP. Su historia y características actuales en términos de propiedad y control, servicios que ofrecen, escala de operaciones, mercados y efectos de las determinantes organizaciones sobre el producto que las define: la noticia. La agencia soviética TASS aparece en este contexto, en su posición de quinta agencia más grande, pero le dedicamos una atención limitada en la medida que no es una agencia influyente en el Tercer Mundo.

En la Segunda Parte analizamos las relaciones de las agencias mundiales, o transnacionales, con las agencias nacionales del Tercer Mundo, los principales rasgos de sus contenidos y la forma en que enfrentan la cobertura de los temas que interesan a los países subdesarrollados.

La Tercera Parte presenta información sobre las alternativas internacionales a la noticia transnacional: IPS Tercer Mundo y el Pool de Agencias de los Países No Alineados. Sus orígenes, filosofía, estructura y servicios que ofrecen, así como también algunos problemas internos y externos que las afectan en su desarrollo.

La Cuarta Parte ofrece una visión de la situación de las agencias nacionales en Asia, África y países árabes, y se concentra especialmente en el análisis de las redes regionales que están surgiendo en tales áreas: antecedentes históricos, objetivos y servicios que intentan ofrecer.

La Quinta Parte se vuelve a nuestra región, para presentar un inventario de agencias nacionales y dos agencias subregionales surgidas por asociación de medios locales con dos agencias de fuera de la región: LATIN/Reuters y ACAN/EFE, agencias latinoamericana y centroamericana, respectivamente.

La Sexta Parte presenta los modelos alternativos surgidos de los debates sobre el Nuevo Orden Informativo a mediados de los años 70, en América Latina, y del impulso de descolonización en el Caribe: CANA (Caribbean News Agency); ASIN (Acción de Sistemas Informativos Nacionales) y el Proyecto ALASEI (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información). Estos servicios son la respuesta de la región frente a una situación de dependencia informativa, por ello interesa conocer sus logros, dificultades y promesas.

La Séptima Parte no concluye, y esto no es casualidad, porque en este campo no es posible llegar a conclusiones definitivas: siempre hay más ángulos de enfoque, más problemas y más dificultades de las que imaginamos. Por ello aquí discutimos tres temas centrales: el derecho a la información, agencias transnacionales y las implicaciones de una noción de servicio público en el campo de la noticia internacional; problemas de telecomunicaciones que limitan el desarrollo de las agencias del Tercer Mundo; y los debates sobre la noción de "periodismo para el desarrollo".

La conclusión es el comienzo de otra incógnita: ¿Cuál será la respuesta de los periodistas del Tercer Mundo frente a estos esfuerzos? No nos referimos al apoyo ideológico, que han proporcionado en numerosas ocasiones, sino a la respuesta profesional. ¿Qué harán con los nuevos materiales que comienzan a salir de los teletipos? Los investigadores podemos esperar una década para acumular datos que nos permitan responder esta pregunta, pero los

pueblos subinformados del Tercer Mundo no pueden esperar tanto.

Breve panorama de las agencias

A fines de los años 70 había agencias de noticias en casi 120 países, pero aún quedaban 40 países carentes de ellas, entre los cuales se contaban 24 con poblaciones superiores al millón de habitantes. Casi todas estas agencias entregan noticias a la prensa, radio y televisión, aunque poquísimas tienen capacidad técnica y humana para trabajar con materiales audiovisuales. Las características de las agencias de noticias de prensa varían grandemente (1):

—A mediados de los 70, el 56 por ciento de las agencias nacionales eran estatales, mientras que las restantes eran arreglos cooperativos de medios, especialmente periódicos, o entidades públicas establecidas con apoyo estatal.

—Más de dos tercios de las agencias existentes a principios de la década pasada fueron creadas después de la Segunda Guerra Mundial: entre los años 40 y principios de los 60, se crearon más de 50 agencias nacionales en Asia, Africa y Medio Oriente. La mayor parte de las agencias nacionales existentes hoy en América Latina fueron creadas entre los años 60 y 70. Las agencias más antiguas, con antecedentes de más de un siglo de operaciones, se encuentran en Europa y Estados Unidos.

—Las formas de funcionamiento incluyen arreglos cooperativos sin fines de lucro, oficinas públicas financiadas por mecanismos estatales regulares, y entidades comerciales que operan con principios de mercado semejantes a los de cualquier otra empresa comercial privada.

—La magnitud de sus recursos y el alcance de las operaciones varían desde las de una mayoría absoluta que tiene alcance exclusivamente nacional, muchas de las cuales funcionan sólo dentro de los límites urbanos y, a veces, restringidas a la capital; hasta otras que, siendo nacionales, mantienen operaciones internacionales. También existen algunos arreglos cooperativos subregionales, regionales e internacional. La minoría absoluta, sólo cuatro agen-

cias, puede llamarse propiamente "mundial", y la magnitud de sus operaciones es tal que en conjunto responden por el 80 por ciento del volumen total de noticias internacionales que circulan en el planeta.

—El volumen de las transmisiones de las agencias de noticias varía también, desde unos pocos miles de palabras en la mayoría de las agencias, pasando por unas pocas que transmiten cifras cercanas a las 100 mil palabras, hasta las únicas que cuentan sus transmisiones diarias en varios millones de palabras: Associated Press, United Press International, Reuters y Agence France Presse. La agencia soviética Telegrafnoie Agenstvo Sovietskavo Soyusa, TASS, es considerada como la versión comunista de las cuatro agencias mundiales occidentales.

—Entre estos cinco gigantes de la noticia internacional y el centenar de agencias nacionales, existen algunas agencias "intermedias", con capacidad para recolección y distribución internacional de noticias. Ellas incluyen, por ejemplo, Deutsche Presse Agentur, DPA, de Alemania Federal; Kyodo Tsushin News Service, de Japón; Telegrafska Agencija Nova Jugoslavija, TANJUG, de Yugoslavia; Middle East News Agency, MENA, de Egipto; Agenzia Nazionale Stampa Associata, ANSA, de Italia; y EFE, de España.

La escala de operaciones de estas agencias es mucho mayor que el de las agencias nacionales típicas, pero mucho menor que el de las cinco agencias mundiales. Sus principales actividades están concentradas en el servicio de sus mercados nacionales, y su actividad internacional se concentra en áreas geográficas reducidas. El número de clientes que sirven es, en conjunto, menor que el de cualquiera de las cinco agencias mundiales aisladas. Ellas son clientes, a su vez, de los cuatro gigantes de la noticia internacional, mientras que las agencias mundiales no se compran mutuamente sus servicios.

La Tabla No. 1 presenta un cuadro comparativo que incluye a las principales agencias nacionales con alcance internacional, conocidas como "intermedias", y las cinco grandes agencias mundia-

les. Los datos de la tabla son válidos para fines de los años 70, y fueron proporcionados a UNESCO por las agencias interesadas, pero más adelante veremos algunos aspectos que ayudan a relativizar estos datos.

Un caso especial en este panorama es el de IPS Tercer Mundo, una empresa cooperativa de periodistas con base en Roma, que a diferencia de las agencias intermedias no puede ser definida como agencia nacional, puesto que toda su organización y actividades giran alrededor de objetivos internacionales. No es tampoco un acuerdo de intercambio entre agencias nacionales, como ocurre con el Pool de Agencias de los No Alineados o con Acción de Sistemas Informativos en América Latina, ASIN, pero sirve a tales redes y participa en varias actividades y proyectos informativos del Tercer Mundo, además de ser una agencia por derecho propio.

La magnitud de los recursos y operaciones de IPS la coloca cerca de las agencias nacionales intermedias. Sus fines de servicio a los países desprovistos de experiencia y recursos para la autosuficiencia informativa la aproximan a muchas agencias nacionales del Tercer Mundo. El alcance de su organización la pone cerca de las grandes agencias mundiales. Es la más grande del Tercer Mundo, y según las últimas informaciones recogidas por UNESCO, la sexta agencia del mundo.

En el plano regional se suman algunas experiencias de asociación de medios con agencias extranjeras, como el caso de LATIN en América Latina y ACAN en América Central, fundadas a principios de los años 70. Este panorama mundial se enriqueció, además, con la creación de varias redes regionales nacidas del descontento del Tercer Mundo con las cuatro agencias mundiales. Entre ellas se cuenta el Pool de Agencias de los No Alineados, formado en 1975; Caribbean News Agency, existente desde 1976; Acción de Sistemas Informativos Nacionales, creado en 1979 y el Asian News Network, en 1980. También existen acuerdos de intercambio como OPECNA, la agencia de la Organización de Países Exportadores de Petróleo; otros promovidos por la Federación de Agencias Arabes; y proyectos como la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información y la Agencia Panafricana, cuya puesta en marcha parece estar muy cercana.

Tabla No. 1: Cifras relacionadas con algunas agencias de noticias con actividades internacionales

Agencias de Prensa	Sede principal	No. de países servidos	No. de suscriptores	No. de países cubiertos	No. de palabras por día	Personal regular	No. de corresponsales en el exterior
A.P.	Nueva York	108	1320 periódicos 4300 radio y TV 7000 clientes extranjeros.	62 oficinas en el exterior	17 millones		559
U.P.I.	Nueva York	92	4833 clientes en EE.UU. 2246 clientes extranjeros 36 agencias nacionales.	81 oficinas en el exterior.	11 millones 200 fotos	1.823	578
A.F.P.	París	129	1200 clientes 54 agencias nacionales	193 países 108 oficinas en el exterior.	3.350.000 50 fotos	1.990	171 corresponsales 1.800 stringers
Reuters	Londres	147	6500 periódicos 400 radio y TV	153 países	1.500.000	2.000	350 corresponsales 800 stringers
TASS	Moscú	80	13000 suscriptores	110 países		560*	61

			200 servicios fotos 325 clientes ex- tranjeros.	40 oficinas			
DPA	Hamburgo	78	144 clientes extranjeros 55 noticia filmada	80 países 37 en ser- vicios filmados	115.000	800	105
ANSA	Roma	69	1600	69 oficinas	300.000	568	45 corresponsales 295 stringers
EFE	Madrid	32	1734	52	500.000	545	123
KYODO	Tokio	37	33 agencias nacionales 40 agencias de prensa 60 periódicos japoneses 59 radio y TV 14 periódicos no miem- bros.	37 oficinas	200.000 en japonés 35.000 en inglés.	1.900	
TANJUG	Belgrado	103		46	75.000 a. 120.000 pal. 40-50 fotos	896	46

I.P.S.	Roma	36	19 agencias nacionales 400 clientes	44	100.000	390	44
MENA	Cairo	25	13 agencias nacionales (noticias) 21 agencias intercambios fotos)	35	185.000 200 fotos mensuales 200 documentales	500	35

*No incluye el personal técnico.

Fuente: UNESCO: Le monde des agences de presse. Commission Internationale d'Etude sur les Problemes de la Communication. Monographs No. 11, p. 3. Datos válidos para fines de los años setenta.

Las reuniones y debates que precedieron a la creación de estas agencias y sistemas de intercambios regionales son muchas, pero en el plano internacional destaca una que juntó, en un solo foro, a los representantes de las agencias mundiales, internacionales y nacionales: el "Seminario Internacional sobre la Recolección y Diseminación de Noticias", realizado en Estocolmo en 1978 y organizado por la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (Comisión MacBride).

A pesar de las numerosas discrepancias, algunas irreconciliables, allí se llegó a la conclusión de que el desarrollo y la distribución armónica de los recursos de la información en el mundo requería acciones decididas en tres áreas: 1.- el desarrollo de las infraestructuras y creación de agencias nacionales; 2.- una multiplicación de fuentes y medidas para impedir tanto las restricciones como el desequilibrio en la circulación de noticias; y 3.- medios y modos de mejorar y aumentar la cooperación entre los países del Tercer Mundo.

Uno de los documentos preparatorios de la reunión había clasificado los principales problemas de este campo de la siguiente manera (2):

—Las actuales redes noticiosas reproducen en gran medida los lazos establecidos en períodos coloniales, así como también las relaciones económicas de hoy y las afinidades culturales e idiomáticas. El flujo de noticias tiende a circular sólo en la dirección norte-sur y coarta el desarrollo de los prácticamente inexistentes intercambios entre los países del Tercer Mundo.

—Hay poderosos remanentes del pasado que se manifiestan en las actuales infraestructuras (su tamaño, ubicación, conexiones, ramificaciones, etc.), y en la circulación de noticias (valores noticiosos, prioridades, selección, procesos de edición, etc.). Los patrones de circulación de noticias tienen un impacto mucho mayor en los países que carecen de facilidades y estructuras sólidas de información. Uno de sus defectos más fuertemente sentidos es la unidireccionalidad del flujo de noticias. Esto es lo que alimenta los presentes llamados a favor de la liberación del estado de dependencia que caracteriza a los sistemas informativos del Tercer Mundo.

—Las dificultades técnicas pueden ser resumidas en los siguientes puntos: escasez de conexiones técnicas entre ciertos países y de facilidades técnicas en los países; falta de técnicos calificados; una competencia nociva entre los medios modernos y los proveedores de tecnología; subdesarrollo de la capacidad para producir equipos de comunicaciones en el Tercer Mundo; falta de información sobre facilidades e infraestructuras más apropiadas para estos países; y una insuficiente voluntad de parte de los países desarrollados para proveer asistencia en estas áreas.

—Dificultades financieras derivadas de los altos costos, la escasez de recursos y, especialmente, de las disparidades discriminatorias que afectan las tarifas y costos de telecomunicaciones. Los portadores técnicos de la información ("carriers") a menudo ejercen influencia y control, directo o indirecto, sobre la circulación de noticias en el mundo.

Los debates sobre las disparidades discriminatorias no sólo en el campo de las noticias, sino en todas las esferas de la comunicación e información, condujeron a UNESCO a revisar la "doctrina del libre flujo" que había guiado sus acciones desde su fundación, para fijar una base filosófica nueva que se expresa en una sola frase: "flujo libre y equilibrado".

La Comisión MacBride, creada poco después de ésto por mandato de la Asamblea General de UNESCO, resumió el punto central de los debates al señalar que "la aplicación del principio de la libre circulación ha traído consigo una circulación desequilibrada, llamada circulación de sentido único, esto es, una corriente de noticias, datos, mensajes, programas y productos culturales que van casi exclusivamente de los países grandes a los pequeños, de quienes tienen el poder y los medios tecnológicos a quienes están privados de ellos, de los países desarrollados a los países en desarrollo y, en el plano nacional, del centro del poder hacia abajo"(3).

La circulación unidireccional de las noticias implica también que cuando los países del Tercer Mundo se esfuerzan por establecer lazos de cooperación mutua, y por crear uniones que les permitan negociar en condiciones más favorables sus relaciones de in-

tercambio con los países capitalistas avanzados, se encuentran con un obstáculo formidable: desinformación. Nadie podría culpar a las agencias mundiales de occidente por cumplir eficientemente un rol al servicio de sus propios países, pero tampoco se puede aceptar que se elijan a sí mismas como las mejores fuentes y modelos para todos los países del mundo.

Elas nacieron para servir las necesidades de información política, comercial y económica de sus países de origen, y desde entonces han cumplido su tarea con una eficiencia admirable. Pero hoy el mundo es mucho más que los imperios y sus colonias. Hay más de 150 países, y cada uno de ellos tiene sus propios intereses, y se organizan en bloques y alianzas políticas y económicas. También los países subdesarrollados buscan hoy su propio camino, y necesitan contar con información que facilite esta búsqueda. Esto es, en síntesis, el motivo de fondo de tantos proyectos recientes para crear agencias nacionales y unirlos en redes de intercambios con agencias equivalentes de otros países subdesarrollados. Pero ésto, cuya legitimidad es obvia, ha sido sometido a los mayores ataques de las agencias mundiales y de algunas asociaciones de medios de países industrializados.

¿Por qué tanto debate y preocupación por las noticias? Las agencias están en una posición única entre los medios de información: su negocio específico es describir el mundo. No siempre dicen **qué** hay que pensar, pero siempre dicen **acerca de qué** hay que pensar. Definen los límites posibles de la información colectiva sobre el mundo. Muy pocos tienen experiencias personales con otros países, pero las noticias mundiales llegan a todos, y sus efectos son tanto mayores porque lo hacen con regularidad, ubicuidad y perseverancia. Para la mayoría absoluta de las personas su visión del mundo, y las interpretaciones acerca de él, provienen principalmente de las noticias internacionales. Y al definir e interpretar la realidad, también definen los límites posibles de la realidad: no se puede hacer nada acerca de lo que no se conoce.

Las agencias producen versiones empaquetadas y estratificadas de la realidad: los sucesos y procesos ocurren en todas partes, pero las agencias seleccionan qué sucesos y procesos desean reflejar, y de qué manera. El proceso de producción de noticias es tam-

bién un proceso selectivo, en que los países y los temas varían según sus probabilidades de ser incluidos en esta acelerada e inagotable manufactura de versiones de la realidad.

Está demostrado, los países y temas del Tercer Mundo tienen pocas probabilidades de entrar en esta selección, a menos que ofrezcan motivos excepcionales o trágicos. Y como no se puede participar en esta producción mundial a menos que se cuente con los recursos para ello, los países del Tercer Mundo están obligados a depender en sus acciones y decisiones de una interpretación de la realidad que no les favorece. Esto es el problema. Para superar esto se están creando agencias nacionales y redes de intercambio de noticias en los países subdesarrollados. Todo está a medio hacer, pero por eso mismo hay mucho que aportar. Ojalá este libro ayude a despertar el interés por participar en la creación de alternativas.

NOTAS

- (1) UNESCO (1977/1978), **Le Monde des Agences de Presse**.
- (2) **Ibid.** Ver también **Interim Report of the International Commission for the Study of Communication Problems**. UNESCO 25 Sept. 1978, p. 30.
- (3) Informe de la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación: **Un solo mundo, voces múltiples**. UNESCO París/Fondo de Cultura Económica, México 1980, p. 252–253.

PRIMERA PARTE:

LAS GRANDES AGENCIAS DEL MUNDO

“Pero siendo mi intención escribir una cosa útil para quien la comprende, me ha parecido más conveniente seguir la verdad real de la materia, que los desvaríos de la imaginación en lo concerniente a ella”.

Maquiavelo

Los líderes incuestionables de la producción y distribución de noticias internacionales son las cuatro agencias occidentales mencionadas antes: Associated Press (AP) y United Press International (UPI), de Estados Unidos; Reuters de Inglaterra; y Agence France Presse (AFP), de Francia. Algunos autores estiman que no hay más de dos decenas de periódicos en el mundo que podrían sostener, con cierta justificación, su carácter de autosuficiente en la recolección de noticias internacionales, e incluso éstos utilizan también los servicios de las grandes agencias citadas.

Los pocos medios que pueden desplazar un gran número de corresponsales propios para la cobertura internacional están situados en Estados Unidos, Gran Bretaña, Japón, Alemania Federal y Francia. La mayoría absoluta de los medios masivos en el mundo dependen, en gran medida, o totalmente, de las agencias señaladas. Estas les proporcionan la mayor parte de las noticias internacionales directamente, o bien indirectamente, a través de agencias nacionales que están suscritas a los servicios de las cuatro grandes. Muchos medios recogen también informaciones internacionales del

monitoreo de radios extranjeras, pero éstas confían, a su vez, en los cables de las agencias mundiales, las cuales determinan gran parte de los contenidos de tales transmisiones. Incluso aquellos medios que tienen recursos para desplazar corresponsales propios están también suscritos a ellas, y a un costo muy alto. En general, mientras más amplias son las operaciones de recolección de noticias internacionales en cualquier medio, mayor es el número de agencias a las cuales se suscribe.

Los informes de las agencias mundiales corroboran estas apreciaciones. La Associated Press, por ejemplo, sostiene que cada día sus noticias y fotos llegan a más de un billón de personas en todo el mundo, y que su sigla es reproducida diariamente en cientos de idiomas utilizados por más de 10 mil periódicos y estaciones de radio y televisión en más de 110 países (1). También sostiene que es la mayor agencia de noticias del mundo, y esto es probablemente cierto en lo que respecta a la recolección y distribución de noticias generales, aunque si se las mide en el total de sus operaciones, Reuters ocupa desde hace poco el primer lugar.

La emergencia de agencias de esta magnitud está directamente relacionada con la expansión y consolidación de los imperios coloniales, en el siglo pasado, y con la hegemonía de Estados Unidos en el capitalismo avanzado de este siglo. El desarrollo de la quinta agencia mundial, TASS, está también relacionado con la emergencia y expansión del poder soviético. Aunque sólo la agencia TASS menciona explícitamente su carácter de instrumento político y económico en relación con su país sede, las cuatro agencias occidentales cumplen algunos roles equivalentes, y desarrollan funciones necesarias para la mantención de la posición de privilegio que sus países ocupan en el desequilibrio de poder mundial.

Las grandes agencias mundiales son internacionales sólo en el alcance y magnitud de sus operaciones. La propiedad, el control y las ganancias políticas y económicas derivadas de sus actividades son estrictamente nacionales, y están situadas en sus países de origen. Los fines de lucro que guían las operaciones de las grandes agencias occidentales impulsan una expansión que a veces interfiere con la soberanía de los Estados, y les lleva a supeditar los intereses públicos a una lógica comercial según la cual la información no

es un servicio, sino una mercancía. El gigantismo, la acumulación de poder, el rebasamiento de las fronteras nacionales y sus relaciones con los mayores centros de poder económico y político en los países capitalistas avanzados permiten clasificarlas como empresas transnacionales.

Las cuatro grandes agencias occidentales surgieron históricamente como empresas privadas independientes de sus respectivos gobiernos, pero en el curso de su desarrollo establecieron lazos cercanos, y a veces directos, con ellos. En la actualidad esta relación directa persiste sólo en AFP, pero en las restantes agencias es fácil encontrar situaciones de política internacional en que los esquemas históricos se repiten, y las agencias coinciden y refuerzan las orientaciones de sus gobiernos. Pese a ello, sus características de propiedad y control, que excepto en el caso de la AFP privilegian a los medios impresos privados de sus países, les conceden una gran independencia. Esta independencia es reforzada por las relaciones contractuales, de venta de servicios, que establecen con sus clientes. Esta compleja relación de independencia atenuada por algunos intereses comunes les permite competir y sacar provecho de muchos elementos que no están a la disposición de las agencias gubernamentales.

La influencia de las agencias occidentales va desde la creación e imposición de un concepto de noticia que hoy domina el periodismo mundial, hasta el hecho de que constituyen las principales fuentes -y en muchos casos, las únicas fuentes- de referencias e interpretaciones sobre la situación y dinámica mundial. Por ello es importante conocer sus orígenes, magnitud y alcance de sus operaciones, y los factores determinantes en la gestión y venta de sus servicios. Ellas mismas, junto con otros sectores interesados, se han encargado de difundir la idea de que los únicos modelos plausibles en la generación y distribución de noticias internacionales son aquellos establecidos por estas agencias. Pero no es tan fácil sostener esta idea cuando se examinan los elementos que confluyen en su forma y posición actual, algunos de los cuales veremos en esta parte.

CAPITULO I:

HISTORIA DE LAS AGENCIAS TRANSNACIONALES

La historia de las cuatro agencias mundiales abarca más de un siglo, y está estrechamente ligada a la historia de la expansión de las grandes potencias y al desarrollo del capitalismo occidental. Agence France Presse, AFP, es la sucesora directa de la antigua agencia Havas, creada en 1835. Associated Press, AP, fue fundada por 6 periódicos de Nueva York en 1848. Reuters fue fundada por Paul Julius Reuter en Londres, 1851. United Press International, UPI, comenzó como United Press Associates en 1907, una creación de Edgard Scripps, de la cadena Scripps, y pasó a ser UPI en 1959, cuando compró el International News Service de la cadena Hearst, que había sido fundado en 1909.

La fundación de la AP se relaciona con la aparición y florecimiento de la "prensa de centavo", uno de los frutos de la revolución industrial y social del siglo XIX. La reunión de fundación se realizó en las oficinas del New York Sun, el mismo periódico que trece años antes había logrado, gracias a las nuevas y más veloces prensa y otros frutos del maquinismo industrial, rebajar el precio de sus periódicos a un centavo. Sus orígenes se entroncan directa-

mente con la historia de los medios masivos, y es por ello que AFP dice ser la agencia de noticias más antigua del mundo. Havas, precursora de AFP, pese a ser de fundación anterior a la suya, sirvió en sus inicios sólo a instituciones financieras y medios diplomáticos y políticos, al igual que Reuters.

La historia de las agencias ilustra con gran claridad los factores que explican su génesis y asombroso desarrollo. Havas fue creada en 1835 por Charles Havas, un hombre de negocios que organizó la recolección de información comercial y financiera desde varios centros económicos europeos, para venderla diariamente a una red de suscriptores privados en Francia. A mediados de 1840, la expansión del telégrafo le permitió captar suscriptores de otros países europeos, siempre dentro de círculos financieros y comerciales. El evidente éxito de la empresa hizo que un par de alemanes empleados suyos, Bernard Wolff y Julius Reuter, dejaran la agencia y decidieran competir con ella estableciendo sus propios servicios. Así aparecieron la agencia Wolff, fundada en 1839, y Reuters, en 1851.

Wolff y Reuters compitieron arduamente por la captura del floreciente mercado europeo. Wolff se instaló en Berlín y gracias a una asociación con Werner Siemens sacó provechosas ventajas del uso de canales telegráficos. Reuter se instaló inicialmente en Francia, y ganó luego un espacio propio con ingeniosos sistemas para cubrir distancias no cubiertas por el telégrafo, como palomas mensajeras, caballos y ferrocarril. Pero la expansión del telégrafo le hizo perder terreno en la Europa continental y en 1851, cuando se instaló el cable submarino desde Dover a Calais, que ligaba a Inglaterra con Europa, trasladó su oficina principal a Londres. Allí estableció un servicio monopólico de intercambio de informes comerciales y financieros entre París y Londres, cuyos beneficios le permitieron cubrir rápidamente otros grandes centros europeos.

Como dice Oliver Boyd-Barrett, un autor que ha estudiado en profundidad el desarrollo de las grandes agencias, éstas surgieron en los países más avanzados precisamente porque allí la demanda por información nacional e internacional había alcanzado su plena madurez. La expansión del comercio y la inversión internacional requería una previsión constante de datos confiables so-

bre el desarrollo de los asuntos económicos; la expansión imperial y comercial requería un flujo permanente de información sobre alianzas políticas y seguridad militar; y la creciente movilidad poblacional, resultado de estos procesos, ayudaba a crear una demanda popular por noticias sobre otros países y un clima generalizado de conciencia internacional. Más aún, en los países sede de tales agencias, Francia, Inglaterra y Estados Unidos, los medios masivos habían crecido en condiciones más favorables que en otros países europeos, con menos restricciones políticas y con facilidades para crear y capturar clientelas masivas, así como también avisadores (2).

De hecho, Havas se unió tempranamente con una empresa de avisos comerciales para periódicos, y sostuvo desde 1840 tres tipos de actividades publicitarias: la publicidad comercial tal como se la conoce hoy, y que en aquella época estaba en sus inicios; "publicidad financiera", que consistía en la creación de una atmósfera favorable para ciertas inversiones y operaciones crediticias; y difusión de propaganda gubernamental, especialmente aquella que circulaba sin fuentes conocidas y que se dirigía a preparar la opinión pública para la aceptación de las decisiones oficiales (3). Así, Havas acumuló poder por sus conexiones con tres círculos claves: los periódicos a quienes proveía de noticias y avisos; los círculos financieros y comerciales; y el gobierno, que le subsidiaba algunas operaciones y le entregaba también ingresos publicitarios. Entre ellos, Havas privilegiaba a los grupos financieros y gubernamentales, prestándoles servicios que a veces iban en contra de sus relaciones con los periódicos.

Reuters estableció una relación más cauta con los círculos de gobierno en Inglaterra, pero no por ello dejó de beneficiarse de tales relaciones. En 1857 la confiabilidad de sus servicios, de gran importancia política y económica para el entonces floreciente imperio, le dio el privilegio de tener copia de los telegramas enviados desde la India a la Cancillería británica, y en los años siguientes entregó sus telegramas noticiosos a altos funcionarios del gobierno británico, incluyendo a la misma Reina Victoria. Tales servicios le hicieron ganar un título de nobleza en 1871, y años después obtuvo de la Reina la concesión de privilegios de nobleza extranjera en Inglaterra para sí mismo y para sus herederos.

Reuters no se limitó a la entrega de información comercial y financiera útil para la expansión del imperio, sino que participó personalmente en dicha expansión. En 1872, por ejemplo, Julius Reuter logró que el Shah de Persia le diera la concesión para la construcción de un ferrocarril desde el Mar Caspio hasta el Golfo Pérsico, cuyos derechos de explotación estarían en sus manos durante 70 años. El mismo acuerdo le entregó el derecho a realizar obras de irrigación, explotación de recursos minerales y forestales, construcción de caminos y obras públicas, por un lapso de 20 años. El acuerdo inicial fue anulado por reservas del gobierno inglés, quien temió que la construcción del ferrocarril facilitarían la expansión rusa hacia dichas áreas, pero en 1888 el mismo gobierno apoyó otro acuerdo entre el Shah y Reuter por el cual éste logró derecho de fundar el Banco Imperial de Persia (4).

Mientras tanto, en Estados Unidos crecía la conciencia sobre las ventajas y beneficios de la comunicación rápida para fines comerciales y económicos, y ello daba un nuevo impulso al funcionamiento de su principal recolector de noticias internacionales, AP. A fines de 1860, un informe del Congreso norteamericano emitía el siguiente veredicto sobre la importancia crucial del telégrafo: "los negocios del país dependen del uso del telégrafo y su paralización, por un solo día, causaría desastres y pérdidas mayores que el valor total de las líneas telegráficas" (5). Pero no había llegado aún el tiempo de la máxima expansión del capitalismo norteamericano, y los países más poderosos de la época -Francia, Inglaterra y Alemania- fueron el foco del desarrollo acelerado de las agencias más poderosas del período.

Cartel Europeo

Reuters tuvo mayores posibilidades de expansión, en la medida que el Imperio Británico cubría un quinto del total del territorio y casi un cuarto de la población mundial, y sus actividades comerciales eran más amplias que las de Alemania y Francia. Pero la rivalidad del expansionismo de tales países se reflejó también en la competencia entre las agencias europeas, quienes la resolvieron por una serie de acuerdos que culminarían con una completa división del mundo en "esferas de influencia", tal como harían las potencias europeas en 1886, con el Tratado de Berlín.

Las relaciones entre las agencias europeas comenzaron en 1856, con el intercambio de información comercial, y se ampliaron en 1859, con el intercambio de información política. Reuters alteró estos acuerdos, sin embargo, con sus incursiones en Alemania, lo cual hizo que Wolff acentuara la competencia y obtuviese para ello el apoyo financiero del Rey de Prusia. La insistencia de Reuters condujo a nuevas negociaciones, que culminaron en enero de 1870 con la firma del primero de una serie de Tratados de Agencia, destinados a prevenir futuros conflictos mediante la división del mundo en "esferas de interés" con límites geográficos bien definidos (6).

Así, las agencias que hasta entonces habían funcionado como empresas capitalistas competitivas en un mercado libre, formaron un cartel según el cual cada una tenía derechos exclusivos de explotación de mercado en aquellas áreas en que sus respectivos países tenían intereses bien establecidos. La agencia Wolff obtuvo el derecho de explotación de Austria, Escandinavia, Rusia y países eslavos; la agencia Havas obtuvo derechos sobre Italia, España, Portugal, Suiza y todos los territorios del Imperio francés; y Reuters logró derechos exclusivos sobre los territorios del Imperio británico y el Extremo Oriente. Havas y Reuters agregaron acuerdos bilaterales, además, para la explotación conjunta de América del Sur, que en 1874 quedó ligada por cable submarino con Brasil. Más tarde, Reuters quiso establecer un servicio privado de telegramas entre América del Sur y del Norte, Antillas y Europa, lo que llevó al quiebre de su acuerdo con Havas y dejó para esta última la exclusividad de la explotación de América del Sur.

Mientras tanto, la AP de Nueva York había tenido que enfrentar el resentimiento de periódicos norteamericanos no neoyorkinos, que en 1862 fundaron la Western Associated Press y, a principios de 1890, luego de comprobar algunos escándalos domésticos de la AP de Nueva York, tomaron el poder de la asociación y se transformaron en el núcleo de la actual Associated Press. En 1872, la AP de Nueva York había hecho un acuerdo con Reuters para la obtención de noticias extranjeras, pero la Western AP, guiada por las luchas domésticas, hizo su propio acuerdo con la agencia Wolff, lo cual debilitó la posibilidad de que los intereses norteamericanos compitieran con el cartel europeo.

A principios de 1890, los problemas domésticos quedaron resueltos, la nueva AP se instaló otra vez en Nueva York, y la agencia así unificada reforzó sus relaciones con Reuters. Al mismo tiempo quiso reforzar su dominio del mercado local, temporalmente amenazado por otra agencia norteamericana, United Press -creada en 1882 y desaparecida a fines del siglo, sin relaciones directas con la actual UPI-, y proteger los intereses de sus miembros. Para ello consolidó prácticas de distribución exclusiva de sus servicios sólo a los miembros de la asociación, y excluyó a todos los restantes periódicos norteamericanos, en particular a los de la cadena Scripps que habían sido clientes de la antigua UP.

El método escogido por la AP para consolidar un dominio monopolístico de las noticias dentro de Estados Unidos se transformó en el mejor impulso para el nacimiento de un poderoso rival: Scripps, que fundó un par de asociaciones locales para la recolección de noticias en Estados Unidos, en 1906 compró un pequeño servicio noticioso llamado Publishers Press y unió todo, formando al año siguiente la United Press Association, el origen de la actual UPI. Más tarde Scripps diría, a propósito de su lucha con la AP, "no creo que sería bueno para el periodismo de este país que existiera un solo gran trust noticioso, como el que esperaban construir los fundadores de la Associated Press" (7).

Junto con fijar el principio de que cualquier periódico podía suscribir a sus servicios, la joven UPA de Scripps luchó para establecer el principio de que cualquier organización noticiosa podía cubrir las noticias del mundo en forma independiente, sin alianzas con el cartel europeo al que se había incorporado, en calidad de socio menor, la Associated Press. Ello significó primero una dura lucha por la explotación del mercado nacional en Estados Unidos, y prosiguió más adelante con la competencia por los mercados extranjeros. La AP no podía competir en el exterior mientras siguiera atada a su acuerdo con el cartel europeo, y hacia 1910 ya había acumulado suficientes motivos para sostener que las agencias europeas eran solamente los brazos informativos de sus respectivos gobiernos. Ello debilitó la fuerza de su contrato exclusivo con Reuters, y la agencia británica reaccionó ofreciendo un contrato equivalente, e igualmente exclusivo, a la nueva UPA de Scripps. La UPA rechazó la oferta porque ella implicaba quedar limitada al

funcionamiento dentro de las Américas, pero la existencia de esta oferta hizo que las relaciones del cartel europeo con la AP se debilitaran aún más.

El hecho de que Havas se hubiese quedado con la exclusividad de América del Sur aumentó los problemas. La Primera Guerra Mundial hizo que algunos periódicos latinoamericanos notaran las limitaciones de la dependencia total de una sola agencia, que ofrecía versiones de un solo lado de los contendores, y los llevó a buscar acuerdos con las agencias norteamericanas. AP había logrado, por un acuerdo con el cartel, la entrada en México y las Antillas, pero sólo en 1915, con la UPA, comenzaron a llegar noticias norteamericanas a América del Sur. Más tarde, en 1919, el Consejo de Administración de la AP autorizó la creación de un servicio especial dedicado a América Latina para satisfacer la demanda de 22 periódicos de este continente. La competencia entre UPA y AP se desplazó a los territorios de la América del Sur, mientras que la UPA incursionaba en territorios del cartel europeo, llegando en 1929 a tener contactos con 45 países de Europa, Asia y otros del Imperio Británico (8).

Las restricciones de la AP, cuyas regulaciones impedían proveer servicios a periódicos no miembros de la cooperativa, le hicieron perder un enorme terreno en la primera etapa de su expansión hacia el exterior. El papel de Estados Unidos en la escena mundial cambiaba, mientras tanto. En 1913 su producción de manufacturas llegó a superar el doble de la producción de Inglaterra, y luego de la Primera Guerra Mundial dejó de ser deudor para transformarse en proveedor de préstamos, mientras que sus inversiones en el exterior llegaron a cuadruplicar las inversiones inglesas en 1930. Al mismo tiempo, Estados Unidos amplió sus intereses hasta el Extremo Oriente, y la UPA avanzó rápidamente, comenzando a distribuir noticias en Pekín y Shanghai, lo cual dio nuevo impulso a la competencia de la AP en el exterior.

Kent Cooper, Gerente General de la AP, había comenzado una cruzada personal dentro de la agencia y en contra de Reuters, para liberar a la AP de las restricciones internacionales y derribar las barreras del cartel europeo. Aunque ello respondía a un genuino interés por una mayor libertad en el flujo de noticias interna-

cionales, la necesidad de competencia con la UPA aumentó la urgencia de acabar con tales limitaciones. La expansión norteamericana en el Extremo Oriente introdujo una urgencia aún mayor, y a principios de 1930 AP comenzó a distribuir noticias en Japón y China, territorios hasta entonces dominados por Reuters. Las relaciones entre AP y Reuters empeoraron aún más, hasta que en 1934 firmaron un contrato que le daba a ambas el derecho a recoger y vender noticias en cualquier lugar del mundo. Así quedó sellada la ruptura de un cartel noticioso que había durado más de 60 años.

Más tarde Cooper diría, en su libro "Barreras Derribadas", que "impidiendo a la Associated Press expandir sus informaciones en el extranjero, Reuters y Havas alcanzaban tres objetivos: 1.- eliminar la competencia de la AP; 2.- estaban en libertad de presentar las noticias norteamericanas en términos poco halagadores a los Estados Unidos, cuando no las omitían por completo; 3.- podían presentar la información proveniente de sus propios países en términos más favorables, y sin ser contradichos. Sus países eran siempre glorificados. Lograban sus objetivos llevando importantes progresos de las civilizaciones inglesa y francesa, cuyas ventajas serían después, por supuesto, otorgadas al resto del mundo". Cooper hizo notar también los efectos de la dominación inglesa sobre los cables transoceánicos. "El cable transportaba instantáneamente Australia, Africa del Sur, India, China, Canadá y todo el resto del mundo británico al centro de Londres sobre el Támesis . . . Gran Bretaña, más adelantada que otras naciones, se concentraba sobre la industria del cable. Primero, el cable aseguraba la cohesión de su imperio, después englobaba también a otras naciones; finalmente, conforme a las prácticas victorianas, las noticias que pasaban en esta amplia red de cables realzaban el prestigio de la causa británica" (9).

La firma del nuevo acuerdo entre AP y Reuters marcó el término formal de las esferas de influencia mantenidas por las grandes agencias, pero no eliminó la dinámica que las sostenía: las agencias de noticias siguieron los intereses económicos de sus países de origen en el extranjero, y sus campos de influencia real continuaron siendo determinados por los intereses económicos y políticos de las naciones más poderosas.

La dinámica histórica es en verdad evidente: la agencia alemana Wolff, debilitada por la Primera Guerra Mundial, vio su territorio dentro del cartel noticioso dividido entre Reuters y Havas; más tarde, y luego de ser comprada por el Tercer Reich, desapareció junto con la derrota alemana de la Segunda Guerra Mundial. A la desaparición progresiva de Wolff, acompañó el surgimiento de la agencia soviética TASS. Esta tiene su origen en la Agencia Telegráfica Rusa (ROSTA), creada en 1918 por decreto de V.I. Lenin, que luego de la reorganización dictada por la formación de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas pasó a ser la Agencia Telegráfica de la Unión Soviética, TASS, en 1925.

Junto con la expansión del poder soviético y su creciente influencia en el extranjero, TASS inició sus pasos para llegar a ser una agencia internacional, en las décadas del 30 y 40. Desde entonces su funcionamiento ha sido considerado de gran importancia por el Comité Central del Partido Comunista Soviético, y luego del XXIV Congreso del Partido obtuvo el status de órgano informativo oficial de la Unión Soviética, con lo cual todas las agencias de las repúblicas que forman la unión quedaron supeditadas a ella y pasaron a formar parte de un solo sistema (10). Las agencias norteamericanas, por su parte, florecieron al máximo con la expansión de Estados Unidos, y Reuters y Havas -después transformada en AFP- mantuvieron, aunque con las limitaciones que reproducen los nuevos lugares de Inglaterra y Francia en el desequilibrio de poder mundial, sus operaciones.

Las agencias internacionales florecieron en la atmósfera del capitalismo occidental, y el flujo actual de noticias aún está basado en una estructura de poder dominada por el capitalismo de occidente. En las palabras de Phil Harris, los marcos monopólicos cambiaron sólo en la medida que el grupo monopólico cambió, pero el carácter de sus funciones cambió apenas con el crecimiento de las agencias. "El cambio desde una función manifiestamente instrumental jugado por las noticias internacionales, a un complejo de funciones diferentes que incluyen la información y el entretenimiento, ha ocurrido sólo después de un largo período y con el crecimiento de la prensa como un medio masivo, pero la función instrumental todavía existe, aunque ahora aparezca en forma menos evidente" (11).

La Doctrina del Libre Flujo

El fin de la Segunda Guerra Mundial marcó el comienzo de una nueva época en las formas de dominación internacional de la noticia: el libre flujo de la información. Al igual que Cooper, en la AP, algunos miembros del gobierno norteamericano habían notado los efectos del irritante control británico sobre la estructura de comunicaciones de la época. Inglaterra poseía la mayor parte de los cables submarinos y ese control, sumado a las obligaciones contractuales y a las tasas preferenciales para sus súbditos, le daban el completo dominio de la transmisión por cable a nivel mundial. Este dominio fue reforzado con el embargo de las propiedades alemanas durante la guerra, y Estados Unidos veía esto como un obstáculo formidable para la expansión de sus propios intereses. Era obvio que el control de las comunicaciones daba el poder de controlar el comercio mundial, y facilitaba las actividades que interesaban a los que ejercían este control.

En 1944 la Sociedad Norteamericana de Directores de Periódicos adoptó resoluciones presionando a los partidos políticos para sostener la libertad de información y el derecho a su propagación en todo el mundo. Tres meses más tarde, las dos Cámaras del Congreso de Estados Unidos adoptaron una resolución en que expresaban su creencia "en el derecho mundial a la información por las agencias que recogen y hacen circular las noticias, ya sea individualmente o en asociación, por todos los medios, sin discriminación en lo que concierne a las fuentes, la distribución, las tarifas o los cargos; este derecho debe ser protegido por un acuerdo internacional" (12). La Sociedad Norteamericana de Directores de Periódicos decidió entonces apoyar la nueva política gubernamental y envió una delegación conjunta con la UPI y AP a 25 ciudades importantes del mundo, en 1945, para llevar personalmente el mensaje norteamericano a varios países. Todo ello ocurría durante la guerra, y la delegación se benefició con una prioridad acordada por el Departamento de Guerra sobre los aviones de transporte militar.

Simultáneamente, los miembros de la AP acordaron invertir un millón de dólares en la expansión de las operaciones internacionales de la agencia, y el gobierno de Estados Unidos presentó a la Conferencia Interamericana sobre Problemas de la Guerra y la Paz,

realizada en 1945, su primera proposición sobre el libre acceso a la información. La misma política fue presentada a las primeras reuniones de las Naciones Unidas, en 1945, logrando finalmente que ésta tomara como suya la doctrina de la libre circulación de la información que interesaba a Estados Unidos. Naciones Unidas estaba formada entonces por 50 países, menos de la tercera parte del número actual de naciones independientes. Las naciones europeas estaban debilitadas por la guerra y el grupo latinoamericano, dos quintas partes de las Naciones Unidas en el período, era ya parte del dominio decisivo de los Estados Unidos.

Las delegaciones norteamericanas impulsaron la misma propuesta en las primeras reuniones de UNESCO, en 1946, logrando que ésta creara una sección especialmente dedicada al libre flujo de la información. A fines de 1946, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la resolución 59 (1), que declaraba que "la libertad de información es un derecho humano fundamental y la piedra de toque de todas las libertades en cuya defensa las Naciones Unidas están interesadas", y agregaba que tal libertad "implica el derecho de reunir, de transferir y de publicar noticias en todas partes y donde sea, sin obstáculo alguno" (13).

La misma Asamblea votó una resolución que autorizaba la realización de una conferencia internacional sobre la libertad de información. Esta fue citada para 1948, y en ella Estados Unidos logró acuerdos que tendían al establecimiento de una estructura permanente de las Naciones Unidas para mantener la atención mundial fija sobre la cuestión de la libertad de expresión en el seno de las naciones y entre ellas. Las mociones norteamericanas fueron aprobadas, pero no sin desconfianza. "The Economist", por ejemplo, comentó entonces que "la mayoría de las delegaciones tuvieron la impresión de que los norteamericanos consideran la libertad de información como una extensión de la Ley de la Organización del Comercio Internacional más que como un tema aparte, importante en sí mismo" (14).

Los representantes europeos estaban ambivalentes. Gran Bretaña temía las consecuencias de la nueva doctrina sobre su dominio de las comunicaciones internacionales, pero veía también el surgimiento del poder soviético y la necesidad de formar un blo-

que ideológico con Estados Unidos. Para ello era preciso aprobar los principios norteamericanos, que protegían la propiedad privada de los medios de comunicación y su derecho a expandirse sin límites de ningún tipo. Así Estados Unidos logró imponer internacionalmente la doctrina del libre flujo, que desde entonces dominó las actividades de Naciones Unidas y de su organización cultural, la UNESCO, durante 30 años. Como dice Herbert Schiller, la génesis y extensión de dicha doctrina coincidió en la práctica con el breve y tumultuoso período de hegemonía indiscutida de los Estados Unidos en el mundo. "A posteriori, la coincidencia no parece de ninguna manera casual: la política del libre—cambio de información fue una de las condiciones previas para la expansión imperialista" (15).

Desde los años 50 en adelante, la expansión norteamericana alcanzó niveles nunca antes conocidos, y en el campo de las comunicaciones se extendió a los periódicos, publicidad, revistas, películas, radio, televisión, discos y libros. Nada quedó fuera de su imperio, y con el desarrollo de las tecnologías de telecomunicaciones y de la informática, consolidó un dominio muy difícil de contrarrestar. Tampoco olvidó Estados Unidos las lecciones extraídas de la experiencia con el control británico del sistema de comunicaciones por cable, y más tarde las compañías norteamericanas fueron las primeras, con enormes subsidios gubernamentales, en desarrollar las comunicaciones por satélite, a las que rápidamente monopolizaron.

La aceptación de la dependencia en el campo de las noticias, sin embargo, tuvo una importancia histórica fundamental para la posterior expansión anglo—sajona en todas las áreas de la comunicación masiva. Como dice Jeremy Tunstall en su libro, "Los medios son Americanos", "el hecho de ser dependiente de países extranjeros para la obtención de información sobre política puede haber sido una píldora muy difícil de digerir. Pero los ministerios de relaciones exteriores, enfrentados a la alternativa de no tener tal información, o tener que confiar enteramente en sus propios diplomáticos, se tragaron la píldora. Después de esto, la aceptación del entretenimiento enviado desde el extranjero era fácil; y la aceptación de la publicidad extranjera, más fácil todavía" (16). Y es que

en verdad los medios de comunicación, y en particular las noticias, son política y comercio. De allí que su desarrollo y expansión estén tan íntimamente ligados al desarrollo y expansión de las potencias mundiales, y constituyen la muestra más visible de las actuales formas de dependencia y dominación en el mundo.

CAPITULO II

CARACTERISTICAS ACTUALES DE LAS MAYORES AGENCIAS

Con excepción de la AFP, en cuyo Consejo hay representantes directos del gobierno y los medios estatales franceses, la propiedad y el control de las restantes agencias occidentales están en manos de grupos de medios impresos de sus respectivos países. Sólo la UPI pertenece a una compañía privada dueña de una cadena de periódicos y de otros intereses, pero su propiedad futura es incierta, y probablemente pronto adopte un esquema similar al de la AP o Reuters, que incluyen asociaciones de medios.

El presupuesto de estas agencias es mucho menor que el de las empresas transnacionales que actúan en otras áreas de la economía, pero excede con creces el de cualquier otra agencia en el mundo, y se cuenta en cifras superiores a los 100 millones de dólares al año. Cada una de ellas emplea entre 1.000 y 2.000 personas a tiempo completo, y vende sus servicios a docenas de países con totales de seis a doce mil clientes cada una. Todas recogen y venden noticias en países subdesarrollados, pero el grueso de sus ingresos y gastos están concentrados, en todos los casos, en Estados Unidos y Europa Occidental. Desde un punto de vista económico,

la viabilidad de sus operaciones en el Tercer Mundo depende de los ingresos y ganancias provenientes de los países industrializados pero, por otra parte, la explotación de tales mercados avanzados también depende de su capacidad para entregarle informaciones sobre los mercados dependientes del Tercer Mundo.

Esto explica las contradicciones de muchas declaraciones y acciones de sus directivos, quienes gustan de destacar que sus operaciones en el Tercer Mundo no son rentables y que no justifican los gastos que demandaría una cobertura más acabada de estos países, pero luchan al mismo tiempo para mantener y acrecentar su dominio de los mercados informativos subdesarrollados. En última instancia, sin embargo, la viabilidad de estas empresas depende de sus ingresos en los países industrializados. Esto queda más claro aún, cuando se examinan los problemas de la UPI, y explica también por qué no es posible esperar de ellas un despliegue de recursos ni intereses informativos compatibles con las necesidades de los países subdesarrollados.

Es muy probable que varios aspectos de la dependencia visible en los países subdesarrollados con respecto a las agencias transnacionales se reproduzcan en las relaciones de TASS con los países de la órbita socialista, pero los estudios sobre tales países son mínimos y carecemos de antecedentes suficientes para substanciar el caso. Por otra parte, aunque este tema merecería estudios especiales, no es un factor determinante en el examen de los problemas informativos del Tercer Mundo ya que TASS, pese a sus dimensiones, está muy lejos de ser una fuente internacional tan decisiva como las agencias transnacionales de occidente.

Aunque la tendencia a la diversificación aparece a veces como un resultado de la competencia moderna entre las agencias transnacionales, ella está en la raíz histórica de cada una. Las agencias europeas nacieron como empresas dedicadas a la información financiera y comercial, y el servicio de noticias generales para los medios apareció más tarde, sin haber llegado nunca a transformarse en el eje de sus operaciones. Las agencias norteamericanas aparecieron primero como servicios de noticias generales para medios masivos, pero en las últimas décadas se han esforzado cada vez más para competir con el servicio económico de Reuters, la mayor agencia en este campo.

La diversificación va más allá, y alcanza hoy día a la provisión de noticias para televisión, con dos empresas que son las mayores del mundo y que están ligadas a Reuters y UPI; noticias para sistemas de televisión por cable; noticias grabadas para radio; venta de datos con ayuda computarizada; fotos y otros servicios. Pese a esta diversificación creciente, los núcleos más rentables de las operaciones de estas agencias están en sus relaciones con los principales centros y grupos económicos del mundo, a quienes venden servicios económicos y financieros en los que invierten recursos de la tecnología más avanzada. Sólo la AFP escapa a esta regla, pero a cambio de ello paga el precio de una relación demasiado cercana con su gobierno.

Este hecho ayuda a destacar un aspecto de gran importancia, que las agencias jamás mencionan: no es posible mantener operaciones de esta escala con los ingresos provenientes sólo de los medios masivos privados. Los recursos financieros necesarios para operar a este nivel sólo pueden surgir de dos lados: los gobiernos, o la empresa privada más poderosa, representada por intereses transnacionales, bancos, bolsas de comercio y otros relacionados. Las agencias transnacionales pueden vanagloriarse de su independencia financiera de los gobiernos, pero no pueden sostener lo mismo con respecto a los centros económicos privados de sus países, y ello explica su identificación total con los principios de la libre empresa capitalista de los países industrializados.

Los actuales estilos y valores noticiosos están impregnados de los parámetros fijados por estas agencias a lo largo de más de un siglo, y sus influencias se aprecian en todos los continentes, independientemente de los sistemas políticos y de otras variables. Hay muchos factores que explican este predominio, pero aquí veremos en más detalle sólo dos aspectos relacionados con su génesis: la standarización del producto informativo que resulta de la producción en gran escala, y la centralización editorial que caracteriza a las cuatro agencias transnacionales. Los resultados de esta influencia van mucho más allá que cualquier intención deliberada, y se traducen hoy en día en una homogeneidad aplastante de las noticias alrededor del mundo. Los efectos ideológicos son menos tangibles, pero no por eso son desdeñables: cuando la influencia es tan persistente y generalizada como la que surge de estas agencias,

las dificultades para ver el mundo con esquemas diferentes de los suyos son enormes . . . y esto pueden demostrarlo todos los periodistas que aún hoy no creen que es posible ser profesional a menos que se usen los standards de la AP.

Propiedad y Control

La **Associated Press** es una cooperativa sin fines de lucro, regida por la Membership Corporations Law del Estado de Nueva York. Tiene miembros de dos categorías: regulares y asociados, pero sólo los miembros regulares, que sólo son periódicos, tienen derecho a voto, a razón de uno por periódico. Los miembros regulares pueden comprar bonos de la corporación, aunque estos bonos no entregan beneficios económicos a sus miembros, y el número de votos es proporcional -hasta cierto límite- al número de bonos existentes. En 1971 se abrió la posibilidad de que periódicos canadienses se incorporaran como miembros regulares de la cooperativa, pero tal calidad permanece cerrada, por disposiciones de la ley neoyorkina, para otros periódicos y medios extranjeros.

Los miembros regulares eligen un Consejo de Administración formado por no menos de 18 o no más de 21 administradores. La Asamblea General de miembros, celebrada en abril de cada año, elige cada vez seis miembros de dicho consejo, con lo cual se asegura una cuota de renovación y de permanencia del mismo. Del total de 21 miembros, tres deben ser representantes de periódicos publicados en ciudades con menos de 50 mil habitantes, y otros tres representan a los miembros radiodifusores asociados. El Consejo de Administración elige un Consejo Ejecutivo de cinco miembros que cumplen funciones de Presidente, Vice-Presidente, Director General responsable del funcionamiento de la agencia, Secretario y Tesorero. El Consejo determina la parte del costo del funcionamiento que corresponde a cada miembro de la cooperativa, la cual es estimada tomando en cuenta el tamaño de la población en la zona servida por el medio que represente (17).

Los miembros asociados son en la práctica meros suscriptores de la AP, y constituyen una mayoría de radiodifusoras norteamericanas y medios extranjeros. Sus posibilidades para influenciar las

decisiones de la AP son mínimas, ya que, como observa Read, "si los editores de periódicos norteamericanos que han controlado siempre a la AP vieran alguna vez su poder diluido, los beneficiarios serían las estaciones de radio y televisión de Estados Unidos, y no los suscriptores extranjeros, cuyo acceso al Consejo está bloqueado por la ley de Nueva York que excluye a los miembros extranjeros de las corporaciones sin fines de lucro. Esta limitación en la capacidad de los suscriptores extranjeros para influenciar la toma de decisiones en la AP sugiere que, a menos que haya un cambio, la mayor y la más antigua de las agencias, la Associated Press, continuará siendo internacional en sus operaciones, pero no en el control de la misma" (18).

La **United Press International**, UPI, es la mayor agencia en el mundo que es propiedad de una sola compañía. Su propietaria es E.W. Scripps Co., quien también posee la cadena de periódicos Scripps-Howard, United Feature Syndicate, Newspaper Enterprise Assn., el Almanaque Mundial y Scripps-Howard Broadcasting Co. El grupo de periódicos Hearst tiene una participación minoritaria en UPI (5 por ciento) desde 1958, cuando el Servicio Internacional de Noticias de Hearst fue absorbido por Scripps para formar la UPI (19).

La UPI no es por lo tanto una cooperativa de medios, ni tiene tampoco ninguna participación de entidades públicas, y no entrega informes anuales formales, aunque a partir de 1973 estableció una forma de "Informes de progreso". Pese a que la UPI es propiedad privada y fue organizada con fines de lucro, no ha entregado dividendos a sus accionistas en más de 10 años. La agencia sostiene que ni siquiera sus propietarios ejercen control editorial sobre los productos de la UPI, y probablemente hay una cuota de verdad en esto, ya que aparentemente Scripps la fundó, le dio el impulso inicial, y dejó que otros se ocuparan de ella más tarde. Pero esta falta de interés en el detalle de las operaciones periodísticas no significa que el grupo Scripps ignore su importancia: en los últimos años diversas investigaciones inspiradas por la legislación antitrust y antimonopólica de Estados Unidos mostraron que los periódicos de la cadena Scripps-Howard habían subsidiado las pérdidas de la agencia, pagando más por sus servicios que lo cobrado a otros suscriptores no miembros del grupo (20).

A partir de 1973, el grupo Scripps dio señales de querer ampliar el acceso al control y propiedad de la agencia. En 1973 formó un Consejo Asesor compuesto por clientes nacionales dueños de periódicos que participan en la formulación de algunas políticas generales de la agencia. A fines de 1979, Scripps-Howard anunció la intención de vender acciones de UPI a compañías de periódicos y radiodifusión, en bloques de 10 por ciento máximo. A principios de 1980, esta oferta fue retirada, aunque su Presidente anunció que la agencia seguía interesada en ampliar la composición de los accionistas. El Consejo Asesor manifestó entonces su deseo de que la propiedad de la UPI se mantenga en manos de propietarios de medios de Estados Unidos, y reforzó la idea de que en ningún caso se vendería acciones a una organización extranjera (21).

Debido a sus dificultades financieras -en 1980 tuvo pérdidas por 10 millones de dólares-, el grupo Scripps parecía dispuesto a vender el 90 por ciento de las acciones a un grupo selecto de medios norteamericanos, pero ésto sólo afectaba la propiedad de las operaciones domésticas. El servicio internacional de la UPI no entraba en la propuesta, y su propiedad parecía destinada a seguir en manos de Scripps-Howard y Hearst. El fracaso en la formación de una cooperativa estrictamente norteamericana -UPI informó que habían surgido muchos interesados, pero no los suficientes para cubrir las cantidades envueltas en la operación- y las reiteradas pérdidas hicieron que en 1981 el grupo Scripps se acercara a Reuters con una nueva oferta de venta. Reuters manifestó interés en la compra, pero al parecer no llegaron a un acuerdo. La propiedad futura de la UPI sigue siendo incierta, aunque en el intertanto comenzó nuevas inversiones y renovaciones tecnológicas destinadas a mejorar la rentabilidad de sus operaciones (22).

Reuters dejó de ser propiedad de una sola familia en 1915, junto con la muerte del hijo de Julius Reuter. A fines de 1916 se formó una compañía privada, llamada Reuters Limited, con la ayuda del Union Bank de Escocia. Los servicios de la agencia fueron reorganizados bajo la conducción del nuevo Director General, Roderick Jones, quien dirigió la agencia hasta 1941. Fue Jones quien, en 1925, invitó a los periódicos británicos a compartir la mayoría de las acciones de la compañía. La mitad de las acciones fueron ofrecidas a la Press Association, representante de los perió-

dicos de provincia, y la otra mitad a la Newspapers Proprietors' Association, representantes de los diarios de Londres. Pero sólo los periódicos de provincia aceptaron la oferta, y desde 1925 a 1941 su asociación pasó a ser la mayor accionista de Reuters. En 1941, la mitad de las acciones de la Press Association fueron compradas por la Newspapers Proprietors' Association y Reuters pasó a ser un trust. Desde esa fecha la agencia ha sido propiedad cooperativa de la prensa inglesa, con excepción del "Daily", que es solamente cliente (23).

En la actualidad Reuters es una compañía limitada, incorporada bajo el Companies Act de Gran Bretaña. Las asociaciones de la prensa inglesa, Press Association y Newspapers Publishers' Association, comparten partes casi iguales del capital, llegando en conjunto al 88 por ciento. El restante 12 por ciento es compartido por la Australian Associated Press, representante de los periódicos australianos, y la New Zealand Press Association, representante de los periódicos de Nueva Zelandia. La dirección de la compañía está en manos de un Consejo compuesto por un Presidente, un Director General y nueve Directores de los cuales dos son ejecutivos. El Director General designa un Comité Ejecutivo encargado de la planificación y puesta en práctica de las operaciones de Reuters.

Reuters es la única de las grandes agencias que no sirve directamente a la prensa nacional de su país sede. Este hecho se remonta al siglo pasado, cuando la carestía y los defectos de sus servicios empujaron a los periódicos provinciales de Inglaterra a formar su propia agencia nacional, llamada Press Association, como cooperativa encargada de la recolección y distribución de noticias nacionales. En lugar de competir, Reuters hizo un acuerdo con la Press Association, según el cual PA recibía sus servicios con derechos de distribución exclusiva a los periódicos de provincia, y le entregaba a su vez su propio servicio de noticias nacionales para utilización en el servicio internacional de Reuters. PA pagaba, además, por este intercambio, y Reuters retenía el derecho al contacto directo con la gran prensa nacional ubicada en Londres, más lucrativa para los servicios económicos internacionales de la agencia (24).

Las bases de este acuerdo se mantienen hasta hoy, razón por la cual Reuters no opera como agencia nacional en su propio mer-

cado. Al mismo tiempo, ello significa que los propietarios de Reuters, las asociaciones locales de periódicos, han tenido que sufrir menos que los propietarios de otras agencias internacionales los crecientes costos de las operaciones, ya que las principales fuentes de ingreso han estado cada vez más en la clientela en el exterior.

Agence France Presse, AFP, es la sucesora directa de Havas, la agencia fundada el siglo pasado. La Segunda Guerra Mundial interrumpió las actividades de Havas. Algunos de sus ex-corresponsales formaron la Agencia Francesa Independiente, en Londres, y otros, de tendencia antigauillista, formaron la Agencia Francia-Africa en Argelia. Durante la ocupación alemana, además, la resistencia y el gobierno habían formado la Agencia de Información y Documentación. La unión de estas tres dio nacimiento a la actual AFP en 1944, cuya forma jurídica actual fue establecida por el Parlamento francés en 1957 (25).

De las cuatro grandes agencias occidentales, la AFP es la única en la cual su gobierno tiene una ingerencia directa. La agencia es un organismo público, y su Director General es designado por un Consejo de Administración de 15 miembros: 8 de ellos son directores de medios; otros dos son representantes de la radiodifusión estatal; también hay dos representantes del personal de la agencia, uno de los cuales debe ser periodista; y tres representantes de los servicios públicos que utilizan sus servicios, designados respectivamente por el Primer Ministro, el Ministro de Asuntos Exteriores, y el Ministro de Finanzas. Por encima de este organismo hay un Consejo Superior encargado de velar por el cumplimiento de las obligaciones de la agencia, formado por cuatro representantes de los medios, un magistrado de la Corte Suprema y un miembro del Parlamento, quien lo preside. También tiene una Comisión de Finanzas, formada por dos miembros de la Corte de Cuentas Fiscales y un contador designado por el Ministro de Finanzas.

Las posibilidades de influencia política en los asuntos de la AFP parecen residir principalmente en los representantes gubernamentales del Consejo Administrativo y sus dos Consejos Superiores, en primer lugar, y en la importancia de las oficinas gubernamentales que son clientes de los servicios de la agencia, en segundo lugar, ya que ellas proveen más de la mitad de los ingresos de la

AFP. De hecho, la designación del Director General se ha rodeado muchas veces de críticas por presiones gubernamentales directas e indirectas, y el Director General nominado en 1979, Henri Pigeat, fue criticado por los periodistas por sus antecedentes como Director del Servicio de Informaciones del Gobierno (26).

Servicios y Escala de Operaciones

La **Associated Press** es la mayor agencia norteamericana y la segunda entre las mayores agencias del mundo. A fines de 1979 su presupuesto anual alcanzaba los 121 millones de dólares, una suma no comparable con la de las otras grandes empresas transnacionales, pero tremendamente superior al presupuesto de las agencias nacionales existentes en el mundo. Al mismo tiempo, decía tener casi 12 mil clientes: 1.365 periódicos miembros de la cooperativa en Estados Unidos; otros 3.600 miembros asociados de la radio y televisión en su país; y un total de 7.000 clientes extranjeros, entre los cuales se cuenta una cantidad indeterminada de organizaciones no relacionadas directamente con los medios masivos (27). En 1980 tenía 120 oficinas en Estados Unidos y 63 oficinas en otros países, y un total de 1.904 empleados a tiempo completo en todo el mundo, de los cuales 498 estaban situados fuera de Estados Unidos (28). Los servicios de la AP, noticias y fotos, llegan a más de 110 países en el mundo.

Los servicios de la AP incluyen, además de las noticias en general, un Informe Económico y un Informe Financiero preparado y comercializado en conjunto con Dow Jones Inc., editor del Wall Street Journal, y con Telerate, un importante servicio computarizado de información financiera en Estados Unidos. Ellos forman el servicio AP—DJ, un serio competidor del servicio económico de Reuters, que tiene sus propios corresponsales y que en 1981 tenía casi 800 clientes en alrededor de 50 países.

Datos proporcionados por la AP a UNESCO en 1978 decían que por sus canales circulan 17 millones de palabras al día, una cifra que seguramente incluye traducciones y otros aspectos que aumentan el volumen real. Su red de telecomunicaciones está formada por los más avanzados sistemas de computarización y sofisticados terminales para la edición automatizada de los mensajes. Las

fotos y las noticias de la AP circulan en ambos sentidos por América, Europa y Asia gracias a circuitos cablegráficos y satélites. Las conexiones entre Estados Unidos y América Latina se mantienen por medio de cables, microondas, radio y satélites. En aquellas áreas no conectadas por cable o satélite, la AP usa radiotransmisores instalados en Nueva York, Londres y Tokio para enviar sus fotos y noticias.

El idioma de la AP es el inglés: todas sus noticias son transmitidas en inglés y traducidas cuando es necesario, en los puntos de recepción. La única excepción a esta regla es América Latina: las noticias para esta región son traducidas en Nueva York, y retransmitidas al área en castellano. La traducción al portugués se hace en Brasil, a partir del castellano. El servicio de fotos de la AP llega a 700 clientes en Estados Unidos y más de 2.000 clientes en el resto del mundo, y es el más importante del mundo en tamaño y alcance de sus operaciones. Sólo en Europa, el servicio de radiofotos ocupa canales que llegan a 21 países.

La AP tiene dos centros de computación. El más importante es el de Nueva York, que recibe los informes de las corresponsalías de América Latina, directamente, y de Asia indirectamente, por conducto de Tokio. Otro computador en Londres recibe los informes desde Europa, África y Medio Oriente, desde donde son retransmitidos automáticamente al centro en Nueva York. Los centros regionales, Tokio y Londres, tienen algunas funciones editoriales parciales, pero la central de Nueva York concentra el mayor poder editorial en la producción de los servicios, y su regionalización es más técnica que periodística.

United Press International es la segunda gran agencia internacional de los Estados Unidos, y la tercera entre las transnacionales. En 1978 su presupuesto anual llegaba a los 75 millones de dólares, y servía a 7.079 clientes en 92 países, de los cuales 2.246 eran clientes extranjeros, incluyendo a 36 agencias nacionales. El resto de sus suscriptores estaba formado por 1.134 periódicos y 3.699 estaciones de radio y televisión en los Estados Unidos. Según datos proporcionados por la agencia a UNESCO en 1978, UPI tenía un total de 96 oficinas en su país y otras 81 en el extranjero, y

1.823 empleados a tiempo completo, 578 de los cuales estaban en sus oficinas en el exterior (29). Otras informaciones surgidas de la misma agencia, y más realista que las anteriores, dicen que en 1979 tenía un total de 1.000 empleados, de los cuales 200 estaban situados en el exterior. La misma fuente indica que entonces tenía un total de 5.664 clientes, incluyendo a 946 clientes de otros países (30).

Tales cifras indican que alrededor del 20 por ciento de los clientes de la UPI eran extranjeros, mientras que en el caso de la AP estos llegan casi al 60 por ciento de su clientela total. Otras fuentes indican que la AP supera a la UPI también en el mercado nacional: en 1980 la AP decía haber capturado el 75 por ciento del mercado de los periódicos norteamericanos, y que el 58 por ciento de ellos compraban sólo su servicio. En la radiodifusión, la AP parecía llegar al 67 por ciento de las estaciones, mientras que la UPI llegaba al 53 por ciento de ellas (31).

En 1979, la UPI producía, según informes, alrededor de 11 millones de palabras al día, y 200 fotos diarias de su servicio UPI Newspictures que llegaban a 700 clientes nacionales y otros 700 clientes extranjeros. A diferencia de AP, UPI opera también en el campo de la noticia filmada para televisión. Esto ocurre a través de UPITN, propiedad conjunta de UPI, Independent Television News de Gran Bretaña, y Global Communications Corporation. UPITN es la segunda mayor agencia de noticias filmada en el mundo, y sirve a 120 estaciones de televisión de 70 países, entregando también material filmado para las cadenas ABC y NBC de Estados Unidos (32). La UPI también entró en el mercado de los datos financieros, aunque en menor medida que Reuters y AP. UPI vende a los medios norteamericanos un servicio llamado UPI Unistox, el cual es un sistema de alta velocidad para la entrega de informaciones sobre el mercado accionario. Este servicio surgió como resultado de su competencia con el AP—DJ, y fue creado a mediados de los años setenta en conjunto con el Commodity News Service de Chicago.

La central de la UPI está en Nueva York, pero mantiene un centro regional computarizado, técnico y editorial, en Bruselas. Este centro sirve para Europa, Africa y Medio Oriente. En Hong

Kong se encuentra su segundo centro computarizado, y sirve a Australia y Asia. La central de Nueva York se conecta con las corresponsalías y clientes de Estados Unidos, Canadá y América Latina, y recibe los flujos de Bruselas y Hong Kong. La central neoyorkina entrega, además, un servicio informativo para los sistemas de televisión por cable en el país, que incluye noticias, predicciones atmosféricas, deportes, información financiera y otros. Este es uno de sus servicios más exitosos y sirve a más de 300 sistemas de TV por cable en Estados Unidos.

Después de la Segunda Guerra Mundial UPI entregaba varios servicios en idioma local a sus clientes extranjeros, pero a medida que las agencias nacionales crecieron en algunos países y los costos aumentaron, cambió el sistema. En la actualidad entrega sus servicios en inglés, y se les traduce en sus puntos de recepción gracias a algunos acuerdos con agencias como DPA (alemán), ANSA (italiano), EFE (español), etc. En el caso de América Latina, sin embargo, las traducciones se realizan en la central de Nueva York, quién también recibe directamente y sin mediación de ningún centro regional las informaciones de sus corresponsalías en la región.

Reuters: A mediados de 1970 esta agencia ocupaba el segundo lugar, después de la AP, entre las grandes del mundo. En 1976 tenía un presupuesto operativo de 42 millones de libras esterlinas (unos 70 millones de dólares). En 1980, sin embargo, sus ingresos llegaron a los 90 millones de libras y certificó ganancias por 4.1 millones de libras. El éxito de sus operaciones aumentó nuevamente en 1981, y en mayo de 1982 la agencia registró ingresos netos por 24 millones de dólares, al mismo tiempo que pagó a sus accionistas los primeros dividendos de los últimos 41 años (33).

Algunos analistas esperaban que las ganancias de la agencia duplicaran esa cifra en 1982, a raíz de lo cual surgieron algunas propuestas para que vendiera acciones. La propuesta surgió de dos grupos ingleses que mantienen una participación en Reuters, y que al parecer esperan que la venta de acciones tan rentables les ayude a enfrentar pérdidas acumuladas en sus respectivos periódicos. A fines de 1982 no se conocía aún el curso de esta propuesta, pero era claro que Reuters había pasado al primer lugar entre las cuatro grandes agencias transnacionales.

Datos recogidos por UNESCO en 1978 decían que Reuters tenía casi 7.000 clientes en 150 países: 40 en África; 28 en Europa; 21 en Asia; 22 en Medio Oriente; 15 en América Latina; 15 en el Caribe; 3 en América del Norte y 6 en el Pacífico. Sus oficinas, sin embargo, se ubican en 60 países, mientras que a los 90 restantes llega por medio de acuerdos con agencias nacionales con las que tiene contrato, y otras asociadas en las que tiene participación de propiedad y control como ocurre con LATIN y CANA en nuestra región. Reuters tiene un staff compuesto por un total de 2.000 personas, de los cuales 350 son corresponsales a tiempo completo, asistidos por más de 800 part-time. Los corresponsales de Reuters tienen acceso a los boletines de 122 agencias nacionales y privadas de 108 países, y producen un promedio de 1.5 millón de palabras al día (34).

Reuters opera el mayor servicio de informaciones económicas del mundo: Reuters Economic Services, RES, que sirve especialmente a banqueros, brokers, comerciantes e industriales. En 1964 puso a disposición de sus clientes un servicio computarizado ultrarápido para la obtención de datos de la Bolsa en Nueva York: los suscriptores están ligados con una línea permanente al computador de Reuters en Londres, el cual recibe instantáneamente y también con apoyo computarizado, las informaciones del Stock Exchange en Nueva York. Así reciben al instante, con una unidad operada como calculadora de bolsillo, los últimos precios de cualquier cambio en la Bolsa de Nueva York. Reuters expandió pronto el sistema, incorporando a otros importantes centros financieros del mundo, y actualmente cubre de este modo la mayor parte de los intercambios de valores y mercancías en el mundo. El servicio RES distribuye datos de 38 centros en más de 20 países, a importantes empresas y bancos de 80 países, y es su principal fuente de ingresos. Otros dos servicios rentables de la agencia son las noticias para los medios masivos y su servicio para Estados Unidos, pero ninguno de ellos compite con los montos de las operaciones y ganancias del RES, que le proporciona el 80 por ciento de sus ingresos.

Reuters también tiene servicios para la televisión por cable, servicios de audio para radiodifusoras, y noticias especiales (features), además de su Servicio Mundial (RWS) de noticias. Tiene participación de propiedad mayoritaria junto con la BBC de Londres,

en VISNEWS, la mayor agencia del mundo en noticias filmadas para la televisión, que en 1979 servía a 200 televisoras públicas y privadas de 98 países (35).

La central de Reuters está en Londres, desde donde opera con un avanzado sistema computarizado para la organización de su tráfico informativo, el Automatic Data Exchange, ADX. Desde allí mantiene un estricto control editorial de sus servicios, cuyo idioma principal es el inglés. También en Londres se encuentra el Desk Francés, que prepara las noticias para sus numerosos clientes de habla francesa en Africa y Europa. Reuters aparece menos descentralizado aún que las restantes agencias, pero al mismo tiempo tiene un mayor grado de involucramiento en asuntos locales extranjeros, ya que sus políticas incluyen el objetivo de participar como asesor en la creación de agencias nacionales, y participa también como socio en algunas agencias subregionales del Tercer Mundo. Ha realizado enormes inversiones en nueva tecnología, como la usada, por ejemplo, para el RES, pero ella no parece haber disminuido el férreo control de Londres sobre todas las operaciones y la labor editorial de la agencia.

El presupuesto de **Agence France Presse** es bastante menor que el de las tres agencias vistas antes, y se estimaba en alrededor de 43 millones de dólares para 1976, la mayor parte de los cuales venían de sus clientes estatales franceses (36). Phil Harris le atribuye alrededor de 12.000 clientes (37), y la monografía de la UNESCO ubica a estos suscriptores en 129 países distribuidos de la siguiente manera: 42 en Africa; 2 en América del Norte; 20 en América Latina y el Caribe; 18 en Asia; 26 en Europa; 2 en Oceanía y 19 en el Cercano Oriente (38).

La misma fuente le adjudicaba un total de 108 oficinas y corresponsales en 92 países, distribuidos en 32 corresponsalías en Africa; 29 en Europa; 18 en el Cercano Oriente; 5 en la América del Norte; 8 en América Central; 17 en América del Sur; 19 en Asia y una en Oceanía. También tenía 13 divisiones regionales en Francia, con 80 periodistas y más de 1.200 stringers. El personal total de la agencia incluía a 2.000 empleados, divididos en 800 periodistas, 170 corresponsales y los restantes, cuadros técnicos y administrativos.

La AFP sostiene que su volumen informativo llega casi a los 3.5 millones de palabras, divididas en 1.350.000 transmitidas por cable; un millón de palabras por radioteletipo; y poco más de un millón enviados por satélite. En su central en París, mantiene escritorios en francés, inglés, castellano y alemán, y sus noticias son traducidas al portugués y árabe en otros lugares de recepción. Además tiene un servicio de fotos con 42 puntos de distribución en Francia, que entrega un promedio de 50 fotos por día y un servicio de audio para radio y televisión. Tiene acuerdos de intercambios con 54 agencias nacionales, públicas y privadas, de las cuales 20 están en Europa, 14 en Africa, 5 en Cercano Oriente, 9 en Asia y 6 en América. Además, vende sus servicios a otras 15 agencias, de las cuales 5 están en Africa, 3 en el Cercano Oriente, 4 en Asia y 3 en América. Por medio de estos intercambios y ventas, la AFP llega a un total de 167 países y territorios.

La transición a la tecnología avanzada de comunicaciones ha sido más lenta en la AFP que en las restantes agencias debido a sus características de propiedad y control, ya que no siempre las entidades públicas están dispuestas a invertir los montos que empresas privadas y comerciales arriesgan en sus operaciones. Hasta 1980 no había señales de que el gobierno o el público francés vieses razones para dejar que la agencia desapareciera del contexto de la noticia mundial. Al contrario, la continuación de un papel más activo para Francia en la política internacional ha jugado probablemente a favor de la agencia, y le asegura posibilidades de seguir contando con el apoyo estatal para la expansión y consolidación de sus operaciones en el exterior.

La Quinta Agencia Mundial: TASS

Antes dijimos que la agencia soviética TASS es la versión comunista de las grandes agencias occidentales. TASS depende del Consejo de Ministros de la Unión Soviética, y es dirigida por un Director y 5 Diputados. Estos, sumados a los jefes de departamento de la agencia, forman un Colegio encargado de la marcha de sus asuntos. A diferencia de las agencias occidentales, TASS depende sólo del gobierno, y hace mención explícita de sus objetivos de servir al Estado y al pueblo soviético en todas sus actividades.

TASS es la agencia internacional oficial de la Unión Soviética, pero su fuerza doméstica está dada por las agencias nacionales de las 14 repúblicas que forman la unión, quienes dependen de ella. TASS cubre el territorio soviético con 6 grandes oficinas y 72 corresponsales individuales. Contando además las corresponsalías de las agencias nacionales que forman su red, tiene un total de 500 periodistas dentro de la Unión Soviética. En el exterior, la agencia dice tener 40 oficinas y 61 corresponsales individuales que cubren un total de 110 países. Está conectada con 28 países por canales bidireccionales de teletipo. Su clientela total está formada por 13.000 suscriptores, entre los que cuenta 3.880 periódicos soviéticos y 325 agencias, ministerios de información, periódicos, revistas y estaciones de radio y televisión en 80 países (39).

Sus servicios incluyen también fotografías, que TASS distribuye a 40 países, y un servicio económico especializado. El servicio mundial de TASS es una de sus actividades centrales, y sus objetivos, tal como son definidos por la agencia, son los siguientes: "explicar sistemáticamente a los lectores extranjeros la política exterior, amante de la paz, del Gobierno Soviético y del Partido Comunista de la Unión Soviética; informar en detalle las actividades de política exterior del país; diseminar información sobre los logros del verdadero socialismo en la economía, ciencia y cultura; publicitar el estilo soviético de vida; exponer las maniobras y calumnias de la ideología burguesa; e informar al pueblo de todos los países sobre los principales hechos en la Unión Soviética y en el exterior" (40).

La principal clientela extranjera de TASS se encuentra en los países de Europa Oriental, con cuyas agencias nacionales mantiene acuerdos de intercambio que no envuelven ingresos monetarios. Las agencias de tales países dependen en gran medida de las noticias internacionales de TASS, y sólo dos de ellas tienen mayor autonomía en la recolección de noticias internacionales: TANJUG, de Yugoslavia, y ADN, de Alemania Oriental. TANJUG tenía 46 corresponsales extranjeros en 1978, y actuaba además como centro principal del Pool de No Alineados, cuyas noticias formaban el 16 por ciento de su boletín internacional. ADN, por su parte, tenía corresponsales propios en 32 capitales importantes del mundo. De todas las agencias socialistas, sólo TANJUG parece hacer un

uso bastante liberal de los servicios de occidente: en 1977, las noticias obtenidas por vía de las grandes agencias occidentales respondían por el 37 por ciento de sus noticias internacionales, mientras que sólo un 3 por ciento correspondía a noticias provenientes de agencias nacionales de países de la órbita socialista (41). Las restantes agencias socialistas también reciben los servicios de las agencias occidentales, pero lo usan en mucho menor medida.

TASS está suscrita a los servicios de AP, UPI, Reuters y AFP, a quienes entrega también sus servicios informativos. No conocemos estudios del contenido de TASS, pero su carácter de empresa orientada por fines políticos y de propaganda explican el hecho evidente de que su recepción en los países occidentales es mínimo. El número de clientes extranjeros que cuenta la propia agencia es, además, muy bajo en comparación con la clientela de las grandes agencias occidentales, de allí que su posición no sea de especial relevancia cuando se estudian los problemas del equilibrio noticioso en el occidente y en el Tercer Mundo.

A la inversa, la importancia de la esfera socialista para las agencias occidentales también es mínima. Existen, por una parte, las limitaciones impuestas por los gobiernos de tales países a la penetración de las agencias occidentales. El número de corresponsales extranjeros, por ejemplo, es limitado y se negocia en relación con el número de diplomáticos socialistas aceptados en los países de occidente. A ello se suman las restricciones de mercado: los medios socialistas no constituyen una clientela posible ni solvente, ya que sólo se puede llegar hasta ellos a través de sus propias agencias nacionales, que entregan a los medios locales una selección de noticias de los servicios occidentales. Un resultado de estas restricciones es la pobreza cuantitativa y cualitativa de la cobertura de los países socialistas en los servicios occidentales, quienes le conceden un porcentaje todavía menor que el que obtienen los países del Tercer Mundo en tales servicios.

Las razones políticas, sin embargo hacen que estos países sean cubiertos, aunque de modo muy insuficiente, a pesar de que en sí mismos no constituyen un mercado para las agencias transnacionales. Estas mismas razones hacen que algunos autores critiquen la falta de interés de las agencias occidentales en la cobertura

del mundo socialista: pese a que el número de corresponsales en Moscú es limitado por el gobierno soviético, por ejemplo, ninguna de las cuatro agencias usa el máximo de su cuota. TASS aparece mucho más interesada en el mundo capitalista que las agencias occidentales en el mundo socialista, pero no existen estudios de contenido que muestren los resultados de tal interés en el producto informativo de la agencia soviética.

A Quiénes Sirven Las Agencias Occidentales

Las cuatro grandes agencias de occidente muestran otra característica común: la mayor parte de sus gastos de operaciones y de sus ingresos están concentrados en los mercados más solventes del mundo, y la importancia de sus respectivos mercados nacionales es muy alta, incluso para Reuters, que no cumple funciones de agencia nacional.

Las agencias sostienen que sus servicios mundiales de noticias para medios masivos no producen ganancias significativas, y más bien inducen a pérdidas. A fines de 1970, sólo Associated Press decía lograr ganancias por esta vía. UPI trabajaba a pérdida; Reuters obtenía pingües ganancias por su servicio económico y financiero, pero su servicio noticioso para medios representaba sólo el 15 por ciento de sus ingresos; y las operaciones de la AFP en el exterior podían ser mantenidas gracias a los ingresos derivados de su clientela estatal en Francia. Incluso las ganancias de la AP dependen en un porcentaje no conocido de sus servicios AP/DJ, de noticias económicas y financieras para clientes que no son medios masivos, y que venden también a los medios.

Con todo, los gastos operativos derivados de las redes mundiales son significativos en los presupuestos de las cuatro agencias. En 1976, el 20 por ciento del presupuesto de Associated Press correspondía al servicio internacional de noticias, y otros 20 por ciento, a sus servicios para radiodifusoras en Estados Unidos. Ambos grupos producían ganancias, según la AP, pero esas ganancias sólo llegaban a unos pocos millones de dólares. En el caso de la UPI, la clientela extranjera respondía por el 25 por ciento de sus ingresos anuales, y por el 33 por ciento de sus costos de operaciones (42).

Los mercados extranjeros más importantes para las agencias norteamericanas en el período de post-guerra han sido Europa Occidental y América Latina. A fines de los setenta, América Latina producía ingresos mayores que costos para la Associated Press, pero para UPI esta región significaba el 4 por ciento de sus ingresos y el 5 por ciento de sus costos. En conjunto, los ingresos derivados de las operaciones en áreas subdesarrolladas son muy bajos, según las ganancias. Keith Fuller, Presidente de la AP, dijo en 1978 que el ingreso total de la agencia en los países menos desarrollados constituye apenas el 1 por ciento de sus ingresos globales, y Stan Swinton, Vice-Presidente de la agencia, estimaba que los costos de cobertura del Tercer Mundo eran quince veces mayores que los ingresos recibidos de ella (43).

En el caso de Reuters, que a diferencia de las restantes agencias no opera como agencia nacional, el 84 por ciento de sus ingresos deriva de sus servicios internacionales, y la mayor parte de ellos corresponde a los servicios económicos que vende a clientes del sector finanzas, comercio e industria, de modo que el servicio noticioso propiamente tal responde por una pequeña parte de sus operaciones. Los costos de recolección y distribución de noticias en su mercado nacional también son reducidos en comparación con otras agencias, ya que para ello actúa en asociación con la Press Association que es uno de sus dueños. El mercado nacional inglés no podría sostener a Reuters como agencia mundial, pero los ingresos derivados de él son de cualquier modo bastante altos, y junto con Europa Occidental responde por el 63 por ciento de los ingresos totales, seguidos por América del Norte con 19 por ciento, y las tres regiones del Tercer Mundo que en conjunto respondían sólo por el 18 por ciento de sus ingresos en 1977 (44).

Agence France Presse, al igual que las agencias norteamericanas, depende en gran parte de los ingresos derivados de su mercado nacional, pero se diferencia de ellas en que sus principales clientes nacionales no son los medios, sino entidades estatales y públicas. En 1978, el conjunto de las oficinas gubernamentales y la radiodifusión francesa respondían por el 65 por ciento del ingreso total en AFP. A principios de los años 70, los clientes extranjeros ocupaban el 18 por ciento del presupuesto de una agencia, sólo un poco menos que los medios franceses privados, pero a fines

de los 70 esta tendencia había cambiado, y hoy los clientes nacionales privados ocupan bastante más espacio en su presupuesto que sus suscriptores extranjeros (45). El mercado más importante de la AFP está, al igual que Reuters, en Europa Occidental; en África su presencia es más visible que la de cualquier otra agencia, y en América Latina tiene más clientes directos que la agencia inglesa.

Las cifras anteriores, aunque no entregan una visión tan confiable de las operaciones de las agencias, sugieren que, efectivamente, el servicio noticioso internacional para los medios masivos extranjeros no es una empresa tan rentable. Incluso en Reuters, cuyos ingresos extranjeros son claramente superiores a los de las restantes agencias, el grueso de ellos proviene de la venta de información comercial y financiera a clientes de otros sectores, y no a los medios. Pero no es tan fácil sacar conclusiones de este hecho. Si bien las inversiones no entregan una rentabilidad directa significativa, ello atañe sólo a las ganancias derivadas por ventas en mercados subdesarrollados. Las ganancias indirectas, derivadas de la certeza de ganar en competitividad para el servicio de los mercados nacionales e industrializados que les interesan, son enormes y no pueden ser calculadas.

Esto quiere decir que su capacidad de ventas a sus propios medios nacionales, y a los clientes privados y estatales que compran sus servicios en los países industrializados, está en directa relación con la capacidad de cobertura internacional que ellas tienen. Si no tuviesen tal cobertura, no podrían obtener tantas ganancias de sus operaciones domésticas. Esto se hace evidente al comparar los precios de sus servicios, ya que los medios y clientes de los países sede de estas agencias están mejor dispuestos a pagar un servicio que les entrega noticias nacionales e internacionales, y que combina con ello un enfoque que resulta concordante con sus propios intereses. Así, por ejemplo, *Le Monde* pagaba en 1974 42 mil francos mensuales por el servicio de la AFP, mientras que a UPI le pagaba sólo 4.200, 6.790 por AP y 7.840 por Reuters. Un periódico de 160 mil ejemplares en Estados Unidos pagaba en la misma época 200 mil dólares anuales por los servicios de AP, casi diez veces más que lo que costaba el mismo servicio a *Le Monde*. La suscripción a Reuters costaba aproximadamente 30 mil libras

esterlinas a un periódico inglés, mientras que los servicios norteamericanos costaban al mismo periódico 8 mil libras (46).

Por supuesto, ello implica la capacidad de dichos medios de pagar tales cifras, tremendamente superiores a las cifras que puede pagar cualquier periódico del Tercer Mundo por el mismo servicio. Pero en conjunto indica, lo que es más importante, que las orientaciones editoriales de las agencias internacionales no pueden sino ser congruentes con las demandas e intereses de la clientela de sus propios países: ellos constituyen su mejor mercado y la fuente de sus mayores ganancias.

Más allá de la clientela nacional, también es evidente que los sectores financieros, comerciales, industriales y las entidades estatales de los principales países industrializados son el objetivo principal de las operaciones de estas agencias. Esto significa que sirven principalmente a Estados Unidos y Europa Occidental, y que sus conexiones con las élites de poder económico y político son directas, ya que ninguna de ellas se limita a vender sólo noticias para los medios masivos. Los requerimientos informativos del Tercer Mundo no pueden jugar un rol determinante en este contexto, y así lo han dicho en algunas ocasiones los directivos de estas agencias. Necesitan cubrir al Tercer Mundo para poder vender sus servicios a los clientes industrializados, pero no tienen razones para cubrir los tipos de informaciones que le interesarían sólo a los países subdesarrollados.

Características Del Producto Informativo

La similitud del producto informativo, la noticia, es bastante evidente en todas las agencias. El foco principal es la "noticia dura" (spot news), un tipo de información sobre eventos que están ocurriendo o que han ocurrido dentro de los ciclos de producción y circulación de los medios y de las mismas agencias. La dimensión temporal favorece, sobre todas las cosas, la rapidez de la información, y sobre esta base descansa una buena cuota de la competencia entre ellas. Esta misma premura, impuesta por la concepción de la noticia que las mismas agencias han creado, impide el análisis en profundidad, los comentarios y la información de con-

texto que caracterizan a un producto menor de las agencias: las "noticias blandas" (soft news) y "features", o crónicas informativas. De esta manera el contexto queda normalmente reducido a la identificación de los actores principales, y a una o pocas frases que relacionan el evento con un suceso anterior del cual los clientes pueden tener todavía algún recuerdo.

Las influencias entre la tecnología usada y el tipo de producto informativo son mutuas. Desde sus inicios, los sistemas de transmisión de noticias han sido costosos, esto, junto con la necesidad de ganar tiempo, determinan un estilo breve y conciso, casi telegráfico. De allí resulta que, si bien la nota informativa tiene antecedentes que se remontan a varios siglos, la historia de su forma actual comienza sólo con la aparición de las grandes agencias de noticias nacidas el siglo pasado (47). Pero si el uso de medios de transmisión ultra rápidos determina un tipo de producto breve y centrado en el ahora, ello hace también que el producto sea perecible, y que su valor resida principalmente en la cercanía del momento en que ocurra el evento con el momento en que la noticia es difundida. El carácter extremadamente perecible del producto, a su vez, obliga a desarrollar nuevos métodos técnicos para ganar tiempo, y así ocurre que las agencias de noticias se transforman, históricamente, en grandes innovadores y líderes en el uso de nuevas tecnologías para el procesamiento y transmisión de la información.

La generalización del estilo noticioso creado por las grandes agencias corre a la par con su expansión geográfica. Como dice Gargurevich, el telégrafo marca un cambio decisivo no sólo en la transmisión de noticias, sino en la forma de redacción de la misma. El costo de la palabra impone la brevedad y un estilo "objetivo", factual, con lineamientos fácilmente aplicables para la selección, evaluación y redacción de una gran variedad de noticias. Al mismo tiempo se traslada la responsabilidad del contenido de la información a la fuente misma, liberando al periodista de la obligación de disponer de un amplio conocimiento sobre la materia que está tratando. La inseguridad de una transmisión técnica todavía en pañales conduce, además, al sistema de anunciar primero los temas del despacho con un breve sumario, para luego seguir con la noticia redactada según las viejas normas de orden cronológico.

Aquel sumario se transforma en el precursor del "lead", o entrada moderna, y tiene un ejemplo clásico en el despacho del corresponsal de la AP en 1865, a propósito del asesinato del Presidente Lincoln: "Washington.- El Presidente fue baleado en un teatro esta noche y se cree que esté mortalmente herido". El nuevo estilo es adoptado por todas las agencias de la época, y llega a América Latina en 1870, junto con el cable submarino que trajo los servicios de Havas y Reuters. "Se marca entonces una gran diferencia entre la redacción que proviene del extranjero y la que se confecciona en los diarios locales. Muy lentamente los periodistas asimilan la técnica del sumario y cronología, puliéndola especialmente cuando se recibe una enorme masa de información, sobre los incidentes de la Primera Guerra Mundial que se inicia en 1914. El gran cambio final -la "pirámide invertida"- es desarrollado principalmente por la agencia Associated Press y se difunde también rápidamente en el área de influencia de la agencia. El método de redacción fue, además, divulgado por el conocido "Manual de Estilo" que también será copiado o adoptado prácticamente en todo el mundo . . . Los años 20 encuentran al periodismo ya dominado por el "lead" breve y relampagueante, aun cuando, al mismo tiempo, sobrevivían los viejos estilos. Más tarde desaparecerá el estilo cronológico tanto por la influencia de los periodistas profesionales como por la creación de instituciones forjadoras de periodistas cuyos profesores, evidentemente, adoptan los textos norteamericanos" (48).

Este proceso de generalización de un estilo noticioso, que ha sido bien documentado para el caso de América Latina por el investigador peruano Juan Gargurevich, ocurre también en otras latitudes. Hay muchos estudios que lo demuestran, pero aquí citaremos sólo el más amplio y reciente realizado entre 1976 y 1979 gracias a la colaboración de la UNESCO y de la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación. Investigadores de trece países estudiaron sistemas de radio, televisión y periódicos de un total de 29 países que incluían Asia, Africa, América Latina, Europa y América del Norte. Un resumen de los resultados, publicado en 1980, notaba lo siguiente:

"Aunque el tono y orientación de las historias específicas puede diferir, el análisis cualitativo de las historias dominantes, fo-

calizado en conceptos y lenguaje, sugiere una amplia adopción de la terminología descriptiva y de los conceptos de las agencias de noticias, y que (a nivel de los medios) existe mucho menos trabajo editorial del que podría existir potencialmente. . . Una visión pesimista podría argumentar que la producción y diseminación global de noticias internacionales está determinada e impregnada por las prácticas y valores de un número limitado de productores dominantes. El "libre mercado" de las noticias no ha producido una gran variedad, sino una notable homogeneidad entre los diversos sistemas nacionales. No sólo la naturaleza de los productos noticiosos, sino también su mercado, distribución, e incluso su presentación, parecen haber sido determinados por el oligopolio occidental. Los productores de noticias alternativas, y los valores noticiosos alternativos, son invisibles en este panorama" (49).

Tales aseveraciones se refieren a los hallazgos de la investigación en Australia, Finlandia, Alemania Federal, India, Irán, Hungría, Líbano, Malasia, Holanda, Nigeria, Polonia, Estados Unidos, Yugoslavia, Argelia, Argentina, Brasil, Egipto, Grecia, Islandia, Indonesia, Costa de Marfil, Kenia, México, Tailandia, Turkía, Unión Soviética, Zaire y Zambia. Difícilmente podría concebirse una muestra más amplia, ya que no sólo incluye a todas las regiones, sino a diferentes sistemas de comunicación y niveles de desarrollo social y económico. Con todo, los resultados indican un nivel de homogeneidad en las prácticas noticiosas, y en sus valores, que es en verdad preocupante.

El control editorial ejercido por las centrales de cada agencia asegura, en gran medida, esta homogeneidad. "En casi todos los sistemas de comunicación estudiados, la noticia es definida como un evento excepcional", de modo que los golpes y catástrofes constituyen noticias en cualquier lugar que ocurran", dice el estudio citado (50). Gerald Long, ex-Director de Reuters, comentaba: "A veces se nos acusa por no hacer lo que no nos hemos propuesto hacer. ¿Cómo se podría dar una visión completa de India, por ejemplo, en 3.000 palabras diarias? No, no estamos en eso y no podemos estarlo . . . Tenemos que operar sobre el principio de la noticia como excepción. Reuters trata de dar una visión justa, una visión completa, pero sólo podemos enviar una cantidad limitada, y debemos ser selectivos" (51).

El comentario ejemplifica el hecho inevitable de que el espacio determina fragmentación y ciertas formas de parcialidad, pero también agrega el hecho -no tan inevitable- de que esta forma de producción de información, y su estilo, se ha generalizado hasta niveles insospechados para quienes no pueden ver por sí mismos las sorprendentes similitudes de la noticia en el mundo.

Los volúmenes de noticias que manejan las agencias internacionales son, por lo demás, tan grandes que la standarización es inevitable. Las tareas de edición en una central son, antes que nada, formas de selección de contenidos, eliminación de ítems y standarización de estilos. La selección y eliminación es un proceso único por el cual una enorme cantidad de noticias enviadas desde las corresponsalías muere en la central, y otra cantidad, también enorme, pasa el filtro con modificaciones que son generalmente mínimas: errores de ortografía, errores estilísticos (definidos según los manuales de estilo de cada agencia), cambios de palabras o, a lo sumo, algunas frases para agregar exactitud y mantener los límites del espacio, etc.

Este proceso central es realizado por un mínimo de personas: las grandes cantidades de personal mencionadas en los informes de agencia cumplen turnos para mantener el servicio funcionando 24 horas al día en sus numerosos escritorios, o desks, pero el monitoreo y edición del material que llega y sale es, en la práctica, realizado por un mínimo de periodistas en cada momento. La eliminación de noticias se realiza a tal velocidad que es imposible introducir variables complejas para la selección. Las cosas se guían por criterios generales de relevancia geográfica, política, dimensión internacional, calidad técnica (exactitud en la cita de fuentes, actualidad y otros factores mencionados en los manuales de estilo), amén de la fatiga y otros que surgen del estado de los editores. Así, el producto final resulta standarizado incluso por razones de disonancia cognitiva: las noticias más usuales y mejor conocidas tienen más posibilidades de pasar el control de la central que aquellas que exigen una reconsideración de los esquemas ya establecidos entre los editores. Así, al igual que en la producción industrial de manufacturas, las noticias salen en correas de transmisión en hileras que, pese a la aparente heterogeneidad, son sorprendentemente standarizadas cuando se las estudia en grandes cantidades.

Control Editorial y Determinantes Organizacionales

La standarización del producto noticioso se relaciona, en gran medida, con el grado de centralización de las agencias internacionales. La manifestación más obvia de esta centralización es el tamaño de las centrales de las respectivas agencias, en Nueva York, París y Londres, y la concentración de las tareas ejecutivas en las mismas. La AFP por ejemplo, concentra casi mil de sus empleados en la central, y 400 de ellos son periodistas. Todas las agencias tienen oficinas regionales, pero la libertad editorial de ellas es poca, al igual que los materiales que producen y envían en forma autónoma. En el caso de la AFP, su oficina en Hong Kong envía noticias directamente a Asia, pero ellas oscilan entre 7 y 9 mil palabras diarias, mientras que el material enviado desde la central pasa de las 30.000 palabras.

El proceso de producción de noticias opera en tres etapas básicas: la recolección, realizada por una enorme red internacional de oficinas, corresponsales individuales y colaboradores, o "stringers"; la selección y edición del material recogido de esta manera; y la distribución a los clientes del producto terminado: el boletín noticioso de cada día. La recolección de noticias es mucho más descentralizada que la edición, ya que esta última se concentra en las centrales y, en mucho menor medida, en algunos centros regionales. El rol de los periodistas ubicados en los puestos claves de la edición es fundamental en la determinación de las características del producto: ellos son los que se han dado en llamar "porteros" o "gatekeepers", es decir, las personas que abren o cierran las puertas de ciertos contenidos y estilos en los medios masivos.

Una investigación en profundidad realizada por Al Hester, a principios de los años 70, ilustra claramente la importancia de tales personajes. Hester estudió las relaciones de la red latinoamericana de la Associated Press con la central de la agencia en Nueva York, por medio de análisis de contenido de los flujos que iban y venían de la central, y cuestionarios a los periodistas envueltos en todo el proceso. El análisis de contenido mostró, por ejemplo, que existía bastante acuerdo entre los porteros ^{claves} de las corresponsalías en la región y los porteros instalados en la central de Nueva York, con respecto a qué tipos de noticias son interesantes para los clien-

tes norteamericanos e internacionales. Tanto en la práctica como en sus declaraciones, por ambos lados se interesaban en las siguientes categorías: deportes, política nacional y gobiernos, relaciones exteriores y violencia—crimen. Pero si bien los contenidos enviados desde América Latina incluían un 14 por ciento de la última categoría, crimen—violencia, este porcentaje subía al 48 por ciento después de la selección realizada por los editores en Nueva York, y esto último era lo que pasaba a los canales de distribución de la agencia en Estados Unidos (52).

El mismo estudio mostró que los corresponsales y los editores en la central coincidían bastante, además, en sus conceptos del valor noticioso de las diversas regiones del mundo. Así, ambos grupos estimaban que el área geográfica más “noticiosa” era Europa Occidental. Los editores neoyorkinos pusieron en segundo lugar al Medio Oriente y, en tercer lugar, a Asia (especialmente Vietnam), mientras que los porteros latinoamericanos nombraron las mismas áreas, pero en orden invertido. Los tres últimos lugares de esta escala de valores coincidían en ambos grupos de entrevistados: Europa Socialista, América Latina y África.

El primer dato, sobre el porcentaje de cierta categoría en los contenidos de la AP, ilustra la importancia crucial de los porteros ubicados en la central de una agencia: ellos determinan, en gran medida, el perfil del producto final. El segundo dato, sobre la coincidencia de valores en cuanto a las áreas geográficas, ejemplifica el hecho indiscutible de que los corresponsales de cada agencia son “entrenados” por los “porteros” de sus respectivas centrales. El proceso permanente de envío de noticias en bruto, pulidas y talladas por la central, y rebotadas luego a las corresponsalías, enseña a los corresponsales las expectativas, intereses y estilos que importan a la central, y de allí surge un aprendizaje implícito -y a veces, también explícito-, acerca de lo que se espera de ellos, lo cual, naturalmente, termina por afectar su propia selección y edición local. Así, si los corresponsales saben que América Latina ocupa el penúltimo lugar en las prioridades informativas, y que la violencia y el crimen son ingredientes esperados en la cuota de información sobre estas regiones, la cobertura local no puede sino ser influenciada por estas expectativas, y difícilmente podría transformarse en una cobertura en profundidad y focalizada en cuestiones de desarrollo económico y social, por ejemplo.

Estos valores afectan también la distribución de las corresponsalías, y los recursos asignados a ellas. Mientras las oficinas situadas en países industrializados, especialmente en aquellos que son centros de gran poder político y económico, exceden las decenas de empleados a tiempo completo, las oficinas situadas en áreas periféricas rara vez superan el número de cinco periodistas. En su estudio de 16 oficinas latinoamericanas de la AP, Hester encontró que 9 de ellas tenían entre uno y tres periodistas, 5 tenían entre cuatro y nueve empleados, y sólo 2 tenían entre once y catorce empleados. Ellas correspondían, a principios de los 70, a Argentina y Brasil.

A ello se agrega la multiplicidad de tareas: las oficinas locales cumplen funciones de recolección de noticias, administración y venta del material de la agencia, y relaciones con los gobiernos y medios locales. En general, sólo la mitad del personal de cada oficina son periodistas. En las corresponsalías pequeñas, una sola persona cumple todas estas funciones, ya que el resto del personal es técnico o de apoyo, como los mensajeros. La multiplicidad de tareas aumenta con la cobertura de varios países desde una sola oficina. Un estudio de Boyd—Barret, también a principios de la década pasada y con visitas a 28 oficinas de otros tantos países en cuatro regiones, mostró que apenas tres oficinas tenían la tarea de cubrir sólo un país. Las restantes estaban encargadas de cubrir entre 2 y 16 países y territorios cada una. En este caso, el autor tomó en su muestra oficinas de las cuatro grandes agencias occidentales, y la situación de cada una no difería en este sentido. Así ocurre, por ejemplo, que una oficina en México cubre, además de México, toda la América Central; y una oficina en Líbano cubre Jordania, Siria, Irak, Yemen y Arabia Saudita (53). En 1978, el jefe de la oficina de la AP en París informaba que la AP y la UPI tenían sólo un corresponsal a tiempo completo, basado en Nairobi, para cubrir toda el África al norte de Rhodesia (54).

Este tipo de datos obliga a relativizar los informes de las agencias sobre su número de personal y de países cubiertos, y vuelve a confirmar el hecho de que las áreas periféricas del Tercer Mundo no son prioridad en la asignación de los recursos de estas agencias.

Los "stringers" y el monitoreo de la prensa y radio de los países a cargo suplen, en estos casos, la falta de corresponsales propios en ciertas áreas. La magnitud de las tareas asignadas al personal de cada oficina explica el hecho de que gastan entre el 60 y el 90 por ciento del tiempo en sus oficinas, y que las tareas que les ocupan más tiempo son, en orden de importancia descendente, escribir noticias, leer los periódicos locales, editar y hablar por teléfono (55). Dada la aureola casi romántica que rodea al periodismo, especialmente cuando se trata de corresponsalías extranjeras, el hecho de que el oficio consista en gran parte en trabajo rutinario de oficina puede resultar sorprendente, pero la observación directa de cualquier corresponsalía puede confirmar estos estudios.

Las fuentes principales son, también en orden descendente, la prensa local, individuos y organizaciones a quienes se les solicita información, radios y televisores locales, stringers, informaciones no solicitadas, y agencias competidoras. El hecho de que la prensa local sea una de las fuentes principales cierra un círculo peculiar, en el cual las noticias hacen noticias y se refuerzan mutuamente hasta límites insospechados (56). En apariencia, la prensa local adquiere cierta autonomía en este proceso, pero ya vimos antes, al comentar las similitudes del producto, que los temas y estilos de la noticia son sorprendentemente parecidos alrededor del mundo, lo cual se explica, precisamente, por la influencia de las agencias transnacionales en la determinación de la agenda noticiosa y de las formas en que se debe tratarla.

Los oficinas regionales tienen, en principio, mayor autonomía que las corresponsalías aisladas. También tienen más recursos de personal e infraestructura, pero a ello se agregan tareas adicionales, como la cobertura de países y territorios en los que no hay corresponsales propios, y el manejo de la mayor cantidad de stringers. El manejo de las centrales regionales, y de las corresponsalías más importantes, tiende a estar en manos de periodistas del país de origen de la agencia. Su número no es muy grande (Boyd—Barrett encontró un 20 por ciento de personal extranjero en las 28 oficinas incluídas en su estudio), pero tienden a estar en posiciones claves.

Hay muchas razones que explican ésto: además de manejar el

idioma de la agencia, se supone que tienen una mejor preparación que los periodistas locales, que tienen un mejor "olfato" para los temas que interesan a los clientes importantes de la agencia -y que, según vimos, son los de sus propios países y de otros países industrializados-, y que son menos susceptibles a las presiones locales. Los periodistas locales, en cambio, tienen la ventaja de manejar el idioma local, tener mejor acceso y conocimiento de las realidades y fuentes locales, y resultar mucho más baratos: Mort Rosenblum, ex-jefe de la oficina de la AP en París y actual director de Herald Tribune, estimaba que el costo de mantención de un corresponsal en el extranjero, incluyendo sueldo, gastos y comunicaciones, superaba los 100 mil dólares anuales en 1978 (57).

Las limitaciones de las corresponsalías ayuda a acentuar el control editorial de las centrales, ya que ellas están encargadas de homogeneizar los productos, eliminar redundancias, llenar vacíos y, en general, adecuarlos a las demandas de sus clientes. La introducción de las tecnologías avanzadas de telecomunicación y computación abre un espacio potencial para cierto grado de descentralización editorial, pero la descentralización no es efectiva. Así, por ejemplo, el estudio de Reuters realizado por Boyd-Barrett concluye que "en general el clima de mayor racionalización, simbolizado por la introducción del computador, condujo a una mayor centralización editorial en la compilación y distribución del servicio internacional de Reuters, pero al mismo tiempo (y probablemente para utilizar mejor los recursos existentes) aumentó el grado de descentralización en el control editorial regional de la recolección de noticias . . ." (58).

En UPI, en cambio, la introducción de un sistema computarizado para la organización de su tráfico informativo fue utilizado para descentralizar parcialmente la edición, de modo que a partir de 1978 era posible recibir noticias en Londres, sin intervención de Nueva York, desde Asia. Esto implica una mayor responsabilidad para las corresponsalías, que deben ser entrenadas para subeditar, manejar los códigos técnicos para entenderse con el computador, y mejorar su manejo de los códigos periodísticos para editar productos que luego no serán descalificados por la central. Con todo, puede decirse que la introducción de la informática no ha eliminado la tendencia general, que deja las principales decisiones de edi-

ción en las centrales de Nueva York, París y Londres. Tal como ocurre en otros campos de las comunicaciones, la nueva tecnología abre posibilidades, pero no obliga a ponerlas en práctica, y las decisiones sobre su uso siguen dependiendo de factores que no son tecnológicos.

NOTAS

- (1) **The Associated Press**, folleto del Departamento de Promoción de la agencia, editado en Nueva York, 1980.
- (2) Boyd-Barrett, Oliver (1980), p. 24. Este libro es el más completo sobre la historia, estructura, funciones y mercados de las agencias transnacionales. El enfoque es interesante, sobrio y extraordinariamente bien documentado. El autor guía su análisis por una preocupación acerca de la viabilidad de las agencias en las actuales condiciones de mercado. Por ello mismo, sin embargo, descuida ciertos aspectos de sus relaciones con el Tercer Mundo. Para los estudiantes del Tercer Mundo el único defecto de este libro es que contiene muy poca información sobre las propuestas y proyectos alternativos que han surgido de los países subdesarrollados en los últimos años.
- (3) Según cita Barrett, uno de los casos más notorios de este tipo de propaganda produjo un escándalo de proporciones a principios de siglo, cuando se descubrió que un agente del zar ruso había pagado coimas a Havas en el período 1904-1916, a fin de que diseminara datos encaminados a preservar la confianza de financistas franceses en la economía rusa de la época. *Ibid.*, p. 123.
- (4) Harris, Phil (1973), pp. 31-32.
- (5) Citado por Harris, *Ibid.*, p. 39.
- (6) Ver Reyes Matta, Fernando (1977 a) y Harris, Phil: **Western News Agencies . . .** (sin fecha).
- (7) UNESCO (1977-1978): *Monographs III*, p. 147.
- (8) *Ibid.*, p. 148.
- (9) Kent Cooper (1942): **Barriers Down**. N.Y.: Farrar and Rinehart Inc. Citado por Schiller, Herbert (1977), p. 93.
- (10) UNESCO (1977-1978): *Monographs III*, pp. 138-139.
- (11) Harris, P. (1973), pp. 24-25. El mismo trabajo documenta en gran detalle las relaciones entre la expansión colonial del siglo pasado y el desarrollo de las agencias internacionales.
- (12) Citado por Schiller, H., *op. cit.*, p. 96.
- (13) Para una visión detallada del génesis de la doctrina del libre flujo, sus relaciones con los intereses norteamericanos y su desarrollo en los organismos de Naciones Unidas, ver Schiller, H. (1976), cap. 2.
- (14) Citado por Schiller, H. (1977), p. 100.
- (15) *Ibid.*, p. 91.
- (16) Tunstall, Jeremy (1981), p. 49.
- (17) UNESCO (1977-1978): *Monographs I*, pp. 21-22.
- (18) Read, William (1976), p. 108.
- (19) UNESCO (1977-1978): *Monographs III*, p. 150.
- (20) Boyd-Barrett, O. (1980), p. 33.
- (21) *Ibid.*, p. 252.

- (22) *Asian Mass Communication Bulletin (AMCB)* vol. 10 No. 4, Dec. 1980, p. 17; *AMCB* vol. 11 No. 3, Sept. 1981, p. 8.
- (23) UNESCO (1977-1978): *Monographs III*, p. 114.
- (24) Boyd-Barret, O., *op. cit.*, p. 34.
- (25) UNESCO (1977/1978): *Monographs I*, p. 2.
- (26) Boyd-Barret, O., *op. cit.*, pp. 34-35.
- (27) *When is biggest best?* Folleto preparado por la central de la Associated Press en Nueva York para NEWS/NEWS, Nov. 1979.
- (28) The Associated Press (1981): *The Associated Press in 1980: Eighty-first Annual Volume*, N.Y., A.P.
- (29) UNESCO (1977/1978): *Monographs III*, p. 149-153.
- (30) Boyd-Barrett, O. (1981).
- (31) *Ibid.*, p. 216.
- (32) Existen solamente tres gigantes de la noticia filmada para televisión: VISNEWS, de Inglaterra; UPITN, de propiedad norteamericana e inglesa; y CBS-News, de Estados Unidos. La concentración en este campo es todavía mayor, y excede con creces, la que existe en el terreno de las agencias de prensa. Estados Unidos e Inglaterra tienen todo el poder de la noticia filmada. Los países socialistas tienen un sistema de intercambios en Europa Oriental (Intervisión); los países de Europa Occidental tienen su propio sistema de intercambios (Eurovisión). Los países subdesarrollados no tienen nada equivalente, excepto arreglos coyunturales para eventos deportivos u otros, y están lejísimos de poder contar con la capacidad para competir en este terreno.
- (33) *AMCB* vol. 12 No. 6, Dec. 1982, p. 14.
- (34) UNESCO (1977/1978): *Monographs III*, pp. 115-120.
- (35) Visnews es la mayor agencia de noticias filmadas del mundo. Sus accionistas son la BBC de Londres y Reuters, que tienen un tercio del capital cada uno; y ABC de Australia, CBC de Canadá y BCNZ, de Nueva Zelanda, que se reparten el tercio restante. En 1980 sus noticias llegaban a más de 100 países, a través de 200 suscriptores. Visnews produce un promedio de 50 noticias al día, y tiene un staff permanente de 400 personas, además de otros 400 "stringers" y corresponsales a tiempo parcial. Su central está en Londres. La empresa fue formada en 1957 y opera según los términos de un Acta de Confianza que estipula que los beneficios de sus operaciones no pueden ser distribuidos entre sus accionistas, sino que deben ser reinvertidos para la expansión y desarrollo de la empresa. Su nacimiento fue estimulado por el temor al predominio norteamericano en el campo de la televisión, pero rápidamente superó a las empresas de Estados Unidos, y hoy domina sin contrapeso el mercado de la noticia filmada.
- (36) Boyd-Barret, O. (1980), p. 39.
- (37) Harris, P. (1981), pp. 27-29.
- (38) UNESCO (1977/1978): *Monographs I*, pp. 2-9.

- (39) *Ibid.*, Monographs III, p. 142.
- (40) *Ibid.*, p. 144.
- (41) Splichal, Slavsko (1977).
- (42) Read, William (1976), pp. 108–113.
- (43) Boyd–Barrett, O. (1980), pp. 37–38.
- (44) *Ibid.*, pp. 38–39 y 252.
- (45) *Ibid.*, pp. 39–40.
- (46) Cifras recogidas por Boyd–Barrett, *Ibid.*, p. 40.
- (47) Para una excelente exposición de los géneros periodísticos, y de sus antecedentes históricos, ver Gargurevich, Juan (1982).
- (48) *Ibid.*, pp. 34–36.
- (49) Sreberny–Mohammadi, Annabelle (1982), p. 190.
- (50) *Ibid.*, p. 189.
- (51) Citado en Rosenblum, Mort (1979), p. 257.
- (52) Hester, Albert (1974).
- (53) Boyd–Barrett, O. (1980), pp. 85–89.
- (54) Rosenblum, M., *op. cit.*
- (55) Boyd–Barrett, O. *op. cit.*, pp. 95–97.
- (56) Este círculo vicioso se hace a veces muy visible: En Chile ocurre con frecuencia, por ejemplo, que una noticia de interés político local es lanzada al exterior por una o varias agencias internacionales. Tal noticia causa reacciones en el extranjero, publicadas por la prensa del país receptor, y nuevamente lanzada al exterior por las agencias internacionales. El rebote llega nuevamente a Chile, donde es recogido y comentado por la prensa local. Puede ocurrir, además, que el gobierno u otros organismos chilenos reaccionen frente a las reacciones extranjeras, y emitan declaraciones que vuelven a la prensa local, y nuevamente al extranjero, con lo cual el círculo se repite hasta que otra noticia más destacada toma su lugar en el centro del círculo. La observación de este proceso es muy instructiva, especialmente para aquellos que no han notado que las noticias, a fin de cuentas, salen de las noticias.
- (57) Rosenblum, M., *op. cit.*, p. 246.
- (58) Boyd–Barrett, O., *op. cit.*, p. 82.

SEGUNDA PARTE:

DESEQUILIBRIOS: VOLUMEN Y CONTENIDOS

“Concluyo diciendo que estas colonias no son gravosas, son más fieles y ofenden menos; y que los ofendidos no pueden vengarse, al ser pobres y estar separados . . .”

Maquiavelo

El informe de la Comisión MacBride sostiene que el 80 por ciento de las noticias que circulan alrededor del mundo provienen de las cuatro agencias transnacionales. Leonard Sussman, Director Ejecutivo de Freedom House y uno de los más beligerantes defensores de las agencias, discute la validez de esta cifra: "Los cuatro servicios mundiales de noticias escriben alrededor de 3,5 millones de palabras al día . . . Las agencias mundiales responden en conjunto por el 50 por ciento -no el 80 por ciento- del total de las noticias escritas a diario en el mundo, pero esto corresponde al 95 por ciento del flujo real de noticias . . . Una historia de 500 palabras puede aparecer en diez transmisiones diferentes. Habiéndose originado en El Cairo, puede ir a Londres para ser transmitida al Africa, puede ser enviada separadamente a otros lugares de Europa, pasar a Nueva York para cada uno de los servicios norteamericanos, traducida al español para América Latina y al portugués para Brasil, acortada para la radio y reescrita para los servicios económicos. Así, la historia original de 500 palabras puede aparecer en las cuentas del computador con un total de 5.000, 10 veces su longitud original. UNESCO coloca el flujo diario de AP, UPI, Reuters

y AFP en 32.9 millones de palabras diarias, también 10 veces el flujo original de las cuatro agencias juntas" (1).

Sussman no menciona que las cifras recogidas por UNESCO surgen de informes proporcionados por las propias agencias, pero probablemente tiene razón al contar las noticias de este modo. En cualquier caso, y aún cuando su intención es desmentir el grado del predominio transnacional, llega a la conclusión de que las agencias responden por el 95 por ciento del flujo real entre las naciones, lo cual es más que cualquier estimación proporcionada por UNESCO.

Las cuentas de Sussman se basan en el hecho de que aunque otras agencias nacionales y regionales producen un total aproximado de 1,3 millones de palabras, la mayor parte de ellas no tiene circulación internacional, y se queda dentro de las fronteras de cada país. Este es un punto crucial que explica la tremenda influencia de las agencias transnacionales: cuando se trata de información internacional, no existen fuentes más abarcadoras ni de alcance tan universal como ellas. En esta parte veremos algunos estudios que demuestran el nivel de su influencia.

CAPITULO III:

TRANSNACIONALES Y AGENCIAS NACIONALES

Las agencias transnacionales entregan sus servicios directamente a miles de clientes, medios masivos y otros, pero en muchos países distribuyen sus noticias a través de las agencias nacionales. Según Righter, alrededor de tres cuartos de los países del mundo reciben los servicios transnacionales por esta vía. Otro autor resume los datos de 85 países no alineados en los siguientes términos (2).

Venta de tres agencias a Países No Alineados.

No. de países	AP		UPI		REUTERS		
	Directa	Gob.	Directa	Gob.	Directa	Gob.	
Arabes	18	5	4	5	8	7	10
Africa	41	2	3	1	—	5	27
Asia	14	2	4	1	3	3	6
Américas	9	8	—	7	—	5	2
Europa	3	2	1	1	1	2	1
TOTAL	85	19	12	15	12	22	46

Fuente: Pinch Edward T (1977).

Las cifras de Pinch no distinguen entre la venta de servicios de noticias generales y servicios económicos, pero da una imagen aproximada de la forma en que operan dichas agencias en el mundo. La única región en que predominan las ventas directas de los clientes es América Latina, y si se toma a los países individualmente, Estados Unidos ocupa una posición equivalente.

Cuando hay distribución indirecta, la agencia nacional recoge las noticias de su propio país, selecciona las noticias de los servicios mundiales a los que esté suscrita, y entrega un boletín diario que comprende ambas selecciones a los medios y clientes del país. Las razones para preferir la distribución indirecta son muchas. En algunos casos las agencias transnacionales lo prefieren porque desean ahorrarse los gastos de distribución directa, o los costos de traducción al idioma local. En Europa muchos acuerdos de distribución indirecta operan por motivos de este tipo. También puede ocurrir que el mercado potencial de clientes individuales sea pobre, y resulte más rentable venderle exclusivamente a la agencia nacional. En muchos casos son los gobiernos quienes estipulan que la distribución de noticias internacionales debe operar a través de la agencia nacional, y, a veces, los medios locales prefieren que esto sea así, ya que tampoco podrían costear la compra directa de los servicios transnacionales.

En los países subdesarrollados las agencias nacionales son generalmente muy pequeñas, carecen de corresponsales en el exterior y muchas carecen, incluso, de los recursos de infraestructura y personal para realizar una completa cobertura de su propio país. En la mayoría de estos países las agencias nacionales son gubernamentales, dependen normalmente de los ministerios de información, y sus funciones se reducen a la distribución de las noticias oficiales y la selección de los servicios de las agencias transnacionales. Según Boyd-Barret, en muchas agencias nacionales el 50 por ciento o más de sus servicios está compuesto por las noticias entregadas por las agencias mundiales (3), y el monopolio de la agencia nacional en la distribución local de noticias resulta porque el gobierno lo ha dispuesto así, o porque el tamaño del mercado local no permite otra solución.

En general, AFP y Reuters tienden a preferir más la distribu-

ción indirecta por medio de agencias nacionales que las agencias norteamericanas AP y UPI. En el cuadro de Pinch, Reuters opera por distribución indirecta en 46 países, 27 de los cuales se encuentran en Africa. Según datos proporcionados a UNESCO, AFP tiene contratos de venta e intercambio con 54 agencias nacionales y vende sus servicios, sin intercambio, a otras 15 agencias. La mayor parte de estos contratos se concentran en Europa y Africa, y tienen carácter de exclusividad, aunque hay excepciones (como Bélgica y Suiza) en que la AFP puede vender simultáneamente a la agencia nacional y a los medios individuales.

Muchas agencias nacionales del Tercer Mundo han nacido con el impulso de alguna agencia transnacional. En Africa, especialmente, AFP y Reuters han jugado un rol muy activo en este campo. También Reuters impulsó la creación de LATIN en nuestra región, en gran parte, porque ello le evitaba los costos de una distribución directa que se hacía onerosa por la poca rentabilidad de los mercados latinoamericanos. Pero las agencias norteamericanas, pese a sus declaraciones en contra del rol de los gobiernos en el manejo de las noticias, no están del todo ausentes en estas acciones. La creación de la agencia nacional de Nigeria, en 1979, contó con la activa participación de la AP, y en muchos países ésta distribuye ahora a través de agencias nacionales, incluso cuando no existe la obligación de recurrir a ellas. Los altos costos de traducción, en algunos casos y la pobreza de los mercados locales, en otros, parecen explicar esta tendencia.

La distribución indirecta significa que los medios locales no tienen acceso al total del servicio enviado al país, ya que reciben sólo la selección realizada por la agencia nacional. Pero esta selección parece ser inevitable, ya que aun cuando una agencia transnacional arreglara la distribución y traducción directa de sus servicios, ningún servicio es traducido totalmente, y en algunos casos el volumen original se reduce a menos del 50 por ciento por esta vía.

La relación entre las agencias nacionales gubernamentales y las agencias transnacionales es interesante. Las cuatro agencias condenan las actividades gubernamentales en este campo, pero todas ellas, en mayor o menor medida, mantienen relaciones que van más allá de las puramente contractuales con muchos gobiernos. El

caso de la AFP es el más obvio, pero también Reuters es muy activa y en 1978 estaba entregando asistencia técnica editorial a 34 agencias nacionales sobre la base de acuerdos bilaterales confidenciales, además de llevar las noticias oficiales de más de 20 gobiernos, a sus respectivas embajadas en el exterior (4). En Africa y Asia muchas agencias nacionales han comenzado no sólo con la asistencia de Reuters y AFP, sino también con personal propio de las transnacionales. Al promover y mantener este tipo de acuerdos las transnacionales ganan algo más que una contraparte local que les evita los gastos de recolección y distribución nacional de noticias: aseguran un ingreso más estable y mayor que el que podría ofrecer los medios de países muy pobres, garantizan el uso prioritario de sus servicios en dicho país, y mantienen zonas de influencias muy similares a las establecidas el siglo pasado por el cartel europeo.

Así las cosas, se diría que la repugnancia de las agencias transnacionales frente a la participación gubernamental en el campo de las noticias es menos una cuestión de principios que de oportunidad: todo va bien si las agencias nacionales se limitan a funcionar como satélites de aquellas que las han creado, pero si intentan salir de su esfera de influencia y moverse con sentido propio en otras direcciones, todo en ellas pasa a ser cuestionable.

Dominación y Mimetismo

Las agencias nacionales podrían jugar un rol fundamental en la superación de algunos desequilibrios de contenido que caracterizan a los servicios transnacionales, pero no lo hacen.

Los estudios de varios autores, tanto simpatizantes como detractores del desarrollo de estas agencias, demuestran que su selección de contenidos opera más bien como una muestra al azar de los servicios transnacionales. Veremos algunos resultados que demuestran este punto.

Los debates más recientes sobre el rol de las agencias transnacionales apuntan en esta dirección, y algunos autores intentan transferir la responsabilidad de los desequilibrios a la selección local realizada por las agencias nacionales, pero la crítica, para ajus-

tarse a los hechos, debería ser en otro sentido: tanto las agencias nacionales como los medios locales tienen un margen de autonomía potencial que no usan. Su selección de contenidos reproduce hasta niveles asombrosos las líneas fijadas por las fuentes transnacionales. Por cierto, no todos los medios y agencias eligen los mismos ítems, pero cuando se categorizan grandes volúmenes de noticias, aparecen patrones de similitudes sorprendentes, y mucho mayores que los que podrían resultar de la simple coincidencia. Este es uno de los resultados más claros e indiscutibles de una gran variedad de investigaciones de contenido en países de todo el mundo.

La investigación sobre 29 países, auspiciada por la Asociación Internacional de Investigaciones de la Comunicación, citada en el capítulo anterior, confirma esta realidad. Los patrones de estratificación de las noticias parecen ser cada vez más universales. Las principales categorías corresponden a la "noticia dura", es decir, política internacional y nacional, defensa y asuntos militares, y economía. Las noticias políticas ocupan entre el 30 y el 60 por ciento del total de las noticias en un estudio de los sistemas de comunicación y agencias de 29 países. Las "noticias blandas", ciencia y tecnología, energía, educación, salud, cultura, medio ambiente y otras, rara vez exceden el 5 por ciento del total de las noticias transmitidas por los cables y publicadas por los medios. La ausencia de noticias blandas es mayor aún en los medios de los países subdesarrollados.

Otro rasgo generalizado es la prominencia de los países industrializados, Europa Occidental y Estados Unidos, en las noticias de todos los países. Muy cerca de ellos aparece la propia región en los medios locales y en el servicio regional que la agencia transnacional le envía, pero existen áreas invisibles en el mapa noticioso, formada por los países socialistas y por las restantes regiones del Tercer Mundo. El enfoque regional es ahora más visible que hace una década, pero el resto del Tercer Mundo es invisible para cada región subdesarrollada (5).

Es imposible cuantificar cuánto de esto es responsabilidad de las agencias transnacionales, y cuánto corresponde a las agencias y medios nacionales. Pero hay un punto indiscutible en la asigna-

ción de responsabilidades: los medios y agencias locales eligen su dieta informativa de un menú que no controlan, y que depende enteramente de las agencias transnacionales. Las deficiencias del menú se reflejan de modo caricaturesco en las dietas elegidas por los medios locales, configurando un cuadro de mimetismo que analizaremos más adelante, pero ello no elimina el hecho básico de que el mimetismo opera en un solo sentido: los editores del Tercer Mundo copian en gran medida los patrones ofrecidos por las agencias transnacionales. El énfasis excesivo en el desequilibrio cuantitativo, que es real e indiscutible, a veces oscurece una realidad más tenebrosa: la influencia unilateral, que forma parte del fenómeno más amplio del imperialismo cultural, y cuyos resultados hacen que el mundo se haya convertido en una caja de resonancia de las versiones de la realidad producida por sólo cuatro agencias occidentales.

¿Ganan por Calidad?

El dominio de las agencias transnacionales en el manejo de la información mundial, aunque provocó grandes debates a mediados de los años 70, hoy ya no es discutido por ningún sector. Autores como Stevenson y Cole, en un estudio realizado para USICA, llegan a admitir que "la dominación de los servicios cablegráficos occidentales y la importancia de los medios occidentales está fuera de duda, pero la aseveración de que ellos son las únicas fuentes de información desde y hacia el Tercer Mundo es mucho más débil. Más de dos tercios de los países tienen sus propias agencias nacionales, que a su vez tienen acceso a una amplia variedad de servicios noticiosos regionales y especializados, así como también a las agencias de noticias mundiales . . ." Pero agregan también, refiriéndose a la supremacía occidental sobre las noticias, que ésta "es menos el resultado de esfuerzos deliberados para mantener un estado de dependencia cultural en el Tercer Mundo, que de su habilidad para promover un volumen de información actual y con un mínimo de parcialidad" (6).

Los autores parecen asumir que las agencias transnacionales ganan por calidad e imparcialidad en un mercado competitivo, y dejan completamente de lado el hecho de que históricamente, tal mercado de libre competencia dejó de existir casi al mismo tiempo

que se crearon dichas agencias. Los países subdesarrollados se incorporaron gradualmente a un cartel de noticias cuyas fronteras reproducían la de los imperios y sus colonias. Hay países que siempre estuvieron ligados sólo a una agencia mundial y cuya agencia nacional fue creada con la orientación y hasta con el personal prestado por la misma agencia transnacional que había capturado el mercado local. Es preciso ser demasiado inocente, o mal intencionado, para sostener que en tales casos la dominación es resultado de la calidad e imparcialidad de la agencia transnacional envuelta en tal situación. Hoy existen los primeros atisbos de una competencia, pero ésta es aún más potencial que real. Pasarán muchos años antes de que una agencia del Tercer Mundo esté en condiciones de competir en pie de igualdad con una agencia transnacional, pero cuando ello ocurra, recién entonces, se podrá determinar cuántos mercados pueden seguir controlando.

Los estudios históricos sobre la evolución de los patrones informativos en un país son muy escasos, pero la comparación de otros estudios de contenido indica que hay una tendencia lenta pero inexorable a escapar del oligopolio occidental de las noticias. En América Latina, por ejemplo, un estudio de 14 diarios de la región mostró en 1965 que el 92,3 por ciento de las noticias internacionales venían de las cuatro agencias transnacionales (7); en 1975 otro estudio mostró que este porcentaje había bajado al 79 por ciento (8). El grado de dependencia todavía era muy alto, pero en una década habían aparecido nuevas fuentes y el rango de posibilidades de elección se había ampliado. No se podría predecir qué porcentajes se encontrarán en 1985, pero con certeza será inferior al de 1975, y así se irá avanzando hacia una situación de verdadera competencia y pluralidad de fuentes.

Un estudio de gran interés en este sentido es el Mnaemeka, sobre 3 islas del Pacífico: Samoa Occidental, que obtuvo su independencia en 1962; Fiji, independiente desde 1970; y Papúa-Nueva Guinea, independiente desde 1975. El autor tomó muestras de tres períodos, pre- durante y post-independencia, y encontró que la prensa del período colonial tendía a operar con contactos extra-territoriales muy limitados, casi exclusivos, con la metrópolis y con otros territorios satélites de la misma metrópoli. Junto con la independencia aparecen evidencias de un desplazamiento de la

atención de los medios hacía otros países y regiones: áreas que eran totalmente ignoradas en el período colonial, como África, Medio Oriente, Europa Oriental y el Caribe, aparecen gradualmente en la prensa post-independencia. El porcentaje de noticias sobre la metrópoli y sus intermediarios baja al mismo tiempo: en la prensa de Samoa, por ejemplo, las noticias sobre el país que administraba la isla, Nueva Zelanda, bajan del 60 al 13 por ciento, y la misma tendencia aparece en la prensa Papúa—Nueva Guinea y Fiji, que dependían de Australia y Gran Bretaña. Luego de la independencia aparecen también noticias sobre organismos internacionales que en el período colonial no aparecían en absoluto. En algunos casos los cambios porcentuales son leves, dice el autor, pero dada la pobreza de los países recientemente descolonizados, son muy significativos (9).

Al hablar de “prensa colonial” nos estamos refiriendo a una realidad política de los años 60 y 70. Esto es algo que los latinoamericanos, en países cuya independencia formal data del siglo pasado, no estamos habituados a pensar. Pero no hay mucha diferencia, en realidad, entre una prensa colonial que mantiene sus ojos fijos en la metrópoli y una prensa latinoamericana que mantiene sus ojos fijos en Estados Unidos y Europa Occidental. En ambos casos la independencia cultural es una tarea a medio cumplir, o casi por comenzar.

CAPITULO IV

DESEQUILIBRIOS DE VOLUMEN Y CONTENIDOS

Las denuncias de los países subdesarrollados abarcan varios aspectos del desequilibrio informativo, pero aquí destacaremos aquellos que han sido analizados por autores norteamericanos interesados en cuestionar su validez. La agencia oficial de comunicación internacional de Estados Unidos, USICA, ha financiado algunas investigaciones con este fin, pero sus resultados, lejos de eliminar la seriedad de los cargos, los confirman en muchos aspectos. De acuerdo a este enfoque, los cargos más específicos son:

—Las noticias del mundo son definidas por unas pocas agencias del occidente industrializado, y distorsionan o excluyen los valores culturales propios del Tercer Mundo. Los criterios que gobiernan la selección de noticias son basados consciente o inconscientemente en los intereses políticos y económicos del sistema transnacional y de los países en que se basa este sistema.

—Este filtro cultural excluye a la mayor parte del mundo, especialmente aquellas regiones que no son de interés inmediato para el occidente industrializado.

—La escasa información sobre el Tercer Mundo que logra pasar estos filtros tiende a enfatizar los aspectos negativos del Tercer Mundo, tales como crisis, golpes militares, desastres y otros.

—La imagen distorsionada del Tercer Mundo es reflejada también en los países subdesarrollados, debido a la dependencia de éstos con respecto a las fuentes transnacionales. Las noticias sobre los esfuerzos que hacen los países del Tercer Mundo para salir del subdesarrollo no encuentran espacio en la producción informativa de las agencias transnacionales.

La manifestación más obvia del desequilibrio en la circulación internacional de noticias es cuantitativa, y se mide en términos de la cantidad de noticias que van desde los industrializados hacia los países en desarrollo, en comparación con las que van en sentido contrario. En 1977, un representante de la Press Foundation de Asia ejemplificaba este problema de la siguiente manera.

“La AP envía por término medio en su servicio general mundial 90 mil palabras al día desde Nueva York a Asia. En el sentido opuesto, Asia envía 19 mil palabras a Nueva York para su distribución en todo el mundo . . . El servicio general de la UPI envía desde Nueva York a Asia un total de unas 100 mil palabras, y las informaciones procedentes de todos los puntos de Asia con destino a Nueva York son de 40 mil a 45 mil palabras al día . . . La AFP envía a Asia 30 mil palabras. Además, acopia unas 8 mil en Asia, que distribuye en ese continente a sus clientes asiáticos. Esas mismas 8 mil son enviadas a París e incorporadas a los demás servicios mundiales de la AFP . . . La corriente diaria de noticias es desigual en el sentido de que se envía mucho más desde Londres o Nueva York a Asia que en el sentido contrario. Aunque se supone que las noticias procedentes de Occidente contienen las del resto del mundo, consisten sobre todo en informaciones relativas a América del Norte y a Europa Occidental. La UPITN envía unas 150 emisiones de actualidad televisada al mes de Occidente a Asia, pero su producción a partir de este último continente no es más que de 20 mensuales, por término medio. Visnews envía mensualmente unas 200 emisiones de Londres a Asia, y recibe 20 de Asia y otras 10 de Japón” (10).

Esta misma situación ha sido ejemplificada en América Latina por Luis Aníbal Gómez, quien en 1977 encontró que Venezuela recibía en un día 1.360 noticias del exterior, el 20,4 por ciento de las cuales venían de Estados Unidos, mientras que se exportaban 71 noticias en el mismo día, por vía de las corresponsalías de diez agencias en Venezuela. El autor calculó que por cada cien noticias recibidas desde Estados Unidos, vía AP y UPI, el país exportaba sólo siete en la misma dirección, y llegó a estimar que el desequilibrio de información nacional con respecto a la entrada de noticias extranjeras mostraba una relación de 100 a 5, en contra de Venezuela (11).

Esta misma situación aparece en otras regiones: en abril de 1981 por ejemplo, la agencia nacional de Bangladesh, Bangladesh Sandbad Sangstha (BSS), recibió 19.300 noticias (distribuidas en 90,1 por ciento de Reuters, AFP, DPA y Kyodo, y el restante 9,9 por ciento de agencias del Tercer Mundo), y exportó sólo 500 noticias enviadas a PTI, Press Trust of India, ya que no tenía recursos técnicos para enviar noticias a otras agencias (12). El mismo problema es ilustrado por un estudio sobre el flujo de noticias entre Turquía y los países del Golfo Árabe e Irán en Octubre de 1978. Ozkok encontró que el 84,5 por ciento de la información regional recibida por la agencia nacional de Turquía, Anadolu, venía de AFP, Reuters y AP, otro 15,5 por ciento era material de París News Agency, de Irán, recibido vía AP, y sólo el 1 por ciento venía de otras fuentes. Todos los países del Golfo tenían agencias nacionales funcionando en dicha fecha, y la agencia regional Gulf News Agency había comenzado también sus operaciones, pero ninguna de ellas lograba llegar a Turquía con sus informaciones (13).

El problema de la reciprocidad en el manejo de la información es interesante, y ha causado acalorados debates entre representantes de países subdesarrollados y diversas agencias gubernamentales y privadas de países industrializados, pero no es el punto más importante de la problemática. Cuando se manejan cifras de este tipo se asume implícitamente que la situación ideal sería una relación de 1 a 1, es decir, que si el menú informativo latinoamericano incluye un 50 por ciento de noticias de Europa y Estados Unidos, dichas regiones deberían consumir a su vez un 50 por ciento de noticias latinoamericanas. Es obvio que esto es insostenible,

pero la sombra del supuesto a veces oscurece otros aspectos, y tal vez por ello ha sido explotada por autores interesados en demostrar que las demandas del Tercer Mundo carecen de sentido.

Un par de investigadores financiados por USICA, por ejemplo, luego de comprobar que América Latina obtiene el porcentaje más bajo de todas las regiones del mundo en los medios de prensa norteamericana (8 por ciento, en comparación con 11 por ciento sobre África; 21 por ciento sobre el Medio Oriente; 22 por ciento sobre Asia; 17 por ciento sobre Europa Oriental; 26 por ciento sobre Europa Occidental y 57 por ciento sobre América del Norte) comentan con cierto humor que "James Reston dijo una vez que los norteamericanos harían cualquier cosa por América Latina, excepto leer acerca de ella. Hoy día es cuestionable cuánto estaría dispuesto a hacer el público norteamericano por América Latina, pero sería difícil hacer que lean acerca de ella . . ." (14). El hecho de que el público norteamericano esté tan desinformado sobre nuestra región es grave, ya que se trata del mismo público que se siente autorizado para influir sobre los asuntos latinoamericanos y cuyos gobernantes ejercen, efectivamente, una tremenda influencia en el área. Pero la solución de este problema informativo es un asunto norteamericano: el país tiene dos grandes agencias, AP y UPI, y con ellas debería enfrentar y resolver sus carencias.

Los problemas del Tercer Mundo surgen de la misma estructura de información internacional que causa la desinformación norteamericana, pero deben ser vistos desde otro ángulo; los tipos de desinformación causados por las agencias transnacionales en los países subdesarrollados. Esto es un asunto del Tercer Mundo, y nadie podría discutir la legitimidad de que los países subdesarrollados hagan lo que les parezca más conveniente al respecto.

Regiones Invisibles

Diversos estudios han demostrado que existen áreas invisibles en la geografía de la noticia internacional, y que dichas áreas corresponden al Tercer Mundo y a los países de la órbita socialista, especialmente Europa Oriental. Mirado desde un país subdesarrollado, esto se manifiesta en una insuficiente información sobre países vecinos, pertenecientes a la misma región, y en una carencia ca-

si total de noticias sobre otras regiones del Tercer Mundo, así como también sobre los países socialistas. Los déficits son provocados por los criterios noticiosos a dos niveles: 1.- la selección de áreas geográficas relevantes en las agencias transnacionales; y 2.- la selección realizada en los medios de los países subdesarrollados, cuyos editores o "porteros" reproducen, y además acentúan, las preferencias de las agencias occidentales.

Un ejemplo muy claro sobre los efectos de este doble filtro es proporcionado por Gómez, quien con una muestra de 1977 analizó el total de las noticias internacionales enviadas por las agencias a tres diarios de Caracas, y el material publicado por tales diarios. El autor encontró que el 35,2 por ciento del total de cables recibidos por los diarios provenían de los países del Pacto Andino. Por su parte los diarios, luego de la selección de cables realizada por sus editores, publicaron sólo un 1.9 por ciento de noticias de la región y un 0.3 por ciento de noticias andinas.

El total de cables estaba compuesto por un 52,2 por ciento de noticias sobre Estados Unidos y Europa; sólo un 12 por ciento para el conjunto de Asia, Africa y Medio Oriente, y el restante 35,2 por ciento sobre América Latina. Sólo el 23,7 por ciento del subtotal de cables latinoamericanos fue proporcionado por AP y UPI, pero en las publicaciones de los diarios ambas subieron al 67,4 por ciento confirmando así la preferencia de los editores de Caracas por las agencias norteamericanas. Los efectos del colonialismo cultural volvieron a aparecer en la misma muestra, al constatar que si bien Estados Unidos ocupaba el tercer lugar en el volumen cablegráfico, después del total de países latinoamericanos y de Europa, en las publicaciones de los diarios pasaba al primer lugar, mientras América Latina era desplazada al tercer lugar (15).

El autor de este estudio analiza varias implicaciones de estos hallazgos, especialmente en lo que afecta a la comunicación entre los miembros del Pacto Andino, pero aquí sólo queremos destacar dos aspectos: primero, que si bien el criterio comercial obliga a las agencias a entregar cierto porcentaje de información regional a sus clientelas del Tercer Mundo, los intereses de largo plazo de estas regiones quedan insatisfechos, puesto que ellas omiten las informaciones que se necesitarían para establecer y consolidar lazos de

cooperación y solidaridad entre las regiones subdesarrolladas; y segundo, que estas tendencias son agravadas por el colonialismo mental de los medios nacionales en los países subdesarrollados, que les lleva a acentuar todavía más la ignorancia sobre pueblos afines al mismo tiempo que educan a sus lectores para que se interesen sólo en los asuntos de Estados Unidos y de Europa Occidental.

El mismo patrón informativo opera en otras regiones subdesarrolladas. Rachty tomó una muestra de diciembre de 1977 en diarios de nueve países árabes, y encontró que las noticias internacionales daban un 43,6 por ciento a los países árabes, un 36,4 por ciento a los países industrializados, un 14,9 por ciento a todo el resto del Tercer Mundo, y un 4,9 por ciento a los países de Europa Oriental. El 46,7 por ciento del total de las noticias internacionales publicadas por los diarios venían de Reuters, AFP, AP y UPI (con un predominio absoluto de las agencias europeas sobre las norteamericanas, al revés de lo que ocurre en América Latina); otro 26 por ciento provenía de agencias nacionales árabes, que también distribuyen servicios de las agencias transnacionales; y otro 25 por ciento de periódicos, radios y otras fuentes no especificadas. Menos del 2 por ciento del total internacional en los diarios venía de agencias de países socialistas. El autor encontró que casi la mitad de las noticias sobre países árabes venían de las agencias transnacionales, y sólo el 42 por ciento de este mismo volumen provenía de agencias nacionales árabes, lo cual vuelve a plantear el problema de la sobrevaloración de las fuentes occidentales en los medios de los países subdesarrollados (16).

El patrón general, encontrado en los servicios de las agencias a todas las regiones del Tercer Mundo, consiste en una geografía noticiosa que pone en primer lugar a Estados Unidos y Europa Occidental; en segundo lugar aparece la región a la cual se le vende el servicio; en tercer lugar está el conjunto de las otras regiones en desarrollo; y en cuarto lugar aparecen los países socialistas.

La regionalización de los servicios deja intacta la prioridad acordada por las agencias transnacionales a los países industrializados, tal como vimos en el estudio sobre Venezuela. Un estudio realizado por Harris en 1974, sobre el servicio africano de Reuters,

encontró que América del Norte y Europa Occidental obtenían el 42,1 por ciento del total de los cables; en segundo lugar venía África, con el 31,7 por ciento; Asia obtenía 8,6 por ciento de los cables; el Medio Oriente y los países árabes obtenían el 6,4 por ciento; América Latina, 3,6 por ciento; los países socialistas (incluyendo a China) obtenían el 3,0 por ciento y los organismos de Naciones Unidas, el 3,9 por ciento del total del servicio (17). En el total sobre África, además, el autor encontró que las áreas francófonas del continente tenían una representación mínima, mientras que las noticias de Reuters se concentraban en los países con los cuales Inglaterra mantiene los lazos más estrechos. En la misma época los directivos de Reuters sostenían que su servicio africano contenía al menos un 60 por ciento de noticias sobre África, pero el estudio mostró que si bien la posición de la región en este servicio era bastante más alta que la existente en otros servicios de la misma agencia, seguía siendo inferior a la prioridad dada a los países y regiones industrializadas.

De cualquier modo, el porcentaje de noticias regionales es ahora más alto y surge de dos factores: primero, la tendencia de las agencias transnacionales a regionalizar parte de sus servicios con el fin de capturar y retener clientela local; y segundo, la reacción frente a las quejas planteadas por los países en desarrollo desde principios de los 70. Muchos denunciaron el hecho de que las agencias transnacionales no les entregaban noticias sobre sus respectivas regiones, y que los mantenían en cambio con una dieta informativa que privilegiaba a Estados Unidos y Europa. Las agencias reaccionaron con una tendencia a crear servicios regionales, y ello explica el hecho de que las noticias latinoamericanas ocupan un buen porcentaje en los cables enviados a nuestra región; las noticias árabes aparecen en mayor cantidad en los cables enviados a los países árabes; etc. Reuters y AFP han sido más consistentes que las agencias norteamericanas en esta tendencia. AP, en cambio, no tiene servicios regionales pero mantiene un complejo sistema de envíos punto a punto que le permite introducir más noticias latinoamericanas para sus clientes latinoamericanos, y tiende ahora a hacer lo mismo para otras regiones.

Editores Locales: Autonomía Potencial y Esfuerzo Mínimo

Este patrón general tiene una contraparte en los medios loca-

les, quienes también muestran una tendencia única a través de las diversas regiones en desarrollo: luego de la selección de los editores locales, Estados Unidos y Europa Occidental pasan al primer lugar en las publicaciones de los diarios; la región propia pasa al segundo lugar; y el resto de las regiones en desarrollo junto con los países socialistas siguen ocupando el tercer y cuarto lugar que traían en los cables. Esta tendencia es más acentuada en América Latina, e indica que los desequilibrios informativos tienen un segundo origen que puede ser tanto o más difícil de cambiar que las tendencias de las agencias: los "porteros" o jefes de cables en los medios locales de los países en desarrollo. Ellos operan con criterios transnacionales, y los efectos de la selección informativa que realizan son en general similar o peores que los desequilibrios generados por las agencias.

Estas tendencias son constante en todos los países del Tercer Mundo. En un estudio de seis diarios iraníes realizado en mayo de 1977, Sreberny—Mohammadi encontró que el 52 por ciento de las noticias internacionales provenían de agencias transnacionales en los diarios de idioma inglés, mientras que en los publicados en persa ellas respondían por el 35 al 45 por ciento de las noticias. Las prioridades geográfico—políticas daban un 45 por ciento a Estados Unidos y Europa Occidental; 23,3 por ciento al Medio Oriente; 11,3 por ciento para África; 7,3 por ciento para Asia; 7,3 por ciento para Europa Oriental; 2,8 por ciento para América Latina y 2 por ciento sobre organismos internacionales. Sreberny comenta al respecto que "América del Norte y Europa juntos, con el 22 por ciento de la población mundial, obtienen el 50 por ciento del espacio informativo. Asia, que es el continente más grande y tiene el 56 por ciento de la población mundial, y en el cual está Irán, obtiene sólo el 8 por ciento de las noticias. Es claro que son los intereses políticos y económicos, y no la gente, lo que determina qué vale como noticia" (18).

Uno de los mayores estudios de los últimos años es el de Wilbur Schramm, quien en diciembre de 1977 tomó muestras de cinco días de 16 diarios de nueve países de Asia, y analizó al mismo tiempo todo el material enviado a dicha región, durante los mismos días, por las cuatro agencias transnacionales (19). Sus resultados mostraron que el total de los cables de las cuatro agencias se

dividía en 51,1 por ciento de noticias sobre regiones y países desarrollados, 24,2 por ciento de noticias mixtas, que incluían a países desarrollados y países del Tercer Mundo, y sólo un 24,7 por ciento de noticias sobre países del Tercer Mundo solos o relacionados entre ellos. Tomando en cuenta que muchas noticias mixtas enfatizaban puntos de vista de países industrializados, el autor estimó que poco más de un tercio del total de cables entregados por Reuters, AP, UPI y AFP estaban dedicados al Tercer Mundo, lo cual confirma el hecho de que pese a la regionalización de algunos servicios, las noticias sobre el mundo industrializado predominan en los cables internacionales.

El 48,9 por ciento de noticias sobre el Tercer Mundo, solo o en relación con países industrializados, se dividía a su vez en 28,4 por ciento para Asia; 11,7 por ciento para el Medio Oriente; 5,4 por ciento para Africa y 3,4 por ciento para América Latina. El análisis detallado de los países incluidos en estas informaciones mostró que algunos países industrializados emergían como líderes de las historias mixtas: Estados Unidos, Inglaterra y Japón, cuya posición era equivalente a las de los países del Tercer Mundo más citados en tales historias.

El volumen de los cables analizados en este estudio vuelve a arrojar dudas sobre las cifras entregadas por las grandes agencias: éstas cuentan sus transmisiones en millones de palabras, pero los estudios regionales rara vez encuentran más de cien mil para cada una. En este caso, Schramm encontró que cada agencia transnacional transmitía un promedio de 26 mil palabras diarias sobre el Tercer Mundo (solo o en relación con países industrializados), lo cual daba un promedio total, para las cuatro agencias, de 105 mil palabras diarias. Si se considera que ésto representa poco menos de la mitad de sus flujos al Asia, se puede estimar que, en conjunto, las cuatro agencias enviaban no más de 250 mil palabras, alrededor de 60 mil palabras diarias cada una.

La comparación del contenido de los cables transnacionales con las publicaciones de los diarios de nueve países asiáticos es muy interesante. Schramm encontró, que tanto en la distribución geográfica como en los contenidos, las similitudes son enormes. En términos geográficos los periódicos asiáticos daban mayor prio-

ridad a las noticias asiáticas (58,2 por ciento del total de noticias del Tercer Mundo en los cables, 68,8 por ciento en los diarios), pero mantenían los mismos rangos de prioridades establecidos por las agencias para todo el resto del mundo. En cuanto a los contenidos, el autor encontró los siguientes porcentajes:

	Agencias	Diarios
Relaciones Internacionales	36 ^o /o	29 ^o /o
Economía	15 ^o /o	18 ^o /o
Política nacional/gobiernos	11 ^o /o	12 ^o /o
Guerras/asuntos militares	7 ^o /o	5 ^o /o
Crimen/desastres - accidentes	9 ^o /o	11 ^o /o
Deportes	12 ^o /o	12 ^o /o
Ciencia/salud/energía/cultura/educ.	3 ^o /o	4 ^o /o

Luego de estudiar las correlaciones estadísticas entre los contenidos de los cables de las cuatro agencias y los diarios asiáticos, Schramm comenta que "rara vez se encuentran correlaciones como estas en investigaciones sobre grandes números que envuelven elementos humanos. Los patrones noticiosos de las agencias son extraordinariamente similares a los de los diarios . . . La significación práctica es que o bien los periódicos siguen en un altísimo grado la agenda noticiosa establecida por las agencias, o las agencias llenan en un grado muy alto las preferencias de los periódicos, o los periódicos siguen el liderazgo de las agencias, les guste o no, porque no tienen formas de cambiar sus patrones y no tienen tampoco otras alternativas. No nos corresponde a nosotros decir cuál de estas razones, o qué combinación de razones, explican estas similitudes" (20).

Aunque Schramm evita pronunciarse sobre el sentido en que operan las influencias, es obvio que son las agencias transnacionales quienes fijan las fronteras informativas de los diarios, y así ha sido demostrado por muchos estudios. En el caso de Turquía, citado antes, Ozkok encontró que el contenido de los cables enviados al país era muy similar al contenido de las informaciones internacionales de ANADOLU, la agencia nacional, lo cual se explica solamente porque la agencia nacional toma de las transnacionales

una selección de informaciones que producen las prioridades originales de los cables. En este caso, sin embargo, los diarios turcos empeoran la situación y la máxima similitud se encuentra entre los cables transnacionales y el boletín preparado por la agencia nacional (21).

	Cables	ANADOLU	Diarios
Desorden social	36,7 ^o /o	35,6 ^o /o	57,2 ^o /o
Diplomacia/relac. internacionales	24,6 ^o /o	28,9 ^o /o	9,9 ^o /o
Política nacional	17,7 ^o /o	12,2 ^o /o	9,7 ^o /o
Economía	10,7 ^o /o	14,4 ^o /o	14,2 ^o /o
Conferencia en Beirut	3,7 ^o /o	5,3 ^o /o	7,3 ^o /o
Misceláneos	6,7 ^o /o	2,2 ^o /o	1,7 ^o /o

La selección realizada por los diarios aumenta la cifra, que ya era muy alta, de noticias sobre desorden social en todas sus acepciones, pero aumenta también la prioridad de las noticias económicas y las informaciones sobre una conferencia realizada en Beirut durante los días en que se tomó la muestra. Más importante que ésto, sin embargo, es el hecho de que la agencia nacional turca, quien tiene la distribución exclusiva de Reuters, AP y AFP en el país, realiza una selección de noticias que no altera las prioridades del contenido entregado por las transnacionales a dicho país. Este tipo de datos es importante, puesto que ahora las agencias transnacionales sugieren que en aquellos países en que no entregan sus noticias directamente, sino a través de la agencia nacional correspondiente, las distorsiones y desequilibrios serían responsabilidad de la agencia receptora y no de las prioridades informativas de las transnacionales.

Los medios y agencias nacionales receptoras tienen una autonomía potencial en la selección de noticias internacionales. Ellos podrían, al hacer su elección de noticias, alterar los patrones transnacionales y dar mayor prioridad a las regiones y contenidos de interés directo para el Tercer Mundo. Pero está visto que no ejercen tal autonomía, y como los criterios de selección no son es-

tudiados en las escuelas de periodismo, sino que se aprenden en la práctica, se puede concluir que son las mismas agencias quienes determinan, más que cualquier otro factor, los valores y criterios sostenidos por los editores de los países subdesarrollados.

El maestro, en este caso, es el ejemplo. Y el volumen de los ejemplos es tal que elimina cualquier enfoque alternativo. En su estudio de nueve países asiáticos, Schramm encontró que el 76,4 por ciento del total de noticias (es decir, tres de cada cuatro noticias) sobre el Tercer Mundo venían de las cuatro agencias transnacionales. Un estudio de los principales periódicos de Bangladesh encontró que el 79,7 por ciento de las noticias internacionales venían de Reuters, AFP y AP, y que los contenidos daban un 28,1 por ciento a los temas militares y de defensa, guerras y violencia social; 26,5 de relaciones exteriores; 29,6 por ciento de política nacional; 8,3 por ciento de economía; 2,9 por ciento de ciencia y medicina; 2 por ciento de accidentes y desastres; 1,5 por ciento de cultura, educación; y 1,1 por ciento de noticias sobre cuestiones de derechos humanos (22).

Reyes Matta analizó las noticias internacionales de 16 diarios de 14 países latinoamericanos en una semana de 1975, y encontró que el 79 por ciento del total provenía de las agencias transnacionales (39^o/o de UPI, 21^o/o de AP, 10^o/o de AFP y 9^o/o de Latin-Reuters); EFE y ANSA, dos grandes agencias nacionales europeas, respondían por el 14 por ciento del total; LATIN entregaba el 4 por ciento y varias fuentes respondían por el 4,3 por ciento restante. El mismo estudio mostró que el 60,7 por ciento de las informaciones se refería a Estados Unidos y Europa Occidental; América Latina ocupaba 19.6 por ciento del total; el Medio Oriente, 6,9 por ciento; Asia, 3,6 por ciento; Africa, 3,5 por ciento; Europa Oriental, 3 por ciento; y los organismos de Naciones Unidas, 2,3 por ciento (23).

En algunos casos la dependencia de las agencias transnacionales es casi total. Un estudio comparativo realizado por Golding y Elliot a mediados de los 70 mostró que el 49 por ciento de las noticias internacionales en la televisión de Nigeria provenía de Reuters, AP y AFP; otro 48,9 por ciento venía de VISNEWS y la BBC de Londres, y sólo el 2,1 por ciento de sus noticias tenían un ori-

gen diferente de éstos. Los mismos autores encontraron que la radio nacional de Nigeria dependía en un 83,7 por ciento de las tres agencias citadas antes, y en un 11,1 por ciento de la BBC, con sólo un 4,8 por ciento de noticias internacionales provenientes de otras fuentes.

Luego de analizar las similitudes entre los cables y las noticias transmitidas por la radiodifusión, y después de un completo estudio sociológico del quehacer de los periodistas locales en las salas de redacción de estos medios, Golding y Elliot concluyen que un rasgo fundamental en el proceso de selección de noticias es "la uniformidad general en las definiciones de las noticias que es impuesta por el uso de las agencias transnacionales. Sólo se puede elegir entre los materiales provistos por estas agencias, y ellas dan indicaciones claras sobre la importancia y significación relativa de las noticias que envían. Los editores locales se guían por las claves explícitas en los resúmenes de las noches y del mediodía, y por las advertencias y llamados de atención intercalados en el tráfico noticioso. Tampoco faltan las interpretaciones de las agencias cuando se trata de regiones remotas sobre las cuales los editores locales no tienen experiencia propia . . ." (24).

Stevenson y Cole, quienes en 1979 analizaron 37 periódicos de 16 países, además de los servicios de AP, UPI, Reuters y AFP, aceptan la existencia de similitudes: "La asombrosa falta de diferencias en las noticias internacionales de países muy diferentes indica una expansión casi universal de lo que constituye noticia: noticias son política nacional e internacional, y los principales actores de las noticias son los gobiernos. Las actividades de los ciudadanos ordinarios no son noticia en ninguna parte del mundo. La proximidad y la actualidad parecen ser valores noticiosos universales . . . La similitud en el perfil de las noticias internacionales de la mayoría de los países sugiere que la influencia de las agencias de noticias y de los medios occidentales yace en su capacidad para suministrar noticias a) en el momento oportuno, y b) en una forma que puede ser usada universalmente con un mínimo de trabajo editorial . . . Parece que los editores locales pueden, y en cierta medida lo hacen, añadir una perspectiva local a las noticias internacionales. Pero en casi todos los casos, incluyendo a Estados Unidos, el perfil de los medios es en la práctica una muestra de azar del

perfil de las informaciones proporcionadas por las agencias. Esto indica que, dadas las limitaciones de tiempo y espacio que tienen los editores de todo el mundo, toman el camino de la menor resistencia en el uso de los servicios cablegráficos" (25).

Diferencias de Cifras o de Perspectivas

El estudio Stevenson y Cole fue financiado por la USICA, la agencia oficial de comunicación internacional de Estados Unidos, y busca arduamente demostrar que una buena parte de las quejas del Tercer Mundo no tienen base real. Por ello mismo, su aceptación de las similitudes notadas por autores más críticos es significativo. El mismo estudio, uno de los más amplios de los últimos años en cuanto al tamaño de sus muestras, confirma otros aspectos: las noticias privilegian a la región propia del país al que llegan, y a Estados Unidos y Europa Occidental; las áreas "invisibles" son los países socialistas y el Tercer Mundo en otras regiones del Tercer Mundo. Los autores concluyen que no son los intereses y valores occidentales los que excluyen a estas regiones en el mapa noticioso internacional, sino el etnocentrismo propio de cada región e indican que, en promedio, casi la mitad de las noticias sobre el Tercer Mundo en los medios del Tercer Mundo se refieren a la región en que están situados.

La mayor discrepancia en relación con otros estudios es que estos autores sostienen que el Tercer Mundo ocupa el primer lugar en las noticias de los medios del Tercer Mundo y en los servicios regionales de las agencias transnacionales. En cifras, sin embargo, las discrepancias son mínimas: sus datos dicen que el servicio de la AP para América Latina, por ejemplo, incluye un 40 por ciento de noticias latinoamericanas y un 39 por ciento de noticias sobre Estados Unidos y Europa; las transmisiones de la AFP hacia América Latina incluyen un 47 por ciento de noticias regionales y un 33 por ciento de noticias sobre Europa y Estados Unidos; el servicio de la UPI para nuestra región incluye un 40 por ciento de noticias latinoamericanas y un 44 por ciento sobre Europa y Estados Unidos (26). Para los autores norteamericanos, estas cifras bastan para desmentir el cargo de que los servicios transnacionales conceden mayor prioridad a los países industrializados, pese a que el mismo estudio encuentra que las cifras correspondientes al resto

del Tercer Mundo en las respectivas agencias son 14 por ciento en la AP; 16 por ciento en AFP y 13 por ciento en UPI.

Curiosamente, los autores establecen estos hallazgos cuantitativos, constatan también las asombrosas similitudes de los patrones noticiosos alrededor del mundo, y concluyen luego que no es efectivo que las deficiencias de la información sobre el Tercer Mundo sean el resultado del menú noticioso ofrecido por las agencias. Los mismos autores concluyen que la mayoría de las noticias de las agencias transnacionales carecen de todo sesgo ideológico, que son notablemente neutrales y que en su mayoría no contienen valores culturales occidentales en desmedro de los valores culturales del Tercer Mundo, pero esto es más difícil de evaluar y Stevenson y Cole no explican los criterios que llevaron a tal resultado.

Pinch, un funcionario de USICA, realizó a fines de 1977 un estudio orientado por los mismos intereses de Stevenson y Cole. En este caso el autor tomó los principales diarios de 16 países, y llegó a la conclusión de que las noticias del Tercer Mundo predominan en todos los medios de los países en desarrollo. En los medios africanos el 41 por ciento de las noticias trataban sobre África; 29 por ciento trataban sobre Estados Unidos y Europa Occidental; el 26 por ciento sobre otras regiones subdesarrolladas; y el 5 por ciento, sobre Europa Oriental. Los periódicos árabes daban 47 por ciento de noticias árabes; 36 por ciento de Europa Occidental y Estados Unidos; 12 por ciento sobre otras regiones del Tercer Mundo; y 5 por ciento sobre Europa Oriental. En diarios latinoamericanos el 47 por ciento era sobre Europa y Estados Unidos; 32 por ciento sobre América Latina; 18 por ciento sobre el resto del Tercer Mundo, y 3 por ciento sobre Europa Oriental. En Asia el 51^o/o de las noticias eran asiáticas, 29^o/o sobre Europa y Estados Unidos; 17^o/o sobre el resto del Tercer Mundo, y 3 por ciento sobre Europa socialista (27).

Estos datos no contradicen tampoco las cifras presentadas antes, pero el autor concluye que el Tercer Mundo cuenta con una dieta informativa rica en noticias sobre el Tercer Mundo. Las discrepancias no están en las cifras, sino en la perspectiva: autores como Stevenson, Cole y Pinch concluyen que si sumamos el 32 por ciento de noticias latinoamericanas y el 18 por ciento de noticias

sobre Asia, Africa y países árabes en los resultados latinoamericanos mencionados más arriba, tenemos un 50 por ciento de noticias sobre el Tercer Mundo y ello es un resultado satisfactorio. Autores más críticos miran las mismas cifras de otro modo: en los resultados de Pinch, América Latina publica un 47 por ciento sobre Estados Unidos y Europa, un 32 por ciento sobre su propia región, y sólo un 18 por ciento sobre Asia, Africa y los países árabes. El hecho de que la suma de los dos últimos porcentajes exceda en un 3 por ciento al total sobre Europa y Estados Unidos no oculta el problema: el hecho es que América Latina lee más sobre los países industrializados que sobre su propia región, y que la dieta informativa es notablemente pobre en lo concerniente a aquellas regiones que comparten sus problemas de subdesarrollo y dependencia.

En última instancia, las diferencias de interpretaciones reflejan diferencias de intereses: para los investigadores de USICA no hay razones para que las regiones del Tercer Mundo se comuniquen entre sí, y todo está bien si se mantienen mirando más a los países industrializados que a los países afines. Para los autores críticos, el Tercer Mundo necesita establecer y consolidar lazos de solidaridad y cooperación mutua, ya que éste es el único camino para superar su posición subordinada en la economía y política internacional, y por ello es imprescindible que la dieta informativa de estas regiones favorezca la comunicación entre pueblos afines. Esto es difícil hoy día, cuando los patrones noticiosos de las agencias y de los medios subdesarrollados privilegian las noticias sobre los países industrializados antes que las noticias sobre otras regiones del Tercer Mundo, y por ello estos hallazgos de la investigación no son satisfactorios.

Pero los únicos que admiten explícitamente la ingerencia de perspectivas valóricas en sus estudios son los autores críticos. Autores como Stevenson, Cole y Pinch pretenden, en cambio, que sus estudios son totalmente objetivos y que no contienen, al igual que las noticias transnacionales, sesgos ideológicos. Sus estudios han sido usados por entidades oficiales de Estados Unidos, y por entidades privadas como Freedom House en Nueva York, para cuestionar la legitimidad de las protestas del Tercer Mundo, pero estas entidades jamás admitirían que las diferencias yacen más en las pers-

pectivas que guían las interpretaciones de los datos antes que en los datos mismos. Es la forma en que opera la objetividad en tales sectores.

El Desarrollo no es Noticia

La ausencia de informaciones sobre los problemas del desarrollo es uno de los puntos sobre los cuales casi no existe desacuerdo, aunque las formas de superar tal carencia es motivo de gran debate internacional. Las “noticias del desarrollo” son aquellas que cubren procesos lentos, pero importantes, en la marcha del Tercer Mundo hacia el desarrollo político, social, cultural y económico. También incluyen aquellas informaciones más especializadas que los países necesitan para promover su desarrollo, y abarca áreas como agricultura, planificación familiar, energía, desarrollo industrial, educación y otras que en las categorías tradicionales son definidas como “noticias blandas”.

Todos los estudios citados en este capítulo muestran que el porcentaje de estas categorías es mínimo en los servicios transnacionales y en la prensa del Tercer Mundo. Hay casos, como el de la prensa y noticias ingresadas a Turquía, en que no aparecen en absoluto. Stevenson y Cole, en su estudio de 16 países, concluyen que tanto las agencias como los medios no prestan atención a dichas noticias porque, precisamente, no constituyen noticias. Schramm, en su estudio de nueve países asiáticos, concluye también que “ni los servicios cablegráficos ni los diarios tienen razones para estar orgullosos de su comportamiento” en este rubro, y comenta algunos casos:

“El préstamo de un Banco de Desarrollo a Sri Lanka no era en realidad una noticia, pero podría haberlo sido si algún reportero hubiese encontrado que se iba a dedicar a un original y gran proyecto de irrigación. La reapertura de una universidad en la capital de India no es tampoco una historia en sí, a menos que se vea en la perspectiva de la complicada historia política de las universidades de India. El científico que ganó el premio Berlaug es una historia local hasta que uno se entera de lo que significan sus descubrimientos para otros países agricultores de Asia. En otras palabras, la cobertura de estas noticias en los cables y en los medios

plantea preguntas sobre la medida en que los periodistas están preparados para cubrir las historias del desarrollo. Los periodistas están entrenados para cubrir asuntos políticos, y para informar sobre sucesos llamativos y otros especiales. ¿Tienen la preparación, y la comprensión económica y social para interpretar las noticias del desarrollo en términos significativos? Y la escasa cantidad de este tipo de noticias en Asia, ¿resulta de una falta de interés de los lectores o de la falta de investigación e interpretación de los periodistas encargados de las noticias?” (28).

Stevenson y Cole parecen no tener dudas al respecto: “La ausencia de noticias del desarrollo en los medios de la mayor parte del mundo parece reflejar más una falta de interés en tales informaciones que una falta de acceso a ellas” (29). Otros autores concluyen que este aspecto, como muchos otros, es el resultado del dominio de los valores informativos de las agencias occidentales. Las dificultades de los países del Tercer Mundo para consolidar su independencia y salir del subdesarrollo no son noticias, según sus criterios informativos, y ello se refleja en la incapacidad, producto del colonialismo cultural, de los medios locales para fijarse en los procesos que afectan a sus propios pueblos.

CAPITULO V

COBERTURA DE TEMAS QUE INTERESAN AL TERCER MUNDO

Los estudios citados antes se caracterizan por tomar el total de los cables transmitidos por una o varias agencias durante días elegidos al azar, generalmente en sus servicios regionales, y reproducen el mismo muestreo y tratamiento estadístico en muestras de diarios. Son los llamados estudios estructurales. Hay otro tipo de estudios, evaluativos, que investigan la calidad de la cobertura de eventos específicos, y que permiten ver con mayor claridad el reflejo de los criterios y valores de las fuentes, y de los medios en sus productos informativos. Se han hecho muchos estudios de este tipo, pero aquí veremos sólo algunos que tratan sobre eventos de importancia para el Tercer Mundo (30).

Los Grandes Informan Poco

De los últimos estudios realizados en América Latina, probablemente el más completo y rico en datos e interpretaciones es el de Selser y Roncagliolo, sobre la cobertura de la V Reunión de Jefes de Estado de Países No Alineados, que fue realizada en Colombo (Sri Lanka), en agosto de 1976, con la participación de 85 paí-

ses (31). En la reunión anterior del mismo movimiento, Argelia 1973, se adoptaron resoluciones sobre el Nuevo Orden Económico Internacional (que fue adoptado como política básica de las Naciones Unidas en 1974), y contra el imperialismo cultural. Estos temas aparecieron también en la agenda de 1976, junto con cuestiones de cooperación económica, cultural, derechos humanos y derechos de autodeterminación, problemas de pueblos independientes y otros temas de la paz y la cooperación mundial. La importancia de esta reunión se reflejó más adelante en la XIX Conferencia General de UNESCO, en noviembre del mismo año, que aprobó por consenso algunas posiciones surgidas en Colombo sobre la liberación del estado de dependencia que caracteriza a los sistemas de comunicación de los países en desarrollo.

Selser y Roncagliolo analizaron el total de los cables enviados a México por UPI, AP, AFP, EFE, Prensa Latina (de Cuba), la agencia yugoslava TANJUG y la checoslovaca CETEKA, además del material de IPS Tercer Mundo. La despreocupación de las agencias transnacionales por un evento de tal importancia para el Tercer Mundo se advirtió en entrada, en el volumen de las transmisiones. Mientras que PL, IPS y TANJUG entregaron el 72.2^o/o de las informaciones cablegráficas, AFP, AP y UPI entregaron sólo el 17.4^o/o de este total. Al respecto, los autores notan que “el contraste entre las agencias grandes que informan poco y agencias pequeñas que informan mucho es aún más notable puesto que en gran parte de los Países No Alineados -particularmente en América Latina- precisamente las agencias que más cobertura dieron a la cita son las habitualmente menos utilizadas por los medios de comunicación locales” (32).

Selser y Roncagliolo analizaron el temario de la conferencia y la importancia concedida a tales temas por las respectivas agencias. A partir de ello señalan, por ejemplo, que mientras IPS concede extraordinario espacio a los problemas del Nuevo Orden Económico Internacional y de Angola, las agencias AFP, UPI y AP sólo le dan el 5 por ciento de su espacio a la cuestión económica y minimizan la información sobre Angola, que hasta entonces había sido foco de su interés. A partir de ello, sugieren que con Angola se repite el caso de Vietnam; es decir, que ambos países fueron focos noticiosos mientras eran campos de batalla, pero que una vez

consolidado el proceso independentista, e iniciada la etapa de reconstrucción, los logros y fracasos dejan de ser noticia. Un análisis más detallado les hace llegar a la conclusión de que la cobertura de la conferencia sirvió "para ratificar que agencias transnacionales como la norteamericana UPI y la francesa AFP devaluaron metódicamente la información y comentaron en crónicas firmadas la reunión cimera con la misma parcialidad con que se enfrentaría a un enemigo declarado de sus países de origen" (33).

Esta conclusión es fundamentada detenidamente por los autores. Para ejemplificar: mientras la conferencia le daba gran importancia al problema del apartheid en Sudáfrica, Rodhesia y Namibia (19^o/o de las líneas en su Declaración Final), UPI omite informaciones y le concede muy poca importancia (6^o/o de sus cables); a la inversa, el problema de las dos Coreas, que fue tratado en la reunión pero que no fue un tema principal (1^o/o en la Declaración Final), recibe en UPI 24^o/o de sus cables y ofrece numerosos ejemplos de adjetivaciones parciales que, en opinión de los autores, se acercan más a la propaganda que a la simple información. La estructura de los mensajes demuestra, además, que lejos de ser objetivos e imparciales, cada frase contraria a los intereses de Estados Unidos es transmitida con la correspondiente refutación del redactor, mientras que jamás una cita de la parte contraria se acompaña de textos explicativos de la posición adversa.

El análisis de la cobertura de la AFP en esta conferencia lleva a los autores a sostener que, mientras la UPI optaba por la omisión y la propaganda abierta, la agencia francesa insistía en la distorsión sutil, pero sistemática. Para ejemplificar, citan el caso de tres temas que afectaban directamente a la política internacional francesa: un embargo petrolero a Francia como consecuencia de sus ventas de armas a Sudáfrica; un proyecto de condena a la política francesa en las Islas Comores; y reservas a la ocupación del territorio de Djibouti, la costa francesa de Somalía. La AFP no mencionó el tema de Djibouti, dio el 0.4^o/o de sus despachos al problema de las Comores, y el 2.7^o/o al tema más delicado, la condenación de Francia por su política de apoyo armamentista a Sudáfrica. Estos y otros ejemplos llevan a Selser y Roncagliolo a sostener que la conducta informativa de la AFP se guió por pautas afines a la política exterior del gobierno francés, y que adoleció de descontextualización, desequilibrio, y de falta de ecuanimidad.

La comparación de estas agencias con la cobertura de IPS Tercer Mundo, la cooperativa de periodistas basada en Italia, les lleva a demostrar que es posible hacer una información internacional distinta de la que proveen las transnacionales, más acorde con los intereses del Tercer Mundo y menos sesgada. "El aspecto más destacado de IPS es la independencia con que somete al escrutinio las posiciones, discursos y proyectos emergentes de la reunión. Sus enviados especiales se mueven con mucha mayor soltura que sus colegas de las otras agencias por el Tercer Mundo, hasta el punto que comentan sin inhibiciones temas tan urticantes como los de la intervención de Siria en El Líbano o el debate por el Sahara Occidental, que enfrenta obviamente a las representaciones de los países árabes. . . También se singulariza IPS con su información 'no institucional', es decir, no sujeta a la cobertura preferente de determinadas delegaciones o representantes, o de sus correspondientes posiciones; y muestra una libertad de movimientos que llega hasta el punto de consignar en un despacho las dificultades con que tropiezan los periodistas en Colombo para contar con las copias de los discursos y resoluciones" (34).

IPS, según este estudio, entrega más información; presenta aquellos temas que las agencias transnacionales omiten; cubre las diferencias y temas conflictivos, sin pretender, como las otras agencias, que son ejes de enfrentamientos irreconciliables; trata de seguir el rastro a las posibles repercusiones de la reunión de Colombo en otras regiones del mundo y agrega numerosos elementos de contexto con documentación no oficial y entrevistas que proporcionan al lector despachos más analíticos. Su cobertura no está libre de defectos, dicen los autores, pero demuestra que la actuación de agencias como UPI y AFP no es la única forma de producir noticias en el mundo. Existen alternativas solventes y responsables, dicen los autores, aunque lamentan al mismo tiempo las dificultades que tiene una agencia alternativa, como IPS, y otras agencias tercermundistas, para entrar en el mercado informativo.

La dificultad de las agencias tercermundistas para entrar en este mercado es ilustrada también por un estudio de Hamelink sobre la cobertura de la V Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD, 1979. El autor tomó 14 diarios de Asia, África, América Latina y el Caribe, y encontró 1.- que el

total de los periódicos daba un promedio de 1.1.º/o de su espacio a los temas de la conferencia; y 2.- que el total de las historias publicadas tenían las siguientes fuentes: 54º/o para UPI, AP, AFP y Reuters (Reuters solo respondía por el 24º/o), 10º/o de historias firmadas por IPS, y 24º/o correspondiente a agencias nacionales. Ninguno de los periódicos analizados publicó noticias del Pool de los No Alineados, de la agencia soviética TASS, o de la agencia yugoslava TANJUG (35).

El mismo autor nota que, en la geografía de la noticia, los países industrializados ocupan el 45º/o de las menciones, y que el país más citado fue Estados Unidos. El Grupo de los 77 y la Organización de Países Exportadores de Petróleo también destacan en las noticias, pero los resultados sugieren que hay una concentración de actores y puntos de vista del Sur subdesarrollado, con una geografía noticiosa y con fuentes en los que predomina el Norte industrializado. La escasa cobertura de la conferencia es grave, dice el autor, dado que la UNCTAD representa uno de los principales foros de negociaciones y confrontación de los intereses del Tercer Mundo y de los países industrializados. Un paso mínimo hacia la superación de los desequilibrios que allí se discuten sería el permitir que la información sobre ellos sea accesible a las grandes mayorías del Tercer Mundo, pero esto no ocurre con dicha conferencia, ni con otras de la misma importancia y envergadura.

La cobertura de la IV Reunión Ministerial del Grupo de los 77, en preparación de la V Conferencia de la UNCTAD, también fue estudiada por una investigadora del ILET en 1979. El Grupo de los 77 se formó en la UNCTAD I, para unificar las posiciones del Tercer Mundo en las negociaciones económicas con los países desarrollados, y busca mejorar los términos de intercambio con tales países creando convenios sobre materias primas entre productores y otros acuerdos de cooperación Sur—Sur. En la Reunión preparatoria para la UNCTAD V, realizada en Arusha en febrero de 1979, el Grupo de los 77 formuló un documento para la negociación y establecimiento de una estrategia global de desarrollo basada en estas premisas. La autora analizó 23 diarios de 16 países latinoamericanos en la semana correspondiente a la conferencia de Arusha, y comparó la cobertura de la reunión con otros eventos internacionales de esos días: el conflicto de Irán, la guerra entre

China y Vietnam, la visita del Presidente Carter a México, la III Conferencia del Episcopado Latinoamericano (CELAM) y sus respectivas fuentes. De allí surgen los siguientes datos porcentuales, que indican la importancia relativa dada por seis agencias a estos eventos (36).

EVENTOS	AFP	AP	UPI	EFE	L-R	IPS
Irán	50 ^o /o	49 ^o /o	48 ^o /o	58 ^o /o	57 ^o /o	15 ^o /o
China-Vietnam	15	12	12	10	18	--
Carter en México	12	19	23	20	16	8
III CELAM	9	17	18	12	9	15
Grupo de los 77	14	3	--	--	--	62

IPS figura predominantemente para la información sobre el Grupo de los 77, mientras que las fuentes más usadas para el conflicto iraní son las agencias transnacionales, además de EFE y LATIN—Reuters. El total de las informaciones internacionales, sin embargo, muestra que el 61^o/o de ellas provienen de las cuatro agencias transnacionales, mientras que sólo el 1^o/o de las noticias publicadas en la semana corresponden a IPS Tercer Mundo (37). Pese a que comparativamente IPS entrega más información sobre la reunión de Arusha, los diarios utilizan más a AFP (57^o/o de las notas sobre la reunión), AP aparece con el 11^o/o e IPS, con el 13 por ciento. Los diarios tienden a reflejar entonces los defectos de la información de las agencias transnacionales: resaltan las posturas hipotéticas que tomarán los países frente a ciertos temas; eliminan antecedentes y consecuencias de las propuestas; adscriben a los países calificaciones y características que provocan mayor confusión sobre sus posiciones; utilizan categorías geopolíticas que no explican el proceso en curso.

Si No Fuera Por La Controversia . . .

El último caso seleccionado para este capítulo es tal vez más significativo, puesto que surge de Estados Unidos y es producto de

un análisis hecho por autores norteamericanos que han cuestionado la validez de las quejas del Tercer Mundo. Se trata de la cobertura de la XXI Conferencia General de la UNESCO, realizada en Belgrado en 1980. En dicha conferencia se aprobó la creación del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, PIDC, como paso práctico destinado a auspiciar proyectos concretos para el reforzamiento de los sistemas de comunicación en los países subdesarrollados, y se aprobaron resoluciones sobre el Informe de la Comisión MacBride. Comparada con las conferencias previas de UNESCO en los años 70, la conferencia de Belgrado se caracterizó por un esfuerzo para mover el debate desde el plano de la confrontación ideológica a la búsqueda de mecanismos prácticos para superar los desequilibrios internacionales, entre los cuales surge el PIDC, aprobado por consenso.

El Consejo Nacional de Noticias, en Estados Unidos, estudió la cobertura de este evento en la prensa norteamericana, y llegó a la conclusión de que su comportamiento había sido “un ejemplo muy pobre para los periodistas del Tercer Mundo, y para otros escépticos, sobre lo que se suponen deben admirar como un modelo de libertad de prensa e inmunidad frente al control gubernamental de la práctica periodística occidental” (38). El Consejo Nacional de Noticias analizó 448 recortes y 206 editoriales de diarios de todo el país en Estados Unidos, y encontró que el 80^o/o de las noticias provenían de la AP y la UPI. La mayoría de las noticias subrayaban conflictos que, siendo reales, no eran los temas definitorios de la conferencia: 103 historias y 24 editoriales trataban sobre el ataque de un delegado afgano a la Unión Soviética; 57 recortes trataban sobre un discurso de Arafat y el intento árabe de expulsar a Israel; 36 estaban dedicados a la reelección del Director General, Sr. M'Bow.

Ninguna de las historias sobre la conferencia, que duró 6 semanas y abarcó todos los campos de acción de la UNESCO, mencionó resoluciones o actividades relacionadas con la lucha contra el analfabetismo, desarrollo de fuentes alternativas de energía, investigación básica sobre producción de alimentos y otros temas que fueron tratados en la reunión y cuya importancia para el Tercer Mundo es evidente. “Sin excepción, los editoriales expresaron aprensión sobre la participación de UNESCO en los esfuerzos para

establecer políticas en asuntos que afectan el flujo mundial de información. 158 editoriales eran fuertemente hostiles, al punto que en 27 de ellos se sugería que Estados Unidos debía retirarse de UNESCO si ésta persistía en movimientos considerados dañinos para la libertad de prensa. Los restantes 23 editoriales, aunque críticos de los desarrollos en Belgrado, eran de tono moderado y trataron de explicar por qué muchos países en desarrollo sentían que se necesitaban cambios en las relaciones actuales de comunicación entre países" (39). La creación del PIDC casi no fue mencionada por los periódicos norteamericanos.

Los defectos de la cobertura eran tan obvios, que incluso Leonard Sussman, uno de los mayores opositores al nuevo Orden Informativo, los observó. Sussman participó en la conferencia en representación de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, y en discurso principal apoyó los planes de asistencia técnica para los periodistas del Tercer Mundo, pero objetó otras acciones para crear licencias para periodistas. Las partes críticas de su discurso fueron transmitidas por las agencias, pero éstas omitieron el apoyo de la SIP daba a otras materias. Refiriéndose a la cobertura de su discurso, Sussman comentó que "cada palabra citada era exacta, pero el efecto total era desequilibrado" (40). Sussman hizo su propio análisis de la cobertura, y llegó a la conclusión de que ésta era desequilibrada "porque muchos artículos sobre los sucesos en Belgrado enfatizaron las potencialidades del control de prensa como si ellas ya se hubiesen materializado . . . La exageración del presente estado del desafío no ayuda a la comprensión pública ni tampoco a la defensa efectiva de la libertad de prensa" (41), agregó.

El Consejo Nacional de Noticias de Estados Unidos hizo notar que la conferencia había reunido a 1.869 delegados de 153 países, y que había cubierto 53 programas de actividades en campos que iban desde el desarrollo rural integrado hasta la posición de la mujer en la sociedad, pero la cobertura de los cables y la prensa había tocado sólo los puntos más conflictivos del debate sobre comunicaciones, y otros asuntos políticos como la cuestión palestina, el caso de Afganistán y otros mencionados antes. El entonces Director de los Servicios Mundiales de la AP, Stan Swinton, comentó al respecto: "¿Se cubrió todos los asuntos de UNESCO en Belgrado?

No, pero eso tiene que ver con la fragilidad de cualquier cobertura . . . En realidad, si no hubiese sido por la controversia sobre el 'nuevo orden de la comunicación' nadie de la prensa habría ido a esa conferencia. Es como los aterrizajes sin problemas en un aeropuerto, no son noticia" (42).

La principal fuente de distorsiones en esta cobertura no fue la editorialización en las noticias, sino el proceso de selección de los temas mencionados por la noticia, según el Consejo Nacional de Estados Unidos. Una de sus principales conclusiones es que "el desequilibrio que caracterizó la mayor parte de la cobertura de Belgrado en los Estados Unidos entregó una base inadecuada para que los lectores norteamericanos se formen un juicio independiente sobre la corrección de las posiciones editoriales adoptadas por sus periódicos sobre el tema de las comunicaciones en UNESCO", y dio un ejemplo muy pobre para el Tercer Mundo. El Consejo Nacional de Noticias no cuestiona la sinceridad, ni tampoco la validez, de las aprensiones expresadas por la prensa norteamericana, muchas de las cuales comparte, pero hace notar suscitadamente que el reflejo de estas aprensiones en el reportaje sobre la conferencia "es inconsistente con el espíritu de objetividad que se pone invariablemente como la piedra de toque del juicio noticioso equilibrado" (43).

A continuación veremos con mayor detalle otras inconsistencias: la cobertura de la Conferencia sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, y la XIX Conferencia General de UNESCO, ambas realizadas en 1976. Ellas demuestran también que no existen juicios equilibrados cuando se trata de cubrir temas que afectan a los intereses comerciales y políticos de las agencias, y que el Tercer Mundo no puede confiar en ellas para seguir la marcha de sus asuntos en la arena internacional.

La Associated Press y las Políticas de Comunicación en América Latina (44).

En julio de 1976 se realizó en Costa Rica la primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe. Esta fue la primera reunión de este tipo y nivel auspiciada por UNESCO, y suscitó grandes debates.

Aquí presentamos la síntesis de un estudio de la cobertura de esta conferencia, tal como fue llevada por la Associated Press en sus transmisiones para América Latina. Para ello se tomaron los 51 cables, con un total de 1.528 líneas, que la oficina de la AP en Bogotá recibió durante los diez días que duró la conferencia, y analizamos los actores principales de la noticia, sus posiciones y la medida en que la agencia era capaz de adoptar una posición factual frente a los temas de la reunión.

La cobertura de la AP tenía especial interés en este caso: por una parte, los temas incluían los problemas de la noticia internacional; por otra, y dado que la mayoría de los medios regionales se alimentan de los cables de la AP, la forma en que la agencia iba a cubrir la reunión tendría un peso decisivo en la posibilidad de que las audiencias latinoamericanas y caribeñas se formaran una imagen precisa de los temas en cuestión.

La conferencia tenía numerosos antecedentes: En 1970 la UNESCO había recibido el mandato de su Asamblea General para "ayudar a los Estados Miembros en la formulación de sus políticas de comunicación social". En 1972 la misma organización había llamado a la Primera Reunión de Expertos sobre Políticas y Planificación de la Comunicación y, poco más tarde, UNESCO había decidido realizar una serie de reuniones intergubernamentales sobre la materia en las diversas regiones. América Latina fue elegida como sitio de la primera conferencia intergubernamental, que luego se haría también en Asia y África.

Los pasos preparatorios para la conferencia latinoamericana fueron dos reuniones de expertos sobre Políticas de Comunicación e Intercambio de Noticias, realizadas en Bogotá en 1974 y en Quito, 1975, respectivamente. Las reuniones preparatorias reafirmaron la necesidad de las políticas de comunicación, y el derecho de los Estados a formular tales políticas. También se pronunciaron a favor de políticas regionales conjuntas para establecer un mayor equilibrio en las comunicaciones internacionales, y se recomendó el establecimiento de agencias de noticias nacionales y regionales.

Los industriales de la comunicación en América Latina y Es-

tados Unidos reaccionaron con fuerza en contra de estas propuestas. La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que reúne a propietarios de diarios de la región y de Estados Unidos, y la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), pusieron en duda la calificación profesional de los expertos, los acusaron de ser marxistas y totalitarios, y extendieron estas acusaciones a UNESCO, desatando una fuerte campaña continental en contra de la organización.

Los ataques de la SIP y de la AIR lograron retrasar la realización de la conferencia intergubernamental. El evento se llevó a cabo con casi dos años de atraso, debido a las dificultades para encontrar un país dispuesto a ser anfitrión y a exponerse a los ataques de ambas asociaciones. Finalmente se realizó en Costa Rica, en 1976: en su discurso de apertura el Presidente Daniel Oduber denunció las presiones que varios grupos habían hecho en contra de su gobierno, con el fin de disuadirlo de hospedar la conferencia. La campaña recrudesció a medida que avanzaban los preparativos y la realización de la conferencia, y la AP se alineó con los grupos mencionados por el Presidente Oduber, tal como se evidencia en los resultados que veremos a continuación.

La conferencia se realizó en julio, del 12 al 21. El Comité Ejecutivo de la SIP tuvo una reunión extraordinaria en la misma ciudad, del 12 al 14, citada especialmente para discutir la agenda de la conferencia de UNESCO. Ello le permitió a la AP manejar la información de modo que, para el lector poco informado, la SIP aparecía en la práctica como un actor principal de la conferencia intergubernamental.

La SIP tuvo una posición privilegiada en los cables, y sus declaraciones obtuvieron mucho más espacio noticioso que cualquiera de los Estados Miembros de UNESCO. La Tabla No. 2 muestra el detalle del peso relativo dado por la AP a los actores de las noticias, medido en porcentajes de líneas transmitidas cada día y en porcentajes del total de líneas examinadas en el período de la reunión.

Las posiciones de la SIP con respecto a la conferencia definieron el tono de las informaciones de la AP. Casi dos tercios de las

Tabla 2: Importancia relativa dada a los actores en el evento, en términos de porcentaje de líneas que hacen referencia a cada uno, y porcentaje del total.

Julio	12	13	14	15	16	17	19	20	21	Porcentaje del Total
UNESCO	33.7	11.1	12.4	4.3	20.6	19.0	23.1	64.8	81.9	29.0
SIP	52.1	11.5	49.3	12.4	10.3	27.0	2.1	—	4.1	19.7
Venezuela	14.2	65.5	—	32.9	2.4	9.5	8.1	15.8	—	19.5
Panamá	—	—	—	9.3	6.3	—	36.0	—	—	5.9
Costa Rica	—	4.6	19.1	6.8	2.4	—	2.7	2.1	7.0	5.8
SID	—	—	—	—	14.3	19.0	—	4.1	5.3	3.0
El Caribe ¹	—	—	19.1	—	—	—	—	—	—	2.8
R. Reloj ²	—	—	—	—	30.1	—	—	—	—	2.6
Uruguay	—	—	—	—	8.7	—	11.3	5.5	—	2.6
R. Dominicana	—	—	—	13.0	—	—	9.7	—	—	2.5
APH ³	—	7.3	—	—	—	—	—	—	—	1.2
El Mundo ⁴	—	—	—	—	—	25.4	—	—	—	1.0
Otros ⁵	—	—	—	21.0	4.8	—	6.9	7.7	1.7	4.4

Total en todas las columnas: 100:00.

1. Periódico dominicano propiedad de Germán Ornes, miembro del comité ejecutivo de la S.I.P.
2. Radio de Costa Rica.
3. Asociación de Periodistas de Honduras.
4. Periódico de San Juan, Puerto Rico.
5. Comprende las referencias a Cuba, Honduras, Colombia, Brasil, Chile, Perú, Surinam, Guyana, Argentina, México, Bolivia Y Ecuador.

Líneas dedicadas a la SIP fueron usadas para transmitir sus ataques a la UNESCO, al Director General Sr. M'Bow, al Presidente de Venezuela Carlos A. Pérez, y a Gonzalo Facio, Canciller de Costa Rica y Presidente de la Conferencia. De acuerdo a los cables, la SIP sostenía que UNESCO era enemiga de la libertad de prensa y partidaria del control gubernamental de los medios; que las propuestas del Presidente de Venezuela eran "falaces y peligrosas"; y que el desempeño del Canciller de Costa Rica era "dudoso".

Los cables dieron gran énfasis al carácter de "emergencia" de la reunión de la SIP, causado por la "crítica" situación en que se encontraba la libertad de prensa debido a la conferencia auspiciada por UNESCO. Los informes de las reuniones de Bogotá 1974 y Quito 1975 recibieron también muchas críticas de la SIP, quien

las presentó como una amenaza a la libertad de prensa, que en los cables aparecía asediada por “una alianza de países de extrema izquierda y extrema derecha, junto con un apoyo sin precedentes e inesperado de los pocos regímenes democráticos que quedan en la región”. Así, AP entró directamente en el terreno de la ciencia ficción -con la única alianza de extrema izquierda, derecha y centro que se ha visto nunca en la región- para agitar el clima de conflicto alrededor de la conferencia.

En el ítem “UNESCO” de la Tabla No. 1 se incluyen las notas sobre la organización de la reunión, su agenda, y las intervenciones del Director General. Este apareció en la noticia casi exclusivamente por sus respuestas a los ataques de la SIP. Según la imagen de los cables, su posición era defensiva, llegando —según la noticia— incluso a “repudiar” los documentos elaborados en las reuniones preparatorias de Quito y Bogotá. Estos temas recibieron más cobertura que cualquiera de sus intervenciones a propósito de la conferencia misma. Y con todo, fueron siempre acompañadas por declaraciones de la SIP, que insistió en todo momento en la desconfianza con respecto a las explicaciones del Director General de UNESCO, Sr. M’Bow.

Venezuela recibió gran cobertura gracias a un mensaje del Presidente Pérez, en que criticaba a los industriales de la comunicación y a las agencias de noticias, y manifestaba su apoyo a los principios que más tarde serían ratificados por la conferencia. A diferencia de otros países, Venezuela envió una delegación de funcionarios de alto nivel, acompañados por especialistas en comunicación social. Sus principales propuestas fueron aprobadas por unanimidad y pasaron a formar parte de las principales resoluciones de la reunión intergubernamental. Pero los cables mencionaron sólo las reacciones de la SIP frente al mensaje del Presidente Pérez y a las propuestas venezolanas; el texto de las mismas, y su importancia objetiva en la conferencia, no fueron cubiertas por la noticia.

El peso de Costa Rica en la Tabla No. 1 se debe a la participación de su Canciller, Gonzalo Facio. En su primera intervención, éste se preguntó acerca de los intereses detrás de las críticas de la SIP, y mencionó tangencialmente el rol de Germán Ornes, Presidente del Comité para la Libertad de Prensa de la SIP, durante la

dictadura de Trujillo en la República Dominicana. La reacción de la SIP frente a tales interrogantes ocupó gran espacio en los cables, transformándose en el tema central de la cobertura durante tres días. Para reafirmar sus apreciaciones, la AP recurrió en este punto a comentaristas extranjeros (ver actores no nacionales en la misma Tabla) que simpatizaban con las posiciones de la SIP.

Los restantes Estados participantes no interesaron a la AP, y fueron mencionados tangencialmente en relación con las propuestas para resoluciones que se discutieron en la conferencia. La temática central de la reunión -las resoluciones y los debates relacionados con ellas- ocuparon sólo el 45^o/o del total de líneas transmitidas por la AP. La Tabla No. 3 presenta una descripción sumaria de la importancia relativa dada por la agencia a las resoluciones y sus debates.

La conferencia aprobó treinta recomendaciones, pero la Associated Press mencionó sólo catorce de ellas. Entre las que fueron mencionadas por los cables, sobresalían las resoluciones No. 16 y 9: La primera recomendó la creación de una agencia regional de noticias, o un consorcio de agencias, cuyos principios organizativos y operativos serían definidos por los países que participaran en su formación, y a quienes recomendaba asegurarse de que la operación no afectaría las funciones ni el futuro desarrollo de las agencias que ya operaban en la región. La segunda recomendó coordinar esfuerzos estatales en el campo de las comunicaciones con los del sector privado, antes de someter proyectos de ley a los cuerpos legislativos competentes.

Estos dos temas ocuparon el 62.5 por ciento del total de líneas dedicado a las resoluciones y sus debates. La AP tomó los argumentos que interesaban al sector privado, y editorializó sobre problemas de propiedad de las agencias nacionales y regional, aun cuando las resoluciones no entraron en este aspecto, utilizando para ello fuentes no identificadas. En lo que toca al sector privado, la agencia usó todos los argumentos que defendían el comportamiento de los medios privados, o que eran susceptibles de ser presentados como favorables a ellos.

En contraste con el tratamiento privilegiado que recibieron

estos temas, otras decisiones centrales -como la que establece el derecho de los Estados a formular políticas de comunicación; la necesidad, de los consejos nacionales de comunicación; la creación de sistemas complementarios de comunicación social; etc. -ocuparon apenas el 8,9 por ciento del total de líneas ocupado en resoluciones. Otros temas de fondo, como la Recomendación No. 1, que reafirmaba la necesidad de una comunicación más equilibrada en los planos nacional e internacional, y la consiguiente necesidad de un nuevo orden informativo y de políticas de comunicación, también recibieron mínima atención en los cables.

Tabla 3: Importancia relativa dada por AP a las diferentes materias discutidas y aprobadas en la conferencia de Costa Rica.

No.	Materia de la Resolución	Número de líneas	Porcentaje
1.	Balance de la información y política de la comunicación.	65	9.3
2.	Sistemas de comunicación suplementarios	40	5.7
3.	Libertad de pensamiento, comunicación e información.	34	4.9
4.	Derecho a comunicarse	11	1.6
5.	Derecho a responder.	39	5.6
6.	Derecho de los Estados a formular su política de comunicación.	20	2.9
7.	Consejos nacionales para política de comunicación.	2	0.3
8.	Principios para garantizar la libertad de comunicación y expresión y responsabilidad social para los difusores.	9	1.3
9.	Coordinación con el sector privado.	102	14.7
12.	Centros de documentación en comunicación social.	2	0.3
13.	Entrenamiento de periodistas de radio y TV.	2	0.3
16.	Agencias de noticias de América Latina y el Caribe.	293	42.1
21.	Política respecto de satélites de comunicaciones	37	5.3
27.	Agencias de noticias nacionales.	40	5.7
TOTAL		696	100.00

Aparte de los problemas cuantitativos, visibles en la Tabla No. 3 el estudio encontró problemas cualitativos. La AP destacó las situaciones de conflicto creadas por la SIP, y omitió el consenso provocado por la mayoría de las resoluciones. También utilizó el mecanismo de dar más cobertura a las posiciones de minoría para subrayar el conflicto, en los casos en que no suscitaron unanimidad, pese a que éstos fueron -a su vez- la menor parte del debate.

La resolución con respecto a los satélites de comunicaciones recibió especial atención de la AP, siendo una de las dos únicas resoluciones que la agencia quiso citar textualmente. En otros casos, en lugar de citar el texto resumido de las resoluciones, se limitó a transmitir los comentarios desfavorables que la SIP y otros actores proporcionaron a la agencia. La resolución sobre satélites recomienda examinar los problemas de la dependencia tecnológica, y reunirse para definir una política conjunta con respecto al contenido de las comunicaciones por satélite en la región. Luego de citar frases del texto, la AP agregó: "de las aprobadas aquí, es la resolución más específica sugiriendo el control gubernamental del libre flujo de información en el área".

En verdad, la AP tuvo trabajo para encontrar un texto que se prestara a tal interpretación, ya que ninguna de las resoluciones que tratan específicamente con el rol de los Estados en el campo de las comunicaciones se prestaba para ello. Entonces utilizó el texto referente a los satélites, aunque tampoco era fácil extraer de éste la interpretación proporcionada por la agencia.

Entre los temas de la conferencia que la AP no mencionó en absoluto -la mayoría de las resoluciones-, tenemos: decisiones sobre integración regional, coordinación y cooperación horizontal en comunicaciones; necesidad de un mercado común regional para el libro; creación de centros de entrenamiento para periodistas de radio y TV, comunicadores rurales y otros tipos de comunicadores; creación de un centro regional para la preparación de material diseñado especialmente para niños y jóvenes; producción cinematográfica regional; apreciación del trabajo del centro de documentación de CIESPAL; etc.

Ninguno de éstos, de gran interés para la región, fue citado

por la agencia. En cambio, todos los temas que servían para agudizar el enfrentamiento entre los sectores público y privado fueron cubiertos con detención. La transmisión constante de las críticas de la SIP ayudaron a este fin, y fueron mencionadas repetidamente aun cuando el contexto no explicaba claramente el rol de la SIP en ninguno de los acuerdos intergubernamentales. Los actores nacionales -como Uruguay y República Dominicana- que manifestaron apoyo al sector privado, también fueron citados por los cables.

Las propuestas de Venezuela, en cambio, que provocaron consenso y pasaron a formar parte de las resoluciones centrales de la conferencia, fueron interpretadas sistemáticamente como partidarias del control estatal de las comunicaciones. Y el consenso provocado por ellas no fue citado por cables.

Una síntesis de este análisis indica que, en lo que toca a la presentación de la conferencia de Costa Rica, la AP proporcionó una imagen de conflicto insoluble, valiéndose de a) el énfasis en las críticas de la SIP y otros comentarios, a veces, de fuentes no identificadas; b) poniendo en relieve sucesos menores que iban en contra del propósito de la reunión; y c) minimizando o ignorando los antecedentes y hechos que podían haber ayudado a una mejor comprensión de los fines del encuentro.

En cuanto a los actores, a) la cobertura de la AP transformó a la SIP en actor principal que tuvo más espacio que cualquier Estado presente en la conferencia misma; b) la presentación de varios actores estuvo sesgada, especialmente en el caso del Director General de UNESCO, el Presidente de Venezuela y el Canciller de Costa Rica, que fueron sometidos a fuertes ataques, exacerbados por las interpretaciones de la agencia; y c) exceptuando a Venezuela, cuyas propuestas fueron mencionadas sólo en tanto objeto de críticas de la SIP, las posiciones de los restantes Estados fueron ignoradas o minimizadas.

La temática de la conferencia fue mal tratada: más de la mitad de las resoluciones no fueron citadas en absoluto, y de las pocas mencionadas por la AP, casi todo el espacio noticioso fue dedicado sólo a aquellas que interesaban a la propia agencia.

Así, la propia cobertura de la AP confirmó las consideraciones incluídas en la Recomendación No. 16 de la conferencia, según la cual "la mayor parte de las noticias relevantes a la región es producida por agencias ajenas a la región, las cuales no están mayormente preocupadas o interesadas en reflejar las motivaciones reales, toda la verdad, o los antecedentes de los eventos regionales...". Lo que es más grave, y debido a esta forma de cobertura, todos los medios latinoamericanos y caribeños que dependen de la Associated Press, y sus lectores, quedarían sin conocer los objetivos y resultados de la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación.

**"Las noticias hacen noticia": Resumen de un estudio
de la cobertura de la Conferencia General de UNESCO
en Nairobi, 1976 (45).**

En octubre y noviembre de 1976, se realizó en Nairobi la Décimonovena Conferencia General de UNESCO. Ya mucho antes de que ello ocurriera, era claro que la cuestión de la estructura internacional informativa sería un tema central de la agenda: en el mismo año se había realizado la Conferencia de Costa Rica sobre Políticas de Comunicación, la Primera Reunión Ministerial sobre Información de los Países No Alineados, y los medios más influyentes de los países capitalistas avanzados habían expresado sus temores de que todo ello condujera al establecimiento de normas restrictivas para la libertad de prensa.

Phil Harris, entonces investigador del Centro de Estudios de la Comunicación en Leicester, aprovechó la ocasión para hacer un completo estudio del comportamiento de las grandes agencias. Para ello se instaló en la sala de prensa de UNESCO, en París, donde se recibía la cobertura completa de Associated Press, Agence France Press, United Press International, Reuters y TANJUG, la agencia yugoslava. En el caso de Reuters se tenía conexión con la central de Londres y línea directa desde Nairobi, con lo cual tuvo al mismo tiempo todo el material enviado por el corresponsal de Reuters desde el sitio del evento, y la selección editada que Reuters enviaba a los medios desde su central.

Harris analizó todos los cables enviados por cada una de estas agencias a propósito de la conferencia, lo que dio un total de 369 cables que sumaban 12.317 líneas. En cada uno analizó los temas y las partes envueltas, o actores, estableciendo luego algunas comparaciones entre agencias. El volumen total se dividía de la siguiente manera: Reuters 5.275 líneas; Associated Press 1.319 líneas; United Press International 1.659 líneas; Agence France Press 2.899 líneas; y TANJUG, 1.165 líneas. Reuters y AFP respondían entonces por el 66 por ciento de todas las noticias emitidas sobre la reunión, aunque el volumen de Reuters estaba formado por 1.595 líneas enviadas desde su central en Londres y 3.680, desde Nairobi.

La Tabla No. 4 presenta los resultados del análisis temático, medido en número de líneas y porcentajes del total de cada agencia. Una síntesis de estos datos indica que los cinco principales temas eran, en orden de importancia determinado por el volumen dedicado a ellos, los siguientes:

- 1.- Proyecto de Declaración sobre el Uso de los Medios Masivos, que en su mayor parte tocaba sólo el Artículo XII de la declaración, sobre la responsabilidad de los Estados en relación con los medios;
- 2.- conducta de las autoridades israelitas en los territorios árabes ocupados y en Jerusalén;
- 3.- desequilibrios en la información y comunicación internacional;
- 4.- problemas en la calidad de miembro de UNESCO para Israel; y
- 5.- no pago de las cuotas de Estados Unidos a UNESCO, como protesta por la exclusión de Israel en la conferencia previa, y reiniciación de sus pagos a la luz de las decisiones hechas en la conferencia de 1976.

En la práctica, la temática se reducía a dos cuestiones: prensa/información, que ocupó el 37 por ciento de la cobertura total, y la cuestión israelí, de la cual surgió el problema del pago de Estados Unidos que ocupó el 32 por ciento de la cobertura. Si a ellos se suman los temas relacionados, como "zionismo/racismo", "Israel/URSS" y "ataques de prensa a UNESCO", el total combinado de estos dos temas ocupó casi el 72 por ciento de todos los cables.

Harris señala que el debate alrededor de la prensa en todos sus aspectos (libertad de prensa, desequilibrios estructurales, rela-

Tabla 4: Temas cubiertos por las agencias en la Conferencia General de UNESCO—
Nairobi 1976.

TEMAS	Reuters °/o	AP °/o	UPI °/o	AFP °/o	TANJUG °/o
Declaración medios	30,0	32,8	38,5	19,8	6,4
Desequilibrios	11,6	5,8	7,5	9,1	13,8
Territorios árabes	18,7	30,6	26,0	15,2	4,5
Membresía israelí	10,1	8,7	12,5	8,8	2,3
No pago de EE.UU.	4,7	4,5	4,6	2,9	—
Zionismo—racismo	1,9	0,8	0,5	1,2	—
Consenso, etc.	2,3	1,1	2,8	5,2	1,4
Ataques de prensa /UNESCO	2,1	2,7	1,6	1,1	0,4
Postura China	2,0	6,1	0,4	2,6	—
Israel/URSS	0,2	2,8	—	—	—
Acropolis	1,1	2,0	—	0,6	—
Politización de UNESCO	0,2	0,3	1,1	1,4	0,2
Nuevo Orden Económico	1,2	—	0,8	0,8	12,4
Grupo de Negociaciones	0,5	—	—	1,5	—
África del Sur	3,4	—	—	3,4	4,2
Membresía de UNESCO	1,0	—	—	1,1	0,9
Apertura	1,7	1,1	1,1	3,4	1,7
Financiamiento de UNESCO	0,5	—	—	1,3	3,3
Tercer Mundo/URSS	0,5	—	—	2,3	—
Aislamiento de la URSS	—	—	—	—	—
Elecciones, etc.	0,3	—	—	2,1	—
Discursos DG, etc.	—	—	—	1,4	8,3
Deportes	0,3	—	—	0,7	1,1
Editoriales africanos	—	—	—	—	3,0
Organiz. del secretariado	—	—	—	—	2,0
Declaración de OLP	—	—	—	0,5	1,6
Armamentos/desarmamentismo	—	—	—	1,6	—
Discursos yugoslavos	—	—	—	—	23,1
Choque de trenes	—	—	1,4	1,0	—
No Alineados/UNESCO	—	—	—	—	2,8
Declaración libia	—	—	—	—	2,3
Otros	5,7	0,7	1,2	11,0	4,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
No. de líneas	5.275	1.319	1.659	2.899	1.165

Fuente: Harris (1977 a), p. 260.

ción Estado—medios, etc.) ponía a las operaciones de las propias agencias en el tapete y se acompañaba además de antecedentes de conflictos entre bloques ideológicos, lo que explicaría el volumen dedicado a ello. El hecho de que los conflictos del Medio Oriente hubiesen estado varios años en las noticias, y que la exclusión de Israel en la conferencia previa proporcionara antecedentes de contexto que facilitaban su cobertura, explicaría la preferencia de las agencias por la cuestión israelí. Lo que no se explica, dice Harris, es el hecho de que ambos temas se hubiesen convertido en casi los únicos focos noticiosos de la reunión, especialmente cuando ésta duró casi dos meses y cubrió todas las áreas de actividades de la UNESCO.

Los problemas del Nuevo Orden Económico, por ejemplo, ocuparon apenas poco más del 1^o/o en el material de Reuters; no fueron mencionados por la AP; y ocuparon menos del 1^o/o en UPI y AFP. TANJUG, en cambio, dio el 12^o/o de su espacio al Nuevo Orden Económico, y comparando el resto del análisis temático, Harris concluyó que al menos desde un punto de vista cuantitativo, TANJUG dio una versión más completa de la agenda de la conferencia.

La predilección de las agencias occidentales por los conflictos también quedó demostrada en este estudio. De todos los temas cubiertos por las agencias, los desequilibrios informativos y el Nuevo Orden Económico eran los menos conflictivos, ya que la mayoría de los delegados estaba de acuerdo en la existencia de desequilibrios estructurales y la necesidad de remediarlos. La cuestión israelí y la declaración sobre el uso de los medios, en cambio, provocaban los mayores desacuerdos. Harris comparó la cobertura relativa dada a cada uno de estos temas, en porcentajes de sus respectivos cables:

Reuters da cinco veces más espacio a los temas conflictivos antes que a los no conflictivos; en AP esta relación sube hasta ocupar trece veces más espacio en cuestiones conflictivas. La misma predilección se nota en las restantes agencias, con excepción de TANJUG, que muestra una relación inversa: dos veces más espacio para los temas de consenso.

Las necesidades de mercado también se notan en la cobertura

TEMAS	Reuters o/o	AP o/o	UPI o/o	AFP o/o	TANJUG o/o
CONFLICTIVOS:					
Proyecto declaración	30,0	32,8	38,5	19,8	6,4
Territorios árabes	18,7	30,6	26,0	15,2	4,5
Afiliación israelí	10,1	8,7	12,5	8,8	2,3
Zionismo — racismo	1,9	4,5	4,6	2,9	-
	60,7	76,6	81,6	46,7	13,2
NO—CONFLICTIVOS:					
Desequilibrios informativos	11,6	5,8	7,5	9,1	13,8
Nuevo Orden Económico	1,2	-	0,8	0,8	12,4
	12,8	5,8	8,3	9,9	26,2

noticiosa. Las cuestiones del zionismo—racismo, conducta israelí en territorios árabes, afiliación de Israel a UNESCO y el no pago de las cuotas norteamericanas, por ejemplo, ocuparon el 6,8^o/o de las líneas en TANJUG; 29,8^o/o en AFP; 35,4^o/o en Reuters; 43,6 por ciento en UPI y 49,3^o/o en AP. Si se considera el apoyo norteamericano a Israel, su población judía y la decisión de su Congreso de cancelar el pago de sus cuotas a raíz de la cuestión israelí, dice Harris, es comprensible que las agencias de Estados Unidos hayan dado tanto espacio a un tema que interesaba especialmente a sus audiencias nacionales.

El análisis de los actores muestra otros aspectos interesantes. Harris se ocupó en especial de los actores mencionados en los cables sobre el proyecto de declaración sobre el uso de los medios, y sobre los desequilibrios informativos. La Tabla No.5 muestra a los actores de los cables sobre el proyecto de declaración.

Reuters se concentra en el eje USA/URSS, que ocupan el 40 por ciento de la cobertura; AP muestra un conjunto más amplio de actores dominantes, entre los que están EE.UU., UNESCO, Francia y los países socialistas, que en conjunto ocupan el 70^o/o de los actores clasificados; AP se concentra en la combinación EE.UU./URSS/Occidente, dándoles el 76^o/o de la cobertura; UPI sigue un patrón similar, aunque menos marcado; y TANJUG pone el acento

en UNESCO/Tercer Mundo/No Alineados, a los que da el 56^o/o de su cobertura sobre la declaración del uso de los medios.

Para Harris, una explicación de estos énfasis diferentes estaría también en las necesidades de mercado, ya que cada agencia transnacional, con excepción de Reuters, pone más atención en los actores de su país de origen. El principal mercado de todas ellas está además en el occidente industrializado, lo que también se nota en la extensión de la cobertura dada a los actores occidentales en

Tabla 5: Actores cubiertos por las agencias en los artículos sobre la Declaración sobre el Uso de los Medios. Nairobi, 1976.

Actores	Reuters o/o	AFP o/o	AP o/o	UPI o/o	TANJUG o/o
Occidente	9,9	14,7	16,6	21,0	---
Otros occidentales	1,9	---	---	1,0	---
EE.UU.	18,4	21,1	33,7	35,3	---
Europa Occidenta.	---	---	---	4,0	---
Gran Bretaña	3,9	---	1,6	1,6	---
Francia	3,9	15,1	---	0,9	---
Alemania Occidental	5,5	---	1,0	1,6	---
Com. Económica Europea	---	7,5	0,8	3,3	---
EE.UU./CEE/Nórdicos	2,3	---	---	1,4	---
Nórdicos	5,3	---	2,5	3,5	---
Austria	2,3	---	4,5	---	12,7
Otros Europa Occidental	1,7	1,3	---	---	---
UNESCO	4,9	14,1	2,1	8,5	30,2
URSS	19,9	8,8	26,3	7,1	3,2
URSS/Bloque Oriental	0,5	7,6	2,6	2,9	---
Europa Oriental	5,3	---	---	---	11,1
Tercer Mundo/No Alineados	---	6,5	3,1	3,3	27,0
Africa	0,8	---	1,8	0,3	---
Arabes	2,9	---	0,8	1,7	8,3
Africa/Arabes/comunistas/TercerMundo	1,3	---	---	---	---
América Latina	8,3	2,8	---	0,7	---
Yugoslavia	---	---	---	1,2	9,5
China	---	0,5	2,5	0,7	---
Otros	1,0	---	---	---	---
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

No. de actores analizados

1.072 398 381 579 63

Fuente: Harris (1977 a), p. 267.

general: 51,2o/o en Reuters; 59,7o/o en AFP; 60,7o/o en AP y 73,6o/o en UPI.

Aunque las cuatro agencias se ciñen al esquema convencional de poder internacional, con los grandes focos EE.UU. vs. URSS, Reuters y AFP subrayan más la bipolaridad que AP y UPI, quienes privilegian el lado norteamericano de esta bipolaridad. Para Harris, "sin caer en imputaciones de motivos o intenciones de parte de las agencias para presentar deliberadamente esta visión particular del mundo, es claro que la imagen dominante sigue muy de cerca la visión del mundo prevalente en la 'weltpolitik' contemporánea: es decir, la identificación de bloques de poder (EE.UU., Occidente, URSS) como protagonistas legítimos de los acontecimientos mundiales" (46).

En los despachos de Reuters y AFP la imagen dominante es la confrontación entre EE.UU./Occidente y la URSS; y, aunque las cifras para la URSS en los cables de AP y UPI son más bajas, la misma imagen de confrontación bipolar vuelve a aparecer y dominar el tono de los despachos.

Lo mismo apareció en aspectos cualitativos de la cobertura. Por ejemplo, todas las agencias occidentales comenzaron la cobertura del proyecto de declaración sobre los medios con la explícita advertencia de que éste sería un tema de enfrentamiento. Harris cita varios encabezamientos de despachos enviados al comenzar la conferencia, el 26 de octubre:

Reuters: "... el tema más explosivo a ser tratado en la conferencia es una propuesta inspirada por la URSS, que dice que 'los Estados son responsables de las actividades internacionales de los medios que están bajo su jurisdicción . . .'"

AP: Las naciones occidentales "tratarán de impedir la consideración de propuestas controvertidas que aparentemente limitan la libertad de prensa . . ."

UPI: La conferencia se anuncia "ensombrecida por una controversia central sobre la libertad de prensa . . ."

Por medio de éstos y otros encabezamientos de sus primeros despachos sobre lo que sería la conferencia, las agencias recurrieron

ron otra vez a los esquemas noticiosos tradicionales, que enfatizan los elementos de confrontación antes que los posibles acuerdos y conciliaciones. Harris dice que este enfoque no era el único posible, ya que los corresponsales tenían, en los hechos mismos, elementos que habrían servido para adoptar una perspectiva diferente: Así, por ejemplo, aunque el discurso de apertura del Director General de UNESCO subrayó los deseos de encontrar fórmulas de conciliación y compromisos satisfactorios para todas las partes (un enfoque que pasaría a ser conocido como "el espíritu de Nairobi"), todas las agencias occidentales optaron, en mayor o menor medida, por enfatizar la potencialidad del conflicto y confrontación.

Lo mismo se repitió sistemáticamente en el curso de la cobertura de la reunión. Harris indica que, por cierto, los conflictos eran reales, pero la cobertura de las agencias ayudó a exacerbarlos, obstaculizando las posibilidades de progresar en la solución de ellos. De hecho, muchos despachos, al ser rebotados hacia Nairobi, pasaron a ser elementos del debate y ayudaron a agudizar las diferencias entre las partes envueltas. Esto ocurrió porque, junto con predecir la inevitabilidad en la confrontación, las agencias hicieron su propia identificación de actores e interpretación de las posiciones que tales actores podían adoptar.

Según tales interpretaciones, el bloque EE.UU./Occidente defendía la libertad de prensa, en contra de posiciones sostenidas por el bloque conducido por la URSS y apoyado por otros Estados socialistas además del Tercer Mundo, que presumiblemente buscaban sólo el control estatal de la prensa. El simplismo de la interpretación, por cierto, no podía alimentar tampoco el espíritu de conciliación que buscaba UNESCO. Para Harris, "este tipo de reportaje constituye en los hechos una forma de editorializar, ya que las interpretaciones no provenían de los verdaderos actores de la conferencia, sino de los corresponsales de las agencias" (47).

En ninguno de estos cables, dice Harris, las agencias usaron fuentes identificables para apoyar las interpretaciones que ofrecían a sus lectores. Otra forma de sesgo cualitativo citado por el autor es el estilo usado para referirse al proyecto de declaración sobre los medios: Invariablemente usaron expresiones como "el proyec-

to inspirado por la URSS”, “la declaración apoyada por la URSS”, etc. Aunque efectivamente el proyecto fue apoyado por la URSS, el hecho es que fue preparado por un grupo de expertos de varias regiones, y contaba además con el apoyo de varios sectores, entre los que se contaban países del Tercer Mundo. No era necesario, entonces, reducir el tema a lo que en los cables parecía ser apenas una manipulación soviética.

Solamente AFP, en algunas ocasiones, y TANJUG, sistemáticamente, trataron de evitar esta sobresimplificación al referirse, en cambio, al “proyecto de declaración presentado por un grupo de expertos . . .” Otras agencias, en cambio, prefirieron recurrir a los viejos esquemas de la “guerra fría” entre grandes poderes, descuidando la cobertura de las posiciones de los países en desarrollo.

Para Harris, este modo de presentar la información “presta una forma de inevitabilidad a la imagen. Esto es, la imagen de la apariencia de presentar no sólo ‘el modo en que el mundo funciona realmente’, sino también la apariencia de que ésta es la *única* interpretación posible de los acontecimientos mundiales” (48). Otro modo de agravar esta falta de imparcialidad es la tendencia a subrayar el conflicto incluso cuando éste no es mencionado. Harris cita varios ejemplos en que las intervenciones de los delegados fueron manipuladas en los despachos para reiterar la imagen de conflicto.

Entre ellos, el siguiente ejemplo, sacado de Reuters: “La delegada de Rumania no mencionó (en su intervención) el proyecto inspirado por la URSS”. En este caso Reuters mencionó lo que la delegada en cuestión había planteado, pero es difícil ver por qué la agencia tenía que citar lo que ella **no mencionó**. Y así, reiteradamente, el conflicto apareció en las noticias aun cuando no siempre estuvo presente en las intervenciones de los delegados.

Aunque el fantasma de la inspiración soviética estuvo presente desde los primeros despachos sobre la conferencia, octubre 26 el delegado de la URSS tomó el micrófono por primera vez sólo el 2 de noviembre. Pero debido a las interpretaciones proporcionadas por las agencias, la URSS apareció como actor principal mucho antes de que sus representantes hablaran. El mismo procedimiento fue usado por las cuatro agencias occidentales, dice Harris.

TANJUG, por su parte, enfatizó los aspectos de compromiso y conciliación, evitando la identificación de los problemas como una simple lucha entre bloques. El 30^o/o de su cobertura estuvo dedicado a UNESCO, y otro 27^o/o, al conjunto del Tercer Mundo/países en desarrollo/No Alineados. Incluso al tratar temas de querellas, trató de destacar las posibilidades de generar acuerdos, dando especial cobertura al Grupo de Negociación creado en la conferencia para resolver las diferencias alrededor del proyecto de declaración sobre el uso de los medios.

Según Harris, "las cifras de la cobertura de TANJUG sugieren que no hay inevitabilidad en lo que sería la forma 'correcta' de cubrir un evento; es decir, que hay formas alternativas de retratar los sucesos. Por ello, sugiero que la adopción de perspectivas particulares depende de la naturaleza de los mercados que interesan a las agencias, y del contexto en que ellas operan" (49).

A continuación el autor analiza los actores de los cables dedicados a la cuestión del desequilibrio informativo, y nota que si bien había bastante acuerdo entre los delegados acerca de la existencia del desequilibrio y la necesidad de rectificarlo, la cobertura de los acuerdos es, en general, desequilibrada. La Tabla No. 6 muestra el análisis de este grupo de actores en cada agencia.

UPI y AP privilegian a los actores occidentales, mientras que TANJUG se concentra más en los actores del Tercer Mundo: UPI da el 63 por ciento a los actores de occidente y el 18^o/o al Tercer Mundo; las cifras respectivas en AP son 58^o/o y 6^o/o; mientras que en TANJUG los términos de la relación se invierten, con el 62 por ciento de actores del Tercer Mundo, y ninguna cobertura de los actores occidentales. AFP y Reuters entregan una cobertura más equilibrada, aunque también en ellos predominan los actores occidentales.

La Unión Soviética prácticamente no aparece como actor de este debate, lo cual, según Harris, pudo deberse a que existiendo la definición —hecha por las propias agencias— de que el bloque socialista era el polo opuesto a los países occidentales en cuestiones de libertad de prensa, las agencias tratarían de subrayar las contribuciones de occidente para la mejoría de los desequilibrios, desta-

cando así la "corrección" de sus posiciones con respecto a la libertad de prensa. En otras palabras, dice el autor, las agencias no podían aparecer aceptando que las demandas del Tercer Mundo frente al control mayoritario de los medios por parte del occidente industrializado eran justas, y atacar al mismo tiempo a la Unión Soviética por cuestiones de control de medios.

En cualquier caso, dice Harris, si bien la conferencia manifestó consenso sobre la existencia de los desequilibrios, el total de la cobertura sobre temas informativos estuvo dedicada en un 75^o/o a los problemas del proyecto de declaración, y apenas en un 25^o/o a los problemas del desequilibrio mismo. Así, el público lector de todo el mundo volvió a quedar desinformado sobre estas materias.

Tabla 6: Actores cubiertos por las agencias en los artículos sobre desequilibrios de prensa, Conferencia General de UNESCO, Nairobi 1976.

Actores	Reuters o/o	AFP o/o	AP o/o	UPI o/o	TANJUG o/o
Occidente	3,2	6,8	—	6,2	—
Otros occidente	4,0	—	—	—	—
EE.UU.	21,4	15,0	46,0	41,6	—
Gran Bretaña	3,7	—	12,0	2,1	—
Francia	1,1	22,7	—	4,2	—
Alemania Occidental	7,2	—	—	—	—
Com. Económica Europea	—	2,4	—	—	—
EE.UU./CEE/Nórdicos	—	—	—	3,1	—
Nórdicos	12,4	—	—	6,3	—
UNESCO	16,2	28,5	32,0	18,8	38,2
URSS/Bloque Oriental	—	—	4,0	—	—
Europa Oriental	1,1	—	—	—	—
Tercer Mundo/No Alineados	7,7	7,2	6,0	—	6,9
Africa	9,4	6,3	—	4,2	4,2
Túnez	—	7,2	—	13,5	25,0
India	11,3	—	—	—	25,7
América Latina	1,7	3,9	—	—	—
Jamaica	3,7	—	—	—	—
Yugoslavia	4,3	—	—	—	—
Otros	0,6	—	—	—	—
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
No. de actores analizados	348	207	50	96	144

Fuente: Harris (1977 a), p. 280.

NOTAS

- (1) Sussman, Leonard (1981), pp. 2-3.
- (2) Pinch, Edward (1977), y Righter, R. (1978).
- (3) Boyd-Barrett, Oliver (1980), p. 193.
- (4) Entrevista de Boyd-Barrett con Shahe Guebenlian, de Reuters. *Ibid.*, p. 201.
- (5) Sreberny-Mohammadi, Annabelle (1982), pp. 187-189.
- (6) Stevenson, Robert & Cole, Richard (1980), Part I, pp. 13 y 2, respectivamente.
- (7) Díaz Rangel, Eleazar (1967).
- (8) Reyes Matta, Fernando (1977 b).
- (9) Mnaemeka, Tony (1978).
- (10) G. Kulkarni, representante en Hong Kong de la Fundación de Prensa de Asia, citado en "Un solo mundo, voces múltiples", pp. 254-255.
- (11) Gómez, Luis Aníbal (1977), pp. 53-54.
- (12) Sobhan, Abdus (1981).
- (13) Ozkok, Ertugrul (1979).
- (14) Stevenson, R.: Cole, R. & Ahern, T. (1980). Los porcentajes suman más de 100 porque las noticias que envuelven a más de dos países son codificadas varias veces.
- (15) Gómez, Luis Aníbal (1978 a).
- (16) Rachty, Gehan (1978).
- (17) Harris, Phil (1976). Cifras calculadas sobre los datos de la Tabla No. 2, p. 14.
- (18) Sreberny-Mohammadi, A. & Mahloudji, M. (1978), p. 21.
- (19) Schramm, Wilbur et al. (1978).
- (20) *Ibid.*, p. 22
- (21) Datos compilados sobre la base de tablas de Ozkok, op. cit.
- (22) Sobhan, A., op. cit.
- (23) Reyes Matta, F., op. cit.
- (24) Golding, Peter & Elliott, Philip (1979), p. 105.
- (25) Stevenson, R. & Cole, R., op. cit., Part II p. iii
- (26) *Ibid.* p. 39.
- (27) Pinch, Edward (1978). Porcentajes calculados sobre datos de la Tabla No. 3, p. 8.
- (28) Schramm, Wilbur (1980), pp. 605-607.
- (29) Stevenson, R. & Cole, R., op. cit., Part II, p. vi.
- (30) las diferencias de perspectivas por cierto, también se reflejan en la selección de ejemplos. Boyd-Barrett comenta en su obra principal que los patrones de selectividad encontrados en mi estudio de la Associated Press (final de este capítulo) son interesantes, pero que el tema es problemático porque "este tipo de eventos tienen una prioridad muy baja en las noticias de las agencias". Aquí tratamos de demostrar, precisa-

mente, que los eventos de importancia para el Tercer Mundo no tienen prioridad para las agencias. Este es el problema. Pero Boyd-Barrett está más interesado en la viabilidad de las agencias transnacionales en el mundo industrializado que en los problemas del Tercer Mundo, y por ello asume a veces que los casos que no son interesantes para las agencias, tampoco lo son para los investigadores.

- (31) Selser, Gregorio & Roncagliolo, Rafael (1979).
- (32) *Ibid.*, p. 91.
- (33) *Ibid.*, p. 86.
- (34) *Ibid.*, pp. 185–186.
- (35) Hamelink, Cees (1979).
- (36) Millán, Fátima (1980), p. 23.
- (37) *Ibid.*, porcentajes calculados en base a datos de la p. 25.
- (38) Raskin, A.H. (1981).
- (39) *Ibid.*, p. 166.
- (40) *Ibid.*, p. 167.
- (41) *Ibid.*, p. 168.
- (42) Entrevista con el autor del estudio, *Ibid.*, p. 171.
- (43) *Ibid.*, pp. 173–174.
- (44) Resumen de un estudio realizado por la autora, y publicado originalmente en T. Varis; R. Salinas & R. Jokelin (1977), pp. 29–88. Un resumen del mismo aparece en la Revista *Orbita* No. 24–25, Dic. 1980, pp. 81–94.
- (45) Resumen, preparado por la autora, del informe original de Phil Harris (1977 a): “The news media as news. A case study of news coverage of UNESCO General Conference, Nairobi 1976”, pp. 255–284.
- (46) *Ibid.*, p. 268.
- (47) *Ibid.*, p. 272.
- (48) *Ibid.*, p. 276.
- (49) *Ibid.*, p. 279.

TERCERA PARTE

REDES INTERNACIONALES DEL TERCER MUNDO

“Que nadie se sorprenda si, al hablar como lo haré de principados enteramente nuevos, y de príncipes y de Estados, presento grandes ejemplos: . . . (el hombre prudente) debe hacer como los arqueros avisados que, al parecerles el lugar donde desean apuntar demasiado lejano, y conociendo hasta dónde alcanza la fuerza de su arco, apuntan más alto que el objeto que tienen en mira, no para llegar con sus flechas a tanta altura, sino para poder, con la ayuda de esta cota, alcanzar su objetivo”.

Maquiavelo

El Tercer Mundo ya no está completamente indefenso frente a las omisiones y distorsiones de las agencias transnacionales. Desde mediados de los 70 cuenta con dos grandes fuentes alternativas de noticias: IPS Tercer Mundo, una agencia formada por periodistas que en los años 60 echó raíces en América Latina, y que desde entonces se ha expandido aceleradamente hacia todas las regiones; y el Pool de Agencias de los No Alineados, un sistema de intercambios entre agencias nacionales de los países de ese movimiento.

Las diferencias entre ambas son muchas, pero comparten grandes objetivos, entre los cuales destaca el fin de servir prioritariamente a los países dependientes. El Pool de los No Alineados se puso en marcha en 1975 y su experiencia y nivel profesional son todavía precarios. IPS está formada por periodistas independientes con una larga trayectoria, y tiene una red propia de telecomunicaciones que le permite, entre otras cosas, servir de carrier del Pool y de otros servicios nacionales y regionales. Es la agencia más grande del Tercer Mundo, y en el total de las agencias aparece en el sexto lugar, después de TASS.

Ambas llegan a todas las regiones, aunque su fuerza se concentra en unas más que en otras, y son los únicos servicios informativos que llegan simultáneamente a Asia, África y América Latina. Son los puentes que tratan de llenar las brechas entre los países dependientes: en el caso del Pool, con una comunicación entre agencias gubernamentales; en el caso de IPS, con un servicio independiente que busca servir a todos los sectores comprometidos con la superación de los desequilibrios informativos y el establecimiento de relaciones más justas en el mundo.

CAPITULO VI

IPS TERCER MUNDO

IPS Tercer Mundo es una agencia internacional con características peculiares, que la transforman en un caso único en el mundo. Los modelos típicos de agencias, como ya hemos visto, son agencias transnacionales, agencias nacionales y pools de intercambio entre agencias nacionales (como ocurre con el Pool de los No Alineados y ASIN). La unidad básica de un pool es la agencia nacional, de modo que con ellos se vuelve a los modelos originales. Ambos tipos de agencias, transnacional y nacional, tienen un territorio propio: algunas tienen mercados tan poderosos que pueden auto-financiar sus operaciones mundiales, como ocurre con las transnacionales; otras no tienen un mercado nacional tan importante, pero el Estado les entrega subsidios financieros que les permiten actuar en su país y, a veces, también en el exterior. En términos de propiedad, algunas agencias son cooperativas de medios (como la AP); o empresas privadas (como la UPI); o empresas públicas (como AFP); o entidades estatales (como la mayoría de las agencias nacionales del Tercer Mundo).

IPS se diferencia de todos estos casos: la agencia es propiedad

de una cooperativa de periodistas, y no de medios. También participan en la cooperativa algunos intelectuales y políticos, pero la mayoría de los miembros de la cooperativa son periodistas que trabajan en la misma agencia, y que provienen de diversos países y regiones del mundo. IPS no tiene tampoco un territorio nacional propio: sus registros legales la asientan en Panamá, pero su central técnica se encuentra, por razones de eficiencia técnica y otros operativos, en Roma. Por su origen sus operaciones son más amplias en América Latina, pero opera en todas las regiones y no depende de ningún mercado nacional específico. No tiene ninguna vinculación con el sistema transnacional y, al contrario, mantiene principios y acciones totalmente opuestos a los intereses de las empresas transnacionales. Todas estas características permiten clasificar a IPS como una agencia propiamente internacional que, por razones que veremos en detalle más adelante, sirve y representa al Tercer Mundo.

Origen de IPS

La agencia fue fundada en 1964, y en su historia se distinguen tres etapas (1):

—Desde 1964 a 1968 actuó como canal de comunicación entre los movimientos demócratacristianos progresistas de Europa y América Latina, y apoyó los movimientos reformistas de la década en la región.

—Desde 1968 a 1971, con los cambios políticos en nuestra región, varias de sus oficinas fueron cerradas y su base se redujo a países que habían tomado orientaciones anti-imperialistas más radicales, como Perú y Chile.

—Desde 1971 hasta hoy se ha desarrollado como una agencia tercermundista: se identificó activamente con las propuestas para un Nuevo Orden Económico e Informativo Internacional, y se transformó en el mensajero principal de todos los sectores, grupos, organizaciones y gobiernos que se identifican con tales propuestas.

Los antecedentes de IPS se remontan a la fundación de la Agencia Romana de Noticias, creada por Roberto Savio en 1962.

Era una agencia privada pero servía como enlace entre la Democracia Cristiana en Italia y los movimientos similares en América Latina. La Unión Internacional de Partidos Demócrata Cristianos, basada en Europa, era uno de sus principales clientes y los servicios, consistentes en artículos especiales, eran distribuidos por correo. Los ingresos se distribuían en partes iguales para la agencia y el autor de cada artículo, y pronto se creó una pequeña red de periodistas europeos y latinoamericanos conectados a la agencia.

En 1964 cuarenta periodistas relacionados con ella se reunieron en Alemania Federal a discutir la creación de una agencia internacional que ligara a Europa y América Latina. Aunque algunos sostenían entonces que tal agencia debía tener vínculos oficiales con los partidos demócratacristianos, ganó la posición que decía que debía ser una entidad independiente, aunque relacionada con todos los sectores y movimientos reformistas en América Latina. Poco después de esa reunión se formó **Inter Press Service**, como cooperativa con acciones de propiedad de los periodistas que la fundaron.

Luego de lograr un contrato con el gobierno del Presidente Frei, de Chile, IPS hizo contratos con los gobiernos de Italia, Argentina, Perú, Colombia y Venezuela, en la época de las reformas características de los años 60 en la región. La agencia entregaba sus servicios informativos y les servía de carrier para el envío de los boletines oficiales a las embajadas de los respectivos gobiernos, al mismo tiempo que buscaba clientela en los medios latinoamericanos. A medida que los gobiernos reformistas fueron desplazados por gobiernos militares, los periodistas de IPS se radicalizaron junto con los movimientos progresistas del continente, y a fines de los 60 se encontró en una situación de aislamiento y deudas.

Aunque obtuvo contratos parciales con el gobierno de Allende en Chile, y con Velasco Alvarado en Perú, otros gobiernos cancelaron contratos, en algunos países persiguieron a sus periodistas y tuvo que cerrar varias oficinas y desplazar otras. Inició contactos con la Iglesia, en particular, con el movimiento de la "teología de la liberación", y algunos de sus accionistas que no compartían las nuevas tendencias la abandonaron.

Pero, a medida que las reformas fracasaban en América Latina, dando paso a gobiernos militares de derecha, crecía el número de países subdesarrollados que deseaban independizarse de la influencia de Estados Unidos y la Unión Soviética. El Movimiento de los No Alineados creció rápidamente a principios de los 70, y el Grupo de los 77, formado en 1967, se consolidó, transformándose ambos en los autores y promotores de las propuestas para un Nuevo Orden Económico Internacional que fueron aprobadas por Naciones Unidas en 1974. La agencia salió del aislamiento en que había quedado en América Latina al tomar contacto con tales movimientos: en 1971 cubrió la Conferencia del Grupo de los 77 en Lima, y en 1972 fue la agencia oficial de la Conferencia de la UNCTAD en Santiago. Su filosofía se enriqueció en el contacto con este tipo de movimientos: amplió la cobertura sobre problemas de países productores de materias primas, en particular petróleo, firmó contratos con las agencias nacionales de Venezuela, Irak, Libia y Yugoslavia, y cooperó con el Pool de agencias de los No Alineados desde el momento de su fundación, en 1975.

Desde los 70, IPS se ha expandido considerablemente, sus actividades se han diversificado, y ha desarrollado una completa filosofía sobre su rol en la comunicación y las noticias.

Supuestos y Principios de Acción (2).

IPS se identifica con los principios del Nuevo Orden Económico Internacional, aprobado por la IV Sesión Especial de la Asamblea General de Naciones Unidas en 1974, y hace explícito su compromiso con los objetivos de cambio de las actuales estructuras de poder económico y político en el mundo. En el plano de las comunicaciones sostiene las ideas de descolonización de la información y está profundamente comprometida con los principios de mayor justicia, igualdad y pluralismo que guían las demandas por un Nuevo Orden Informativo. Sostiene que las actuales estructuras de la comunicación deben ser cambiadas, y participa en este proceso con dos líneas de acción: por una parte, trata de ofrecer un servicio alternativo que ayude a corregir los desequilibrios informativos y, por otra parte, elige como objetivo principal de sus actividades la "comunicación horizontal", libre de verticalismo y de autoritarismo.

La agencia busca promover una comprensión acabada de las realidades culturales, políticas, sociales y económicas del Tercer Mundo, y se especializa en informaciones sobre tres temas principales: a) los problemas fundamentales que plantean al Tercer Mundo las políticas de las grandes potencias; b) las relaciones que los países del Tercer Mundo establecen entre ellos con vistas a escapar de la dominación de las potencias; y c) las relaciones entre los países del Tercer Mundo y los países industrializados.

Esto implica una línea política definida, que la agencia ha explicitado en numerosas ocasiones. Su concepción del Tercer Mundo incluye a todos los países que, habiendo ganado la independencia formal, no han alcanzado aún la independencia y soberanía real. Viven en un estado de dependencia y pese a sus distintos niveles de desarrollo se caracterizan por sus esfuerzos y dificultades para superar su posición subordinada en el sistema de relaciones internacionales. La agencia identifica tres tendencias que representan intereses del Tercer Mundo, y que son al mismo tiempo pre-requisitos para establecer relaciones compatibles con sus propias políticas:

Una tendencia hacia la democracia que, independientemente de su forma, debe dirigirse a la integración y participación social; una tendencia hacia la mayor justicia social en cada país; y una tendencia hacia la soberanía nacional sobre los recursos de cada país, materiales y culturales.

Con esta visión de la realidad, la agencia entiende que su clientela principal es, precisamente, el Tercer Mundo, más aún cuando las relaciones internacionales hacen que éste esté en gran medida inconsciente de sus propios problemas. En segundo lugar, la agencia asume que debe llegar a los países industrializados, quienes en su opinión "deben entender que sin una clara percepción de la situación del Tercer Mundo, y de cómo se ubica el Tercer Mundo en las relaciones internacionales, no podría haber verdadera paz ni justicia internacional" (3). De allí que IPS defina sus tareas principales en dos términos: primero actuar como una fuerza **integradora** dentro del Tercer Mundo, llenando las brechas informativas y reduciendo la incomunicación que es el resultado del pasado colonial de estos países; y segundo, servir como agencia **alternativa** en

los países industrializados, a quienes ofrece un servicio diferente al de las agencias transnacionales que ignoran los problemas del Tercer Mundo.

IPS concibe su función integradora en dos sentidos: por un lado, se empeña en ofrecer un servicio centrado en temas de interés directo para el Tercer Mundo, como cuestiones relacionadas con las necesidades de los pueblos y los esfuerzos para satisfacerlas; factores que afectan los movimientos hacia un desarrollo independiente y autónomo; y esfuerzos para cambiar las actuales estructuras socio-económicas. Por otro lado, ofrece sus recursos de telecomunicaciones para dar salida internacional y proveer intercambios entre agencias nacionales cuyas limitaciones no les permite emprender solas estos contactos.

En sus relaciones con las agencias nacionales IPS se guía por un modelo conceptual de información que le ayuda a definir su rol. La agencia entiende que el proceso informativo comprende cuatro fases consistentes en orientación, producción, distribución y control. La orientación y el control, existentes en toda sociedad, son factores en los que IPS no desea intervenir, pero asume que tiene un rol que jugar en las fases de producción y distribución. Ambos aspectos se encuentran muy limitados en el Tercer Mundo, especialmente cuando se trata de tener alcance internacional, y para cooperar en su desarrollo ofrece a las agencias nacionales apoyo técnico editorial en los casos que la soliciten, y acepta materiales nacionales para una distribución internacional a través de su red. Para ello realiza dos tipos de contratos con agencias nacionales: uno para intercambio de informaciones, en que cada parte puede reescribir el material recibido; y uno de apoyo técnico, en que IPS garantiza a la agencia nacional la distribución inalterada del servicio que le entregue. En el caso de materiales reelaborados, la agencia indica la fuente original con una doble sigla (por ejemplo: INA/IPS); en el segundo caso IPS no agrega su sigla y no cambia nada en los artículos, pero los retransmite con el fin de apoyar la comunicación horizontal entre países en desarrollo.

La función alternativa de IPS se refleja también en el tipo de materiales que produce con sus propios periodistas, y expresa un sistema de valores informativos diferentes del sostenido por las

agencias transnacionales. Este resulta a su vez de una elección de fuentes y mercados distintos: su mercado prioritario es el Tercer Mundo, y sus fuentes son periodistas del Tercer Mundo ubicados en sus contextos nacionales.

IPS pone el énfasis en el análisis de procesos antes que en las noticias rápidas sobre sucesos excepcionales, y pone la velocidad en segundo lugar en relación con los objetivos de profundidad en los análisis. Por ello busca especializarse en artículos especiales, más largos que las noticias tradicionales, que entregan elementos de análisis, comentarios, investigación e interpretación, y no intenta competir en volumen, sino en calidad. El objetivo es situar las informaciones en su contexto histórico, cultural y conceptual, y entregar así la información complementaria útil para la comprensión de los procesos sociales que no es entregada por las agencias tradicionales. La agencia asume que las noticias clásicas llenan una función en relación con los mercados a que están dirigidas, pero busca crear un tipo de información complementaria que no es primordial para las otras agencias. Por otro lado IPS busca una información diferente de las noticias "de protocolo" que caracterizan a la mayoría de las agencias nacionales (lo que dicen y hacen los políticos y las élites asociadas a ellos), y trata de enfocar más los procesos de desarrollo independiente antes que a gobiernos y personalidades particulares. Esta posición se refleja también en sus relaciones con innumerables organismos nacionales e internacionales, públicos y privados, con quienes coopera sobre la base de intereses comunes en relación con el desarrollo y la superación de la dependencia. La expresión más reciente de estos intereses y objetivos la ha transformado en una de las entidades más activas y efectivas para la creación de canales de expresión de organizaciones no gubernamentales de todo tipo, a quienes ofrece asimismo una vía de comunicación internacional en sus servicios y red de telecomunicaciones.

Esta filosofía básica permite entender también el planteamiento de su Director General, Roberto Savio, sobre el internacionalismo de la agencia: "... IPS no tiene territorio propio, aunque parte de la convicción de que existe un territorio para ella. Este es de algún modo ideal, filosóficamente hablando, pues se trata de un territorio que se demarca a partir del establecimiento de un siste-

ma de comunicación internacional basado en la multiplicación de voces y actores informativos, y en la democratización del sistema vigente para abolir privilegios o monopolios injustificados si se mira al mundo con voluntad de equidad y justicia" (4).

Organización, Red y Servicios

La organización original de IPS es la cooperativa de periodistas *Inter Press Service*, establecida en Roma y gobernada por la ley italiana, pero a partir de 1976 estableció una compañía en Panamá, *IPS Tercer Mundo*, para coordinar sus actividades internacionales. *IPS Tercer Mundo* es una compañía limitada propiedad de *Inter Press Service*, y aunque por razones prácticas y legales constituyen compañías separadas, la propiedad total de la operación permanece con la cooperativa original. El estatuto de IPS prohíbe la repartición de utilidades, y si ellas se producen, son reinvertidas en la expansión de la agencia. La cooperativa tiene actualmente alrededor de 70 miembros y realiza asambleas anuales en que cada miembro tiene derecho a un solo voto, independientemente del número de acciones que tenga. Cada tres años la asamblea elige un Director General y un Comité Ejecutivo.

Hasta 1977 la cooperativa admitía sólo a periodistas, pero desde entonces ha permitido el ingreso de otros tipos de empleados de la agencia, así como también de algunos intelectuales y políticos que comparten sus objetivos y principios. La mayoría sigue estando en los periodistas, sin embargo, y en términos geográficos en su composición predomina el Tercer Mundo. El tipo de organización, como cooperativa de periodistas, expresa también un punto de vista ideológico con respecto a la independencia de los periodistas de la agencia. En las palabras de Savio, "la agencia no niega su orientación política manifiesta, pero sostiene que ésta es producto de la interacción periodística, y por tanto se sale de los marcos de las estructuras verticales tradicionales en que el poder de una autoridad le imprime una orientación particular a una organización" (5).

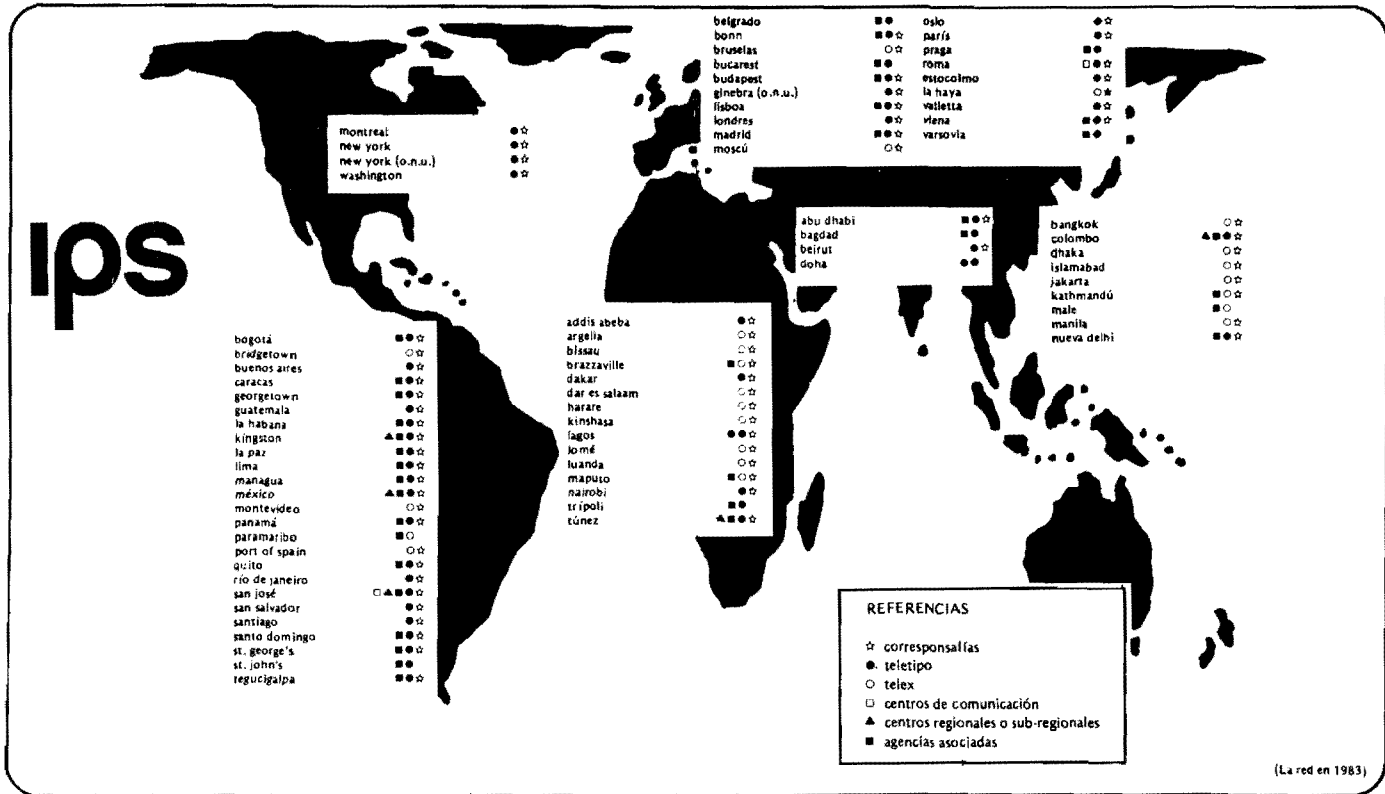
La central técnica y editorial de la agencia se encuentra en Roma, con quien se conectan todas sus oficinas y centros regionales por medio de una red de canales bidireccionales vía satélite. El

centro técnico de la red es el sistema computarizado para la edición y conmutación de mensajes ERMES/IRICON, instalado para la agencia en 1979 por la compañía italiana de telecomunicaciones Italcable. La edición se realiza, como en las agencias más avanzadas, en terminales de video conectados a la red por el computador italiano IRICON. La agencia emplea alrededor de 200 periodistas a tiempo completo, mantiene corresponsales en 62 países de todo el mundo, y a fines de 1982 tenía acuerdos de intercambio con 31 agencias nacionales del Tercer Mundo y de países No Alineados, además de entregar sus servicios a las agencias nacionales de 9 países industrializados (ver mapa adjunto).

En América Latina la agencia mantiene corresponsales en todos los países, con centros subregionales para los países andinos, América Central y el Caribe. En los países árabes mantiene corresponsales en Abu Dhabi, Beirut, Argelia y Túnez, donde se realiza la traducción del servicio al árabe. En Africa tiene corresponsales en 14 países, y en Asia tiene oficinas en Bangkok, Dacca, Islamabad, Jakarta, Kathmandu, Manila, Nueva Delhi y Colombo, quien actúa como centro regional. Las 40 agencias nacionales con quienes mantiene acuerdos se dividen de la siguiente manera: 6 de América Latina (Perú, Bolivia, Colombia, Ecuador, México y Venezuela); 3 de América Central (Nicaragua, Costa Rica, Panamá); 7 del Caribe (Antigua—Barbuda, Grenada, Guyana, Jamaica, Cuba, Surinam, República Dominicana); 3 de Africa (Congo, Mozambique, Nigeria); 4 de Asia (Sri Lanka, Maldivas, India y Nepal); 6 árabes (Irak, Libia, Qatar, Túnez, Emiratos Arabes Unidos y Wafa, la agencia palestina); 5 de Europa Occidental (Portugal, España, dos de la Alemania Federal, Austria); 5 de Europa Oriental (Rumania, Checoslovaquia, Hungría, Polonia, Yugoslavia) y OPECNA, la agencia de noticias de la OPEP (6).

El material básico de IPS es su producción periodística propia, un total de 105 mil palabras diarias (lunes a sábado) distribuidas en castellano (42 mil palabras promedio); inglés (30 mil); portugués (9 mil); alemán (9 mil); sueco (6 mil). Además entrega seis boletines especiales, dominicales, sobre economía, agricultura, petróleo, recursos minerales, medio ambiente y cuestiones religio-

Red actual de Inter Press Service



sas (en español) y un boletín sobre la "Década del Agua" (en castellano e inglés).

Sus servicios incluyen también un boletín de agencias nacionales, que circula con las siglas originales de las agencias emisoras; el boletín de ASIN, que transmite en las mismas condiciones las noticias oficiales de 17 países y dos organismos regionales de América Latina y el Caribe; el boletín del Pool de Agencias de los No Alineados; dos boletines especiales sobre el rol de la mujer en el desarrollo y otros temas vistos por periodistas mujeres, OIM en América Latina y AWFS en Africa; noticias de OPECNA; un boletín especial para las misiones de Naciones Unidas en Ginebra, Roma y Nueva York producido por IPS e IFDA, la Fundación Internacional para Alternativas del Desarrollo; revisiones diarias especializadas, producidas por IPS, sobre la cobertura de la prensa mundial en cuestiones de desarrollo, economía y otros temas para clientes como el Banco Mundial y el Ministerio italiano a Asuntos Exteriores; y columnas regulares de especialistas del Tercer Mundo sobre el tema como el diálogo Norte—Sur, información y comunicación, cooperación técnica entre países en desarrollo (7). La mayor parte de estos servicios especiales, incluyendo el boletín de las agencias nacionales, funciona de lunes a viernes.

Considerando la breve y tan accidentada historia de la agencia (menos de 20 años desde su fundación), la expansión de su red y servicios es asombrosa y puede entenderse sólo en relación con el contexto histórico: las orientaciones de la agencia se fueron delineando junto con los objetivos de organizaciones tercermundistas como el Movimiento de los No Alineados y el Grupo de los 77, y su capacidad actual es al mismo tiempo una expresión y un factor de apoyo del mismo tipo de conciencia que ha llevado a los países dependientes a buscar su liberación en las esferas económica, política y cultural. Muchas de sus dificultades internas y externas expresan también las contradicciones que aquejan al Tercer Mundo, pero pese a ellas la agencia avanza a un ritmo vertiginoso: la extensión de su red computarizada de canales vía satélite la pone ahora en sexto lugar entre las grandes agencias mundiales; la mayoría de sus contratos con agencias nacionales fueron concluidos a partir de 1975; y la mayor parte de sus boletines especiales no de-

pendientes de agencias nacionales han sido creados a partir de 1979.

Sus planes cuentan además nuevos servicios, entre los que se cuenta un servicio de prensa para niños (Children's Press), financiado por UNICEF Ginebra y el Fondo Sueco para la Ayuda a la Infancia, que contendrá artículos producidos por niños entre 7 y 15 años y otros especiales producidos por periodistas sobre temas de la infancia y adolescencia. Otro plan de realización a corto plazo es la creación de un servicio en francés para países del Africa francófona y una red cooperativa de periodistas africanos afiliada a IPS, con la cual espera aumentar su flujo de informaciones desde y hacia Africa. Para poner en práctica su filosofía, según la cual aspira a ofrecer una ventana nueva hacia el Tercer Mundo a los países industrializados, la agencia está creando fórmulas originales de asociación con periodistas e intelectuales locales en los países que le interesan: en Estados Unidos impulsó la creación de Interlink Press Service, una organización norteamericana asociada a IPS que distribuye sus servicios y mantiene su propia producción de especiales con un sistema computarizado orientado a los clientes locales (8); en Alemania Federal creó un órgano informativo del Tercer Mundo que ha tenido bastante éxito en conseguir clientes del país y se orienta ahora a otros clientes de habla alemana en Europa; estableció un servicio de noticias en sueco y planea hacer lo mismo para Noruega y Holanda.

En todos estos casos la agencia va más allá del simple establecimiento de corresponsalías: se asocia a grupos que constituyen filiales autónomas, les entrega todo el control sobre el servicio que ofrecerán al país, y logra así una mejor distribución de los materiales sobre el Tercer Mundo sin mayor desmedro para sus escasos recursos. La filosofía de la agencia se refleja también en la composición de los grupos a los que busca asociarse: a diferencia de las agencias transnacionales, que en su etapa de máxima democratización han concedido un mínimo de participación a los medios más poderosos de cada país (como en los consejos asesores de la UPI y en creaciones como LATIN, de Reuters), IPS establece relaciones igualitarias con académicos, organizaciones religiosas, grupos de acción no gubernamentales, movimientos feministas, asociaciones de periodistas, etc.

La mayor parte de este desarrollo, sin embargo, es tan reciente que sería imposible evaluar todós sus alcances e implicaciones. Sólo se puede notar que este modelo de expansión es único en el mundo de las agencias de noticias, y que refleja un genuino deseo de hacer que la práctica de la agencia se acerque cada vez más al modelo de comunicación alternativa y horizontal contenido en su filosofía y principios de acción. Su mayor logro en este sentido es el estar creando un espacio informativo para grupos y sectores que siempre han estado excluídos del panorama noticioso internacional. El lema de la Comisión MacBride, "un solo mundo, voces múltiples", es una realidad en marcha IPS, pero todo ello es tan nuevo que no se puede esperar aún que se refleje en las visiones del mundo presentadas por los medios masivos, menos aún cuando éstos son tan conservadores en sus criterios de selección de fuentes y temas como vimos en los capítulos pasados.

Aparte de todos sus servicios informativos, IPS ha creado en los últimos años una línea de asistencia técnica y profesional, que incluye estadias de entrenamiento para periodistas de agencias nacionales del Tercer Mundo y asesoría para medios, organizaciones regionales e internacionales, y organismos gubernamentales y privados. Finalmente, sus actividades incluyen proyectos de comunicación para el desarrollo, algunos de los cuales cuentan con financiamiento de varios organismos de Naciones Unidas (UNDP, UNESCO, FAO, El Fondo para Actividades de Población, el Programa del Medio Ambiente y HABITAT).

Cientela, Financiamiento y Contenidos

La agencia sostiene que sus servicios llegan alrededor de 500 clientes en todo el mundo (medios de prensa, estaciones de radio y televisoras), y a un número indeterminado de suscriptores públicos y privados que van desde gobiernos hasta grupos de acción de muchos tipos.

La contabilidad de la clientela se hace muy difícil en IPS, ya que, aparte de aquellos a los que llega directamente, está la clientela servida por las filiales autónomas, cuyas actividades parecen expandirse rápidamente. Interlink Press Service, por ejemplo, llega por correo semanal a medios como el "Sun" de Baltimore; "Wall

Street Journal" de los Angeles; "Christian Science Monitor", "Newsday", "Atlanta Journal" y el Canal 5 de Nueva York; uno de sus principales clientes no periodísticos es la Fundación Ford, y treinta y cinco universidades y organizaciones sin fines de lucro en Estados Unidos, (como Amnesty International, el Consejo de Estudios Internacionales de la Universidad de Milwaukee, y Agristar, un banco de datos para agricultores, ganaderos y organizaciones agrícolas de Milwaukee) están suscritas a su servicio computarizado de artículos especiales.

Al promover la creación de filiales autónomas, la agencia "logra expandir cobertura y alcance de los servicios sin mayores costos. En el caso de Interlink la agencia proveyó 30 mil dólares para comenzar, y su contraparte local consiguió juntar 100 mil dólares poco después, en fondos adicionales de donantes norteamericanos. La escasez inicial de fondos hizo tambalear el proyecto varias veces, pero en la actualidad su supervivencia es una certeza. Y si se considera que todo ello comenzó recién en 1980, la cantidad de clientes que había ganado hasta fines de 1982 demuestra que el proyecto tenía razón al suponer que en Estados Unidos había una demanda por información alternativa.

Este tipo de operaciones explica también el hecho de que pese a la tremenda expansión de red y de los servicios, el presupuesto anual de la agencia no excede los 5 millones de dólares. Según informaciones del Director General de la agencia, un 20 por ciento de este presupuesto proviene de las ventas del servicio a medios y organismos estatales; el 10 por ciento proviene de organizaciones nacionales e internacionales que pagan a IPS por proyectos específicos (como el resumen de prensa diario que compra el Banco Mundial); el 13 por ciento deriva de servicios especiales de telecomunicaciones que IPS provee a algunos gobiernos; 14 por ciento procede de agencias nacionales, parte de cuyos servicios son editados y distribuidos por IPS; 36 por ciento del presupuesto sale de proyectos de comunicaciones y de subvenciones para proyectos comerciales y de formación o investigación, tales como el acuerdo por la Comunidad Europea para la formación del personal de ASIN; y el 7 por ciento se obtiene de una sobre tasa cargada sobre los costos generales de cada proyecto (19).

Los costos de operaciones se mantienen bajos, además, porque en muchos de sus contratos con gobiernos la agencia presta sus servicios a cambio de la prestación total o parcial de canales de telecomunicaciones, como ocurre con el sistema ASIN en América Latina y el Caribe; alquila canales de satélite al sistema estatal de comunicaciones italiano, que ofrece tarifas menos costosas que otros países; y los salarios de su personal están fijados según niveles de sueldo local en cada país. Un editor en la central de Roma, por ejemplo, gana alrededor de 1.200 dólares al mes, con lo cual la agencia ahorra unos 100 mil dólares anuales en relación con el costo normal de mantenimiento de un corresponsal occidental en el extranjero.

Una de las muchas originales de IPS reside en su apertura a la investigación. La agencia facilita el acceso gratis a sus servicios para cualquier investigador interesado en sus contenidos y operaciones, y aspira también a servir de canal para la difusión de resultados y puntos de vista de estudiosos de la comunicación. En 1979, por ejemplo, IPS ofreció el uso gratuito de media hora de transmisión internacional de un boletín semanal sobre cuestiones de comunicación a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIC. El mismo tipo de oferta, que deja el control de los contenidos totalmente en manos de los investigadores, fue hecha en la misma época de la Asociación Internacional de Investigaciones para la Paz, IPRA, pero hasta fines de 1982 ninguna de las agrupaciones de especialistas había hecho uso de la oferta (10). Ambas la aceptaron y dejaron constancia de que jamás una agencia había tomado un paso semejante, pero no fueron capaces de organizarse para producir los artículos especiales requeridos para boletines de ese tipo. La agencia tomó entonces otro camino, y en lugar de dejar la organización de estos boletines en manos de las asociaciones de investigadores, tomó contacto con especialistas individuales que entregan columnas regulares para inclusión en sus servicios especiales.

Esta actitud abierta, única en su género, y que la diferencia también de las agencias occidentales y de países socialistas, explica también el hecho que sus servicios periodísticos hayan sido sometidos a varios análisis de contenido en los últimos años: entre ellos, un estudio finlandés (Jokelin 1977) un estudio holandés (Van

Aernsbergen, Tonnaer y Van der Veen, 1979), dos estudios independientes de autores chilenos (Salinas, 1978, y Ahués, 1980), y un último estudio auspiciado por la Asociación Internacional de Investigaciones de la Comunicación (AIERI) y realizado por un autor norteamericano, cuyos resultados se esperan para mediados de 1983 (11).

Ninguno de estos estudios, sin embargo, proporciona una visión completa de los contenidos que circulan por la agencia: todos incluyen solamente muestras del servicio periodístico y todos, exceptuando el de Giffard, toman muestras de antes de 1980, fecha que coincide con la máxima expansión de los servicios especializados en la agencia. Los estudios tampoco incluyen los boletines dominicales existentes desde antes de esa fecha, y es muy temprano aún para tener estudios sobre los contenidos de las filiales autónomas que se están creando en países industrializados.

La agencia ha utilizado al máximo los resultados de estos estudios en las discusiones internas y planificación de sus actividades. Los análisis de Salinas y Ahués, por ejemplo, fueron utilizados por tres editores de la central en Roma para preparar un informe interno que fue distribuido a todas las corresponsalías a principios de 1980, y que incluía críticas y sugerencias surgidas del intercambio de opiniones entre los autores y los editores (12). Las formulaciones críticas de los autores holandeses alimentaron los planes internos para una mayor expansión en el Tercer Mundo, en un momento en que América Latina estaba demasiado sobre-representada en los contenidos del servicio; y coincidieron con la creación de una newsletter para corresponsales y amigos de IPS, en un momento en que tales autores detectaron problemas de comunicación interna en la red. El estudio de la autora, en 1978, estimuló el interés de los editores en los análisis de contenido, y a partir de esa época ellos definieron independientemente un sistema propio de codificación de contenidos, simple y efectivo, que les permite examinar regularmente las características básicas del servicio que editan.

Todo esto ejemplifica la apertura de IPS, tanto en organización como en actitudes individuales de su periodista, hacia la investigación, aunque por supuesto no garantiza que todas las formula-

ciones críticas, muchas de las cuales coinciden con opiniones de sus propios periodistas, hayan conducido a una superación rápida de los problemas detectados. Hasta principios de 1980 las críticas del contenido de IPS se concentraban en dos puntos, que coinciden en todos los autores mencionados: una excesiva sobre-representación de América Latina en la geografía noticiosa, que es explicable en función de su historia pero que no es compatible con sus aspiraciones de servir al conjunto del Tercer Mundo; y una sobre-representación de las categorías políticas, en desmedro de temas económicos, científicos, tecnológicos, culturales y otros que deberían aparecer con prioridad en el servicio según su propia filosofía.

Las muestras tomadas hasta fines de 1979 mostraron que alrededor de la mitad de los artículos transmitidos a diario por la agencia corresponden a noticias de agencias nacionales, pero dos tercios del volumen real corresponden al servicio propio, ya que los artículos de IPS son normalmente más largos que el de las agencias nacionales cuyas notas reproduce. En 1978 el 50^o/o de los artículos correspondían a IPS, otro 40^o/o a agencias nacionales, y un 10^o/o era material del Pool de No Alineados, distribuido por IPS. La longitud promedio del material propio de la agencia era al mismo tiempo un 12^o/o de notas cortas, igual o menor a 20 líneas; 60^o/o de notas entre 20 y 45 líneas; 13^o/o de artículos mayores de 45 líneas y un 15^o/o de artículos especiales, cuya longitud siempre excede a la del resto de la producción.

Los autores holandeses compraron, en 1979, la geografía noticiosa de IPS y de tres agencias transnacionales, utilizando sus propios datos y los recogidos por Harris en su estudio de las transnacionales de 1977. De esta comparación surge que el volumen diario de IPS era en la época del estudio un promedio de 75 artículos; el de Reuters, 350 artículos; AFP, 280 y UPI, alrededor de 200. La ubicación geográfica dio la siguiente tabla: (ver pág. sig.)

Más del 50^o/o de las noticias de Reuters y AFP se refieren al mundo industrializado y en UPI esta cifra alcanza al 80^o/o, mientras que IPS toma la opción contraria, con un 19^o/o de noticias sobre estas áreas y más del 70^o/o de noticias sobre el Tercer Mundo.

Tabla 7: Geografía de la noticia en Reuters, AFP, UPI e IPS, en porcentajes.

REGION	Reuters 1977	AFP 1977	UPI 1977	IPS 1978
Europa Occidental	40,9 ^o /o	38,7 ^o /o	9,6 ^o /o	17,5 ^o /o
América del Norte	14,0 ^o /o	11,1 ^o /o	71,2 ^o /o	1,3 ^o /o
Australia/Nueva Zelandia	1,9 ^o /o	0,7 ^o /o	0,1 ^o /o	---
Levante	2,4 ^o /o	1,4 ^o /o	0,3 ^o /o	---
Medio Oriente	8,2 ^o /o	7,7 ^o /o	3,0 ^o /o	15,8 ^o /o
URSS/Europa Oriental	4,1 ^o /o	3,5 ^o /o	1,5 ^o /o	6,4 ^o /o
África	9,3 ^o /o	13,2 ^o /o	1,8 ^o /o	9,1 ^o /o
América Latina	5,0 ^o /o	5,1 ^o /o	3,2 ^o /o	45,5 ^o /o
Subcontinente Indio	5,3 ^o /o	2,7 ^o /o	1,6 ^o /o	---
Extremo Oriente	2,2 ^o /o	7,8 ^o /o	1,8 ^o /o	---
Asia	4,1 ^o /o	5,7 ^o /o	2,5 ^o /o	1,0 ^o /o
Otros	2,6 ^o /o	2,4 ^o /o	3,4 ^o /o	3,4 ^o /o
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Número de cables	1.723	1.394	1.022	297

Fuentes: Harris (1977 a) y Van Aernsbergen et al. (1979).

La sobre-representación de América Latina en IPS es evidente y ha sido confirmada por otros autores, pero no tenemos datos recientes para ver cómo se refleja en los contenidos la apertura de sus nuevas oficinas en Asia y África. Los países socialistas también están poco representados en IPS, aunque a pesar de ello les concede más importancia que las agencias transnacionales. La temática de la agencia también puede ser comparada con la producción de las transnacionales.

La información económica, que no llega al 15^o/o en las agencias transnacionales, supera el 30^o/o en las noticias de IPS, quien no entrega tampoco información sensacionalista como crímenes, pero su énfasis en el análisis político es excesivo, y perjudica las posibilidades de entregar otros tipos de informaciones necesarias para el desarrollo.

Todos los análisis existentes han señalado la incoherencia en-

Tabla 8: Comparación de las temáticas en Reuters, AFP, UPI e IPS en porcentajes.

TEMAS	Reuters 1977	AFP 1977	UPI 1977	IPS 1979
Política nacional	18,0 ^o /o	12,1 ^o /o	14,1 ^o /o	31,1 ^o /o
Política internacional	20,5 ^o /o	25,9 ^o /o	—	27,5 ^o /o
Economía nacional	—	—	15,8 ^o /o	18,7 ^o /o
Economía internacional	8,6 ^o /o	12,0 ^o /o	—	13,5 ^o /o
Crímen/desastres	14,2 ^o /o	7,0 ^o /o	19,7 ^o /o	2,3 ^o /o
Deportes	13,3 ^o /o	20,7 ^o /o	—	0,1 ^o /o
Interés Humano	—	—	10,8 ^o /o	—
Religión	—	—	—	1,6 ^o /o
Otros	—	—	11,5 ^o /o	2,0 ^o /o
TOTALES	74,6 ^o /o	77,7 ^o /o	71,9 ^o /o	96,8 ^o /o

Fuentes: Harris (1977) y Ahués (1979), al total de IPS se suma un 2,9^o/o de temas culturales, en las otras agencias las cifras restantes se dividen en una mayor variedad de temas menores.

tre la composición de los actores de la noticia en IPS y sus principios de acción. El análisis de Ahués, en 1979, mostró un 41,9^o/o de actores correspondientes al Estado y a sus diversas instituciones; 26,9^o/o de actores representantes de partidos políticos, organizaciones de masas y laborales (sólo el 5,7^o/o de estas últimas); 13,2^o/o de entidades del sector privado de la economía; 4,7^o/o del sector educación, cultura, religión y deportes; y un 12,9^o/o de organismos internacionales. Estas cifras se refieren al total del servicio de IPS y de las agencias nacionales. El mismo análisis mostró que las categorías de gobiernos y diplomáticos, por ejemplo, corresponden a un total del 26,9^o/o en el servicio periodístico propio de IPS y al 45,5^o/o en las noticias de las agencias nacionales que distribuían a través de su red en esa época.

A partir de estos resultados se sugirió a la agencia que hiciera una mayor diferenciación entre su propio servicio, que es bastante diferente del tipo de noticias protocolares que entregan las agencias gubernamentales, con las restantes transmisiones, y desde la central surgieron recomendaciones a las corresponsalías para diversificar sus fuentes y enfoques: para ser consecuente con su filosofía, IPS no debería poner tanto énfasis en las élites políticas que

predominan en la noticia tradicional, pero la práctica ha demostrado que no es tan fácil realizar estos objetivos.

Desde la central se emiten frecuentes recomendaciones a los corresponsales para que cubran las actividades de movimientos campesinos, grupos de acción, sindicatos y otros, pero en muchos lugares del Tercer Mundo la situación política no permite el acceso fácil a tales grupos y también hay casos en que la represión local impide citarlos como fuente, ya que podría causarles problemas políticos a tales sectores. Los periodistas de la agencia, por otra parte, comparten muchas deformaciones profesionales semejantes a las que se encuentran en todos los medios, y no es fácil cambiar estilos con la rapidez deseada. Todos los estudios sobre el contenido de IPS, no obstante, han concluido que si bien la agencia todavía tiene un largo camino que recorrer en el ajuste de sus contenidos a los principios que la guían, al menos ha tenido éxito en ofrecer un servicio que es distinto del servicio de las transnacionales, y cuyo compromiso con los intereses del Tercer Mundo es también evidente.

Las publicaciones de la agencia nunca han podido ser estudiadas en forma acabada, ya que aunque la central mantiene un archivo de recortes enviados por los corresponsales, este no es 100 por ciento completo (13). Un informe interno de los editores a los corresponsales, basado en los datos de archivo de enero a marzo de 1980, señaló que publicaron el 54^o/o de los artículos distribuidos a toda la red. No existen datos de otras agencias para comparar esos resultados y los editores no se pronuncian sobre ellos, pero considerando que la agencia trata de introducir un estilo diferente de información estimamos que este nivel de publicaciones es bueno. El mismo informe, empero, hace notar el desequilibrio regional en las publicaciones (el 61^o/o de las publicaciones logradas corresponden a América Latina y otro 28^o/o a Europa). No existen datos más recientes para comparar estas cifras con las publicaciones de IPS en la actualidad.

Los problemas de IPS para entrar en los medios masivos son expuestos con gran claridad por los autores holandeses en su examen del comienzo de relaciones entre la agencia y ANP, agencia que es propiedad cooperativa de diarios y radiodifusores de Holan-

da. En este caso ANP planteó que había problemas de objetividad, ya que IPS parecía tomar posiciones a favor de movimientos de liberación y grupos sociales, en contra de regímenes dictatoriales; criticó a IPS porque el uso de las fuentes no era suficientemente riguroso; porque los contenidos no correspondían a lo que ellos entienden como el interés de sus lectores; y por defectos profesionales como un uso poco estricto de la estructura piramidal de la noticia y falta de velocidad.

Los autores holandeses notan al respecto que, aunque es necesario que IPS trate de ajustarse a los standards de los medios masivos en países industrializados, "la forma en que ANP reacciona frente a la cobertura de IPS hace poca justicia a la visión alternativa que IPS tiene de la noticia y la información". Notan, por ejemplo, que muchas fuentes de IPS corresponden a grupos del Tercer Mundo completamente desconocidos en Europa (recordemos que los editores de IPS presionan a sus corresponsales para que introduzcan nuevos actores y no se limiten a cubrir las élites políticas tradicionales), y que para ANP resulta imposible chequear la confiabilidad de la información. "Lo extraño, dicen, es que ANP no tiene problemas cuando las grandes agencias mundiales mencionan fuentes vagas, ya que en este caso asume que son generalmente confiables . . ." Y agregan " . . . una agencia alternativa termina en un círculo vicioso. Su material no es publicado por que la fuente es desconocida, y la agencia es muy poco conocida también para juzgar su confiabilidad. Así tampoco puede tener una oportunidad para probar la confiabilidad de sus informaciones" (15). Injusto o no, este es uno de los aspectos en que IPS todavía tiene un largo camino por recorrer para lograr que sus materiales sean publicados en todos los medios que le interesan.

El Difícil Equilibrio de Principios y Necesidades

IPS tiene muchos problemas. Algunos, como vimos antes, surgen del tipo de servicio periodístico que intenta prestar y afecta sus relaciones con los medios masivos. Otros surgen de sus características organizacionales y se manifiestan internamente. Algunos problemas, más serios, surgen de las relaciones que establece con distintos grupos y sectores; en particular, con los gobiernos del Tercer Mundo. Los peores problemas, no obstante, surgen de

fuentes externas a la agencia, y se manifiestan en ataques y sospechas que la rodean por intentar desarrollar un estilo de comunicación internacional que no cuadra con las concepciones establecidas de ningún sector. A continuación veremos cómo se manifiestan estas dificultades.

En el plano interno muchos problemas surgen de la opción de IPS a favor de mantener costos de operaciones lo más bajo posible y utilizar sus escasos recursos en la máxima expansión de la red y de los servicios. Esto le ha permitido realizar todos los logros mencionados antes, pero ha significado también una tremenda cuota de sacrificio para su personal. Los sueldos de IPS son muy bajos en comparación con cualquier agencia internacional, y las cargas de trabajo con frecuencia son excesivas: si notamos que la nómina de periodistas a tiempo completo no excede de docientas personas, y la comparamos con la cantidad de servicios que prestan, el costo del sacrificio es fácilmente imaginable. Las funciones que cumplen son múltiples, y exceden grandemente la simple producción de información periodística: realizan tareas gerenciales, promoción del servicio, mantención de contratos internacionales (toda la red participa, por ejemplo, en la producción de especiales acordados con los organismos de Naciones Unidas, y cada nuevo contrato significa una nueva carga para los periodistas) y otras tareas menores extras que surgen de la escasez crónica de personal.

Los periodistas no resistirían esta sobrecarga si no compartieran los principios de la agencia, y su relación con ella es mucho más que una simple relación contractual, pero no es claro hasta qué punto todos han participado en la adopción de las decisiones que condujeron a esta forma de desarrollo, y a veces resienten los efectos personales de la opción. A partir de 1979, la central hizo grandes esfuerzos para mejorar las comunicaciones internas con las corresponsalías, tanto en el plano periodístico como organizativo e institucional. Se creó un boletín interno, se hicieron seminarios con los corresponsales, y los editores de la central -que también están muy sobrecargados- se organizaron para mantener un diálogo fluido con ellos sobre la producción periodística. Esto mejoró las relaciones internas y la calidad del servicio, pero no eliminó el hecho de que las cargas de trabajo con frecuencia son excesivas. Y si a ello se suma que los sueldos son bajos, es obvio que la asombrosa

expansión de IPS está siendo pagada, en muchas formas no contabilizadas, por el personal.

Al optar por una expansión de servicios especializados y la prestación de servicios de telecomunicaciones, además, se ha sacrificado en parte la posibilidad de mejorar más rápidamente los servicios periodísticos. Esto se nota en los contenidos, y es una contradicción para lo cual IPS tampoco tiene una solución perfecta. Aunque sirve de carrier para muchos boletines ajenos, IPS es una agencia por derecho propio y aspira también a ganar una posición firme en los medios. Pero no es fácil ganar tal posición si al mismo tiempo se invierten los pocos recursos en una enorme cantidad de funciones que no son estrictamente periodísticas. La agencia aparece a veces muy ambivalente en este punto y ello produce problemas organizativos, ya que editores y corresponsales se ven obligados a cumplir tantas funciones que no siempre queda claro dónde están las prioridades ni cuáles son las obligaciones principales de cada momento.

Finalmente, en el plano interno se advierten algunas contradicciones entre el principio de organización en forma de cooperativa de periodistas, destinado a garantizar la participación de todos en la fijación de las políticas de la agencia, y el grado de concentración del poder para la toma de decisiones. La tremenda expansión de la red, además, ha impedido la consolidación de cualquier esquema organizativo. IPS vive en un estado de reformulación permanente y seguirá así por mucho tiempo, ya que aun cuando sus planes prosperen, el éxito de cada proyecto significa un nuevo reajuste interno, todo lo cual dificulta la creación de canales bien definidos y estables para la consulta y toma colectiva de decisiones. Esto significa, en lo negativo, que muchas decisiones se adoptan en forma tan vertical como ocurre en cualquier agencia, aunque en lo positivo la fluidez de la organización significa también que sus periodistas tienen muchas veces una autonomía de movimientos que no se encuentra en otras agencias, y eso les hace identificarse con ella en un grado poco visto en este campo.

Otros problemas serios surgen del manejo de los contratos de IPS. La agencia tiende a diversificar al máximo sus fuentes financieras, ya que estima que para sus objetivos de independencia es

mejor depender de muchos contratos pequeños antes que de unos pocos grandes. Pero esto no puede cumplirse siempre, y ello la ha hecho muy vulnerable en algunas ocasiones. A principios de 1982, por ejemplo, un cambio ministerial la hizo perder un contrato muy grande con México (80 mil dólares mensuales) y eso le obligó a despedir alrededor de 30 de sus 200 periodistas a tiempo completo, llegando a considerar el cierre temporal de algunas corresponsalías. Las variables políticas también influyen de otro modo: en un momento perdió un contrato de 10 mil dólares mensuales con Libia, por ejemplo, porque publicaba las críticas que el fallecido Presidente Sadat lanzaba en contra de Muammar Kaddahfi; y en otra ocasión un contrato con la agencia iraquí INA quedó entrabado porque IPS distribuía también las informaciones de la agencia palestina Wafa.

Los sobresaltos y vaivenes financieros a que la someten los factores políticos se reflejan con gracia y acierto en el comentario de un editor de IPS: "Lo mejor que le podría ocurrir a IPS sería el descubrimiento de seres vivientes en Marte. Un contrato exclusivo con ellos nos permitiría ser políticamente independientes en la tierra . . ." (15). Por sus relaciones con agencias nacionales del Tercer Mundo, IPS vive en un estado de tensión y equilibrio inestable que no le permite tampoco desarrollar un óptimo trabajo periodístico. El 27^o/o de su presupuesto proviene de contratos técnicos y editoriales con gobiernos y agencias nacionales, y como no tiene fondos de emergencia (Scripps, por ejemplo, puede subvencionar a UPI porque es dueño de una de las mayores cadenas de Estados Unidos, pero los accionistas de IPS son periodistas y otros que en caso de emergencia financiera no pueden aportar nada), tiene que hacer milagros de equilibrio para balancear sus objetivos de independencia, sus necesidades de ingreso, y sus principios filosóficos. Por supuesto, no siempre se logra tal milagro, y ello se nota a veces en el servicio y en la situación financiera.

Otro problema surge del desnivel periodístico entre la producción propia de IPS y la de las agencias nacionales. Con frecuencia los suscriptores comentan que el material de las agencias nacionales es inservible, y que IPS sólo se desprestigia al distribuir tales boletines. Al no conocer los principios de IPS, algunos asumen que tal redistribución se hace por razones puramente comer-

ciales, pero ocurre que si bien algunos contratos conllevan ingresos, otros consisten simplemente en intercambios que no producen ingresos. No hay una fórmula perfecta para equilibrar la calidad del servicio y el principio de que todas las voces deben ser escuchadas: no se puede culpar a IPS por carecer de tal fórmula, pero se puede notar que estos problemas existen, y que dificultan todavía más su entrada en los medios masivos.

“¿Qué es toda la confusión sobre IPS?”

A principios de 1982 algunos sectores desataron una campaña organizada en contra de IPS, en la que se involucró el Departamento de Estado norteamericano. Los efectos del ataque hicieron tambalear toda la red. Por rara coincidencia, algunos contratos fueron cancelados en la misma época, IPS tuvo que cerrar temporalmente algunas oficinas, algunos sueldos fueron rebajados y otros se atrasaron más de lo acostumbrado. Todo su personal puso en tensión los mayores recursos de la empresa: imaginación y esfuerzo. Era un problema de resistir o cerrar la agencia, liquidando el futuro del trabajo de casi 20 años. Pero IPS sobrevivió al ataque y recuperó rápidamente el terreno perdido en esos meses, hoy no hay dudas de que la agencia seguirá acumulando historia.

A principios de 1983, el influyente “Columbia Journalism Review”, de Estados Unidos, publicó un artículo de Peter Hall titulado “¿Qué es toda la confusión sobre IPS?”; en él expone con claridad y conocimiento de causa los orígenes y mecanismos del ataque. La autora conoció el detalle de esta situación, pero la exponemos aquí en los mismos términos en que fueron expuestos en la revista norteamericana, por considerar que se trata de un testimonio tanto más válido cuando sale del país donde se gestó el ataque.

En junio de 1981, un artículo del “Washington Star”, difundido luego por el servicio internacional de la Associated Press, cuestionó la corrección de las conexiones de IPS con los organismos de Naciones Unidas. Meses después, cuando IPS esperaba lograr un papel clave en un proyecto del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la agencia, el proyecto propuesto y

el propio PNUD cayeron bajo el fuego del Departamento de Estado norteamericano.

El proyecto, de 60 millones de dólares, había surgido de una recomendación de la Conferencia de Naciones Unidas sobre la Cooperación Tecnológica entre Países en Desarrollo, realizada en 1978, y consistía en un plan para una red computarizada para comunicar centros de investigación, empresas, sindicatos, funcionarios de gobiernos y otros sectores de 60 países de Asia, Africa y América Latina con vista a fortalecer la cooperación Sur-Sur en cuestiones del desarrollo (16). A mediados de 1979, el PNUD contrató a IPS para realizar el estudio de factibilidad de dicha red, y a fines de 1981 debían firmarse los contratos para iniciar las primeras etapas del proyecto. Varios miembros de las Naciones Unidas donarían los fondos, e Italia pondría la parte principal ya que esperaba que la red generaría ingresos para su sistema nacional de telecomunicaciones. Las primeras fases del proyecto serían administradas por CODEV, una Fundación de Comunicaciones para el Desarrollo con sede en Malta, en la que IPS participa junto con otras entidades.

El Departamento de Estado intervino entonces, y envió un cable a la misión norteamericana ante la ONU ordenándole presionar al Administrador del PNUD para que propusiese la aprobación de los contratos. El cable sostenía que IPS "se ha opuesto consistentemente a los intereses de Estados Unidos en asuntos económicos, políticos e informativos. . . IPS publica una clásica línea 'anti-imperialista' . . . Se la considera como un pretexto para los intereses de la prensa del Tercer Mundo y es objeto de profunda sospecha por parte de los medios de comunicación privados norteamericanos y del Gobierno de los Estados Unidos". La red propuesta, agregaba el cable, implicaría "promover dinero de la ONU para convertir a IPS en una competidora de nivel mundial para las agencias de noticias comerciales", y en parte debido a "esta amenaza a los intereses de las agencias de noticias norteamericanas", el proyecto "podía ocasionar serios problemas de relaciones públicas para el PNUD y los Estados Unidos" (17).

El cable no mencionaba los nombres de los medios norteamericanos que se sentían amenazados por la existencia de IPS, pero

aparte de los intereses de las agencias se pudo trazar con certeza, la participación de dos figuras norteamericanas: Leonard Sussman y Leonard Marks. Marks es un abogado de Washington que dirigió la Agencia de Información de Estados Unidos, actual USICA, y que preside ahora la poderosa Foreign Policy Association. Sussman, personaje múltiple, es Director Ejecutivo de Freedom House, y ambos son miembros fundadores del World Press Freedom Committee, una entidad con sede en Washington que agrupa a 32 organizaciones de medios impresos y electrónicos de todo el mundo. Fundado en 1976 para defender los intereses de los medios privados en el mundo, el WPFC ha organizado numerosas conferencias sobre los peligros del Nuevo Orden Informativo Internacional y es uno de los voceros más poderosos en contra de UNESCO y de todas las instituciones que favorecen los cambios en la actual estructura internacional de comunicaciones. Hasta su muerte a fines de 1982, además, Sussman y Marks recibían el sólido apoyo de Stan Swinton Vicepresidente y Director de Servicios Mundiales de la AP

Junto con el cable al PNUD arreciaron rumores destinados a desestabilizar a IPS. Muchos de ellos se centraron en la financiación de la agencia, y se dijo que, según fuentes no identificadas, IPS recibía dinero de Libia, de la OLP, la Unión Soviética, el Vaticano . . . y la Central de Inteligencia de Estados Unidos. El proyecto del PNUD quedó suspendido temporalmente, IPS perdió algunos contratos importantes (entre ellos, el de México) y la agencia estuvo a punto de naufragar. La fuente y los efectos del ataque habrían bastado para hacer desmayar a muchas personas, pero el Director General de IPS, Roberto Savio, fue más original en su reacción: viajó a Washington y solicitó entrevistas con todos los personajes envueltos en el asunto, incluyendo a funcionarios del Departamento de Estado, Sussman, Marks y Swinton.

A todos ellos les dio explicaciones personales completas sobre los principios de la agencia, sus formas de operación, detalles del financiamiento y planes de acción, y les proporcionó muestras del servicio periodístico de IPS. Esto, con certeza, debe haber causado mucho desconcierto en tales círculos, pero también tuvo otros resultados positivos. Según Hall, "entre bambalinas, funcionarios del Departamento de Estado explican ahora que el gobierno sólo actuó a instancias de los intereses de los innominados medios,

usando la información que ellos mismos le proporcionaron. Habiendo desde entonces leído el servicio de IPS y sostenido reuniones con sus representantes, reconocen que ellos mismos no creen en los cargos formulados. El interés especial del gobierno en este asunto, enfatizan, era sobre todo comercial" (18).

Pero la intervención de Savio, si bien logró detener la campaña del momento, no eliminó todas las sospechas. Refiriéndose a las finanzas de IPS, por ejemplo, Swinton habló en esa época de "contabilidad a la italiana", debido a lo cual IPS, para responder otra vez a los rumores con datos y fuentes identificadas, pidió apoyo a una fundación holandesa para costear una auditoría internacionalmente aceptable, los resultados de la cual estarán listos a mediados de 1983. La revisión de la contabilidad de IPS por una firma internacional dejará menos espacio para sospechas sobre su financiamiento, pero seguramente no eliminará el ataque. Más allá de las razones específicas que este tipo de personas y entidades puedan tener para no simpatizar con IPS, hay una desconfianza básica hacia algo que se sale de todos los marcos conocidos, y Hall lo refleja muy bien: "como admite Swinton, el enfoque de IPS, con su visión reformista y sus conexiones con agencias de noticias estatales, le irrita. 'IPS simplemente no cuadra con mi enfoque básico de periodismo', dice" (19).

En el plano comercial hay razones más concretas. Swinton consideraba ridícula la pretensión de que IPS podría competir alguna vez con la AP, pero el hecho es que se ha convertido en la sexta del mundo, y algunas poderosas figuras de los medios norteamericanos se sintieron tan amenazadas como para presionar al Departamento de Estado para que interviniera en el proyecto del PNUD. Y aún después de las explicaciones proporcionadas por Savio, los mismos funcionarios admitieron que renovarían sus protestas si el proyecto fuese reactivado en su forma original. Con lo cual la red de informaciones para el desarrollo que iba a servir a 60 países del Tercer Mundo se ha retrasado ya por más de un año.

La desconfianza norteamericana no es la única que amenaza a IPS. La agencia es demasiado peculiar, y no satisface completamente los intereses de ningún sector, lo cual la ha puesto varias veces entre el fuego cruzado de los detractores y partidarios del Nue-

vo Orden Informativo. Del lado de los detractores están las razones de personas como Sussman y Marks: le critican sus relaciones con gobiernos y preferirían que desapareciera del mapa informativo antes de que sus contribuciones para democratizar las comunicaciones internacionales empiecen a surtir efectos políticos y comerciales desfavorables para la hegemonía de los medios norteamericanos. De otros lados también hay razones para intentar detenerla a veces. Aunque sus relaciones con UNESCO son básicamente positivas (UNESCO financia parcialmente los servicios periodísticos de la mujer en Africa y América Latina, por ejemplo), a mediados de 1982 UNESCO estaba frenando el proyecto de IPS para crear un servicio noticioso privado, como cooperativa de periodistas en Africa, ya que por razones difíciles de entender algunos funcionarios de la organización temen que ello podría entorpecer la implementación del proyecto de Agencias Panafricanas que debe reunir a las agencias estatales del continente.

Tampoco los gobiernos del Tercer Mundo tienen una confianza irrestricta en IPS. Esto es más fácil de entender, porque en todos los casos tal confianza se otorga sólo a las agencias estatales e IPS, como cooperativa privada de periodistas de todo el mundo, es demasiado independiente para satisfacer todas sus expectativas y prioridades.

El caso más claro en este sentido es el de ASIN, un acuerdo de intercambios de noticias oficiales que conecta a 17 países y dos organismos regionales de integración en América Latina y el Caribe. ASIN fue creado en 1979 con la cooperación de IPS, quien actúa como carrier y secretaría operativa del sistema. En la IV Asamblea General de ASIN (abril de 1982), al examinar las finanzas del sistema, IPS planteó que muchos de los costos estaban siendo cubiertos por la agencia, y que los gobiernos debían tomar algunas medidas al respecto. ASIN es un caso único en el mundo de colaboración entre un sistema de gobierno y una agencia privada, y podría haberse esperado que los gobiernos mimaran a la agencia por realizar todas las tareas técnicas que necesitan para mantener sus intercambios. Pero al contrario, algunos funcionarios presentes en la asamblea encontraron sospechoso el interés de IPS por cooperar con ellos, lo cual obligó a Savio a preparar un detenido memorandum en que explica con gran claridad y detalle las razo-

nes institucionales, profesionales y técnicas que tiene IPS para sostener un acuerdo como el que existe en el caso de ASIN.

Todo ello ocurrió menos de un mes después de que Savio estuvo en Washington, y ejemplifica las tremendas paradojas que afectan a IPS por sostener principios tan peculiares como los suyos: por un lado, el Departamento de Estado y los medios norteamericanos sospechan porque mantiene contactos con gobiernos del Tercer Mundo, y los gobiernos del Tercer Mundo sospechan a veces porque sus funcionarios no siempre entienden los principios que le llevan a cooperar con ellos. Los organismos internacionales, que se inclinan hacia uno u otro de estos dos lados, tampoco están complacidos por todas las iniciativas, lo que la deja en la posición más difícil e inconfortable que se pueda tener en la batalla para crear un nuevo orden informativo. Pero esta situación inconfortable es también la más creativa en el campo de las agencias de noticias, y la historia de las comunicaciones internacionales tendrá que registrar los numerosos aportes de IPS en este sentido.

Es difícil predecir el curso futuro de IPS. Uno de los lemas favoritos de su Director General es "que florezcan cien flores": todos deben ejercer sus derechos a comunicar, y todos los grupos y sectores sociales deben tener espacio en las informaciones internacionales. Esto se refleja en el entusiasmo que la agencia pone en sus tratos con grupos de base y sectores que jamás habían sido tomados en cuenta en este campo. El caso del servicio de mujeres, que es una realidad en marcha, y el proyecto de un servicio de prensa de niños son ejemplos bien claros de los resultados prácticos de esta posición. Pero también hay muchos otros, que se advierten en la composición de los grupos con que IPS gestiona y promueve proyectos: iglesias, grupos de solidaridad, científicos, agrupaciones profesionales, etc. El futuro de IPS se ve como el de una red cada vez mayor, y cada vez más dedicada a estos sectores sociales de base.

La inquietud por ejercer el derecho de comunicar existe en estos grupos, y por ello en el largo plazo no tenemos dudas de que las posibilidades de comunicar no serán más el monopolio de medios privados y de gobiernos. Pero en plazos próximos esto plan-

tea incertidumbres tremendas para IPS. Los grupos de base no tienen poder económico y político, y no pueden ser tomados como plataforma para una máxima expansión y desarrollo de los planes destinados a servirlos. La agencia tendrá que seguir haciendo milagros de equilibrio, entonces, entre gobiernos del Tercer Mundo, organismos internacionales y gobiernos de países industrializados. Y cuando esos milagros no se logren, tendrá que enfrentar nuevos ataques como el expuesto en este capítulo. Ni siquiera un contrato con seres extraterrestres podría salvarla de ellos, porque su propia historia demuestra que es imposible conciliar siempre los intereses de los distintos sectores que participan en las comunicaciones internacionales. Por el camino de IPS, está demostrado, se avanza mucho que por el camino de la confrontación, pero jamás se logra conciliar todos los intereses en juego. Por ello su futuro está tan ligado al curso de la historia como su nacimiento, y no sería fácil predecirlo.

CAPITULO VII

POOL DE AGENCIAS DE LOS PAISES NO ALINEADOS

El Ministro de Información y Radiodifusión de la India, Vidya Charan Shukla, comentaba ante los Ministros de Información de los Países No Alineados reunidos en Nueva Delhi en 1976:

“Las sociedades opulentas todavía prefieren tratar, por razones de su propia conveniencia, las noticias y la información como mercancía antes que como servicio.

Las agencias transnacionales de prensa continúan invadiendo las mentes de los pueblos de los países no alineados, tal como las corporaciones transnacionales invaden nuestras economías . . . Se nos niega el derecho a interpretar nuestras realidades y, dentro del mundo no alineado, el conocimiento acerca de nosotros mismos es suministrado por agencias pertenecientes a naciones que tienen intereses completamente diferentes en los asuntos mundiales . . .” (20).

Esta situación es la que llevó, a los países del Movimiento de No Alineados a crear un pool de agencias nacionales a mediados de la década pasada. Impulsado por Yugoslavia, India y Túnez, los

países optaron por crear canales que les permitieran comunicarse directamente entre sí, y presentar al mundo sus puntos de vista sin las distorsiones que habían detectado en las transmisiones transnacionales.

Aquí presentaremos algunos datos históricos de la creación del Pool; sus características de funcionamiento, estructura y organización; cuestiones de contenido y volumen de noticias que circulan por los circuitos de los no alineados; facetas políticas y operacionales del policentrismo que lo caracteriza; y los problemas que pueden ser notados sobre la base de los datos disponibles. La investigación sobre el Pool es todavía muy insuficiente, y hay muchas preguntas que no tienen respuesta documentada por investigadores. Su recepción en América Latina, por ejemplo, nunca ha sido examinada sistemáticamente, aunque llega a diversos países por los canales de IPS, de NOTIMEX y de PRELA. Es una de las tantas cosas que podría ser estudiada por equipos de estudiantes de periodismo.

Antecedentes históricos

En la Conferencia de Nueva Delhi, en 1976, la Primer Ministro Indira Gandhi abrió la sesión inicial con un discurso en que mencionaba lo siguiente:

“Pertenece a una extraordinaria diversidad de países. Pero compartimos un pasado común, un presente común, y un futuro común. Todos hemos sufrido los estragos de la dominación colonial: explotación económica, humillación, negación deliberada de oportunidades culturales, frustración psicológica. Valoramos la libertad recobrada, y estamos decididos a defender nuestra independencia. Pero la libertad no puede ser consolidada si se carece de fuerza económica. De allí nuestra visión de un futuro en el cual los recursos y el acopio de tecnologías sean distribuidos más equitativamente, y nuestro convencimiento de que tal futuro sólo puede ser asegurado mediante la reducción de tensiones y la prevención de las guerras” (21).

Este espíritu parece estar en la base de un movimiento tan complejo, influyente, como los no alineados. Dentro de sus múlti-

ples facetas y actividades, el Movimiento de los No Alineados se ha preocupado constantemente de los problemas de la dominación y supresión cultural: en la Primera Conferencia Cumbre de Belgrado, en 1961; en la Cumbre de 1964 en El Cairo; y la Tercera Conferencia Cumbre de Lusaka, en 1970, los miembros del movimiento expresaron principios según los cuales el progreso y la comprensión mundial requieren que las culturas que han sido oprimidas por la dominación colonial puedan expresar libremente su carácter e identidad nacional (22).

En la Cuarta Conferencia Cumbre de los Países No Alineados realizada en Argelia, del 5 al 9 de Septiembre de 1973, con la participación de 75 países, el tema de las comunicaciones masivas fue tratado por primera vez directamente. Los Jefes de Estado de las naciones participantes aprobaron un **Programa de Acción para la Cooperación Económica**, cuyo Artículo No. 13 planteaba los siguientes objetivos:

“Reorganizar los canales de comunicación existentes, que son la herencia del pasado colonial, y que han dificultado la comunicación libre, directa y rápida . . .

Iniciar acciones conjuntas para la revisión de los actuales acuerdos multilaterales, con vista a revisar las tarifas de cables para la prensa y facilitar el intercambio de informaciones por medios más rápidos y baratos . . .”.

En respuesta a estas resoluciones, y luego de consultas con agencias nacionales de varios países miembros de los no alineados, la agencia yugoslava TANJUG puso en marcha el **Pool de Agencias de los No Alineados**, el 20 de enero de 1975.

El Pool transmitió en inglés, español y francés desde el primer día de su funcionamiento. El evento fue acompañado por dos hechos que auguraban cierta capacidad de desarrollo: los jefes de Estado de 17 países no alineados enviaron declaraciones de apoyo a la iniciativa, que fueron transmitidas en la primera emisión; y TANJUG puso en funcionamiento nuevos transmisores, de 30 Kw. de potencia cada uno, que formaban parte de sus propios planes de expansión técnica y que implicaban un aumento en su capacidad para servir como centro distribuidor de gran alcance técnico.

A poco de comenzar, el Pool recibió nuevos apoyos: la Primera Conferencia de Directores de Agencias de Prensa de Países Árabes y Africanos, por ejemplo, fue realizada en Túnez en marzo de 1975 y allí se aprobó una recomendación propuesta por la agencia APS de Argelia. Ella invitaba a las agencias árabes y las restantes agencias africanas a establecer vínculos, en su calidad de agencias de países no alineados, con el Pool recién creado.

El próximo paso importante fue la **V Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores de los Países No Alineados**, realizada en Lima entre el 25 y el 30 de agosto de 1975. Allí participaron 81 países que aprobaron una resolución sobre la "Cooperación en el Campo de la Difusión de la Información y de los Medios Masivos de Comunicación". En ella, los países participantes notaban "con satisfacción, los resultados logrados al promover la cooperación entre los no alineados en el campo de las comunicaciones masivas, incluyendo el comienzo del pool de agencias que empezó a operar desde Enero de 1975".

La misma Conferencia Ministerial llamó a la realización de una reunión de representantes de gobiernos y de agencias de prensa de los no alineados, "para elaborar un Proyecto de Estatuto del Pool de Agencias de los No Alineados, el que debería incluir aspectos de organización, estructuras, operaciones y financiamiento, y ser presentado para su aprobación a la Quinta Conferencia Cumbre a ser realizada en Colombo". India iba a ser el país anfitrión de la reunión preparatoria del Estatuto del Pool, y Túnez fue designado como coordinador de las acciones en este campo.

También, Túnez fue la sede del **Simposio sobre Información de los No Alineados**, que se realizó del 26-30 de marzo de 1976, en el cual participaron 38 estados miembros y 13 observadores que incluían a estados y organizaciones internacionales. El simposio elaboró una serie de recomendaciones sobre las agencias de prensa; sobre la radio y televisión; sobre la prensa; la investigación, estudios y formación de personal de comunicaciones; etc. Con respecto a las agencias, acordó "exhortar a los países que disponen de agencias de prensa suficientemente dotadas, a prestar su ayuda a los otros países para constituir agencias de prensa, ya sea formando cuadros profesionales o montando órganos técnicos, o suminis-

trando las facilidades materiales", y "desarrollar la cooperación para organizar con eficacia medios de telecomunicaciones y enlaces rápidos y directos entre los países no alineados . . . procediendo a revisar las tarifas de los despachos de prensa" (23).

Con esta última resolución, sobre las tarifas de prensa, los países no alineados abrieron una línea de debates de gran importancia para el desarrollo de las agencias nacionales del Tercer Mundo, cuyas implicaciones veremos más adelante. Poco después se realizó la **Primera Conferencia Ministerial sobre Información de los Países No Alineados, en Nueva Delhi**, del 8 al 13 de julio de 1976. En ella participaron 59 países no alineados y siete países y organizaciones observadores. La decisión más importante de esta conferencia fue la adopción de una "Declaración sobre los Medios de Información", que pasó a ser conocida internacionalmente como "Declaración de Nueva Delhi". A partir de ella se diseñó un "Plan de Acción" para la colaboración en el campo informativo; se elaboró el "Estatuto del Pool de Agencias de los No Alineados" y se formó un Comité de Expertos para el Estudio de las Tarifas Telegráficas de Prensa.

La **Declaración de Nueva Delhi** es un documento histórico que refleja la nueva posición del Tercer Mundo frente a la dependencia informativa, y por ello conviene conocerla:

1.- Los actuales flujos de información están marcados por graves insuficiencias y desequilibrios. Los medios de comunicación de la información están concentrados en unos pocos países. La gran mayoría de los países son reducidos a ser receptores pasivos de la información que es diseminada desde estos centros.

2.- Esta situación perpetúa la era colonial de dependencia y dominación. Concentra el juicio y las decisiones acerca de lo que debería ser conocido, y el cómo debería ser conocido, en las manos de unos pocos.

3.- La diseminación de información está actualmente en manos de unas pocas agencias de noticias ubicadas en unos pocos países industrializados, y los restantes pueblos del mundo son obligados a verse los unos a los otros, e incluso a sí mismos, a través de las imágenes presentadas por estas agencias.

4.- Así como la dependencia política y económica es la herencia de la era del colonialismo, lo mismo ocurre con la dependencia en la esfera de la información, que a su vez retarda el logro del crecimiento político y económico.

5.- En una situación en que los medios de información son dominados y monopolizados por unos pocos, la libertad de información viene a ser en la práctica la libertad de estos pocos para propagar información de acuerdo a sus deseos, y la virtual negación del derecho del resto de los pueblos a informar y ser informados objetiva y exactamente.

6.- Los países no alineados, en particular, han sido víctimas de este fenómeno. Sus esfuerzos individuales y colectivos en favor de la paz y la justicia mundial, y por el establecimiento de un orden económico internacional más justo, han sido minimizados o distorsionados por los medios de información internacional. Han buscado erosionar su unidad. Sus esfuerzos para salvaguardar su independencia política y económica, y su estabilidad, han sido denigrados.

7.- Los países no alineados tienen pocos medios, en la actualidad, para concertarse mutuamente, excepto a través de los canales de los actuales centros y medios noticiosos internacionales. Sus propios medios noticiosos están subdesarrollados, o sin desarrollo alguno, por falta de recursos"(24).

Luego de este diagnóstico contenido en la Declaración los países reafirmaron su decisión de "no continuar sufriendo individual o colectivamente a causa de los desequilibrios de la situación mundial", y fomentar la cooperación mutua para lograr la autoconfianza en el campo informativo junto con una mayor conciencia de sus objetivos políticos y económicos comunes.

Todas las decisiones de la Conferencia de Nueva Delhi fueron ratificadas por la **Quinta Conferencia Cumbre de los No Alineados**, realizada en Colombo (Sri Lanka), 16—19 de agosto de 1976. Los 85 Jefes de Estado confirmaron la Declaración de Nueva Delhi, y ratificaron el Estatuto del Pool, con lo cual la creación de éste quedó formalmente legitimada en el seno del movimiento.

Estatuto del Pool y Organos de Coordinación

El Estatuto del Pool establece que éste “no es una agencia de noticias supranacional. Todas las agencias participantes tienen los mismos derechos en términos de la circulación del material que ponen a la disposición del Pool . . . Ninguna de las agencias participantes tiene un rol dominante . . . El Pool está abierto a la participación de todas las agencias de prensa que deseen participar en calidad de miembros plenos del Movimiento de No Alineados . . . Si un país carece de agencia de noticias, el Pool está abierto a permitir la participación de un organismo equivalente en el campo de la noticia del país . . .” (25). El mismo Estatuto establece que pueden participar en el Comité Coordinador del Pool, como observadores, movimientos de liberación, organismos internacionales, asociaciones profesionales y organismos de Naciones Unidas que comparten los objetivos de descolonizar la información.

Con respecto al funcionamiento, el Estatuto establece que:

- a) Cada agencia participante tiene derecho a transmitir y recibir noticias dentro de los marcos del Pool;
- b) todas las agencias con capacidad para actuar como centros regionales de redistribución de noticias son bienvenidas, y se les invita a manifestar su interés por cumplir estas funciones ante las restantes agencias;
- c) todas las agencias participantes pueden enviar diariamente una cantidad de palabras, que será establecida de mutuo acuerdo, a una o más agencias que cumplan funciones de centro de redistribución de noticias;
- d) todas las agencias redistribuidoras darán un tiempo determinado, fijado de mutuo acuerdo, para la transmisión de las noticias recibidas desde los restantes participantes;
- e) cada agencia dará su propia selección de las noticias que desea enviar para circulación en el Pool, teniendo como base el respeto mutuo y los intereses comunes de los participantes;
- f) las noticias generadas de este modo llevarán la sigla de la

agencia de origen junto con la sigla del Pool;

g) las modalidades de recolección y distribución de noticias entre las agencias serán fijadas de mutuo acuerdo. El Pool no excluye los acuerdos bilaterales entre los participantes, ni entre éstos y otras agencias;

h) cada agencia tratará, dentro de sus posibilidades, de promover la utilización de las noticias e informaciones que circulan por el Pool en diversas publicaciones, radio y televisión.

Con respecto al financiamiento, el Estatuto establece que el Pool es una actividad autofinanciada en que cada agencia cubre los costos de la propia participación, lo cual es válido tanto para las agencias como para los centros de redistribución. Las agencias que reciben estas informaciones las distribuyen a sus suscriptores por su propia cuenta, según los acuerdos que tengan con sus clientes y sin que ello implique costos para el Pool.

El Estatuto establece que habrá un Comité Coordinador, que será elegido en una conferencia de gobiernos y agencias de prensa de países no alineados, según criterios de distribución geográfica equitativa. El Comité Coordinador se ocupará de cuestiones operativas como la recopilación de diagnósticos de información técnica sobre los recursos con que cuenta cada participante, a fin de asegurar la posibilidad de usarlos de manera cooperativa, y la exploración de formas de cooperación técnica entre las agencias. El primer Comité Coordinador, cuya composición fue ratificada en la Cumbre de Colombo, estaba formado por las siguientes agencias:

SAMACHAR, de la India; ANDINA de Perú; ANTARA, de Indonesia; AZAP, de Zaire; GNA de Ghana; INA, de Irak; RADIO MAURITIUS, de la Isla de Mauritius; MENA, de Egipto; NOTIMEX, de México; SNA de Senegal; TANJUG, de Yugoslavia; TAP, de Túnez; VNA de Vietnam y PRELA de Cuba. La Presidencia del Pool se elige cada tres años, y desde su fundación en 1975 ha sido ocupada por los tres países que más activamente promovieron su creación: Yugoslavia, India y Túnez. El Director de Tunis Afrique Press, TAP, se hizo cargo de la Presidencia a fines de 1982 y su período debe durar hasta 1985.

Formas de Funcionamiento y Agencias Participantes

La reacción de los medios occidentales frente a la creación del Pool fue negativa. Aparte de ridiculizar sus posibilidades de progreso, se le adjudicaron intenciones de atentar contra la libertad de prensa y el libre flujo de la información.

Ivacic, Director General de TANJUG, dijo al respecto: “Es obviamente absurdo sostener que los países no alineados tienden a crear un monopolio en el campo de las agencias de información. Aparte de que no disponen ni de los materiales ni de los recursos profesionales necesarios para tamaña empresa, la posibilidad está fuera de cuestión ya que la lucha sin compromisos en contra de todos los tipos de monopolios, y de predomnios autoritarios, son la base de la fuerza y el prestigio de la política del no alineamiento” (26).

Más allá de las declaraciones, hay razones operacionales: “El funcionamiento mismo del Pool es la mejor prueba de sus fundamentos democráticos. Una agencia pasa a ser participante desde el momento en que envía su propia selección de informaciones a una o más agencias del Pool que se encargan de reunir y redistribuir los despachos. El proceso es simple: Con los medios con que cuente -teletipo, télex, correo aéreo-, cada agencia transmite diariamente uno o más artículos a un centro de redistribución. Cada una es entonces responsable de la selección del propio material. La agencia de redistribución, por su parte, respetando escrupulosamente los textos recibidos, traduce el material a los idiomas que utiliza para sus transmisiones al extranjero” (27).

Esta “simplicidad” es lo que crea la complejidad del funcionamiento del Pool, y es también uno de los motivos que dificulta la realización de estudios exhaustivos sobre el sistema. El “poli-centrismo”, cuya importancia política veremos más adelante, significa que al adherirse al Pool cada agencia elige -dentro de sus posibilidades de acceso a redes de telecomunicaciones y de las facilidades de comunicación por correo- el centro, o los centros de recepción y distribución con los que desea comunicarse.

El Estatuto del Pool da amplia libertad en este sentido, de

modo que si bien hay una tendencia a establecer conexiones de carácter regional, ellas no son exclusivas y los intercambios siguen líneas inter y extra-regionales cuyo seguimiento es muy difícil. Debido a la carencia de estudios completos sobre el sistema, la principal fuente sobre sus operaciones son los informes de su propio Comité Coordinador. Este se reunió por primera vez en El Cairo, enero de 1977, y constató que se habían consolidado algunos puntos de afluencia y de distribución de noticias, según lineamientos aprobados en su creación, y que se habían formado -gracias al impulso del Pool- agencias nacionales en unos 15 países no alineados. En la segunda reunión del Comité Coordinador, Jakarta 3—5 abril de 1978, TANJUG presentó un informe sobre el desarrollo y circulación de la información entre los centros receptores y distribuidores (28), en el que decía que por tales centros estaba circulando un total de 100 noticias diarias en inglés, francés y español, además de un número no determinado de noticias en árabe que reunían TAP, de Túnez, e INA, de Irak.

Los puntos de recepción y distribución eran entonces INA, de Irak; MAP, de Marruecos; PRELA, de Cuba; TAP, de Túnez; y TANJUG. SAMACHAR, de la India, también había cumplido funciones de centro receptor y distribuidor por algún tiempo, pero a principios de 1978 se encontraba en reorganización y había suspendido temporalmente estas funciones. Desde la reunión del Cairo hasta esa fecha, varias agencias habían manifestado interés en constituirse en centros receptores y distribuidores, pero sólo INA había puesto en práctica este interés.

La participación relativa de los centros era la siguiente:

INA: 10 a 12 noticias diarias, en inglés.

MAP: 20 a 25 noticias diarias, en francés.

PRELA: 20 noticias diarias, en español.

TAP: 20 a 25 noticias diarias, en francés.

TANJUG: 35 noticias diarias en inglés; 30 noticias diarias en francés; 20 noticias diarias en español.

INA era el centro más nuevo. Había iniciado sus funciones en mayo de 1977, y servía a Kuwait; Bahrein; Qatar; Emiratos Arabes Unidos; Oman; República Arabe del Yemen; República De-

mocrática del Yemen; Arabia Saudita; Jordania; Siria; Líbano e Irak. Entre el 21 de mayo y el 31 de diciembre de 1977 había emitido un total de 1.579 despachos, es decir, alrededor de 225 despachos al mes.

MAP estaba transmitiendo para los países de habla francesa de Africa y también para Europa. PRELA estaba recibiendo noticias de 16 países miembros del Pool, y transmitiéndolas en América Latina a México, Argentina, Perú, Venezuela, Costa Rica, Colombia, Ecuador y Panamá. También, hacia Canadá y la Organización de las Naciones Unidas en Nueva York. Además, tenía una emisión de 45 minutos con destino a Europa, vía París, y estaba transmitiendo en inglés, francés y español.

TAP fue la primera agencia, después de TANJUG, en ofrecerse para actuar como centro de distribución. Al principio transmitía sólo en francés, pero luego introdujo el árabe. A comienzos de 1978 estaba sirviendo a los países árabes y también a algunos países de habla francesa en Africa, y se preparaba para iniciar una transmisión en español para América Latina.

TANJUG, por su parte, informó que estaba transmitiendo con regularidad noticias procedentes de INA, de Irak; MENA, de Egipto; GNA, de Ghana; ENA, de Etiopía; TAP de Túnez; MAP de Marruecos; CNA de Chipre; JNA de Jordania; JANA de Libia; SLBC de Sri Lanka; APS de Argelia; VNA de Vietnam; PRELA, de Cuba; SUNA, de Sudán; SAMACHAR, de India, ANDINA, de Perú; NOTIMEX, de México; VENPRESS, de Venezuela; ADEN, de Aden; SABA, de Yemen; OMAN, de Oman; KCNA, de Corea; BERNAMA, de Malasia; ANTARA de Indonesia; AIM de Mozambique; WAFA de Palestina; SPA de Arabia Saudita; SONNA de Somalía; AZAP, de Zaire; además de noticias de la UNESCO y de la Oficina de Información Pública (OPI) de las Naciones Unidas.

Con menos regularidad incorporaba a veces noticias de Bangladesh, Laos, Kampuchea, Zambia, Panamá, Argentina, Mauritania, Chad, Tanzania, Camerún y Senegal. A principios de 1978 ANGOP, de Angola, había manifestado la intención de sumarse al tráfico del Pool.

En la misma época TANJUG estaba transmitiendo diariamente doce boletines con una duración total de 13 horas diarias. Tenía 8 emisiones en francés y dos en español, todas por teletipo, y dos servicios menores en alemán y ruso, pero el grueso del servicio del Pool estaba compuesto por noticias en inglés. La mesa de redacción del Pool en TANJUG estaba formada en tal época por doce periodistas, traductores y otro personal técnico, con ellos TANJUG organiza el tráfico de rebote a las distintas regiones, mientras que su mesa de redacción internacional para el consumo local en Yugoslavia utiliza algunos de estos despachos para sus propios boletines. Lo mismo ocurre en otras agencias que sirven como centros de redistribución: en tanto actúan como centros del Pool se limitan a recibir, ordenar y retransmitir las noticias, pero en tanto agencias nacionales, seleccionan aquellos despachos que les interesan para el consumo interno de su país, tal como lo hacen con cualquier otro servicio internacional.

Volumen y Contenidos de las Noticias en el Pool

Según el informe presentado a la Segunda Reunión del Comité Coordinador, en febrero de 1978 el Pool transmitió un total de 1.556 despachos, distribuidos según su origen de la siguiente manera:

ACAP—Camerún	1
AIM—Mozambique	15
ANTARA—Indonesia	18
AZAP—Zaire	6
BERNAMA—Malasia	32
ENA—Etiopía	1
INA—Irak	101
JNA—Jordán	48
MAP—Marruecos	81
NOTIMEX—México	40
PRELA—Cuba	122
SANA—Siria	6
SPA—Arabia Saudita	6
SLBC—Sri Lanka	74
TAP—Túnez	67
VENPRESS—Venezuela	40

WAFAPalestina.	14
ADENAden	9
ANDINAPerú	37
APSArgelia	50
CNAChipre.	39
GNA Ghana.	30
JANA Libia.	122
KCNA Corea Democrática.	71
MENA Egipto	158
OMAN Oman.	4
QNA Qatar	111
SABA Yemen Democrático	4
SAMACHAR India	78
SUNA Sudán	69
TELAM Argentina.	4
VNA Vietnam	45
OPI ONU.	3

El 41,6^o/o del total de estas noticias eran en inglés; el 32,3 por ciento en francés; y el 26,1^o/o en español. El 15,6^o/o de este total correspondía a agencias latinoamericanas, siendo proporcionadas por México, Cuba, Venezuela, Perú y Argentina.

Un análisis de contenido, bastante simple, realizado por el mismo grupo que preparó el informe, señalaba que el primer lugar lo ocupaban las relaciones políticas entre países no alineados, junto con noticias sobre cuestiones de economía nacional. En segundo lugar venían las noticias sobre política nacional y en tercer lugar, informaciones sobre cooperación económica entre países no alineados. El mismo informe decía que "se nota la total ausencia de noticias culturales y deportivas procedentes de otras regiones del mundo, lo cual sugiere la necesidad de que las agencias miembros del Pool amplíen la temática de sus respectivos servicios; esto es, las partes del mismo que son destinadas a circular a través del Pool" (29).

Esto coincide con los datos reunidos por la autora a partir de una muestra de las transmisiones en español recibidas por IPS, cinco días de octubre de 1978. Allí se encontró que el boletín en español contenía un promedio de 16 artículos diarios, con una longi-

tud promedio de 15 líneas cada uno. El 38^o/o de este material provenía de TANJUG; otro 10^o/o de TAP, sola o con siglas asociadas a agencias que redistribuyen a través suyo; 7^o/o de JNA, de Jordán; 5^o/o de JANA, de Libia; 5^o/o de CNA, de Chipre; 5^o/o de PRELA, de Cuba, y otro 30^o/o distribuido en otras 17 agencias nacionales. La geografía noticiosa (los países temas de estas agencias) era la siguiente: árabes 25^o/o; Africa 15^o/o; Asia 14^o/o; Europa Oriental 14^o/o; América Latina 9^o/o; Europa Occidental 9^o/o; Estados Unidos 1^o/o; y organismos internacionales 14^o/o (30).

La temática del boletín en español, según este análisis, daba un 43^o/o de política internacional; 15^o/o de política nacional; 14^o/o de economía nacional; 15^o/o de economía internacional; 1^o/o de cuestiones culturales y 12^o/o de otros temas menores. La composición de los actores muestra, mejor que otros datos, el carácter eminentemente "protocolar" de las noticias del Pool: 49 por ciento de actores de gobiernos y diplomáticos; 23^o/o de organismos internacionales, entre los que por cierto destaca el Movimiento de No Alineados, y artículos en los que el Tercer Mundo aparece como actor principal; 10^o/o de partidos políticos, movimientos de liberación y organizaciones de masas; 5^o/o de empresas y otros actores de la economía; 4^o/o de medios de comunicación; 3^o/o deportistas; 3^o/o militares; 2^o/o científicos y educadores.

En el plano cualitativo, era evidente que la mayoría de las noticias adolecía de falta de contexto, y se limitaban a señalar encuentros entre líderes políticos sin explicar suficientemente los motivos, agenda e implicaciones de tales encuentros. Este es uno de los defectos más obvios y constantes en las noticias de las agencias nacionales, y uno de los más difíciles de combatir. No conocemos estudios de contenido más recientes. Stevenson y Cole solicitaron muestras del Pool y de TASS para su gran estudio comparativo de 1979, pero ninguno de ellos respondió a la solicitud (31), lo cual es una posición absurda a juicio de esta autora: ignoramos el caso de TASS, pero al menos en lo que concierne al Pool, los autores norteamericanos no habrían podido descubrir defectos que los países ya no conocieran y no estuviesen ya mencionados -aun en forma muy general- en los mismos documentos del Pool.

Hay muy pocos datos sobre la acogida de estas noticias en los

medios masivos. A comienzos de 1977 el Director del Instituto Yugoslavo de Periodismo informó que 12 diarios yugoslavos publicaban mensualmente un promedio de 250 noticias del Pool; el 70 por ciento de las noticias de radio en su país correspondían al Pool, y la TV también usaba cierta cantidad, aunque en menor medida (32). TANJUG informó en 1978 que durante los tres primeros años de vida del Pool, los diarios yugoslavos habían publicado 9 mil noticias procedentes de países no alineados. Refiriéndose a las 100 noticias diarias que circulaban por los centros redistribuidores existentes en 1978, el informe notaba: "Comprenderemos mejor la importancia de estas 100 noticias diarias si tomamos en cuenta que hace tres años no había, en absoluto, noticias de esta índole en el mercado mundial de la información. Queda aún pendiente la cuestión de saber en qué medida estas informaciones son aprovechadas por los medios . . . y en qué medida llegan hasta el 'consumidor' que es el ciudadano de los países no alineados y de los demás Estados en desarrollo, y también del mundo en general" (33).

Esta cuestión sigue, en verdad, pendiente, puesto que no se han hecho las investigaciones necesarias para evaluar el grado en que las noticias del Pool son realmente usadas por otros medios, distintos de los yugoslavos. Lo ideal en este caso sería una investigación cooperativa, y comparativa, que tomara una muestra importante de los países que participan en el Pool. Pero considerando su número y diversidad -comenzando por las idiomáticas- una investigación de este tipo plantea muchos problemas de organización, y de financiamiento, que hasta ahora no han sido enfrentados por el Comité Coordinador del Pool, ni por ninguna otra institución de investigación que sea conocida por esta autora..

Algunos comentarios, en 1981, indicaban que el Pool aún está lejos de satisfacer los standards de los medios. El Director de Pakistan Press International, agencia de Pakistán, decía por ejemplo que "no puede negarse la contribución del Pool al mejoramiento de las facilidades técnicas, pero en lo tocante al aumento de los intercambios entre países no alineados, las cifras pueden ser equívocas . . . el verdadero criterio de éxito del Pool estará en cuánto de sus noticias son usadas por los medios. Si se le juzga por este criterio, creo que el Pool está muy lejos de satisfacer las expectativas, por eso no estoy a favor de la creación de un pool semejante en Asia".

Algunos de estos problemas pueden residir en el hecho de que el Pool parece haber nacido sin una definición precisa de las temáticas que él interesaba enfatizar. Considerando la diversidad de los participantes, no podía haber sido de otra manera. Pero las cuestiones de contenido fueron tratadas explícitamente en el Seminario de Centros Regionales del Pool que se realizó en Bagdad, octubre de 1978, INA, de Irak, presentó allí una propuesta de líneas temáticas que fue aprobada por todos los participantes. INA propuso cuatro áreas de contenido:

1.- Cobertura de los procesos de crecimiento y desarrollo de los sectores sociales amplios de cada país; 2.- afirmación de la soberanía nacional, en sus aspectos económicos, políticos y culturales; 3.- privilegiar el tratamiento de informaciones sobre el desarrollo social y económico de los países, y tomarlo como base para un periodismo no centrado en el sensacionalismo sino en nociones de responsabilidad social; y 4.- solidaridad con otros países, especialmente en sus movimientos de liberación contra el imperialismo, el colonialismo, el racismo y el zionismo. Estas grandes líneas se desglosaban en temas: desarrollo, por un lado; e integración regional, por el otro. Los temas del desarrollo fueron desglosados en los siguientes rubros: a) hechos relacionados con las necesidades de los pueblos y los esfuerzos nacionales para satisfacerlas; b) hechos relacionados con los factores potenciales para alcanzar un desarrollo autónomo y autosostenido, incluyendo factores económicos, culturales, tecnológicos y del área artística; y c) hechos relacionados con los esfuerzos para transformar las estructuras socioeconómicas por medio de reformas agrarias, educacionales, etc. (35).

En la misma época, Spacic, del Instituto Yugoslavo de Periodismo, comentaba que "la evaluación será más positiva cuando mejore la calidad, incluso con el mismo personal y recursos de que dispone actualmente . . . Se espera que los miembros del Pool diversifiquen sus despachos, usando artículos y otros géneros, con una mayor orientación hacia los temas sociopolíticos, económicos, culturales, deportivos y otros aspectos de la vida de estos países..." (36). Desde 1978, el Pool ha hecho varios esfuerzos de entrenamiento, pero los resultados están lejos de ser satisfactorios todavía. A fin de cuentas, los problemas de contenido del Pool revelan las dificultades nacionales: por Estatuto, los despachos pasan sin mo-

dificaciones editoriales y su mesa central es puramente técnica, cada agencia nacional define sus contenidos y estilos sin intervención de ninguna otra agencia ni centro regional.

Si hubiesen editores autónomos en una mesa central, la mejora de los contenidos podría -para ser más rápida- concentrarse en el entrenamiento de esos editores centrales. Pero en la medida que estos no existen el entrenamiento, para dar resultados visibles, tiene que proveerse a todas las agencias participantes. Y cuando éstas suman docenas, con una máxima multiplicidad de idiomas y casi sin recursos para financiar tal esfuerzo, la tarea se hace demasiado larga y difícil. De otro lado, no obstante, esto significa que cualquiera sean los progresos hechos por el Pool, esos progresos reflejan un avance compartido por todos los miembros, y esto es de gran importancia cuando se conocen las tremendas limitaciones que sufren la mayoría de las agencias de los países en desarrollo.

El "Policentrismo" del Pool: Convicción y Necesidad

Ya vimos que el Pool permanece abierto, en el sentido de que cada país miembro de los no alineados pasa a formar parte del sistema tan pronto como decide enviar una selección de noticias para circulación por sus redes, y recibir el material acumulado por el Pool. Del mismo modo, toda agencia tiene la posibilidad de actuar como centro redistribuidor toda vez que manifiesta la voluntad y la capacidad para cumplir con tales funciones.

La simple participación en el tráfico del Pool es fácil, ya que a falta de otros medios, puede hacerse incluso por correo. Pero la posición de centro redistribuidor de noticias no es fácil de adquirir, puesto que requiere de una capacidad de telecomunicaciones, traducción, equipo periodístico, etc. que pocas agencias tienen en el Tercer Mundo.

La mayor parte de las agencias miembros del Pool reciben financiamiento estatal o una ayuda gubernamental más o menos sistemática. Lo mismo ocurre con los centros de redistribución, que funcionan voluntariamente y que deben financiarse con los recursos del propio país, ya que el Pool no cuenta con recursos para apoyarlos ni tampoco se ha planteado la posibilidad de crearlos.

Debido a ésto, hay un constante desfase entre el número de agencias que manifiesta interés en actuar como centro redistribuidor, y el número de agencias que efectivamente logra organizarse para cumplir este rol. Todo lo cual, por supuesto, plantea el problema de los desniveles de poder entre los miembros del Pool.

Con todo, la filosofía del Pool exige estimular la creación de un número creciente de centros de redistribución. Se trata de un sistema en el cual cada país tiene, por principio, el derecho a decir lo suyo. Y si las complejas relaciones internacionales le impiden hacerlo por la vía de algún centro regional cercano, debe tener la posibilidad de enviarlo hacia el resto del mundo por vía de otros centros. También hay imperativos financieros: el Pool no es una agencia transnacional con capital y ganancias. La colaboración de cada participante es vital para su funcionamiento, y sin ella no podría existir.

TANJUG, en su informe, notaba que el funcionamiento de los centros receptores depende de que las agencias nacionales se organicen para incluir entre sus informaciones noticias del Pool, y para elaborar informaciones destinadas a circular a través del Pool. Para hacer ésto es preciso tener algunos recursos, pero también es preciso definir una voluntad política. La agencia argentina TELAM, por ejemplo, aparecía en una lista confeccionada por TANJUG de agencias que entregaban menos información de la deseable. TELAM es una de las agencias más grandes de América Latina, y sin duda tiene recursos para enviar mucha más información de la que entregaba en esa época, pero al destinarle una cantidad marginal de despachos no hacía sino reflejar las ambigüedades de la política exterior argentina.

Los factores políticos afectan, además, el funcionamiento de los países en tanto centros, actuales y potenciales, de recepción y distribución de noticias. En la Primera Reunión del Comité Coordinador, por ejemplo, la agencia peruana ANDINA manifestó el mayor interés en actuar como centro del Pool para la subregión andina. Ello correspondía a una época no demasiado crítica del gobierno de Morales Bermúdez. Pero a comienzos de 1978, en la Segunda Reunión, ANDINA no había logrado llevar a cabo su decisión: el gobierno de Morales Bermúdez estaba en retroceso, prepa-

rando el retorno a su gobierno civil, y la agencia había congelado una buena parte de sus actividades internacionales en el campo informativo.

En la reunión de Yakarta, en 1978, se hizo notar que de todas las agencias que se habían ofrecido para actuar como centros del Pool, sólo APS de Argelia y ENA de Etiopía habían confirmado sus intenciones y estaban preparándose para implementarla. APS se preparaba para actuar como centro de los países árabes de Africa del Norte. Para ello esperaba finalizar la instalación de nuevos receptores y emisores. APS sostenía que el equipamiento técnico debía ser uno de los criterios fundamentales para decidir la instalación de nuevos centros, junto con el criterio de zonas geográficas que posibilitaran la máxima recepción y distribución de noticias. ENA, por su parte, estaba en fase de equipamiento técnico y esperaba actuar como centro regional de la Agencia Panafricana, PANA, en el marco del Pool. En esa época esperaba poder cubrir Kenya, Sudán, Somalía, Tanzania, Uganda, Zambia y Jutubi. En una segunda fase de equipamiento técnico esperaba cubrir Yemen, Mozambique, Malawi, Chady el Imperio Centrafricano.

TANJUG sostenía que “para que una agencia pueda funcionar efectivamente como punto receptor y distribuidor del Pool será preciso que disponga de la posibilidad técnica de transmitir al menos una a dos horas diarias, y dentro de lo posible, en más de uno de los idiomas en que circulan actualmente las noticias del Pool. Además de este aspecto puramente técnico, es preciso que la agencia en cuestión disponga de personal (periodistas y traductores) calificado, para asegurar de este modo la recepción de noticias del Pool y su distribución en varios idiomas” (37).

Habrán también otros requisitos operativos: cada agencia con intenciones de actuar como centro debía informar sobre sus posibilidades de recepción y distribución, y los rumbos por los cuales iban a ser retransmitidas las noticias recibidas, incluyendo las frecuencias de ondas, las horas de transmisiones y los idiomas en que iba a funcionar. “Ello posibilitará que cada una de las agencias interesadas opte por uno u otro punto receptor y distribuidor de no-

ticias para remitir sus informaciones. Cada una de las agencias tiene el derecho soberano a decidir cuál será el punto receptor y distribuidor del Pool al cual remitirá sus noticias. Lo cual quiere decir, prácticamente, que ningún punto receptor y distribuidor ha de tener naturaleza regional” (38).

Aquí se enfrentaban algunos puntos de vista divergentes: algunas agencias nacionales aspiraban a tener un lugar más visible en sus respectivos panoramas regionales, y subregionales, por medio de la función como centro receptor y distribuidor. Para que ello tuviese un impacto político más claro era necesario que monopolizaran dichas funciones en sus regiones. Pero la filosofía general del Pool es opuesta a este tipo de intereses:

Spacic comentaba, en 1977, “el crecimiento del Pool en dos años ha colocado ya cuatro veces en la agenda de los órganos de coordinación de los países no alineados . . . el problema de (estimular) una distribución más pareja de las obligaciones y responsabilidades . . . El policentrismo del Pool -resultado de las funciones coordinadas de muchas agencias de noticias de los países no alineados- permite que el proyecto asuma grandes dimensiones a través de la correspondiente distribución de deberes . . .” (39).

Spacic, desde su posición como Director del Instituto Yugoslavo de Periodismo, estaba en condiciones de conocer e influir los puntos de vista de su agencia nacional. Pero TANJUG misma era bastante clara al respecto: sostenía con meridiana claridad que ningún centro debía tener naturaleza regional, a menos que no hubiese en la misma región otras agencias interesadas y dispuestas a cumplir con funciones de centro receptor y distribuidor. En cuyo caso el “monopolio” sería resultado de condiciones objetivas, y no de la voluntad política del Pool en tanto sistema.

Dada la heterogeneidad política de los países no alineados, la necesidad de mantener el principio del policentrismo, y de protegerlo en contra de aspiraciones particulares de cualquier agencia nacional, es imperativa: Hay una necesidad objetiva de mantener varios centros regionales de recepción y distribución para evitar que, en caso de conflicto entre países miembros, aquel que cumple funciones de centro tenga la posibilidad de silenciar o seleccionar

los despachos del país con quien tiene conflicto. Los centros existentes tienen, por cierto, connotaciones regionales de carácter regional que derivan de las redes de telecomunicaciones, de los acuerdos entre países vecinos, afinidades culturales, religiosas, idiomáticas, etc. Pero en general se busca evitar aislamientos regionales. De allí, también, el requisito de la capacidad de traducción que se pone a las agencias que deseen actuar como centros de recepción y distribución.

Promesas y Desafíos

La creación del Pool de Agencias de los No Alineados fue recibida primero con una mezcla de resistencia, críticas y hasta desdén. Pero en la Segunda Reunión del Comité Coordinador, realizada en 1978, el Pool ya había reunido razones para mirar el futuro con mayor optimismo:

Representantes del Pool habían comenzado a ser invitados a importantes reuniones internacionales sobre los problemas del desequilibrio de la noticia; la Primera Conferencia de Agencias de Prensa de Países Arabes y Europeos marcó un hito en que el Pool fue aceptado como una realidad por las agencias europeas, y éstas admitieron que es imprescindible que las noticias circulen en ambos sentidos; el diario francés "Le Monde" manifestó interés en recibir y publicar noticias del Pool; similar interés fue expresado por la Voz de América y por el Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo, quien propuso que el Pool emitiera una selección especial de noticias económicas; etc.

Con todo, la participación de las agencias nacionales era todavía deficiente en esa época. En 1978 había alrededor de 65 agencias de prensa en los países no alineados, y sólo 30 de ellas participaban en el Pool, un número todavía menor participaba a diario. En el informe de TANJUG se mencionaban tres tipos de problemas: telecomunicaciones deficitarias; falta de preparación periodística; y problemas organizativos.

En el plano de las telecomunicaciones el Fondo Yugoslavo de solidaridad entregó diez equipos de recepción para las agencias con menos recursos técnicos; TANJUG propuso, en 1978, proporcio-

nar a las agencias más pobres "Press Collect Cards" (que contratarían con la Unión Internacional de Telecomunicaciones) por el derecho de cursar hasta 4 mil palabras mensuales, para solucionar el problema del envío de noticias. Muchas agencias, además, habían manifestado interés en participar pero tenían déficits de cuadros profesionales y técnicos. En el plano organizativo habían problemas de desproporción en la cantidad de material emitido por las fuentes, repetición de noticias, problemas periodísticos causados por las fuentes "vinculadas", es decir, doble sigla correspondiente a la agencia emisora y a la agencia redistribuidora; etc.

En 1977--1978 la investigadora Honein inició un estudio comparativo del funcionamiento del Pool, con estadías en TANJUG, APS, TAP e INA, cuatro de los centros de distribución existentes en tal época. En un informe preliminar observó que en el conjunto de estas agencias el Pool es uno de los servicios, o mesa de redacción, dentro de uno de los departamentos principales de cada agencia, pero el personal que trabaja en ellas no tiene formación especial para ejercer esta función (40). En TANJUG esta mesa cuenta con 6 periodistas y 6 traductores, apoyados por 13 técnicos, pero en los restantes centros se trata de redacciones modestas, con un periodista, un traductor y un técnico.

La modalidad de funcionamiento, que hace que cada noticia sea retransmitida sin modificaciones editoriales, tiene la ventaja de suprimir censuras, pero también tiene desventajas: "Algunos países tienen emisiones perfectas . . . y comunican sus noticias diariamente. Otros participan intermitentemente. Hay casos en que la calidad de las noticias es deplorable, pero las difundimos de todos modos, es nuestro deber según los términos de nuestros acuerdos", dijo el encargado del Pool en la agencia INA a Honein (41).

La objetividad es una de las premisas importantes en los periodistas que participaban en estos centros, según Honein, pero usan el concepto en varios sentidos:

- a) Se trataría de una objetividad entendida como no discriminación, en la medida que hace circular noticias de toda agencia, sin mirar si se trata de agencia privada, gubernamental o cooperativa;
- b) por consiguiente la credibilidad de la noticia -para los efectos

del Pool-es independiente de la fuente de información; c) algunas dicen ser objetivas porque no son gubernamentales, en cuyo caso "objetividad" sería garantía de no ser portavoz oficial de un Estado; d) las modalidades de trabajo también son usadas para proclamar objetividad: serían objetivas en la medida en que mencionan la fuente de la noticia, la traducen y retransmiten sin cambios ni alteraciones; e) por último, habría objetividad en la medida que cada país puede escoger su punto de inserción en el circuito del Pool, o el centro redistribuidor con el cual quiere conectarse, lo que le permite saltarse posibles censuras derivadas de conflictos entre naciones (42).

Por tanto, hay diversas definiciones de objetividad, y no todas son compatibles, pero esto no es patrimonio del Pool sino de la profesión periodística en todos sus campos. Más adelante veremos nuevos aspectos del mismo tema. La selección de noticias, sin embargo, plantea problemas que son más propios del Pool:

Por razones de costo de telecomunicaciones, y puesto que estos costos deben ser cubiertos por cada participante, los centros no pueden aceptar más de 500 palabras diarias de cada país miembro de los no alineados. Si un país excede esta cifra, el centro está autorizado, por acuerdos colectivos, a hacer una selección del material que redistribuirá a los países que mantienen acuerdo con él.

También hay otras razones que obligan a seleccionar: por ejemplo, y considerando que los centros son agencias relativamente grandes en comparación con otras del Tercer Mundo, que cuentan por tanto con corresponsales propios, hay ocasiones en que las noticias del corresponsal de un centro es contradictoria o simplemente divergente de la noticia enviada por una agencia nacional. El problema es real: TANJUG tiene más de 40 corresponsales en el extranjero; TAP tiene alrededor de una docena de corresponsales en diversas capitales; INA tiene más de 20 corresponsales; etc. Según Honein, los criterios varían: cuando existen estas divergencias, en TANJUG se tiende a asumir que ambas versiones pueden ser transmitidas sucesivamente; en INA, en cambio, alguien comentó que "aunque no podemos cambiar la información, podemos dejarla caer, ignorarla" (42).

El control de las reglas de funcionamiento establecidas por el

Estatuto del Pool es difícil, dada la complejidad del circuito: el Pool es, por un lado, un agrupamiento de agencias de países no alineados y, por otro, un volumen flotante de noticias que circula por circuitos complejos cuyas características no han sido diagnosticadas en detalle. La heterogeneidad política del mismo no puede sino reflejarse en problemas funcionales que son al mismo tiempo políticos y económicos.

En cualquier caso, el Pool nació para reducir la dependencia de las fuentes transnacionales de información y parece estar caminando hacia el cumplimiento de este fin. Pero el relativo éxito no está aún bien documentado.

Las posibilidades de expansión del Pool, son, en principio, enormes. "Hemos llegado a la conclusión de que buena parte de los países no alineados de Asia, Africa, y América Latina están fuera de los alcances del Pool. Se trata aquí de un vacío que ha de ser llenado en el menor tiempo posible", decía el informe TANJUG de 1978. Para ello, proponía dar mayor atención a los países con agencias nacionales que aún no se habían adherido al Pool. La asistencia técnica era indispensable para llenar este primer espacio de posible desarrollo: agencias como ANIM, de Malí, y ZANA de Zambia, por ejemplo, habían apoyado la creación del Pool desde su nacimiento, pero hasta 1978 no habían sido capaces de organizar sus escasos recursos como para ser miembros atractivos. Conscientes de ello, habían solicitado asistencia técnica a TANJUG. Algo similar estaba ocurriendo con las agencias de Nepal, Kampuchea y Birmania.

El segundo espacio de posible desarrollo está compuesto lógicamente, por los países no alineados que, careciendo de agencias nacionales, deben comenzar por el principio del principio: establecer sus propias agencias, para ver después las formas de sumarse al tráfico del Pool. Las posibilidades del Pool para apoyar a estos países eran -y siguen siendo- todavía escasas, de modo que ello tendrá que quedar para una fase todavía indeterminada del desarrollo de la comunicación entre países del Tercer Mundo.

Finalmente, cabe mencionar la relación del Pool con las grandes agencias transnacionales: la formación del Pool fue duramente

atacada por los medios internacionales, gracias a noticias de las agencias transnacionales que la interpretaron como un atentado a la libertad de información y al libre flujo. No podía ser de otra manera. Por su parte, portavoces del Pool insistían en su carácter no competitivo con el mundo de las agencias transnacionales:

“Desde sus comienzos, el Pool no ha sido concebido como una agencia supranacional de los países no alineados. En nuestra opinión, debe ayudar a los países no alineados a conocerse mejor mutuamente, y reforzar la unidad del mundo alineado . . . Si algunos intereses se sienten amenazados por ello, ésto no se debe al deseo de los no alineados de desafiar los actuales sistemas altamente desarrollados, sino mas bien al conflicto que suscita la diferencia de conceptos, conflicto que por otra parte estalla en muchos otros niveles de las relaciones políticas y económicas en el mundo” (43).

La misma Honein documentó el hecho de que los centros redistribuidores del Pool siguen manteniendo sus contratos con agencias transnacionales, aparte de usar, entre sus fuentes, las noticias de radios internacionales y las suscripciones a revistas extranjeras. Más adelante veremos que lo mismo ocurre con muchas agencias nacionales que mantienen contratos comerciales con las agencias transnacionales, y que cuando no los tiene no es tanto por no querer contar con sus informaciones, sino por carecer del dinero para pagar los precios que tienen los servicios transnacionales.

Todo ésto es, *sin embargo*, en un plano defensivo: lo cierto es que si el Pool y otros servicios alternativos del Tercer Mundo logran progresar como es deseable, llegará el momento en que, efectivamente, habrá ganancias y pérdidas de clientes -o suscriptores- por ambos lados. El Pool no es competitivo de las transnacionales en el sentido de que no aspira a cumplir sus funciones, ni transmitir sus contenidos y valores, pero es objetivamente competitivo en la medida que aspira a proveer otra fuente de información. Si esta fuente logra ganar credibilidad y prestigio, habrá quienes reexaminen su política de suscripciones a agencias y medios de información, y también, quienes cancelan suscripciones por considerarlas poco creíbles a la luz de las nuevas informaciones ganadas por otras vías.

En el largo plazo, entonces, la creación del Pool y de otras alternativas tendrá que reflejarse en la composición del mercado internacional de la información, y ello explica el disgusto con que las agencias transnacionales enfrentan todas estas iniciativas.

NOTAS

- (1) Jokelin (1977), pp. 94-98 y Van Aernsbergen; Tonnaer & Van de Veen (1979), pp. 1-17.
- (2) Harris (1977 b), p. 2-3.
- (3) Ibid., p. 4.
- (4) Savio, R. (1982), pp. 18-19.
- (5) Van Aernsbergen et al., op. cit., p. 28.
- (6) IPS (1983).
- (7) Ibid.
- (8) Interlink edita y distribuye el material de IPS en Estados Unidos, pero también tiene otras actividades. A mediados de 1982 comenzó a almacenar sus informes en una base de datos computarizada, y estaba planeando con el National Institute las formas de agregar artículos seleccionados de una serie de publicaciones norteamericanas a su archivo. El Directorio de Interlink incluye académicos como el Profesor Herbert Schiller, de la U. de California y Richard Falk, del Centro de Estudios Internacionales de la U. de Princeton; y otras personalidades como Ann Blyberg, de Amnesty International; Ward Morehouse, del Consejo para Asuntos Públicos Internacionales; y Dwain Epps, del Consejo Mundial de Iglesias, además de varios otros.
- (9) Hall (1983), p. 37.
- (10) La autora sirvió de intermediaria entre IPS y ALAIC en la oferta hecha en 1979, y fue testigo de la oferta equivalente hecha el mismo año a IPRA, así como de la incapacidad de ambas organizaciones -de la cual es miembro- para aprovechar las enormes posibilidades de difusión de resultados de investigación que ofrecía IPS.
- (11) Es posible que existan otros estudios no conocidos por la autora. Margaret Gallagher, especialista en estudios sobre la mujer y los medios masivos, estaba planeando en 1982 un estudio sobre los servicios de la OIM y el AWFS.
- (12) El estudio finlandés y el holandés fueron publicados y circularon en medios académicos. Los estudios de Salinas y Ahués no fueron publicados como informes de investigación, ya que fueron hechos con el exclusivo propósito de cooperar con los periodistas de IPS en la evaluación y mejoramiento del servicio periodístico de la agencia. Los editores de la central plantearon a la autora que dudaban de los beneficios de la investigación tradicional, que toma a los periodistas como objetos de análisis sin entregarles nada a cambio. De esta discusión surgió una forma de investigación más acorde con las necesidades del periodista activo: las categorías del análisis fueron fijadas en reunión con ellos; cada fase del análisis les fue presentada en detalle, de modo que llegaran a manejarlas con tanta soltura como los investigadores; y los resultados pasaron a las corresponsalías en un informe preparado por un periodista de la central y

la autora. El estudio de Ahués utilizó las mismas categorías del análisis anterior, y sus resultados pasaron también a las corresponsalías en un informe preparado por los periodistas Ricardo Grassi, Pablo Giussani y Martín Machado, junto con otros datos y observaciones recogidas por los mismos editores. Salinas y Ahués, por su parte, estimaron que esta forma de uso efectivo de un esfuerzo de investigación satisfacía a sus intereses y expectativas, y no vieron razones para preparar informes de investigación al estilo académico tradicional. Si bien es cierto que ésto significó no dar a conocer los defectos encontrados en el servicio en dicha época, también es cierto que tampoco sus bondades fueron publicitadas.

- (13) En la mantención del archivo de recortes se pierden ítems por falta de tiempo de los corresponsales para monitorear todas las publicaciones; porque algunos medios usan materiales de IPS sin identificar la fuente; y porque muchas revistas y medios pequeños utilizan la agencia; pero monitorear regularmente sus publicaciones requiere todavía más tiempo que el monitoreo de los grandes medios.
- (14) Van Aernsbergen at. al., op. cit., pp. 76-82.
- (15) Comentario recogido por los autores holandeses.
- (16) El proyecto mencionado es conocido como DIN: Development Information Network, y surgió de una recomendación que llamaba a "aumentar y mejorar las comunicaciones entre países en desarrollo, con vistas a crear una mayor conciencia sobre el conocimiento y la experiencia disponible en los países en desarrollo, así como también para estimular la creación de nuevo conocimiento para enfrentar los problemas del desarrollo" (Plan de Acción para Promover e Implementar la Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo, Objetivo 15-f, Conferencia de Naciones Unidas sobre Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo, Buenos Aires, 30 Agosto -12 Septiembre de 1978). Ver UNDP (1980).
- (17) Citado por Hall, op. cit., pp. 30-31.
- (18) Ibid., p. 31.
- (19) Ibid., p. 38.
- (20) *Communicator* (1976), p. 26.
- (21) Ibid., p. 15.
- (22) *Symposium Internacional* (1976), p. 22.
- (23) *Communicator* (1976), p. 20-21.
- (24) Ibid., pp. 17-19.
- (25) Ivacic, P. (1977), p. 20.
- (26) Ibid., p. 19.
- (27) TANJUG (1978).
- (28) Ibid., pp. 13-14.
- (29) La muestra corresponde al mismo período en que la autora hizo el análisis de IPS mencionado en el capítulo anterior. Al igual que los resultados de IPS, éstos tampoco fueron publicados como informe de investi-

gación.

- (31) La autora no solicitó autorización del Pool para hacer el análisis mencionado. Por razones puramente prácticas, que impidieron preparar un informe en limpio de tal análisis, estos resultados no fueron entregados al Pool tampoco, de modo que no sabemos cuál habría sido la reacción de sus dirigentes. Stevenson y Cole, en todo caso, habrían podido obtener una muestra sin problemas si hubiesen conocido mejor los canales de distribución del Pool: cualquier agencia nacional -miembro del Pool- en Asia o Africa habría podido darles una muestra del material en inglés.
- (32) Spacic, A. (1977), p. 65.
- (33) TANJUG, op. cit., p. 1.
- (34) Qureshi, F. (1981), p. 79.
- (35) INA (1978).
- (36) Spacic, A., op. cit., p. 71.
- (37) TANJUG (1978), p. 16.
- (38) Ibid., p. 17.
- (39) Spacic, A., op. cit., p. 64.
- (40) Honein, Mireille (1979), p. 6.
- (41) Ibid., p. 14.
- (42) Ibid., p. 18.
- (43) Ivacic, P. op. cit., p. 20.

CUARTA PARTE

LAS REGIONES INVISIBLES SE MATERIALIZAN

“Pero cuando se conquistan Estados en distinta provincia, con distintas lenguas, costumbres y leyes, nacen grandes dificultades, y es necesario tener mucha suerte y habilidad para retenerlos. . .”.

Maquiavelo

Antes dijimos que las dificultades técnicas, organizativas y profesionales del Pool de Agencias de los No Alineados reflejan, sin atenuantes, las limitaciones de las agencias nacionales de los países dependientes. Cuando las agencias europeas organizan intercambios de noticias de prensa o televisión, el producto final refleja el nivel de desarrollo de los medios -y de toda la sociedad- en tales países. Cuando los países del Tercer Mundo organizan intercambios, todo tiende a ser precario, tal como son precarias sus economías, sus universidades, sus hospitales, todo. ¿Acaso podría ser de otra manera?.

Es demasiado fácil criticar la calidad de las noticias que salen de las agencias nacionales del Tercer Mundo. Cualquiera puede notar sus deficiencias. Tal vez por ello, sus contenidos y standards profesionales deficitarios son uno de los blancos favoritos de los que se oponen a su participación en el tráfico internacional de noticias. Pero rara vez se analiza lo que está detrás de los contenidos: no hay periodistas bien entrenados porque el país no tiene escuela de periodismo o porque la que tiene es débil, y porque durante su

larga vida de colonia siempre se asumió que los que deseaban estudiar tal cosa debían viajar a la metrópoli (el caso es demasiado común en Africa, pero también aparece en el Caribe y hasta en América Latina: Bolivia, por ejemplo, hasta la fecha nunca ha tenido escuela de periodismo). No pueden establecer todas las conexiones que precisan porque el país carece de teletipos. Si tienen teletipos, puede que no puedan usarlos porque carecen de papel. Si tienen papel, es probable que no les alcance para hacer todas las copias que necesitan etc., etc.

Ninguno de estos ejemplos es inventado. Todos surgen de la experiencia, y la autora ha sido testigo de ellos en muchos países. Por cierto, hay excepciones: también existen algunas agencias nacionales solventes en todo sentido. Pero las excepciones hacen la regla, y la realidad generalizada del Tercer Mundo no es solvente en ningún sentido. Por ello, irrita el constatar que la mayor parte de las discusiones sobre la legitimidad de los esfuerzos alternativos en la noticia internacional se quedan en el plano ideológico. Es el terreno favorito de los detractores del Nuevo Orden Informativo. Es el único terreno en que no tienen que dar explicaciones. Su ideología es atractiva, ha sido empaquetada según las mejores técnicas de "marketing" (no es por casualidad que dominan también en el campo de las agencias de publicidad), y tiene esos aires libertarios que alivian los pulmones de todos los que conocemos los regímenes autoritarios.

Nunca entran en el terreno de las cosas que requieren explicaciones. Guyana se independizó en 1966, y en 1979 tenía dificultades para instalar su agencia nacional, entre otras cosas, porque carecía de teletipos. ¿Quién tendría que dar explicaciones por los efectos de esta pobreza, Guyana o Inglaterra? Y si su periodismo no satisface los standards industrializados, ¿quién debe responder por ello?.

Este tipo de situaciones se repiten hasta la saciedad en el Tercer Mundo, y América Latina, aunque mejor dotada en algunos aspectos (hay más de 200 escuelas de periodismo en el continente, pero la cantidad no asegura la calidad), no es una excepción. Conociendo estas situaciones mejor que muchos, el Secretario Ejecutivo de ASIN decía, en 1980, que: .

“Cuando un gobierno se compromete con una política de cambios democráticos y justicia social, e incursiona en el terreno informativo con la mejor voluntad y buenas intenciones, no es raro que tropiece con un dato alucinante: el Estado carece de recursos humanos entrenados y tecnología adecuada para comunicarse con los miembros de la sociedad. No hay costumbre, no hay tradición, no hay experiencia. Recién aparece, como una mutilación que ha permanecido oculta por años, la incapacidad, la incomunicación. Las redes de telecomunicaciones no integran al territorio, remarcan los puertos por donde se han escapado las materias primas y los recursos no renovables, o se concentran en las grandes ciudades, como marcas de crecimiento macrocefálicas que han desdoblado los campos y han levantado millares de viviendas precarias que abrazan esos centros urbanos . . .” (1).

Esta realidad, que es concreta y puede ser cuantificada en muchos de sus aspectos, rara vez entra en las discusiones, y por cierto no está en el temario de los principales críticos. El por qué del subdesarrollo y la dependencia siempre conduce a avenidas menos confortables que las grandes declaraciones sobre la libertad de prensa. Pero si las predilecciones temáticas de Freedom House y otros de este tipo irritan, la facilidad con que los profesionales de la comunicación se empantanar en este terreno desconueta. Se gasta tanto tiempo discutiendo las grandes ideologías, que nunca hay tiempo suficiente para entrar al detalle de los datos, las porfiadas cifras y hechos que dibujan la realidad . . . y limitan también las alternativas de acción.

Cuando Freedom House condena las agencias nacionales estatales, y defiende un modelo de agencia como la AP, basada en medios privados, nunca dice cómo crear una agencia cuando los medios privados de un país son pocos, muy pobres y casi inexistentes. Muchas gentes podrían hacer un diseño ideal para una agencia perfecta: muy pocos saben cómo armar una agencia, que no puede ser sino imperfecta, con los recursos que tienen los países subdesarrollados. Por eso en esta parte entraremos en datos más precisos sobre agencias nacionales en el Tercer Mundo y sobre los modelos -embrionarios todavía- que están creando para comunicarse entre ellas. No hay modelos ni soluciones realmente satisfactorias, pero antes de lapidar tales ensayos es preciso conocer cómo se han ges-

tado, qué fines tienen, y en qué realidad funcionan.

Comenzaremos con Asia, Africa y los países árabes, porque el desconocimiento sobre estas regiones en nuestros países es abrumador, y porque los problemas que tienen tales regiones son, en lo fundamental, los mismos nuestros. "El destino de cada país asiático está tan íntimamente ligado al destino de Norteamérica y Europa hoy día que es más fácil imaginar que describir las implicaciones de esta dependencia. Basta decir que en lo que respecta a las noticias e interpretaciones del mundo, Asia yace totalmente al descubierto, y sin ningún filtro o protección en contra de los gigantes internacionales" (2). El autor de esta cita es un profesor del Centro para el Desarrollo Regional en Nueva Delhi, pero si cambiamos la referencia a Asia, ella podría sonar como la expresión de un pensamiento latinoamericano.

Las coincidencias de pensamiento no son casualidad. Surgen de realidades equivalentes, y se explican en última instancia por las similitudes de raíces en los problemas que aquejan a estas regiones. La ignorancia generalizada sobre estas similitudes tampoco es casualidad. Ya vimos antes que si las noticias en Asia se ocupan en menos del 5^o/o de América Latina, las noticias latinoamericanas se ocupan en menos del 5^o/o de Asia. Y en ambos continentes se lee mucho sobre Europa y Estados Unidos. Es preciso cambiar esta realidad, por eso aquí veremos primero las regiones hermanas antes de entrar en detalles sobre la nuestra.

Así como en el plano internacional existe una agencia como IPS, y un acuerdo de intercambios como el Pool, a nivel regional existen fórmulas destinadas a romper la incomunicación entre países vecinos. Todas ellas han sido formalizadas en los últimos cinco años, aun cuando sus historias tienen más de dos décadas: las inquietudes surgieron junto con las luchas de liberación de los pueblos colonizados, y esto tampoco es casualidad. Mitra, el autor citado antes, decía en 1975 que "el mínimo beneficio que dos países pueden recibir del intercambio mutuo es el tener dos versiones de la misma noticia: la versión nacional y la multinacional. La versión nacional es de inestimable valor para construir puentes de comprensión mutua, y programas de acción y cooperación multilateral... En la ausencia de una agencia nacional en Tailandia,

India recibe sólo las versiones inglesas y norteamericanas sobre los eventos en ese país. Sólo los entendidos podrían juzgar hasta qué punto esto impide que India y Tailandia se comprendan más rápida y fácilmente'' (3).

En 1975, India no intercambiaba noticias con Tailandia; Perú no intercambiaba noticias con Bolivia; Panamá no intercambiaba con Costa Rica; Guyana no intercambiaba con Jamaica; Senegal no intercambiaba con Níger; Irak no intercambiaba noticias con Qatar. Los ejemplos podrían multiplicarse hasta el cansancio: son más de cien países, y muy pocos tenían algunas conexiones con uno o muy pocos. A fines de 1982 algo de esta incomunicación ya había sido enmendada: en Asia se creó el Asia—Pacific News Network, ANN; en los países árabes la Federación de Agencias Arabes ha promovido intercambios entre sus miembros y con sistemas informativos de otras regiones; en Africa los intercambios son más reducidos, pero existe un proyecto bien definido para crear una Agencia Panafricana de Noticias, PANA. El detalle de las soluciones latinoamericanas serán examinadas más adelante.

Todos estos sistemas y acuerdos para intercambios son todavía rudimentarios, primitivos, en muchos casos los intercambios multilaterales y bilaterales son intermitentes. Y ni siquiera hay aún estudios de contenidos para conocer qué están intercambiando estos países. Pero el gran paso ya ha sido dado: los países del Tercer Mundo por fin pueden comparar algunas versiones de la realidad, y las noticias desde Delhi, Colombo o Jakarta no necesitan viajar a París, Londres o Nueva York para llegar a ciudades asiáticas como Dacca, Singapur y Karachi. Las comunicaciones directas son embrionarias, pero ya comenzaron.

En todas las redes que se están creando, las razones que las fundamentan son las mismas: los países desean comunicarse directamente; desean tener una justa cuota de participación en el manejo de los asuntos mundiales; desean enmendar los defectos de la cobertura de agencias foráneas poco sensibles a sus aspiraciones, culturas, problemas y esperanzas; y desean reducir los desequilibrios de la comunicación con el occidente industrializado, desarrollando una voz propia y una capacidad para hacerse escuchar. A continuación veremos algunos detalles de las formas en que intentan lograr ésto.

CAPITULO VIII

ASIA Y OCEANIA

A fines de los años setenta, todos los países de Asia y Oceanía tenían agencias nacionales de noticias, con excepción de Singapur, Islas Maldivas y Papúa—Nueva Guinea. En términos numéricos Asia, incluyendo al Medio Oriente, aparecía en primer lugar entre las regiones en desarrollo, ya que algunos países tenían incluso dos agencias. La Comisión MacBride dio una cifra total de 19 agencias en Asia, mas 18 en el mundo árabe, en comparación con 28 en Europa, 26 en Africa, 11 en América Latina, 3 en América del Norte y 2 en Oceanía. A fines de 1982 habían 24 agencias en Asia y Oceanía, y aunque la mayor parte de ellas eran entidades públicas, también se incluían algunas privadas: en India, por ejemplo, está la agencia gubernamental Press Trust of India, y la agencia independiente de una cooperativa de periódicos, que funciona en inglés, United News of India. Lo mismo ocurre en Pakistán, con la Associated Pres of Pakistan y Pakistan Press International.

Pese a este desarrollo numérico, hay varios factores que han dificultado el crecimiento de la mayoría de estas agencias: entre ellos se cuenta el bajo tiraje de los periódicos asiáticos; las dificul-

tades para transmitir por teletipos algunos alfabetos propios de la región; la multiplicidad de idiomas que dificulta cualquier intercambio y agrega enormes costos de traducción; y la pobreza de las infraestructuras de telecomunicaciones. Sólo en India existen más de 600 dialectos, por ejemplo, y esta situación se repite, aunque no en tal extremo, en varios países de la región. En cuanto a las telecomunicaciones, todavía en 1979 el Director de Orient Press, de Corea del Sur, hacía notar que el correo seguía siendo el medio más adecuado para muchas operaciones noticiosas.

Las agencias más grandes en la región son TASS, Hsinhua y Kyodo. Hsinhua, Agencia de Noticias de Nueva China, es la agencia oficial de China: en 1978 empleaba a más de 1.500 personas para la cobertura nacional, y otros 200 para la cobertura de unos 40 países, produciendo alrededor de 50.000 palabras diarias de noticias nacionales e internacionales (éstas últimas, en inglés y ruso). También Japón posee dos grandes agencias: Kyodo Tsushin News Service y Jiji Tsushin, o Jiji Press. Ambas fueron formadas por cooperativas de periódicos pero en la actualidad la más grande, Kyodo, es propiedad conjunta de 64 periódicos japoneses y NHK, Japan Broadcasting Corporation. Existe cierta división de tareas entre ellas: Jiji Press entrega noticias económicas para el gobierno, bancos y comercio, mientras que Kyodo se dedica a las noticias en general. Kyodo emplea casi dos mil personas, de las cuales 900 son periodistas, y mantiene 35 corresponsales en el extranjero. Recibe los servicios de AP, UPI, TASS, Reuters y Hsinhua, y produce un total diario de 220 mil caracteres japoneses y 35 mil palabras en inglés. Tiene un acuerdo para recibir especiales de AFP, y otros acuerdos de intercambios con 39 agencias nacionales entre las que se cuentan dos latinoamericanas: TELAM, de Argentina, y Prensa Latina, de Cuba (4).

Otra agencia de importancia en la región es Press Trust of India, la mayor agencia de este país, que distribuye los servicios de las agencias transnacionales y actúa como centro de redistribución regional del Pool de Agencias de los No Alineados. Durante el período de gobierno "de emergencia", bajo la dirección de Indira Ghandi, PTI y otras agencias del país fueron obligadas a formar una agencia nacional única, que funcionó con el nombre de Samachar. El Gabinete de Unión que siguió a este período revocó esta

medida y las agencias se independizaron, aunque se formó una estructura tripartita de una agencia para idiomas indios y una inglés, que en conjunto controlan una tercera agencia encargada de las noticias desde y hacia el extranjero. Esa agencia es actualmente PTI.

Pese a las dimensiones de Kyodo y Hsinhua, ninguna de estas agencias tiene un impacto internacional significativo, y la mayor parte de sus recursos se concentran en el servicio de sus respectivos países. Tampoco ejercen una gran influencia en la región asiática, cuya dependencia de las agencias transnacionales ha sido enorme con Reuters, primero, y con AP, UPI y AFP a partir de la Segunda Guerra Mundial.

Otras agencias nacionales son bastante más pequeñas: en 1975 United News of India empleaba a 150 periodistas y producía 40.000 palabras diarias; ANTARA, de Indonesia, producía 69.000 palabras en bahasa, el idioma local, y 27.000 en inglés; Associated Press de Pakistán empleaba a 52 periodistas; Philippines News Agency empleaba a 140 personas, y movía diariamente alrededor de 150 mil palabras; BERNAMA producía 20 mil palabras en inglés y otra cantidad similar en malay (5).

Pese a este despliegue de agencias nacionales hasta fines de los años setenta los países asiáticos estaban, en su mayor parte, incommunicados entre ellos. Todas las agencias recibían noticias de las transnacionales, y en muchos casos tenían la distribución exclusiva de tales materiales en su respectivo país, pero los lazos entre ellas mismas eran pocos y débiles. Se habían producido ya varias experiencias de intercambios bilaterales, pero éstos operaban principalmente por correo, con todas las limitaciones que ello implica para el tráfico noticioso.

A la pobreza de las infraestructuras de telecomunicaciones, se sumaban obstáculos tarifarios: "la tarifa para mover una palabra desde Nueva York o Londres a Nueva Delhi es apenas una fracción de lo que cuesta hacer lo mismo desde Kabul, en Atganistán, a Delhi. India tiene excelentes comunicaciones con Bangladesh y Nepal porque el costo del viaje desde Kathmandu y Dacca a Delhi es el mismo que lo que cuesta viajar a Bombay o Calcutta. Esta facilidad de costo, más que ninguna otra cosa, es lo que permitió

a las agencias indias abrir oficinas en Dacca a los diez días de la liberación de Bangladesh. Pero Afganistán, que es tan importante para India, es demasiado caro para las agencias hindúes. Y sólo India y Pakistán saben qué precio están pagando por esta falta de comunicación" (6).

La conciencia de este tipo de limitaciones condujo, en 1981, a la creación de una red de agencias asiáticas: Asia-Pacific News Network, ANN. A fines de 1982 había 24 agencias en Asia y Oceanía, y 20 de ellas ya estaban participando en el acuerdo. ANN no es una agencia de noticias por derecho propio, sino un acuerdo institucionalizado para el intercambio de noticias en la región, en que cada agencia transmite 15 minutos diarios de una selección de noticias hechas por ella misma, pagando los costos de su segmento de los canales de telecomunicaciones, y el total de los materiales reunidos de este modo es redistribuido, sin modificaciones editoriales, por cinco centros situados en Manila, Jakarta, Delhi, Tokio y Moscú.

ANN tiene una larga historia, que comienza en 1961 con la creación de la Organización de Agencias de Noticias Asiáticas, OANA. Esta entidad, básicamente profesional, sirvió de marco institucional para la creación de ANN. También el intercambio de noticias establecido a mediados de los setenta entre las agencias de los países del sudeste asiático (ASEAN) sirvió de estímulo para buscar intercambios más amplios, y se integró a ANN apenas éste fue creado. La participación de UNESCO fue vital: la misma OANA fue creada en una reunión auspiciada por UNESCO, la recomendación decisiva para la creación de ANN surgió de una conferencia intergubernamental de Asia y Oceanía, auspiciada por UNESCO en 1979, y los estudios pertinentes fueron hechos también por consultores de la organización, con estrecha participación de todas las agencias interesadas. El Asian Mass Communication Research and Information Centre, AMIC, estimuló también el desarrollo de la auto-conciencia asiática por medio de varios foros dedicados a los problemas de la noticia en Asia (7).

Así se sumaron esfuerzos que, lenta pero auspiciosamente, condujeron a la creación de un sistema de intercambios de noticias asiáticas, producidas por agencias asiáticas sin ninguna interven-

ción ajena a la región. Aunque todas estas instituciones están entrelazadas en la creación de ANN, aquí veremos por separado algunos aspectos de OANA y del ASEAN News Exchange, para pasar luego al Asia-Pacific News Network.

Organización de Agencias de Noticias Asiáticas, OANA

La Organización de Agencias de Noticias Asiáticas, OANA, nació en Tailandia a fines de 1961, durante una reunión auspiciada por UNESCO sobre el desarrollo de las agencias nacionales en Asia y Extremo Oriente. A su fundación asistieron cuatro gobiernos (Ceylán, Irán, Malaysia y Nepal) y los representantes de nueve agencias: ANTARA (Indonesia); Associated Press of Pakistan (Pakistán); BAHKTAR (Afganistán); Central News Agency (Taiwán); KYODO (Japón); Philippines News Agency (Filipinas); Press Trust of India (India); Orient Press (Corea del Sur) y Vietnam Press (Vietnam). También asistieron observadores de agencias transnacionales (AP, Reuters y AFP), además de NOVOSTI, de la URSS, el Instituto Internacional de la Prensa y otros organismos internacionales de prensa.

El grupo fundador estipuló que el objetivo de OANA sería estimular el contacto profesional y la cooperación técnica entre las agencias de noticias de Asia, para promover los intereses comunes y aumentar el flujo de informaciones entre los países de la región. El Estatuto de OANA era, y sigue siendo hasta hoy, simple y directo: la organización está formada por agencias de noticias, públicas y privadas, de los países asiáticos miembros de UNESCO, quienes son los únicos miembros con derechos plenos. También pueden participar como miembros asociados sin derecho a voto las organizaciones de prensa de los países que no tienen agencias de noticias, y organizaciones de radiodifusores. Los gobiernos no participan directamente en OANA, aunque el carácter estatal de muchos de sus miembros le obliga a mantener relaciones cercanas con ellos.

La figura institucional también es simple: OANA se organiza con un consejo único, compuesto por un presidente y cinco miembros, todos representantes de agencias, y sus actividades son guiadas por asambleas trianuales, aunque éstas no se han realizado

siempre con tal regularidad. Desde su fundación en Bangkok, se han realizado cuatro asambleas: dos en Japón (1967 y 1970), una en Indonesia (1979) y la última, su quinta asamblea, en Malaysia (1981).

El Estatuto define también las líneas de trabajo de la organización:

- 1.- el intercambio de noticias, especiales y fotos;
- 2.- intercambio y trabajo conjunto de corresponsales en ocasiones especiales;
- 3.- uso eficiente y económico de las facilidades de telecomunicaciones;
- 4.- reducción de las formalidades fronterizas para la movilización de corresponsales entre los países miembros;
- 5.- establecimiento de relaciones con otras agencias no regionales en asuntos de interés común (8).

El interés fundamental era profesional, pero al mismo tiempo se manifestaron, en aquellas épocas, algunas inquietudes con respecto a la predominancia de las agencias transnacionales en la región. Durante los años sesenta sus actividades fueron escasas. La falta de recursos financieros, la inexperiencia en actividades regionales, y el insuficiente sentido de pertenencia regional hicieron que OANA se mantuviera sin mayores progresos. A mediados de 1960 UNESCO intervino nuevamente, para estimular la participación más activa de Kyodo, la agencia japonesa, en OANA. Esta se hizo cargo de la Presidencia y de la sede del Secretariado, se sumaron otras agencias nacionales, y en 1967 OANA comenzó la publicación de un boletín quincenal con noticias de interés regional. Este boletín pasó a ser semanal en 1969, y aunque se distribuía por correo, algunos medios de la región comenzaron a usar algunos de sus artículos con la sigla de la organización.

En 1970, OANA tenía doce miembros, y su Secretariado planteó la idea de que era preciso contar con una red propia para la distribución regional de una selección de noticias producidas por sus miembros. En 1971 la agencia japonesa Kyodo dejó la organización, y casi en la misma época las agencias de Ceylán y Vietnam

dejaron de existir debido a los cambios políticos radicales de sus países. Austria y Nueva Zelanda, por su parte, nunca mostraron interés en unirse a OANA. Pero estas dificultades no debilitaron a la organización. ANTARA, de Indonesia, comenzó la instalación de radiotransmisores propios y puso a disposición de OANA estas facilidades. La Presidencia de la organización pasó a ANTARA y el Secretariado se trasladó a Indonesia. En 1974 se inauguró el Jakarta News Centre, gracias a un grant del gobierno japonés y a la participación de la administración local de telecomunicaciones. Así OANA pudo transmitir por radioteletipo algunas noticias recibidas de sus miembros, con lo cual se transformó en la primera experiencia de pool, un año antes de que el Pool de los Países No Alineados comenzara sus operaciones.

Desde entonces, OANA continuó la distribución de su boletín por correo, agregó otro boletín bimensual con noticias sobre la organización, y mantuvo sus transmisiones por radioteletipo, aunque en una escala demasiado pequeña como para constituirse en una verdadera agencia regional. Todo ello con la cooperación muy activa de la agencia de Indonesia, ANTARA.

Recién en 1979, sin embargo, se realizó la Cuarta Asamblea General. A principios de los años 70 habían aprobado resoluciones a favor de que la distribución de noticias de agencias extranjeras en la región se hiciese sólo a través de las agencias nacionales, como se hacía ya en muchos países asiáticos, y que la distribución y recolección de noticias nacionales no estuviese por ningún motivo en manos extranjeras. En 1979 el enfoque era menos defensivo, y se amplió a la búsqueda de mecanismos positivos para expandir sus propias operaciones y lograr un carácter más regional.

En la apertura de la Asamblea de 1979, el Presidente de OANA señaló que "no podemos limitarnos a criticar y atacar la prensa occidental, ni a pedir que ellos mejoren su comportamiento. Tenemos que poner nuestra casa en orden. Tenemos que hacer algo nosotros mismos" (9). El Ministro de Información de Indonesia, país anfitrión, agregó que "se ha establecido ya un lazo psicológico entre los miembros de OANA. Este evento nos empuja hacia un sistema de comunicación directa, interregional, entre los países asiáticos, que hasta entonces han dependido casi exclu-

sivamente de las agencias de noticias occidentales” (10). La conferencia reafirmó el principio sentado en su fundación, según el cual OANA no busca competir con las agencias occidentales, ni tampoco reemplazarlas, pero aparecieron posiciones más claras sobre la conveniencia de buscar una mayor auto-confianza regional en el manejo de la noticia asiática.

Varias intervenciones plantearon la necesidad de usar a OANA como puente principal entre las agencias de la región y otras de África y América Latina, y para participar más activamente en el Pool de los Países No Alineados. La perspectiva tercermundista, en suma, apareció con más fuerza en dicha asamblea, y se reflejó en algunas modificaciones estatutarias. La participación quedó abierta a las agencias de Oceanía, y el nuevo estatuto incluyó la intención de “participar activamente en la corrección de los desequilibrios, y en el mejoramiento del flujo de noticias entre los países desarrollados y los países en desarrollo” (11).

Luego de notar que OANA representa a agencias de países con una población total de un billón de habitantes, y que la mayoría de éstos sufren tremendamente los efectos del subdesarrollo, la asamblea recomendó dar especial atención a las noticias para el desarrollo, especialmente aquellas que se refieren a irrigación, electricidad, construcción de vías férreas, puertos y transporte marítimo, y a las noticias sobre educación, ciencia y tecnología, bienestar social y planificación familiar. Para aumentar el flujo de información, además, recomendó a las agencias miembros el despacho diario de 750 a 1.500 palabras de noticias de intereses políticos y económicos. También decidió destacar la urgencia de rebajar las tarifas de telecomunicaciones para el intercambio regional, y dar prioridad al mejoramiento del entrenamiento profesional de los periodistas. Pero su decisión más importante, sin duda, fue apoyar la iniciativa de UNESCO para crear una agencia de noticias asiáticas, y proveer el marco institucional necesario para echar a andar tal propuesta (12).

Intercambio de Noticias de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: ASEAN News Exchange

Los miembros de OANA siempre han mantenido acuerdos bi-

laterales, entre los cuales el más exitoso ha sido el de las agencias de los países miembros de ASEAN, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático. El acuerdo comenzó a mediados de los años setenta, entre ANTARA de Indonesia y BERNAMA, de Malaysia, se consolidó en 1979 cuando BERNAMA abrió un servicio de radio-teletipo con ANTARA y OANA, y en 1980 y 1981 se incorporaron Philippines News Agency (PNA) y Thai News Agency (TNA), de Filipinas y Tailandia, respectivamente. Singapur, que también es miembro de ASEAN, no tiene aún una agencia de noticias pero participa como observador en las reuniones anuales de las otras cuatro agencias.

En 1981, el ASEAN News Exchange permitía el intercambio bidireccional entre las cuatro agencias, usando circuitos telegráficos ligados a un computador situado en Manila, con un total aproximado de 60—70 noticias diarias (28—35 ítems de PNA; 15—20 de ANTARA; y 6—12 de TNA y BERNAMA). También había establecido un acuerdo de intercambio de este material común con el Press Trust of India y YONHAP, de la República de Corea.

El ASEAN News Exchange no es una agencia, sino un acuerdo de intercambio en que cada agencia es la única responsable de sus noticias, y cubre el costo del circuito y los equipos en su propio país. No existe una central editorial, y Manila sirve sólo como centro de conmutación automática de mensajes, sin ninguna intervención editorial en los materiales enviados por cada agencia participante. El intercambio se basa en los principios de autoconfianza, con la comunicación directa de noticias producidas por ellos mismos y sin participación de ninguna agencia extranjera; en el autofinanciamiento; la igualdad absoluta entre los miembros participantes; y la cooperación y ayuda mutua. Los objetivos del intercambio son, en términos generales, promover la cooperación y el conocimiento mutuo entre los países miembros de ASEAN; proyectar las imágenes de ASEAN, producidas por nacionales de sus países miembros entre otros países de la región y fuera de la región; contribuir al intercambio equilibrado de noticias en el mundo; y proveer un flujo eficiente de noticias confiables y frescas dentro de la región.

Según un informe del Director de BERNAMA a la Quinta

Asamblea General de OANA, el ASEAN News Exchange pone un fuerte énfasis en la velocidad, exactitud, credibilidad y alto nivel de profesionalismo. "Los items deben ser 'usables' para los periódicos, revistas, radio, televisión, y agencias internacionales. Se usa el estilo de periodismo para el desarrollo en vista de la naturaleza de servicio público del acuerdo . . . Las noticias deben abstenerse de tocar sensibilidades políticas de los países de ASEAN. Se pone énfasis en noticias económicas (para promover el desarrollo industrial, el comercio, etc) y culturales, para una mejor comprensión de las formas de vida y la herencia cultural de los pueblos de los países participantes" (13).

Las cuatro agencias han buscado el contacto regular con sus usuarios. Una breve guía para el trabajo de los editores resultó, por ejemplo, de un cuestionario enviado a los medios de sus respectivos países (14), y en 1982 realizaron la Primera Conferencia de Editores de ASEAN, con el auspicio de Philippines News Agency, de la cual surgieron interesantes discusiones sobre los problemas del material producido por las agencias nacionales (15). En su informe a OANA, Yusof mencionó que el resultado de estos esfuerzos ha sido una gran mejoría en el uso efectivo de las noticias que distribuye el acuerdo. "Cerca del 60^o de las historias son publicadas por los periódicos de Jakarta, Manila y Kuala Lumpur. El uso también ha mejorado en Tailandia" (16). Junto con publicar parte de estas noticias, los periódicos locales comenzaron a publicar las siglas de las agencias que las entregan, lo cual no ocurría antes de que el acuerdo de las agencias de ASEAN existiera.

Además de intercambiar noticias, el acuerdo ha servido para promover otras formas de cooperación entre las agencias participantes: intercambio de personal, entrenamiento regional de periodistas (el primer curso para periodistas se hizo en Kuala Lumpur, organizado en conjunto con el Instituto de Prensa de Malaysia en octubre de 1981); cobertura conjunta de eventos regionales; esfuerzos combinados para obtener rebajas de tarifas de telecomunicaciones; acción conjunta en las relaciones con otras agencias; investigación conjunta y ayuda mutua en operaciones editoriales. También lograron, en junio de 1980, que los gobiernos de las agencias participantes introdujeran la tarifa rebajada de circuitos telegráficos, PBS, para la prensa. Dado que sus operaciones pare-

cían funcionar de modo eficiente y satisfactorio los miembros de ASEAN News Exchange ofrecieron en la Quinta Asamblea de OANA el transformarse en el núcleo básico para iniciar el proyecto de Red de Noticias del Asia y el Pacífico.

Asia—Pacific News Network, ANN

A mediados de 1970 había ya una amplia conciencia en la región sobre la necesidad de complementar los servicios internacionales con más noticias sobre Asia, con un enfoque asiático y con un mayor énfasis en los esfuerzos nacionales y regionales para superar los problemas del subdesarrollo económico y social. Para responder a estas inquietudes intervino nuevamente UNESCO, que organizó una reunión de expertos de las agencias nacionales asiáticas (Sri Lanka, diciembre 5—9, 1977). Los especialistas recomendaron la creación de un sistema de intercambio de noticias con la participación de todas las agencias nacionales de la región, y comenzaron los estudios de factibilidad (17).

Enviaron cuestionarios a todas las agencias nacionales, y recibieron respuestas positivas de trece países: Afganistán, Bangladesh, India, Indonesia, Irán, Japón, República de Corea, Malaysia, Nepal, Pakistán, Filipinas, Sri Lanka y Tailandia. Al mismo tiempo, prepararon un informe que fue presentado a la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Asia y Oceanía, realizada en Kuala Lumpur, febrero de 1979. El informe enfatizaba dos necesidades: mejorar el entrenamiento periodístico para alcanzar altos niveles de profesionalismo, y rebajar las tarifas de telecomunicaciones para romper los obstáculos técnico-económicos del intercambio regional. “Con profesionalismo y competencia se logrará la credibilidad de la operación tanto en el sector público como privado. Dejemos que florezcan cien flores. Dejemos que exista competencia. Esto impondrá una auto-disciplina” (18), decía el informe presentado a la conferencia intergubernamental.

La conferencia recomendó crear una red de telecomunicaciones capaz de conectar a todos los países de Asia y el Pacífico, a través de la cual podrían intercambiar noticias las agencias de la región en un sistema llamado Asia—Pacific News Network, ANN,

y pidió a UNESCO que se hiciese cargo de las gestiones con agencias nacionales interesadas en participar en tal arreglo.

Posteriormente, OANA se ofreció como marco institucional y operativo para la creación de ANN y ello fue aceptado por UNESCO bajo la condición que incluyera en sus estatutos la posibilidad de participación de agencias de Oceanía, según lo requería el acuerdo intergubernamental de Kuala Lumpur. OANA aceptó, y en su Quinta Asamblea General (septiembre de 1981) realizó los cambios estatutarios, pasando a ser la "Organización de las Agencias de Noticias del Asia—Pacífico". Meses antes, el gobierno de Sri Lanka y AMIC habían realizado una conferencia sobre el intercambio de noticias en Asia (19), en la que participaron los directores de agencias miembros de OANA. Todo ello hizo que al realizarse la Quinta Conferencia de OANA el tema estuviese suficientemente maduro, ya que al mismo tiempo se había realizado un estudio técnico que indicaba que los recursos de telecomunicaciones de la región ya permitían el comienzo de los intercambios.

La Quinta Conferencia de OANA incluyó así con la inauguración del Asia—Pacific News Network, y con un aumento significativo en el número de sus miembros. Se integraron nueve agencias (TASS, de la URSS; Hsinhua, China; Vietnam News Agency; Korean Central News Agency, de Corea del Norte; Khaosan Pathet Lao, de Laos; Bakhtar, de Afganistán; Montsame, de Mongolia; Pars, de Irán; Pakistán Press International y Kyodo de Japón). En total, en la conferencia participaron 23 agencias de noticias y más de 20 observadores de organismos regionales e internacionales, transformándose en un evento histórico de máxima participación regional en la creación de la primera red noticiosa de los países del Asia y el Pacífico.

Allí mismo se acordó que ANN comenzaría sus operaciones en enero de 1982, con la transmisión diaria de 15 minutos por cada agencia participante, y con cinco centros de distribución situados en Tokio, Manila, Jakarta, Nueva Delhi y Moscú (miembros del Grupo Técnico de OANA). El intercambio partió en la fecha prevista (debe recordarse que el intercambio de ASEAN ya estaba funcionando), con trece agencias, y a fines de 1982 ya había 20 agencias nacionales conectadas a la red: TASS (Unión Soviética);

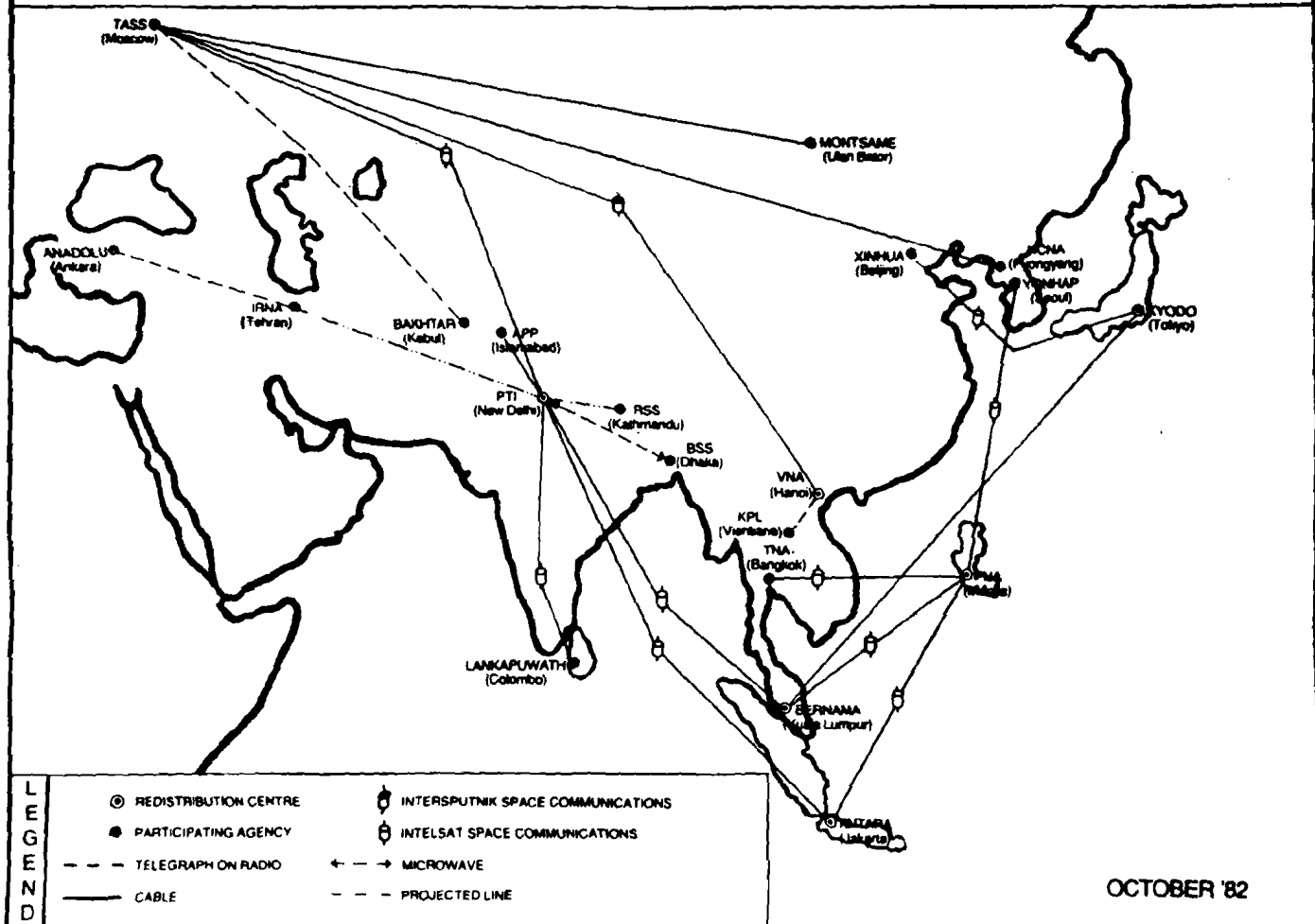
ANADOLU (Turquía); IRNA (Irán) Bakhtar (Afganistán); APP (Pakistán); Press Trust of India; Lanka Puvath (Sri Lanka); RSS (Nepal); BSS (Bangladesh); KPL (Laos); VNA (Vietnam); TNA (Tailandia); BERNAMA (Malaysia); ANTARA (Indonesia); MONTSAME (Mongolia); Hsinhua (China); YONHAP (República de Corea); KCNA (Corea del Norte); Kyodo (Japón); y PNA (Filipinas). Las transmisiones se realizan por medio de cable, microondas, radioteletipo y satélite, con participación de INTELSAT e INTERSPUTNIK (éste último, para el circuito entre TASS y VNA, ver mapa adjunto) (20).

Junto con la ampliación de OANA surgieron dudas sobre la posibilidad de mantener la prioridad asignada a los fines profesionales, y evitar los debates político—ideológicos, debido a la participación de agencias comunistas (21). De las nueve agencias integradas en 1981, siete pertenecen a países del área socialista, pero aparentemente el acuerdo ha logrado evitar discusiones y la cantidad de países conectados a fines de 1982 hacía pensar que ANN podrá sobrevivir tal prueba.

Todavía no existen estudios de contenido de estos intercambios, y por tanto no es posible evaluar la medida en que se están cumpliendo sus objetivos. Ellos podrían resumirse en los siguientes puntos: una mejor comprensión interregional, que posibilite nuevas formas de cooperación mutua; un aumento de las informaciones útiles para los esfuerzos de desarrollo de los países de la región; un mejor conocimiento de la región en el resto del mundo, y una contribución a la reducción de los desequilibrios de la información mundial. Los miembros de ANN han destacado la importancia de cooperar con el Pool de Agencias de los Países No Aliados, y el carácter complementario de sus informaciones en relación con los actuales flujos de noticias transnacionales en la región. Al mismo tiempo, empero, se plantean objetivos de máxima calidad profesional a fin de competir y lograr que sus noticias sean publicadas efectivamente por los medios. El informe de la conferencia organizada por el Gobierno de Sri Lanka y AMIC, por ejemplo, decía que:

“El intercambio de noticias, para ser eficiente y significativo, no necesita ser espectacular en su forma o impresionante en su no-

ASIA-PACIFIC NEWS NETWORK: ROUTING PLAN



OCTOBER '82

menclatura, sino suficientemente productivo en sus resultados. Para decirlo simplemente, el esfuerzo no debe ser juzgado por el número de palabras intercambiadas. La verdadera prueba está en cuánto de este material puede llegar a las páginas de los periódicos sobre la base de un juicio libre, imparcial, profesional y no sesgado de un editor de periódico . . . Exceptuando a casos muy notables, muchos de los acuerdos bilaterales y regionales no podrían pasar esta prueba. Pueden presentarse impresionantes estadísticas sobre el número de palabras transmitidas, el número de agencias envueltas, y las vastas regiones cubiertas, pero las estadísticas bajan drásticamente cuando se pasa al número de palabras publicadas y usadas por la radiodifusión . . . Esto es el resultado de la poca atención prestada al contenido de las noticias, en favor de otras consideraciones no profesionales que llevan a producir 'noticias protocolares'. Por ello, el intercambio de noticias, para ser efectivo, no debe fijarse sólo en factores cruciales como la rebaja de tarifas y la mejoría de las infraestructuras, sino que debe prestar también especial atención al contenido de las noticias. A pesar de todas nuestras nobles declaraciones y objetivos, y de la brillante tecnología de la edad espacial, el ser humano continuará siendo el factor que decide en última instancia, tanto como profesional que produce contenidos adecuados, como lector a quien se desea motivar para que juegue un rol en las aspiraciones nacionales y regionales para mejorar la calidad de la vida" (22).

CAPITULO IX

AFRICA

En Africa, la escasez de los medios de comunicación, y la pobreza de los mismos, redujo el interés competitivo de las agencias transnacionales. El exiguo mercado se dividió fácilmente entre las potencias que tenían colonias en la región, Francia e Inglaterra, mientras que las agencias norteamericanas entraron con muchas dificultades y, al no poder financiar corresponsales a tiempo completo, se limitaron a cubrir casi exclusivamente las crisis. A principios de los 70, Reuters tenía 22 corresponsales en la región, AFP tenía 24, y las agencias norteamericanas tenían no más de media docena cada una. A fines de los 70, el servicio de Reuters llegaba a 39 países, el de AFP a 33 países, AP a 14 y UPI, a 19 países. TASS distribuía gratis sus servicios a 19 países. En la misma época, UPI dejó de enviar sus servicios a algunos países por atraso en el pago de sus clientes, y AP perdió otros: en 1977, AP llegaba a 8 países y UPI, a 5 países. Entre 1978 y 1980, AP resurgió con fuerza en la región, y estableció contactos con unos quince países (23).

La influencia de las agencias europeas es evidente en Africa: de las 11 agencias nacionales formadas en 1969 en los países fran-

cófonos, todas -exceptuando las de Guinea y Mali- comenzaron con apoyo de la AFP. La Agence France Press era, por cierto, su principal fuente de información internacional. Según informaciones proporcionadas por la AFP a UNESCO, en 1978 tenía acuerdos de intercambio, además del cobro en efectivo, con 14 agencias africanas; vendía sus servicios, sin intercambios, a otras 5 agencias de la región, y trataba directamente en París los servicios de otras 3 agencias africanas. El alcance de la AFP en la región es mayor que el de Reuters, y decididamente superior al de las agencias norteamericanas (24).

Es difícil definir el número exacto de agencias nacionales en África: según el informe de la Comisión MacBride, la región contaba con 26 agencias en 1978, pero contando algunas fundadas después de esa fecha, y las que participaban en el Pool de los No Alineados en 1979, se llega a un total de 31. Muchas de ellas, sin embargo, son simples departamentos dentro de ministerios de información y trabajan con tan escasos recursos y alcance, que difícilmente podrían categorizarse como agencias nacionales. Las fechas de fundación, disponibles en algunos casos, tampoco indican gran cosa, puesto que varias fueron fundadas por decreto a principios de los sesenta, sin que después les asignaran los recursos para ponerlas en marcha. Por último, muchas de ellas fueron creadas con apoyo de las agencias transnacionales, y el nivel de "capacitación" que recibieron es tal que desde entonces funcionaron como meros apéndices de AFP y Reuters, y casi con el exclusivo propósito de distribuir en los países recientemente independizados los servicios transnacionales, sin herir la susceptibilidad política de los nuevos Estados.

Luego de estas salvedades, podemos decir que los países que tenían agencias, según un recuento realizado en 1979, eran los siguientes: Argelia (APS); Benin (ABP, fundada 1975); Burundi (1972); Comores; Congo (1962); Costa de Marfil (1961); Imperio Centrafricano (1960); Gabón (1968); Guinea; Alto Volta (1964); Madagascar (1962); Mali (1961); Marruecos (1959) Mauritania (1975); Rwanda (1975); Senegal (1959); Tohad; Togo (1975); Zambia; Libia; Nigeria (1979); Ghana (1957); Etiopía; Túnez; Sudán; Mozambique; Somalía; Zaire (1960); Angola; Camerún y Tchad. Algunos de estos países son árabes y participan acti-

vamente en la Federación de Agencias de Noticias Arabes, pero por su posición en Africa son también parte de la Agencia Panafricana cuyas características veremos en detalle.

Características y Limitaciones de Algunas Agencias Africanas

Entre las agencias que operan con mayor efectividad se cuentan GNA, de Ghana; APS, de Senegal; AZAP, de Zaire y TAP de Túnez. GNA fue creada por el gobierno del Dr. Nkrumah, primer Presidente de la República, al alcanzar su independencia en Marzo de 1957. Su primer director fue un periodista de Reuters, quien tomó el cargo como parte de un acuerdo entre la agencia británica y la nueva agencia nacional de Ghana. Luego de haber comenzado como un departamento del gobierno, la agencia se transformó en una corporación estatal. Según informaciones entregadas por GNA a UNESCO en 1978, tenía un staff de más de 300 personas (incluyendo técnicos y administrativos), y más de 400 suscriptores de su servicio diario de 40 mil palabras. GNA no especifica cuánto es producción propia, y cuándo corresponde a noticias internacionales recibidas de Reuters y AFP, a quienes compra sus servicios mundiales. También recibía los servicios de TASS, TANJUG, CETEKA, DPA y ANSA, y era miembro activo del Pool de Agencias de los No Alineados (25).

AZAP, de Zaire, fue fundada un mes después de la independencia, en agosto de 1960, por decreto del Ministerio de Información. La agencia heredó un mínimo de equipos y la organización de la agencia belga que le servía hasta ese momento, y que junto con Reuters y AFP era la única fuente de información internacional en Zaire. Las crisis políticas le impidieron despegar en los años sesenta, aunque estableció algunos acuerdos de cooperación con Reuters para la parte periodística, y con la agencia belga INBEL, para la organización de la parte administrativa. En 1973 se le dio un nuevo estatuto jurídico de entidad pública y pudo regularizar algunas funciones: en 1978 tenía un total de 275 empleados (119 en la redacción, 118 administrativos y 38 técnicos) y contratos con Reuters y AFP. También tenía acuerdos de intercambio con TASS, TANJUG, Hsinhua, DPA y ANSA, además de las agencias nacionales del Congo, Camerún, Imperio Centroatricano, Burundi, Tchad y otros. La relación con las agencias naciona-

les se mantenía por medio de boletines a mimeógrafo enviados por correo, mientras que con las otras agencias se comunicaba por radioteletipo, teléfono y télex (26).

APS, de Senegal, fue creada en 1959, un año antes de la independencia. Heredó de AFP algún equipo mínimo, que garantizaba la recepción del servicio de dicha agencia, pero que no servía en absoluto para cubrir el propio país. Desde entonces ha tenido un desarrollo lento y difícil, pero explícitamente comprometido con los objetivos de desarrollo fijados a nivel estatal. APS es una entidad pública subvencionada por el Estado, pero con carácter comercial, y su director es nombrado por el Ministro de Información. En 1978 tenía 38 abonados, incluyendo medios y oficinas públicas, y un total de 59 empleados, de los cuales veinte son periodistas. Tenía contratos con AFP y Reuters, y recibía esporádicamente algunos materiales de ANSA. También tenía acuerdos de intercambio con las agencias nacionales de Argelia y Mauritania, y recibía gratis los servicios de TASS y Hsinhua (27).

Las tres agencias mencionadas tienen el monopolio de la distribución de los servicios de Reuters y AFP en sus respectivos países, y utilizan los canales de estas agencias para la distribución de las informaciones oficiales para sus embajadas. No tienen corresponsales propios en el extranjero, y tienen enormes problemas de comunicación con las provincias de sus propios países debido, principalmente, a la falta de redes de telecomunicaciones. AZAP, por ejemplo, informó a UNESCO que las transmisiones de sus informantes en provincias dependían del telégrafo y que cuando éste falla, y contando con que la eficiencia del correo es precaria, los corresponsales del interior deben esperar que alguna persona viaje a la capital para que lleve el sobre con las noticias. GNA tiene mejores recursos técnicos, pero utiliza radioteletipos que son afectados por condiciones atmosféricas, lo cual le impide garantizar una comunicación permanente con sus corresponsales.

Con todo, la situación puede ser peor en la mayoría de los restantes países africanos. Según un estudio realizado a principios de 1980 por Spinelli en seis países de la Comunidad Económica del Africa Occidental, CEAO, la situación de las agencias nacionales era la siguiente (28):

En Costa de Marfil la Agence Ivoirienne de Presse, AID, edita un boletín informativo diario de 6 mil palabras, que distribuye por suscripción con un total de 1.000 ejemplares y que sirve al mismo tiempo como diario de la tarde. Mantiene contratos con Reuters y AFP, y se comunica por télex con algunas corresponsalías en provincias. Sus corresponsales informantes son parte de la estructura administrativa del Ministerio de Información del cual depende.

En Mauritania la Agence Mauritanienne de Press, AMP, también depende del Ministerio de Información, y aunque tiene corresponsales informantes de las oficinas públicas en provincias, no tiene una estructura de distribución nacional y no efectúa ninguna transmisión para el exterior. Está abonada a los servicios de Reuters y AFP, pero mantiene acuerdos de intercambio con las agencias de Túnez, Argelia, Marruecos, Iraq, Emiratos Arabes, Zaire, Arabia Saudita y TANJUG, de quienes recibe noticias por radioteletipo.

La Agence Malienne de Presse et de Publicité, AMAP, depende asimismo del Ministerio de Información de Mali, no realiza ninguna transmisión para el extranjero y carece de una red de distribución nacional. Sus corresponsales-informantes de provincias pertenecen a oficinas públicas y se comunican con la central por medio de correo o teléfono. La agencia imprime un diario de 5.000 ejemplares y un semanario, resumen de informaciones de la semana, de 7.000 ejemplares. Recibe los servicios de Reuters, AFP y TASS, y tiene acuerdos con CETEKA, TANJUG y JANA, de Libia.

Níger carece de agencia nacional y sus funciones son ejercidas por un Departamento de Información estatal, que recibe los servicios de Reuters y AFP. El mismo Departamento tiene por tarea el crear una agencia nacional, pero eso ha sido postergado para darle prioridad al financiamiento de la televisión nacional. Publica el diario Le Sahel, de 4.000 ejemplares, y tiene un total de 7 periodistas. Alto Volta vive una situación similar, con un Departamento del Ministerio de Información que recibe los servicios de AFP, Reuters, UPI, AP y DPA. La Agence Voltaïque de Presse existe por decreto desde 1964, pero hasta 1980 no había sido formada realmente.

El estudio de Spinelli, realizado para UNESCO a raíz de una recomendación que llamaba a crear un sistema de intercambios entre los países de la Comunidad Económica de Africa Occidental, CEAO, resume esta situación en los siguientes términos:

En los seis países (29) las respectivas agencias de prensa, o departamentos de información en los casos en que tales agencias no existen, se limitan a redistribuir los servicios de las agencias transnacionales. En todos los casos tienen el monopolio de la distribución de tales servicios. También distribuyen servicios locales preparados en base a comunicados y documentos enviados por organismos públicos o privados, y por corresponsales—informantes situados en provincias, la mayor parte de los cuales son funcionarios de los Ministerios de Información. Ninguna de estas agencias tiene corresponsales en el exterior, y la distribución nacional de los servicios se limita a la capital, donde se concentra también la prensa, radio y televisión. Ninguno de estos países tiene una red telegráfica suficiente para cubrir todo el territorio nacional. Ninguna de estas agencias o departamentos de información tiene acuerdo de intercambio de informaciones con algún órgano informativo o agencia de prensa de algún otro país de la Comunidad Económica del Africa Occidental. Cuando se produce algún acontecimiento inusual, o una visita de un Jefe de Estado de la Comunidad, los enviados especiales suelen tomar contactos con los medios locales para enviar información a su propio país, pero para ello utilizan los canales de la AFP que pasan por París.

La situación de la Comunidad Económica del Africa Occidental ejemplifica, de manera dramática, los problemas de información de todo el continente. Es difícil concebir el funcionamiento de una Comunidad Económica que carece de comunicación directa entre sus miembros, pero tal era la realidad a fines de 1981. Spinelli logró diseñar un sistema de intercambios basado en las precarias estructuras de las agencias nacionales, pero a principios de 1982 este pool aún no comenzaba a funcionar. A las dificultades financieras, profesionales y políticas se sumaban dificultades técnicas. Un informe presentado a la UIT en 1978 decía que “las actuales facilidades técnicas en la mayor parte de la Comunidad consisten en intercambios electromecánicos para las áreas rurales, con unos pocos centros automáticos en las capitales y algunas zonas urbanas.

Los circuitos internacionales han dependido hasta hace poco de transmisiones por radio HF, y en uno o dos casos, de cables submarinos que pertenecen a los antiguos poderes coloniales . . . Hasta hoy, casi todas las telecomunicaciones entre un Estado y otro en la región tienen que ser enviados a través de París o de Londres, o por ambas vías, según el caso, dependiendo de si la comunicación sale de un país de habla inglesa hacia uno de habla francesa, o si se produce entre dos Estados que comparten una herencia colonial común" (30).

La mayor excepción a la pobreza generalizada de las agencias nacionales de Africa está en Sudáfrica, que tiene una agencia formada según el modelo de Reuters, como compañía limitada propiedad de los diarios de idioma inglés y afrikaan, la South African Press Association. Situada en Johannesburgo, en 1980 era la única agencia del país y tenía una subsidiaria (Inter—African News Agency, IANA), para servir a los medios de Rodhesia del Sur. En la misma época SAPA empleaba a 108 personas, de las cuales 49 eran periodistas, y otros 14 en Salisbury para IANA. SAPA recibe los servicios de Reuters, AP y de su oficina propia en Londres, quienes le entregan un total de 150 mil palabras diarias, y produce con su personal sudafricano un total de 40 mil palabras. Vende sus servicios a todos los medios nacionales en Sudáfrica, Namibia y Rodhesia, a las oficinas del gobierno y a las agencias Reuters, AFP y AP, quienes le compran su servicio de noticias nacionales (31).

La solvencia de la agencia sudafricana, por cierto, no representa en absoluto los problemas comunes de la región. La política de Sudáfrica, único enclave del apartheid en todo el mundo, impide además que este país participe en ninguna de las entidades regionales nacidas con la independencia de las nuevas naciones africanas. No comparte sus problemas, y sus objetivos son exactamente opuestos a los objetivos de descolonización de los restantes países, de modo que aparece en este contexto sólo en razón de su ubicación geográfica.

A continuación veremos la historia de los esfuerzos africanos para vencer los obstáculos a la comunicación entre países vecinos. En ningún otro continente son tan claros los efectos de la herencia colonial como en Africa, y el estado de las comunicaciones de la

CEAO es el mejor ejemplo de ello. La Agencia Panafricana de Noticias es la esperanza de la región en este sentido, pero su camino ha sido lento y tortuoso, y a fines de 1982 aún no lograba ponerse en marcha.

Historia de la Pan—African News Agency, PANA

La historia de PANA es tan antigua como la historia del Asia—Pacific News Network, ANN, pero se diferencia de ésta en que ha sido más accidentada y, hasta fines de 1982, aún no logra-ba echar a andar sus operaciones informativas.

La idea de crear una agencia panafricana de prensa existe desde 1961, cuando una Conferencia de Periodistas Africanos realizada en Bamako decidió que “no es posible ofrecer una información objetiva a las naciones mientras el monopolio de su suministro está exclusivamente en las manos de las agencias de Occidente” (32). Luego, la idea adquirió una forma más precisa en la Primera Conferencia Cumbre de los Países Africanos, realizada en 1963 en Addis-Abeba. La Organización de la Unidad Africana, OUA, fijó como una de sus primeras resoluciones la decisión de fundar una agencia panafricana. El mismo año, 29 países formaron la Unión de Agencias Africanas de Información, UANA, y en 1964 la Organización de la Unidad Africana le encargó a ésta la preparación de un informe preliminar sobre la agencia panafricana.

Este informe fue presentado a la Conferencia de OUA en 1965, y luego de largas discusiones surgió un “Informe sobre los requerimientos técnicos, financieros y de personal para establecer la Agencia Panafricana”. El informe decía que PANA debería funcionar como una agencia internacional y comercial, guiada por los principios de la Carta de la OUA, y que tendría sus propios corresponsales en los países africanos y en las principales capitales del mundo. Los idiomas usados serían inglés y francés (se abandonó la idea de usar también *kiswahili*, que no es idioma universal en Africa), se usaría radio y télex y PANA tendría estaciones receptoras y transmisoras propias en su central (33).

El proyecto volvió a aparecer en una reunión del Consejo de Ministros de la OUA, en 1969, pero no se tomó ninguna medida

práctica y luego de ello quedó sumergido hasta 1977. Las razones para ésto son múltiples, pero entre ellas destacan tres: los fundadores de la Organización de la Unidad Africana, que apoyaron la idea a principios de 1960, fueron sacados de sus puestos entre 1965 y 1970, y con ello la idea perdió el impulso inicial; en segundo lugar, el costo del establecimiento de una agencia regional con redes propias de corresponsales y telecomunicaciones es muy alto, y los Estados africanos nunca definieron las formas en que cubrirían esos costos. En tercer lugar, durante largo tiempo se enfrentaron dos concepciones opuestas: una que postulaba que PANA debía ser una agencia por derecho propio, con corresponsales y redes independientes de las agencias nacionales, y otra que la concebía como un acuerdo de intercambio entre agencias nacionales, dependiente de las políticas gubernamentales definidas a través de los ministerios de información y ejecutadas por las agencias estatales de noticias.

En la Primera Conferencia de Ministros de Información de Africa, realizada en Kampala (Uganda) en 1977, el tema de la agencia panafricana volvió a resurgir con fuerza, y se acordó nuevamente la creación de "una agencia que sea independiente de los centros propagandísticos de Occidente, y que se dedique fundamentalmente a las cuestiones de interés para todos los gobiernos y pueblos del continente africano" (34). Allí predominó la idea de que PANA iba a tener una sede, una estructura administrativa y técnica, centros regionales y un presupuesto independiente. Al mismo tiempo, se formó un Consejo Intergubernamental encargado de tomar los pasos requeridos para su creación, en el que participaron 15 países además de la Unión de la Radiodifusión y Televisión Nacional Africana (URTNA), la Unión de las Agencias Nacionales Africanas (UANA); y la Unión de Periodistas Africanos (UJA).

El proyecto avanzó muy poco, sin embargo, debido a la falta de consenso sobre la forma que debía asumir la agencia en relación con las agencias nacionales y los gobiernos de la región. En 1979, 16 años después de la primera resolución de la OUA, sobre el tema, se llegó finalmente a un acuerdo de consenso. Este surgió en la Segunda Reunión de Ministros de Información de Africa (Addis Abeba, abril 1979): allí se abandonó el ambicioso proyecto de es-

tablecer una red de corresponsales propios a través del continente, y se decidió en cambio que PANA funcionaría como un acuerdo de intercambio, o pool de agencias nacionales (35). Además de las razones de costo, el acuerdo fue impulsado por las diferencias político—ideológicas de los países africanos: frente a la imposibilidad de fijar mecanismos editoriales que diesen garantías a todos los países, se optó al final por una solución que permita que cada país entregue una imagen de sí mismo según sus propios criterios, objetivos, recursos y necesidades. Y para ello, la única fórmula posible era un pool de agencias nacionales ya existentes. Las noticias serían compiladas por una central con poderes editoriales limitados, para resumir algunos artículos sin alterar los contenidos originales, y distribuidas con ayuda de cinco centros subregionales que se conectarían con las agencias nacionales del total de países interesados en participar en el acuerdo.

La misma Conferencia de Ministros acordó una “Convención sobre la Fundación de la Agencia Panafricana de Información”, que entraría en vigor luego de su ratificación por un mínimo de la tercera parte de los miembros de la OUA. La aprobación final para la fundación de PANA pasó entonces a la Reunión Cumbre de los 49 Jefes de Estado de OUA, realizada en Liberia (Monrovia) en julio de 1979. Junto con aprobar la fundación, esta asamblea decidió que la sede de la central de PANA estaría en Dakar (Senegal), y que los centros regionales serían Lagos, Jartum, Lusaka, Trípoli y Kinshasa. El Director del Servicio de Información de la OUA, de Nigeria, fue nombrado Director General de la Agencia Panafricana y se fijó un plazo de tres años (octubre 1979 - octubre 1982) para dotarla de presupuesto, cuadros profesionales, instalaciones técnicas, establecer las conexiones entre la central de Dakar y los centros subregionales, y las conexiones entre éstos y las agencias nacionales de cada país.

En enero de 1980, se reunió nuevamente, en Lobito (Angola), el Comité Intergubernamental encargado de la puesta en marcha del proyecto. Allí se aprobó un presupuesto anual de 1.750.000 dólares, que debía ser cubierto por las cuotas de membresía de los países participantes; se formó una nueva comisión de expertos para estudiar los aspectos prácticos de implementación,

y se gastó tiempo discutiendo cuestiones de contenido. Mientras el Director de PANA persuadía a los miembros del Comité Intergubernamental de que la agencia debía comenzar por la diseminación de temas como cultura, deportes y salud, muchos participantes exigían que la agencia reflejara también las realidades de la vida política del continente. Finalmente este punto quedó también para discusión posterior en la comisión formada en dicha reunión.

Durante 1980 se realizaron consultas con los centros subregionales de Jartum, Kinshasa, Lusaka y Lagos. También se iniciaron consultas con la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT, y el Comité Técnico de PANA comenzó una serie de reuniones para acabar el diseño de la red de telecomunicaciones. Mientras tanto, la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Africa, realizada con el auspicio de UNESCO en Camerún, julio 1980, apoyó la creación de la agencia y expresó la esperanza de que la Agencia Panafricana "debe constituirse en un instrumento eficaz de la liberación de los pueblos africanos, del mejoramiento del intercambio de informaciones entre nuestros países y, sobre todo, del control del aprovechamiento de la información sobre Africa por el resto del mundo" (36).

Por su parte, la III Conferencia del Sistema Panafricano de Telecomunicaciones, PANAFTEL, aprobó nuevas medidas para mejorar las infraestructuras de comunicación en diciembre de 1980, y a fines de 1981 terminó un proyecto de interconexión subregional para Senegal, Malí, Alto Volta, Níger y Benín (37). Con ello se facilitó la conexión técnica de algunos países, incluido Senegal que tiene la sede de PANA, pero los aspectos financieros y periodísticos no parecían haber avanzado al mismo ritmo.

Características del Proyecto de Agencia Panafricana

A fines de 1981, un resumen preparado por la Dirección de PANA presentaba las características de la agencia en términos de objetivos, estructura, organización, aspectos periodísticos y financieros. De allí surge lo siguiente:

Según los términos de la Convención adoptada en Liberia, los objetivos generales de PANA son: a.) promover los objetivos de la

OUA para la independencia, unidad y solidaridad regional, y entregar mayor información sobre las luchas contra el colonialismo, imperialismo, apartheid, racismo, zionismo, y todas las formas de explotación y opresión; b.) promover el intercambio de información política, económica, social y cultural entre los Estados Miembros, y trabajar para la integración regional y subregional del continente; c.) corregir las distorsiones producidas por las informaciones publicadas por agencias foráneas, reflejar los valores culturales del continente, y contribuir al desarrollo de las agencias nacionales; d.) establecer un banco de datos africanos para desarrollar las facilidades para la recolección, procesamiento y distribución de la documentación requerida por los países de la región (38).

En cuanto a la estructura de la agencia, se acordó que estaría compuesta por un órgano supremo, la Conferencia de Ministros Africanos de Información, y un Consejo Intergubernamental de 21 miembros, 14 de los cuales serán elegidos por la Conferencia de Ministros en base a representación geográfica (dos lugares para Africa del Norte; cuatro para Africa Occidental; tres para Africa Central; tres para Africa Oriental y dos para Africa del Sur) (39). El Presidente de la Conferencia de Ministros, el Secretario General de la OUA y los países sede de la central y de los centros de redistribución de la agencia también participan en el Consejo Intergubernamental, que debe reunirse una vez al año. La Conferencia de Ministros tiene reuniones bianuales y en ella debe aprobar las políticas generales de la agencia, sus programas de actividades y su presupuesto.

Además de estos organismos políticos, la agencia tiene una Dirección General en la central, un Comité de Expertos encargados del reclutamiento de personal, un Comité Técnico para regular los aspectos de telecomunicaciones y equipos, y un Comité de Finanzas. La sede para los puntos de distribución ya han sido elegidas: la central de la agencia funcionará en Dakar (Senegal); y estará ligada por medio de circuitos telegráficos con cinco centros subregionales: Trípoli (Libia) para Africa del Norte; Lusaka (Zambia) para Africa del Sur; Jartum (Sudán) para Africa Oriental; Kinshasa (Zaire) para Africa Central y Lagos (Nigeria) para Africa Occidental.

En la parte periodística, el proyecto de mediados de 1981, contemplaba la recepción y transmisión de un total de 75 mil palabras diarias, divididas en tres partes iguales en inglés, francés y árabe. Las 25 mil palabras base del servicio saldrían de los Estados Miembros, quienes deberían enviar un máximo de 1.000 palabras diarias cada uno, y otras 5.000 provenientes de instituciones regionales e internacionales comprometidas con actividades para el desarrollo en África. Además, el plan contempla la producción de un boletín inter-institucional, con notas sobre OUA, otras instituciones regionales, e instituciones de Naciones Unidas; y un boletín de especiales, que deberá contener artículos de mayor profundidad para los medios africanos.

El aspecto técnico, una de las grandes dificultades para la puesta en marcha de la agencia, ha sido estudiado en detalle: una misión de tres ingenieros recorrió los países miembros y entregó un informe inicial, en noviembre de 1980, sobre los recursos de transmisión y las posibles rutas para interconexión disponibles en la época. En marzo de 1981 se realizó una reunión técnica con participación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT, el Pool de Agencias de los No Alineados, y Senegal. De allí surgió un plan tentativo para la red de telecomunicaciones, y se encomendó a la UIT la realización de un estudio más detallado. En julio de 1981 se produjo la tercera reunión de la Comisión Técnica de PANA, de la que surgió el proyecto sometido a la aprobación del Consejo Intergubernamental, con vistas a su inauguración en 1982. Uno de los principios básicos de operación en este sentido ha sido el buscar prioritariamente el uso de las facilidades de transmisión de las agencias mismas, evitando cualquier punto de tránsito fuera de la región. Para ello confían en el desarrollo de los planes de PANAFTEL para establecer una red de telecomunicaciones panafricana.

Problemas de Financiamiento

El costo de la parte técnica de la operación es alto. Según el estudio de la UIT, la inversión de capital inicial requiere 940 mil dólares para instalación de equipos en la central en Dakar y en los centros regionales de Lagos, Lusaka, Kinshasa, Jartum y Trípoli. Aparte de esta suma es preciso instalar equipos terminales, recep-

tores y emisores, en alrededor de 30 países que aún carecen de ellos, lo cual implica alrededor de 20 mil dólares por país.

El costo operativo también es alto, y se estima en 2.5 millones de dólares al año. PANA espera que la inversión de capital diagnosticada por la UIT sea cubierta por la cooperación internacional con participación de la misma UIT, la UNESCO y otros organismos internacionales. Los costos operativos deberían ser cubiertos por PANA a partir de un fondo general formado por contribuciones regulares de los Estados Miembros, y un fondo de seguridad formado por los ahorros y por contribuciones extras de los Estados Miembros. Al parecer, no existen estimaciones sobre el porcentaje del costo de operaciones que podría ser cubierto por la eventual venta de servicios a los medios, pero dada la pobreza de los medios africanos, es probable que ello no signifique un aporte.

Es evidente, además, la dificultad para reunir las cifras aprobadas por concepto de membresía. En la reunión de enero de 1980 el Consejo Intergubernamental determinó que los Estados Miembros debían reunir 1.750.000 dólares, pero en abril de 1981 apenas una tercera parte de los países afiliados habían girado sus cuotas, y en 1982 sólo se había reunido una suma ligeramente superior a la mitad de este presupuesto (40). En marzo de 1982 el Comité Intergubernamental fijó definitivamente los fondos fundamentales de PANA en 6.260.000 dólares, a ser reunidos con el apoyo del Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones, PIDC, de la UNESCO; el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD; el programa aprobado por los países árabes del Golfo, y otros. Pero la esperanza de reunir esta suma en plazos breves es mínima: no sólo los Estados son lentos para financiar los proyectos que surgen de sus propias decisiones, sino que los organismos internacionales, en particular el PIDC, a veces ofrecen más de lo que pueden financiar realmente.

Así, pese a que el proyecto contemplaba la puesta en marcha real a partir de fines de 1982, tal fecha llegó sin que PANA pudiese comenzar aún sus operaciones periódicas. En términos formales, sin embargo, el proyecto continúa acumulando historia: con la firma de afiliación de Guinea-Bissau, en febrero de 1982, el número de países afiliados llegó a los dos tercios de los Estados

Miembros de la OUA, lo cual permitió proclamar a PANA como entidad intergubernamental oficial de Africa, con personalidad jurídica propia. PANA tiene entonces una forma jurídica aprobada, un estatuto, un presupuesto, un diseño de red de telecomunicaciones, una forma organizativa basada en una central regional y cinco centros subregionales, un consejo intergubernamental, un director general y hasta una sede física propia en Dakar, pero no tiene un producto periodístico, noticias, para entregar a Africa.

Sería fácil ironizar sobre esta situación (y en verdad la tentación es grande), pero para hacerlo es preciso olvidar los dramas de Africa. El mayor número de países recientemente descolonizados se encuentra en dicha región, y ello explica muchas de sus debilidades políticas e institucionales, así como también las debilidades económicas que afectan todas las esferas de su economía. En el campo de los medios masivos, Africa está en una posición de desventaja inimaginable para un latinoamericano: es útil saber, por ejemplo, que en 1980 Mauritania tenía un solo periódico, editado en árabe y francés, con un tiraje de 10—12 mil ejemplares; que Malí tenía también un solo diario, con 5.000 ejemplares; que en Níger el periódico *Le Sahel* tenía un tiraje de 4.000 ejemplares; y que el periódico de mayor circulación de Alto Volta, tenía en la misma fecha, 2.500 ejemplares (41).

Por cierto, la situación es mucho mejor en países como Nigeria, Kenia e incluso Senegal, pero cuando se trata de crear una red regional con participación de todos los Estados, cualquier proyecto se enfrenta a la cruda realidad, bastante generalizada, de los países mencionados antes. Por ello resulta también injusto, y tremendamente etnocéntrico, la posición de aquellos que, como las agencias transnacionales, sostienen que la única solución aceptable y "decente" para la creación de agencias reside en los acuerdos cooperativos de periódicos. Una agencia como la AP, con clientes capaces de pagar hasta 200 mil dólares anuales por sus servicios, no pueden comprender las limitaciones de un país con un periódico de menos de 5 mil ejemplares. Si dicho periódico tuviese que financiar y organizar una agencia nacional, tal país jamás tendría una agencia, ni aún cuando se asociara a los periódicos de sus países vecinos, cuya realidad puede ser tanto o más deplorable que la suya propia. Los Estados tienen entonces que llenar el vacío,

creando condiciones para un desarrollo integral que, sólo a muy largo plazo, podría cambiar la realidad de los medios de comunicación africanos. Pero ya lo hemos dicho, el subdesarrollo es un fenómeno estructural: tampoco los Estados están en una situación tan diferente de la de los propios medios, y ello explica, mejor que cualquier ironía, la lentitud de Africa para poner en marcha un proyecto con el cual ha estado soñando por más de 20 años.

(42) En mayo de 1983, en el momento en que se terminaba este libro, PANA comenzó transmisiones en Africa. Según datos recogidos en Nairobi en agosto del mismo año, el centro de PANA en Senegal estaba recibiendo y retransmitiendo noticias de varias agencias nacionales, pero los subcentros regionales aún no lograban el nivel de funcionamiento deseado. La agencia nacional de Kenia (KNA), por ejemplo, recibía noticias por radioteletipo desde Dakar, pese a que según el diseño de PANA su punto de contacto era Karthoum. Dificultades de telecomunicaciones parecían ser el problema más candente de la etapa inicial de estas operaciones.

CAPITULO X

AGENCIAS ARABES

A diferencia de Africa y Asia, los países árabes tienen características culturales más homogéneas que le dan una identidad propia más unificada. El rasgo más visible de ello es el hecho de que, mientras en Asia la única lengua franca posible es el inglés, y en Africa tales funciones son cumplidas por el inglés y francés, los países árabes pueden comunicarse con una lengua francesa propia, el árabe clásico. El sentimiento de unidad cultural está presente en la base de todas las actividades comunes emprendidas por los Estados árabes, y se manifiesta en la concepción de una sola nación árabe que supera las fronteras políticas de los Estados independientes. Como dijeron los Ministros de Educación en cierta ocasión: "A través de la historia la nación árabe ha sido siempre una nación. El pueblo árabe tiene un territorio, un medio ambiente cultural, idioma e historia unificados, así como también una voluntad e intereses comunes" (42). Comparados con Asia y Africa, entonces, sus problemas de comunicación son menores.

Sus agencias de noticias tienen una organización propia de carácter regional, aunque también algunas de ellas se conectan con

acuerdos africanos y asiáticos. Ello se explica por la ubicación geográfica: en el Africa del Norte están Mauritania, Marruecos, Argelia, Túnez y Libia; en el valle del Nilo se encuentra Egipto y Sudán; en Africa Oriental están Djibouti y Somalia; por el lado asiático están Siria, Líbano, Jordán y Palestina en el Levante, y hacia el oriente se encuentran el Golfo y la Península: Irak, Kuwait, Bahrain, Qatar, Emiratos Arabes Unidos, Oman, Arabia Saudita, República Arabe del Yemen y el Yemen Democrático.

En la mayor parte de los países árabes, la radio y la televisión son entidades estatales no comerciales, que operan como cualquier otro departamento de la administración pública, lo cual se explica por el papel que se les atribuye en las tareas del desarrollo y en la superación del analfabetismo. En lo que respecta a la prensa, coexisten medios públicos y semi-públicos con otros medios de propiedad privada, pero el control estatal, aunque varía en intensidad, es bastante grande en la mayoría de los casos.

Dieciocho de los 22 países listados más arriba tienen agencias de prensa. Las más antiguas y grandes son Middle East News Agency, MENA, fundada en 1955; Iraqi News Agency, INA, de 1959; y Maghreb News Agency, MAP, fundada en Marruecos en 1959. En la década del sesenta fueron fundadas también Tunis Afrique Press, TAP, en 1961; Agencia Nacional de Noticias del Líbano, en 1961; Algérie Press Service, APS, 1961; Arab Revolutionary News Agency, (que más tarde pasó a ser Jamahirya News Agency, JANA) de Libia, 1963; Syrian Arab News Agency, SANA, 1966; Jordan News Agency, 1969; y SABAA, la agencia de la República Arabe del Yemen, en 1969. En los años setenta se fundaron la Saudi News Agency, 1970; Aden News Agency, del Yemen Democrático, 1970; Sudanese News Agency, 1971; Mauritanian Press Agency, 1975; Qatar News Agency, 1975; Kuwaity News Agency, 1976; Arab Emirates News Agency, 1976; y la Agencia de Noticias Palestinas, WAFA, en 1977 (43).

Todas estas agencias dependen en gran medida del financiamiento estatal, aunque reciben también algunos ingresos por la venta de servicios a suscriptores. Junto con servir a los medios de sus propios países, algunas sirven también a los medios de los países vecinos, y mantienen corresponsales u oficinas en otras regio-

nes. En algunos casos sirven también como distribuidoras, en el plano nacional, de algunos servicios internacionales o de los servicios de otras agencias árabes.

Middle East News Agency, MENA, e Iraqi News Agency, INA

La mayor agencia árabe es MENA, Middle East News Agency, situada en Egipto. Fue fundada en 1955 por cuatro editores del Cairo, con aspiraciones de operar como agencia regional del Medio Oriente, pero los fundadores no cumplieron con las cuotas de financiamiento asignada y no llegaron a cumplir tal papel. En 1962 el Estado tomó a su cargo la agencia, al mismo tiempo que nacionalizó la prensa. Los periódicos fueron asignados a la Unión Socialista Árabe, especie de central sindical, y MENA pasó a ser una dependencia del Ministerio de Información y Cultura. Es una corporación pública perteneciente al Estado, y su Consejo Directivo es presidido por un representante del Ministerio de Información. Su objetivo es actuar como agencia regional del Medio Oriente: "MENA siempre ha estado consciente del hecho de que siendo una agencia del Medio Oriente, puede informar mejor, cubrir mejor y comprender mejor los asuntos y las noticias árabes... Siendo la más antigua y la más poderosa de las agencias de noticias del área, trata de probar que puede competir con las agencias internacionales en el Medio Oriente: transmitir las noticias del Medio Oriente al resto del mundo, y entregar las noticias del área a sus suscriptores en el mundo árabe" (44).

En 1962, la agencia estableció su primer servicio de fotografías y servicios de televisión, además de algunos circuitos duplex con Roma, Milán, Bonn, Hamburgo, Londres, París, Argelia y Marruecos. Roma servía como oficina central para Europa, y Argelia jugaba el mismo papel para África del Norte. Los costos de esta red, sin embargo, resultaron muy altos y tuvo que liquidarla en 1965, pero ella significó el primer flujo de noticias árabes, producidas por árabes, hacia Europa.

Más tarde, la agencia buscó nuevas formas de expansión, y estableció oficinas subregionales en Damasco y Bagdad para cubrir el Levante y los países árabes situados en Asia, por medio de radio-teletipo y telégrafo. París pasó a ser su oficina principal de Euro-

pa, con conexiones hasta Turquía. En 1978 MENA producía a diario 40 mil palabras en su servicio nacional árabe y otras 35 mil en su servicio extranjero en árabe. Según su informe a UNESCO, los medios a quienes llega en los países árabes, Europa, África, Asia y Estados Unidos publican a diario un total de 100—120 artículos de la agencia, y un promedio mensual de 200 documentales filmados, noticias para televisión, 120 artículos especiales y 200 fotos.

Las agencias extranjeras que operan en Egipto pueden distribuir sus servicios por sus propios medios y redes, pero muchas prefieren operar en conjunto con MENA, que les ofrece servicios de distribución, monitoreo y traducción. MENA distribuye Reuters y AFP dentro de Egipto, y traduce al árabe el servicio de la AFP para dsitribución en el mundo árabe (50 mil palabras diarias). También distribuye el servicio de Reuters, en inglés, para algunos países árabes. Tiene acuerdos de intercambio con las agencias de Italia (ANSA); Unión Soviética (NOVOSTI y TASS); Rumania (AGER PRESS); Turquía (AKDENIZ); China (HSINHUA); Indonesia (ANTARA); Sudán (SUDANESE NEWS); Túnez (TAP); Checoslovaquia (CETEKA); Yugoslavia; (TANJUG); Berlín Oriental (ADN) y Corea del Norte (NORTH KOREAN NEWS).

Actúa como centro de recepción y redistribución de varias agencias árabes, y ha funcionado como centro de entrenamiento para el personal técnico y editorial de las agencias más nuevas del área. Los cambios políticos que han sacudido al área en los últimos años han afectado muchas veces sus operaciones. Las relaciones políticas entre Egipto y el resto de los Estados árabes le han perjudicado, y sus oficinas han sido cerradas a veces al ser acusada de ser órgano gubernamental. La agencia sostiene que “no es una agencia oficial en el completo sentido de la palabra. No todos los comentarios y los puntos de vista transmitidos por MENA representan al Estado o al gobierno de Egipto” (45). Pero independientemente de estas declaraciones es un organismo dependiente de un Ministerio de Información, y aunque sus operaciones sean subregionales, es evidente que continúa siendo la agencia del gobierno egipcio.

MENA ha sido muy activa internacionalmente: fue miembro

fundador y también ocupó la presidencia de la Federación de Agencias de Noticias Arabes, aunque los problemas políticos del área le hicieron abandonarla posteriormente; asimismo participa en la Federación de Agencias de Noticias Africanas; en 1978 era miembro del Consejo Ejecutivo de la Federación de Agencias Islámicas, y miembro del Comité de Coordinación del Pool de Agencias de los Países No Alineados.

Otra agencia importante en el área es la agencia nacional de Irak, Iraqi News Agency (INA). En 1978 tenía un total de 250 empleados en los departamentos de prensa, 170 administrativos y técnicos, y 95 operarios, con oficinas en Beirut, Londres, París, Cairo y Nueva Delhi, y corresponsales en nueve países árabes, además de otros corresponsales en Colombo, Nicosia, Nueva York, Moscú, París, Lagos, Budapest, Berlín y Dacca. En la misma época transmitía 10 horas diarias de informaciones en árabe para los países árabes, y tres horas diarias en inglés para Europa y Africa del Norte. El servicio nacional ocupaba 20 horas diarias, formado en parte por noticias obtenidas de las agencias extranjeras (46).

En 1978 recibía a diario un promedio de 60 mil palabras de agencias extranjeras, de las cuales INA usaba 15 mil para transmisiones nacionales y otras tres mil para sus emisiones al extranjero, en inglés y árabe. En la misma época compraba los servicios de MENA, Reuters, AFP, TASS, DPA, NOVOSTI, AP, UPI e IPS Tercer Mundo, y compraba los servicios de radiofotos de UPI y AP. También tenía acuerdos de intercambio con las agencias de Checoslovaquia, Turquía, Polonia, Alemania Oriental, Yugoslavia, Siria, Yemen Democrático, República Arabe del Yemen, Túnez, Marruecos, Hungría, India, China, Indonesia, Somalía, Cuba, Corea del Norte, Libia, Bulgaria, Italia y Mauritania y estaba negociando un acuerdo con Kyodo, de Japón.

Sistemas de Intercambios Entre Países Arabes

Existe un acuerdo basado en principios religiosos, que opera con la sigla IINA, Agencia Internacional de Noticias Islámica. Esta fue creada para satisfacer necesidades de información propias de

os países musulmanes, y su historia data al menos desde 1950, cuando una conferencia islámica internacional recomendó la conveniencia de crearla. La Segunda Conferencia Islámica de Ministros de Asuntos Extranjeros, realizada en Karachi en 1970, aprobó una resolución más específica y entonces comenzaron los primeros pasos para su fundación.

En una reunión de expertos realizada en Teherán, 1971, se decidió que la puesta en marcha del proyecto requería la formación de agencias nacionales en todos los países musulmanes, lo cual fue ratificado por la Tercera Conferencia de Ministros Islámicos de 1972, junto con aprobar el texto completo del estatuto propuesto por los expertos y la elección de la sede de IINA, en Djedda. Los comienzos de la agencia fueron modestos y no dieron los resultados esperados. A raíz de ello su Consejo Ejecutivo presentó un plan para mejorar los recursos de telecomunicaciones a la Conferencia Cumbre de los Países Islámicos, en 1974. Este plan fue aprobado y los países musulmanes prometieron financiar dicho proyecto. En 1978 el presupuesto de IINA estaba formado por suscripciones fijas de 3.000 dólares anuales, cuya suma se destina al apoyo administrativo, pero seis países -Arabia Saudita, Emiratos Arabes Unidos, Kuwait, Qatar, Irán y Oman- le habían dado contribuciones voluntarias que oscilaban entre 50 mil y un millón de dólares, con lo cual pudo iniciar su plan de telecomunicaciones (47).

IINA es el único pool de agencias nacionales basado en afinidades religiosas que existen en el mundo. Por cierto, la Iglesia Católica y otras religiones mantienen sistemas de comunicación internacional, pero ninguna de ellas ha servido de base para la creación de agencias de noticias, ni para un sistema de intercambios como el de IINA.

Gulf News Agency, GNA

La Agencia de Noticias del Golfo, GNA, fue fundada en abril de 1977 como una empresa cooperativa de seis países productores de petróleo: Bahrain, Irak, Kuwait, Qatar, Arabia Saudita y los Emiratos Arabes Unidos. Actúa como agencia internacional, es financiada por los Estados miembros, y su presupuesto anual era, en

1978, 2,5 millones de dólares. Su objetivo es el intercambio de noticias seleccionadas de los servicios de las agencias nacionales que la componen, y la distribución gratuita de un servicio diario para los países miembros y otros países.

GNA es regida por un Consejo formado por los Directores Generales de las agencias particulares, y es presidida por el Ministro de Información de Bahrain, el único país, entre los participantes, que no tiene agencia nacional de noticias. En 1978 tenía 69 empleados (incluyendo algunos de tiempo parcial), de los cuales 17 son parte del equipo editorial. Las operaciones son dirigidas por un Director General nombrado por el Consejo. La idea original de GNA era establecerse como agencia regional por derecho propio, pero al comenzar sus operaciones constituía más bien un pool de intercambios entre agencias nacionales, aunque había iniciado algunos pasos para tener su propia producción informativa gracias al estacionamiento de corresponsales propios en cada uno de los países miembros.

En 1978 distribuía un promedio de 50 a 70 noticias diarias en árabe (4 mil palabras), por radioteletipo, para todos los interesados en el Golfo, y por medio de circuitos telegráficos punto a punto para las agencias miembros del acuerdo. Según un estudio realizado en 1978, el grueso de este volumen salía de las noticias enviadas desde las agencias nacionales participantes, y en menor medida del material preparado por el staff en Bahrain. Aparte de las noticias recogidas de las agencias nacionales, GNA recoge informaciones del monitoreo de radios y en el caso de Bahrain, que no tiene agencia nacional, recibe informaciones directas del Ministerio de Información, entregando a su vez el servicio regional a los medios del país. Estos, además de recibir GNA, reciben notas internacionales de MENA, Reuters y AFP (48).

Aunque el acuerdo está basado en el principio de la igualdad de los participantes, INA, de Irak, tenía un rol más destacado en 1979, ya que constituía el único canal de salida internacional para GNA. Gracias a ella GNA podía enviar 5—7 noticias diarias al Pool de No Alineados, e INA las retransmitía en inglés y francés para Europa, Africa del Norte y el Sudeste Asiático. Aparte de las noticias enviadas al Pool, INA recogía dos items diarios de cada agen-

cia del Golfo para inclusión en sus propios servicios. Oman había comenzado a participar en GNA con algunas noticias enviadas por telex, y planeaba integrarse más plenamente en el futuro. Aparte del contacto con el pool a través de INA, GNA no tenía ningún acuerdo con otras agencias internacionales en 1979.

En cuanto a sus contenidos, un estudio realizado por Harris y Malczek en 1978 mostró que las 19 mil palabras diarias enviadas por las agencias nacionales a GNA se distribuían en 40^o/o de temas políticos y militares; 25^o/o de temas económicos; 14^o/o de temas socio-culturales, incluyendo cuestiones de información y comunicación; 3^o/o de cuestiones de salud; casi 3^o/o de ciencia, tecnología y medio ambiente, 12^o/o de comentarios sacados de medios nacionales de cada país y un porcentaje mínimo de cuestiones policiales, deportes y otros. La selección realizada por GNA sobre la base de este material (unas 3.500 palabras diarias para retransmisión a las agencias particulares) seguían, en términos generales, estas prioridades temáticas, aunque el porcentaje de noticias político—militares bajaba al 34^o/o después de la selección en Bahrain (49).

Los autores no estudiaron el impacto de este volumen en los medios de los países del Golfo, pero indican que, según comentarios del director de la agencia, GNA padece de falta de credibilidad: así, por ejemplo, en ocasiones los medios no publican noticias suyas, pero sí lo hacen cuando la misma información les llega por los canales de Reuters o AFP. Ello se explica, en parte, según el estudio, por el énfasis en las “noticias protocolares” presente en GNA, pero también por los valores informativos europeos que predominan en los medios árabes.

Federación de Agencias de Noticias Arabes, FANA

Las primeras iniciativas para establecer una federación de agencias árabes aparecieron en 1964, pero recién en 1974 se tomaron pasos más concretos, gracias a una reunión de agencias organizada por la Liga de Estados Arabes. Meses más tarde se realizaron nuevas reuniones y en noviembre de 1974, en Beirut, las agencias eligieron un Secretario General y fijaron los principios de la asocia-

ción. La central de la Federación quedó establecida en Beirut, donde comenzó a funcionar a partir de 1975.

El objetivo principal de FANA es estrechar los lazos profesionales entre las agencias participantes, y facilitar la circulación de sus noticias dentro del mundo árabe y hacia el resto del mundo. Para ello busca elevar los standards profesionales de sus miembros en el plano periodístico, estimulando el intercambio de experiencias, y promueve la cooperación técnica entre sus participantes y entre ellos y otras agencias de afuera de la región. La autoridad máxima de la Federación es la Asamblea General anual en la que participan todas las agencias miembros, mientras que las actividades regulares son regidas por un consejo de cinco miembros presidido por un Secretario General. Desde su fundación en 1975 hasta fines de 1982, el Secretario General ha sido un representante de INA, la agencia de Irak (50).

En FANA participan 16 agencias árabes, correspondientes a los siguientes países: Jordán, Emiratos Arabes Unidos, Túnez, Argelia, Arabia Saudita, Siria, Irak, Palestina, Katari, Kuwait, Líbano, Libia, Marruecos, Mauritania, República Arabe del Yemen y Yemen Democrático.

Desde su fundación FANA estableció contactos con agencias de noticias europeas, africanas y latinoamericanas. Organizó tres seminarios con agencias europeas (en Túnez, 1976; Estambul, 1977; y Londres, 1981), con el fin de facilitar los intercambios de noticias entre ambas regiones, y esperaba abrir la primera oficina árabe en Europa (Viena) en 1982. Con el mismo fin organizó dos seminarios conjuntos con agencias africanas (Túnez, 1975 y Trípoli, 1977). De estas reuniones surgieron acuerdos para la creación de un pool árabe-africano que se conectaría con el Pool de Agencias de los No Alineados. Allí también acordaron estudiar las capacidades y necesidades técnicas de ambos grupos de participantes, con participación de las respectivas asociaciones de agencias, FANA y la Unión de Agencias de Noticias Africanas, UAIA (51).

FANA también ha organizado tres seminarios conjuntos con agencias latinoamericanas (Damasco 1980, Acapulco 1981 y Tanager, 1982). El segundo encuentro fue auspiciado por la Coordina-

ción de Comunicación Social de México, y contó con la participación de ASIN, Acción de Sistemas Informativos Nacionales, que en dicha época representaba a 13 países de América Latina y el Caribe, además de representantes de la Liga Árabe y varias otras organizaciones. También participaron las agencias nacionales de Argentina y Cuba, que no eran miembros de ASIN (Cuba se integró posteriormente). De dicha reunión salió un acuerdo para que FANA y ASIN realizaran censos de recursos técnicos de agencias árabes y latinoamericanas, para que intercambiaran diariamente boletines en inglés y español, y para establecer un sistema de becas para el intercambio de periodistas (52).

A fines de 1982, el intercambio de informaciones no había comenzado aún, debido a dificultades de FANA: ASIN es un sistema de intercambios que opera efectivamente desde 1979, mientras que FANA es una asociación de agencias, no un pool. Los problemas de telecomunicaciones para intercambiar noticias están resueltos en ASIN gracias a IPS Tercer Mundo, que actúa como carrier de los boletines producidos por los países participantes, pero FANA no tiene una red propia, y tampoco hay entre sus miembros una agencia suficientemente dotada como para cubrir esta necesidad. MENA, cuyos recursos le permitirían cumplir este papel, no participa en FANA, y la Federación tampoco ha buscado una forma de apoyo externo, como ocurre con ASIN. Por ello, los encuentros realizados hasta ahora han servido para acercar a las agencias de ambas regiones, pero no se ha traducido aún en un intercambio regular de noticias producidas por ambos lados.

Los problemas de telecomunicaciones son bastante serios por el lado árabe. Según el informe de MENA a UNESCO, sus propios planes de expansión fueron obstaculizados por el hecho de que todas las redes de comunicación árabes corrían a través de Palestina. Con la caída de Palestina y el establecimiento de Israel, tales redes quedaron mutiladas y ello impidió abrir canales telegráficos bidireccionales con todos los países que le interesaban. Por ello debió establecer conexiones a través de Damasco y Bagdad (53). Las conexiones con Líbano también han resultado estropeadas con las guerras, y así se suman dificultades que entorpecen el intercambio más efectivo entre los miembros de FANA. IPS, en su calidad de Secretaría Operativa de ASIN, ofreció a FANA la trans-

misión a América Latina del boletín que pudiese producir eventualmente, pero FANA no ha logrado crear el pre-requisito necesario: el pool árabe, con su centro de recepción y redistribución en algún país árabe.

Desde el punto de vista de MENA, esta carencia refleja una falla de FANA. "Aunque MENA trabajó duramente para establecer una Federación de Agencias Arabes que sirviera las demandas de comunicación de las agencias de noticias, la Federación se transformó en un instrumento político. FANA fracasó en la creación de una red conjunta para conectar todas las agencias árabes, o de un sistema de circuitos bidireccionales. No se ha hecho ningún esfuerzo conjunto en esta dirección, y el área árabe ha quedado sin una red adecuada para servir a sus medios . . . Por otra parte, las organizaciones de medios y las administraciones de telecomunicaciones no han podido encontrar formas de cooperación mutua. Aunque dependen el uno del otro, nunca se han sentado a la misma mesa. Tal vez esto se ha debido a la rutina de trabajo de los comités gubernamentales" (54).

Independientemente de la exactitud de esta evaluación, la falta de dicha red persiste, y sigue siendo un obstáculo formidable para que las agencias árabes puedan funcionar efectivamente como un pool, así como también para que puedan iniciar intercambios conjuntos con sistemas informativos de otras regiones del Tercer Mundo. La incomunicación no es total, sin embargo, porque prácticamente todas tienen acuerdos bilaterales para el intercambio entre ellas y algunas se conectan con redes más amplias, como el Pool de los No Alineados y la red internacional de IPS Tercer Mundo.

NOTAS

- (1) Pasquini, José María (1981 b), p. 20–21.
- (2) Mitra, Asok (1975), p. 3.
- (3) *Ibid.*, p. 12.
- (4) Ver UNESCO (1977/1978): *Monographs II*, pp. 90–95; y “Presse et information au Japon”. *La Documentation Francaise* No. 303, 4 Février 1977, p. 7.
- (5) Mitra, A., *op. cit.*, p. 7.
- (6) *Ibid.*, p. 12.
- (7) Asian Mass Communication Research and Information Centre es una entidad educacional sin fines de lucro, basada en Singapur. Es auspiciada por la Fundación alemana Friedrich Ebert y por el Gobierno de Singapur, y tiene el apoyo de UNESCO para promover la diseminación de la información sobre comunicaciones en Asia. También actúa como fundación independiente en cuestiones de enseñanza, entrenamiento, investigación y práctica de la comunicación.
- (8) OANA Secretariat (1979), p. 18.
- (9) *Ibid.*, p. 38.
- (10) *Ibid.*, p. 33.
- (11) *Ibid.*, p. 97.
- (12) Resoluciones adoptadas por la Cuarta Asamblea General de OANA, *ibid.*, p. 100–104.
- (13) Bador, Yusof (1981), p. 205.
- (14) Ver “Editorial guidelines”, *ibid.* p. 207.
- (15) “First meet creates editor–agency dialogue”. *AMCB* vol. 13 No. 1, 1983, pp. 1–2.
- (16) Bador, Y., *op. cit.*, p. 205.
- (17) “Asian News Exchange Network. Project Proposal”. OANA Secretariat, *op. cit.*, pp. 86–91.
- (18) “Breaking the transmission cost barrier”. *AMCB* vol. 9 No. 1, March 1979, p. 5. Aunque el proyecto para la red asiática fue elaborado en 1978, ya antes de esa fecha habían signos claros del interés existente en la región por el desarrollo de una red regional. Ver, por ejemplo, Pavia, J. (1977) y Keepanich, K. (1977).
- (19) Sobre esta conferencia, ver: “Report of the Government of Sri Lanka—AMIC Conference on ‘News Exchange among Asian Countries’”. *Media Asia* vol. 8 No. 2, 1981, pp. 62–65.
- (20) La red de telecomunicaciones aparece en *AMCB* vol. 13 No. 1, 1983, p. 2.
- (21) “ANN is born”. *AMCB* vol. 11 No. 3, 1981, pp. 1–12.
- (22) “Report of the Government of Sri Lanka . . .”, *op. cit.*, p. 63.
- (23) Boyd–Barrett (1980), pp. 177–178.
- (24) UNESCO (1977/1978): *Monographs I*, pp. 7–8.

- (25) *Ibid.*, Monographs II, pp. 70–74.
- (26) *Ibid.*, Monographs I, pp. 35–43.
- (27) *Ibid.*, pp. 27–34.
- (28) Spinnelli, Giovanni (1980).
- (29) El informe de Spinnelli incluye también Senegal, además de los mencionados en el texto: Mali, Costa de Marfil, Mauritania, Níger y Alto Volta.
- (30) Owusu, Rex (1978), p. 7.
- (31) Harris, Phil (1981), pp. 89–93.
- (32) Citado en Shilov, V. (1982).
- (33) “Does PAFNA have half a chance?”. *IPI Report*, June 1979.
- (34) Shilov, V., *op. cit.*, p. 14.
- (35) “Breakthrough for PAFNA”. *AMCB* vol. 9. No. 2, June 1979, p. 4.
- (36) Shilov, V., *op. cit.*, p. 19.
- (37) La Unión Panafricana de Telecomunicaciones, PANAFTEL, fue creada en 1975 por decisión de la OUA y reúne a todas las administraciones africanas de telecomunicaciones con el objetivo de mejorar las infraestructuras de comunicación en el continente. Desde entonces, PANAFTEL ha emprendido varios proyectos con el apoyo de la UIT, entre los que se incluyen el mejoramiento de las comunicaciones de la CEAO.
- (38) El resumen de los planes existentes a fines de 1981 se encuentran en PANA (1981).
- (39) En 1981, estos 14 lugares del Consejo Intergubernamental se distribuían de la siguiente manera:
 Africa del Norte: Argelia, Marruecos.
 Africa Occidental: Ghana, Guinea, Mauritania, Sierra Leone.
 Africa Central: Angola, Camerún, Rwanda.
 Africa Oriental: Mauricio, Kenya, Uganda.
 Africa del Sur: Lesotho, Mozambique.
- (40) Shilov, V., *op. cit.*, p. 19.
- (41) Datos recogidos por Spinnelli, *op. cit.*
- (42) Third Arab Education Ministers Conference. Kuwait 1968.
- (43) Aboubakr, Yehia (1980).
- (44) Informe de MENA a UNESCO, Monographs III, pp. 104–105.
- (45) *Ibid.*, p. 104.
- (46) UNESCO (1977/1978): Monographs II, pp. 75–78.
- (47) UNESCO (1977/1978): International Commission for the Study of Communication Problems: Working Papers No. 12. p. 10.
- (48) Harris, Phil & Malczek, Harald (1979): “Flow of news in the Gulf region and news exchanges with Europe”.
 Harris, P., Malczek, H. & Ozkok, E. (1979), pp. 1–42.
- (49) *Ibid.*, pp. 29–30.
- (50) The Federation of Arab News Agencies, FANA. Informativo del Secretariado de FANA, 1982.

- (51) "Afro-Arab news orgs chart progress". **AFRICOM** vol. 1 No. 4, June August 1977, p. 5.
- (52) **Segundo Encuentro de Agencias de Noticias Arabes y Latinoamericanas**. Acapulco (México), 4-5 Abril 1981.
- (53) UNESCO (1977/1978): Monographs III, p. 106.
- (54) *Ibid.*, p. 107.

AMERICA LATINA Y EL CARIBE: INVENTARIO DE RECURSOS

“Muchos han imaginado Repúblicas y principados que nunca vieron ni existieron en realidad. Hay tanta distancia de cómo se vive a cómo se debería vivir, que el que deja el estudio de lo que se hace para estudiar lo que se debería hacer aprende más bien lo que debe obrar su ruina que lo que debe preservar de ella. . .”

Maquiavelo

En la primera y segunda parte de este libro vimos algunos datos concernientes a las relaciones de las agencias transnacionales con nuestra región. Vimos que, mientras Asia, Africa y los países árabes dependen en mayor medida de las agencias europeas, América Latina depende principalmente de Associated Press y United Press International para sus noticias internacionales. También, que los medios latinoamericanos tienden a ser más dependientes que los medios de las restantes regiones del Tercer Mundo, lo cual se manifiesta en el hecho de que esta región es la única en la cual el porcentaje de noticias sobre Estados Unidos y Europa Occidental tiende sistemáticamente a superar el porcentaje de noticias sobre la propia región.

Esta situación se explica, en parte, por el atraso de la región en materia de agencias nacionales. En América Latina se encuentran algunas de las agencias nacionales más grandes del Tercer Mundo (como NOTIMEX, PRELA y VENPRESS), pero si se toma al conjunto de la región, es la más pobre en agencias nacionales. Esto no es resultado de la escasez de recursos, ya que si bien este

problema es visible en muchos países, y en algunos casos es realmente grave, el conjunto de la región es claramente menos pobre que, por ejemplo, muchos países recientemente descolonizados en África. La situación de los medios masivos, por otra parte, es también mejor que la existencia en la mayoría de las otras regiones subdesarrolladas: tienen mejores recursos humanos, técnicos y de financiamiento, y aunque también se encuentra una gran cantidad de medios que requieren apoyo de todo tipo, en el continente existen grandes cadenas de prensa y televisión que mueven capitales enormes.

Con tales recursos habría sido posible crear algunas alternativas nacionales y regionales, si es que hubiese existido la voluntad política para ello. Pero los Estados latinoamericanos sostuvieron tradicionalmente una política de "dejar hacer" en este campo, y recién a mediados de los 70 comenzaron a vislumbrar sus deberes y responsabilidades en el campo de la comunicación e información nacional. Este cambio de perspectivas es el que se expresó en la Conferencia de Costa Rica, en 1976, sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe. Pero, si bien esa conferencia y otros eventos relacionados manifiestan una innovación en los enfoques tradicionales, están muy lejos de significar que ellos se traducirán con rapidez y coherencia en las acciones concretas que los mismos Estados impulsan. Los Estados son precarios en estos países, como en todo el Tercer Mundo, y cada cambio de gobierno conlleva cambios de políticas que son siempre radicales en la medida que los países no tienen mecanismos estables y sólidos para permitir una planificación de largo plazo, como ocurre con los países desarrollados.

Del lado de los medios privados, por otra parte, aunque desde hace algunos años se ha manifestado cierta disconformidad con los servicios tradicionales de noticias, no ha existido una posición más coherente ni más efectiva que la de los propios Estados. Esto se advierte en los casos de insatisfacciones, pero hay muchos casos, especialmente entre los medios más influyentes, en que la dependencia informativa es vista como un fenómeno natural inevitable, y en que se la consagra con argumentos que apoyan las opiniones más conservadoras del mundo industrializado, según la cual esta dependencia sólo expresa una inferioridad cultural de los pueblos

subdesarrollados. Un ejemplo de esta actitud es el editorial del diario argentino "La Nación", uno de los más antiguos de la región, publicado el 11 de Mayo de 1981. En él se refería a las propuestas de UNESCO sobre la necesidad de que los países en desarrollo dispongan de sus propias agencias y medios de información, y comentaba:

"¿Pero qué información?— ¿Qué centros de noticias pueden ser países que están en plena evolución hacia formas de estructuras civilizadoras que determinarán, con el correr de los siglos, si son capaces de crear instituciones que prevalezcan a través del tiempo y de enriquecer su caudal artístico y cultural con algo que se parezca a lo que nos ofrecen los países del Norte del Ecuador? Al hacernos esta pregunta estamos pensando en la América Latina. No nos atrevemos a pensar qué pueden ofrecer al mundo los países africanos"... "Asia, Africa y Oceanía forman también la UNESCO con su número y su voto, pero el alma de esta organización internacional proviene de la civilización que nos toca vivir. Esto no debería interpretarse como una apología al hecho de que la cultura y la información circulen en el mundo de Norte a Sur, sino como una necesidad de registrar una manifestación objetiva de naturaleza insoslayable" (1).

Esta mentalidad explica, en gran medida, la carencia de alternativas propias en la región. La misma mentalidad suscribe, sin ninguna capacidad crítica, todos los aspectos de la ideología liberal de la prensa, según la cual esta es independiente en la medida que depende de los grandes capitales privados. Y como América Latina es la única región que ha calcado el modelo de propiedad privada de los medios norteamericanos, también es la única región en el Tercer Mundo en la cual los medios y los Estados nacionales se enfrentan constantemente en luchas estériles, que sólo benefician la perpetuación de la dependencia cultural e informativa. Esto no significa que en otras regiones no existan desacuerdos y contradicciones entre Estados y medios, sino que en nuestra región estas contradicciones asumen formas y grados que normalmente impiden que cualquiera de las dos partes cedan en beneficio del interés nacional y regional.

En otros planes los medios y los Estados se encuentran con

facilidad, y las contradicciones son más aparentes que reales: los Estados están entre los principales avisadores, por ejemplo, y los grandes medios son complacientes con el avisaje y la publicidad gubernamental en la medida que las cuentas estatales de este rubro pasan a engrosar sus propias arcas. En el plano político los medios normalmente están lejos de ser los centinelas del quehacer gubernamental, y utilizan su poder para presionar y participar en el poder de los gobiernos. Todo ello está bien, para los grandes medios, mientras no existan acuerdos contractuales visibles y ello les permita mantener una coherencia ideológica compatible con sus nociones particulares de libertad de prensa. Para los efectos de la sociedad total, sin embargo, sería mucho más sano si los acuerdos que sin duda existen entre estos sectores se hicieran visibles y asumieran formas contractuales que se pudieran examinar desde el punto de vista del interés público. Mientras esto no ocurra, América Latina seguirá empantanada en sus problemas de información y comunicación.

Existiendo este problema, aquellos grandes medios que no están del todo satisfechos con los servicios de las agencias transnacionales han buscado otras vías para compensar sus carencias, y de allí surgió una forma de asociación de medios locales con una agencia transnacional: la Agencia Latinoamericana de Información, LATIN. Esta fue creada en 1970 por 13 grandes diarios de la región, en asociación con Reuters. Reuters tomó las funciones gerenciales, definición de políticas informativas y administración de la nueva agencia y le imprimió un sello que si bien en algunos aspectos le da un carácter más profesional, en otros reproduce precisamente las cuestiones que motivaron a los grandes diarios a tratar de crear una alternativa noticiosa regional. Por ello, aunque LATIN/Reuters marcó un momento histórico al constituirse en la primera expresión concreta de un interés local por participar en la producción y circulación de noticias, expresa al mismo tiempo un tipo de solución dependiente que no ha logrado satisfacer las expectativas regionales.

En América Central, otros medios quisieron reproducir el experimento de LATIN/Reuters, pero ninguna de las agencias transnacionales se interesó en ello -ni siquiera Reuters, que tampoco estaba tan satisfecha de la experiencia de LATIN- y formaron final-

mente una agencia asociada con EFE, la agencia española, quien participa con un tercio de las acciones. Esta agencia es ACAN/EFE, la Agencia Centroamericana de Noticias, que fue fundada en 1972. Al igual que Reuters en LATIN, EFE nombra al Gerente General en ACAN y tiene a su cargo las principales funciones directivas y técnicas de la agencia, reproduciendo un modelo asociado en que las principales decisiones quedan en manos foráneas.

Pese a estas limitaciones, ambas agencias, LATIN y ACAN, tienen el mérito indiscutible de haber creado un volumen de noticias más centrado en la región, y constituyen los primeros pasos de la América del Sur y Central para salir de la dependencia total en que se ha vivido por tantos años.

CAPITULO XI

INVENTARIO DE AGENCIAS NACIONALES EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE (2)

Los casos de LATIN y ACAN representan fórmulas de asociación entre medios privados y agencias extranjeras, y muchas de sus limitaciones surgen del hecho de que, al no contar con agencias nacionales ni con la experiencia que surge del manejo de ellas, los medios locales han debido dejar todas las funciones directivas y organizativas en manos de tales agencias. Esto es una dificultad que no podrá ser resuelta a menos que los países de la región se empeñen en crear sus agencias nacionales, ya que cualquier fórmula alternativa se debilita por la incapacidad de recolección, procesamiento y distribución de noticias a nivel nacional. Pero, si bien algunos medios nacionales tienen recursos como para apoyar una fórmula regional, ellos normalmente no son suficientes como para sostener solos una agencia nacional: en este sentido, América Latina no se diferencia de las restantes regiones del Tercer Mundo, pueden elegir asociarse con los Estados de la región o con agencias transnacionales, pero no tienen posibilidades tampoco de crear alternativas solamente independientes.

Esto se refleja concretamente en la pobreza regional en núme-

ro y capacidades de las agencias nacionales existentes. Tomar conciencia de este hecho es muy importante: cualquiera sea el tratamiento que reciba la región en las informaciones de las agencias transnacionales, América Latina no podrá participar en el flujo internacional de noticias a menos que desarrolle una capacidad propia para producir sus propias versiones de la realidad. De allí la trascendencia de los esfuerzos para establecer agencias nacionales en todos los países, y para crear redes nacionales para el intercambio de la información latinoamericana.

Antes de estudiar las alternativas regionales creadas hasta el momento, veremos la situación de cada país en términos de las agencias con que cuentan cada uno de ellos: el inventario más completo de la situación de las agencias de noticias en la región fue hecho en 1978 por el Dr. Roberto Savio, Director General de IPS Tercer Mundo. Este inventario fue hecho a solicitud de UNESCO, como parte de los estudios de base para el diseño del Proyecto ALASEI que veremos más adelante. En este capítulo revisaremos los resultados de dicho inventario, actualizando algunos datos en todos los casos en que es posible recoger información adicional.

Para los efectos del inventario, Savio definió como "agencias nacionales de noticias" todas las entidades profesionales privadas, estatales o mixtas, dedicadas a la distribución gratuita o remunerada de información nacional. Si hubiese seguido la definición tradicional, aunque no escrita, de "agencia nacional" como sinónimo de "agencia estatal", los resultados habrían sido mínimos ya que éstas son muy pocas en la región. Lo mismo hubiese ocurrido si hubiese restringido el inventario a aquellas agencias que tienen alcance nacional, es decir, la capacidad para recoger y distribuir noticias en todo el territorio nacional. La mayor parte de los servicios noticiosos latinoamericanos tienen sólo alcance urbano, restringido a la capital y a las mayores ciudades del país.

Como se había hecho notar la falta de un catastro de todos los recursos de producción de noticias en la región, el autor optó por utilizar la definición más amplia posible. Incluyó entonces a todas las agencias, independientemente de sus características de propiedad y alcance, con la sola condición de que sus tareas de recolección y difusión de noticias fuesen realizadas con un mínimo

de periodicidad y recursos técnicos. El inventario se amplió así a todos los servicios existentes, incluyendo aquellos que usan teletipo, telex e incluso, sólo mensajeros como medios de comunicación.

El estudio abarcó a 21 países: Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Venezuela y Uruguay. En 1978, cuando se recogieron los datos, los siguientes países -casi todos los de América Central y el Caribe- carecían completamente de agencias nacionales: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Guyana, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Trinidad y Tobago, y Uruguay.

Estos primeros rasgos del estudio de Savio implican dos resultados centrales para el diagnóstico de la región: 1.- La mitad de los países del área, incluyendo al Caribe, no tienen agencias de ningún tipo; y 2.- Los restantes tienen agencias cuyo tamaño y alcance varían desde lo que podría llamarse propiamente "nacional", hasta servicios informativos que en muchos casos operan sólo en la capital y entregan sus boletines por medio de mensajeros. Estos últimos no son servicios realmente nacionales, y en general no llegan tampoco a ser embriones de futuras agencias, pero son a veces todos los recursos con que cuenta un país.

El cuestionario utilizado por Savio incluía los aspectos claves para conocer las características y operaciones de un servicio informativo:

- La situación actual de cada agencia;
- Sus relaciones con las agencias latinoamericanas e internacionales;
- Sus fuentes de información nacional, regional e internacional;
- El volumen de transmisión de noticias;
- Sus recursos financieros, técnicos y humanos;
- El número de clientes o abonados al servicio.

Algunos entrevistados se negaron a responder parte o todo el cuestionario. Según el autor, ésto ocurrió con más frecuencia en-

tre empresas privadas que “son muy evasivas en cuestiones de propiedad y presupuesto, por razones básicamente de orden tributario, aunque también influyen las de orden político” (3). Aunque el autor compiló también datos de otras fuentes, en algunos casos esta negativa significó contar con poco más que el nombre de las empresas, lo cual ejemplifica una de las dificultades para hacer investigación en este campo.

A continuación veremos la situación de cada país:

ARGENTINA

En este país existe sólo una agencia de alcance nacional: TELAM. Savio registró además otras tres entidades que operan con regularidad en la recolección y distribución de informaciones, aunque sin cubrir todo el territorio nacional: NOTICIAS ARGENTINAS (NA); ORGANIZACION NOTICIOSA ARGENTINA (ONA); y CENTRO DE INFORMACION Y DOCUMENTACION (CID).

TELAM es una sociedad anónima cuyo paquete accionario pertenece íntegramente al Estado, y se encuentra en poder de la Secretaría de Información Pública (SIP) de la Presidencia de la República. La SIP designa a los miembros del Directorio, aunque la empresa se rige por la legislación vigente para sociedades comerciales. Por su dependencia del Estado, TELAM es la voz oficial del sector público.

TELAM es una de las mayores agencias nacionales en la región. En 1973 transmitía 20 horas diarias todos los días y usaba teletipo, telex, radioteletipo y teléfono. Producía un total de 200 despachos diarios, distribuidos en un servicio para la Capital Federal y otro para el interior, además de varios boletines diarios con síntesis de noticias nacionales y extranjeras para uso de la radiodifusión. En la misma época empleaba alrededor de 300 personas, entre las cuales había 60 periodistas y 60 técnicos.

La misma agencia opera también en el campo de la publicidad. Según antecedentes recogidos por Savio, el crecimiento de TELAM se explica a partir de una decisión gubernamental adoptada en 1966. En tal época, el Estado le otorgó el monopolio de la

explotación publicitaria en todas las entidades y empresas estatales, que hasta entonces había estado a cargo de empresas privadas de publicidad. TELAM creció rápidamente, pero la parte periodística de la empresa quedó rezagada. La situación cambió otra vez en 1973, cuando el gobierno aplicó los términos de una ley dictada en 1951, que prohibía a las agencias internacionales de prensa participar en el tráfico de informaciones locales. Hasta entonces, Associated Press y UPI controlaban la información nacional para medios argentinos. El veto gubernamental dio un nuevo impulso al crecimiento de TELAM, al abrirle el mercado nacional, y como controlaba al mismo tiempo la publicidad estatal, muchos medios se abonaron a sus servicios para obtener contratos de publicidad.

TELAM mantiene cronistas acreditados en todos los organismos oficiales, y tiene corresponsales en las principales ciudades del país. No tiene corresponsales en el extranjero, pero mantiene convenios con varias agencias internacionales. En 1979 tenía convenios con LATIN—REUTER, EFE, DPA, ANSA y AICA (Agencia Internacional Católica, con sede en Buenos Aires). También realizaba intercambios con PRELA, TANJUG, y HSINHUA; recibía artículos de CNA, de Taiwán, y el material del Pool de los No Alineados a través de TANJUG. No recibía material de la UPI, porque el distribuidor exclusivo de ésta en la Argentina era NOTICIAS ARGENTINAS, ni compraban el material de Associated Press, por considerarlo demasiado caro en comparación con la calidad del servicio. En 1976 tuvo un convenio con IPS Tercer Mundo, que le servía de “carrier” para sus contactos con el Pool de los No Alineados. Este convenio no fue renovado y desde entonces las relaciones con IPS quedaron suspendidas.

En 1978 tenía 380 clientes en el país, 20^o/o de los cuales eran organismos y empresas estatales. El último presupuesto estimado para el sector periodístico de la empresa era, en esa fecha, cercano al millón de dólares al año. La parte periodística parece ser crónicamente deficitaria en TELAM, pero ha contado con subsidios estatales en varias épocas y continúa siendo la mayor agencia de noticias en Argentina.

NOTICIAS ARGENTINAS es una empresa privada que nació a raíz de la decisión de 1973: los abonados de Associated Press y

United Press International crearon una sociedad anónima para explotar la venta de servicios periodísticos nacionales y asegurar la provisión de noticias, al margen de TELAM, para sus propios medios. De allí surgió NA, que tiene sede en Buenos Aires y cuyo directorio era presidido en 1978 por el titular del diario provincial "Río Negro".

NA no tiene corresponsales en provincias ni en el extranjero. Obtiene información nacional de los servicios de sus propios abonados y distribuye información internacional proporcionada por la UPI, con quien tiene contrato exclusivo. El personal y los equipos que la UPI dejó al aplicarse la ley en 1973 fueron ocupados por NA, quien utiliza teletipos para transmitir dos servicios diarios, todos los días, con un total de 18 horas de transmisiones. En 1978 tenía 142 abonados en el país (diarios, radios y televisoras) y un presupuesto mensual de 20 mil dólares.

La tercera agencia registrada por Savio es SAPORITI: una antigua empresa familiar que se transformó en sociedad anónima y que en 1978 tenía 18 abonados, de los cuales la mayor parte eran radios. Usa teletipo y mensajeros, transmite en forma discontinua alrededor de 12 horas diarias y no tiene servicios diferenciados. No tiene corresponsales en provincias ni en el extranjero, y se ocupa especialmente de noticias de fuentes gubernamentales. SAPORITI tiene convenio con la agencia española EFE, que es su única fuente de noticias internacionales.

Finalmente, está la ORGANIZACION NOTICIOSA ARGENTINA (ONA), una agencia que produce artículos sobre temas nacionales e internacionales, con énfasis en cuestiones de economía y tecnología. Es presidida por un alto funcionario del Banco de Boston de Buenos Aires. En 1978 no tenía convenios con ninguna agencia internacional, aunque antes tuvo intercambios con IPS Tercer Mundo, y sus únicas fuentes son los empresarios privados que le proporcionan sus recursos. ONA distribuye servicios semanales, por correo y gratuitamente, a diarios del interior. En 1978 empleaba a cuatro redactores y dos administradores.

BOLIVIA

Este país no tiene agencia nacional propiamente tal. La Se-

cretaría de Informaciones de la Presidencia de la República distribuye un boletín preparado a partir de fuentes oficiales de la capital, y tiene corresponsales en los principales centros del interior: Cochabamba, Santa Cruz, Potosí y Oruro. El mismo servicio, que usa la sigla BOLPRESS, prepara una selección de despachos que son distribuidos internacionalmente a través de ASIN, Acción de Sistemas Informativos Nacionales, un sistema de intercambios intergubernamental cuyas características veremos más adelante.

En cuanto a fuentes internacionales, BOLPRESS tiene convenio con IPS Tercer Mundo y recibe también el servicio de ASIN, gracias al cual tiene información directa de otros doce países de América Latina y el Caribe. En 1979 la Secretaría de Informaciones empleaba a siete periodistas encargados de la preparación del boletín nacional, de las informaciones que envía diariamente a través de ASIN, y del boletín del servicio diplomático boliviano para América Latina y algunos países europeos. Todo ello funciona cinco días a la semana, de lunes a viernes.

El presupuesto general de la Secretaría de Informaciones de la República llegaba en 1978 a 1.150.000 dólares al año, lo cual cubría gastos de la radio, la televisora y la editorial estatal. El servicio de prensa ocupaba alrededor del 15^o/o de este presupuesto, lo cual permite estimar un presupuesto mensual de menos de 15.000 dólares para BOLPRESS. El servicio periodístico es distribuido gratuitamente a los medios bolivianos, privados y estatales.

En Bolivia también existe la AGENCIA DE NOTICIAS FIDES (ANF), asociada a la radio católica "Fides". La vida de este servicio ha sido afectada por varios recesos, que dependen de los vaivenes de la radio. El presupuesto y la redacción de ANF están directamente ligados a la radio, la cual empleaba en 1978 a dos administrativos, dos redactores, tres cronistas reporteros y cuatro corresponsales en provincia. En la misma época ANF emitía un boletín semanal de dos mil palabras con información nacional. La información internacional, muy escasa en este servicio, era producto de informaciones proporcionadas por agencias de Naciones Unidas (UNESCO, CEPAL, etc.). El boletín de ANF era distribuido por mensajero en La Paz, y por correo a provincias. En 1978 tenía alrededor de 300 abonados que pagaban 60 dólares anuales cada

uno, y distribuía gratuitamente el mismo material a sectores del clero nacional.

BRASIL

Savio señala en su informe que casi la totalidad de las agencias de prensa en Brasil, todas privadas, eludieron los datos sobre costos, ingresos, presupuestos y composición del capital usado en sus operaciones. Más allá de las razones tributarias, el autor atribuye estas reservas al cuidado para evitar problemas sindicales: muchas agencias son propiedad de diarios, y el material comercializado por las agencias está basado en las informaciones redactadas para los diarios. Como los periodistas envueltos en la producción de estas informaciones no obtienen utilidades adicionales por la doble venta de su trabajo, las agencias son cuidadosas con los datos presupuestarios. De hecho, cuando esto ocurre los periodistas afectados tendrían razones legítimas para plantear conflictos laborales.

El inventario de Savio indica que Brasil cuenta con una agencia estatal, pero también hay varias agencias privadas: JORNAL DO BRASIL; O ESTADO DO SAO PAULO; O GLOBO; ABRIL PRESS; TELENOTICIAS VISAO; FOLHA DO SAO PAULO; ANDA; ZOOM; MANCHETTE PRESS; ISTO E.; CALDAS JR.; COOJORNAL; PLANALTO; y SPORT PRESS. De todas ellas, JORNAL DO BRASIL y O ESTADO DO SAO PAULO tienen alcance nacional y convenios con Associated Press y United Press International, respectivamente. Ambas sirven además a la televisión y al cine.

La agencia estatal se llama EMPRESA BRASILEIRA DE NOTICIAS (EBN) y depende de la Secretaría de Comunicación Social, un organismo dependiente de la Presidencia de la República. La EBN está subordinada a dicha Secretaría (SECOM) desde 1979, año en que se aprobó su nuevo estatuto. Según tal estatuto, sus funciones incluyen: a) la recolección, producción, transmisión y distribución directa, o en colaboración con medios de comunicación pública federal y otros de interés público en las áreas política, económico—financiera, cívica, social, deportiva, cultural y artística; b) coordinar y distribuir la publicidad de los órganos y entidades de la administración federal, entendiendo por tal la publica-

ción de avisos, balances, informes y otros que deben ser divulgados por disposiciones legales; y c) proveer al Ministro Secretario de Comunicación Social de la Presidencia de la República los medios necesarios para la formulación e implantación de la política de comunicación social del poder ejecutivo (Dec. No. 83993 del 19/09/79).

Las nuevas funciones son bastante más amplias que las de una simple agencia de noticias, especialmente cuando se toma en cuenta sus tareas en relación con la formulación de una política de comunicación, pero la puesta en práctica del nuevo estatuto se está haciendo gradualmente y no consta que EBN esté aún cumpliendo todas esas funciones.

EBN reemplazó a la "Agencia Nacional", que también era de propiedad estatal y la más grande del país. En 1978 AN entregaba cuatro boletines diarios para prensa y otros para radio y televisión, y algunas estimaciones no oficiales le atribuían un presupuesto cercano a los 2,5 millones de dólares al año. La misma agencia producía documentales para cine y un programa para la radio, y entregaba todo el material gratis. Al parecer, EBN realiza ahora las mismas tareas, pero se esfuerza en modernizar, sus operaciones y recursos. En 1981 EBN tenía ya una moderna estructura con correspondencias en 22 estados del país y una planta de 48 periodistas. Había anunciado aumentos de la planta periodística (ésta iba a subir a 300, más de cien de los cuales trabajarían en la central de la agencia en Brasilia); intenciones de entrar en el mercado de ventas, y la instalación de un sistema computarizado para transmisión automática (4).

También había establecido su división internacional para coordinar informaciones sobre viajes presidenciales al exterior, había iniciado contactos con TELAM y manifestado intenciones de establecer convenios con otras agencias nacionales de dentro y fuera de la región.

El campo de las agencias privadas es dominado por las dos mayores, JORNAL DO BRASIL y O ESTADO DO SAO PAULO, que en 1979 llegaban a más de doscientos medios brasileños y tenían redacciones de alrededor de 20 profesionales que editan el material de los diarios a los cuales pertenecen estas agencias. El

resto de las agencias privadas son bastante más pequeñas y en la mayoría de los casos, muy especializadas: ZOOM, por ejemplo, actuaba como agente de derechos autorales vendiendo en Brasil fotos y textos publicados en revistas europeas. O GLOBO servía sólo a los medios de la cadena "O GLOBO". ABRIL PRESS pertenece a una de las mayores editoriales del continente, que edita las revistas "Veja", "Quatro Rodas", "Claudia", "Realidade" y otras, y sirve a las revistas de dicha editorial. FOLHA DO SAO PAULO servía a los siete diarios del grupo editorial "Folha" y era más bien una central de redistribución para los miembros del mismo grupo.

Pese a que en 1978 el Ministerio de Industria y Comercio de Brasil registraba la existencia de veinte agencias, en esa época había sólo 14 en operaciones y de éstas, las más importantes eran la agencia estatal y las dos privadas mencionadas antes. Todas las privadas están ligadas a grupos propietarios de medios de comunicación y tienden a servir exclusivamente a sus propios medios. Una excepción en la forma de propiedad de las agencias estudiadas en 1978 era COOJORNAL, que formaba parte de una cooperativa de periodistas de Rio Grande do Sul y que actuaba en cooperación con "Caldas Jr.". En 1978 COOJORNAL distribuía esporádicamente el material publicado en el quincenario Coojornal, uno de los periódicos conocidos en Brasil como prensa "nanica".

COLOMBIA

En Colombia existe un servicio informativo oficial, dependiente de la Secretaría de Información de la Presidencia de la República. Este edita un boletín que distribuye gratuitamente a los medios nacionales, por mensajero, y el "Noticiero Colombiano", que se transmite por la radio y televisión estatal.

La Secretaría de Informaciones contaba, en 1978, con nueve periodistas, un teletipista y doce administrativos. El mismo personal producía un boletín para distribución internacional, identificado por la sigla COLPRESS, que se envía por teletipo a ASIN y al Pool de los No Alineados por los canales de IPS.

Savio encontró además otros cuatro servicios informativos

privados: COLOMBIA PRESS; CIEP; SNP y PERIODISTAS ASOCIADOS.

COLOMBIA PRESS tiene un solo propietario, que es el director de la misma. No tiene corresponsalías nacionales ni convenios con ninguna agencia nacional o internacional. Transmite diariamente un servicio noticioso de duración irregular, por mensajero y por telex. En 1978 tenía 10 abonados y empleaba a cinco periodistas, un teletipista y cinco administrativos. Pese a que no tenía corresponsales en el exterior, ni convenios con otras agencias, editaba un "Servicio Latinoamericano" de aparición irregular.

EL SERVICIO NACIONAL DE PRENSA, SNP, es una sociedad familiar cuyo representante, propietario, director y gerente es un periodista que trabaja al mismo tiempo en una cadena radial colombiana. No tiene corresponsales ni convenios con ninguna agencia. El servicio informativo es limitado y pone énfasis en las noticias deportivas. En 1978 tenía tres abonados en provincia y empleaba a tres periodistas y tres administrativos.

PERIODISTAS ASOCIADOS es una pequeña agencia privada, creada en 1976, que luego de sufrir divisiones y pérdidas pasó a servir solamente al noticiero de televisión "Cantaclaro", además de distribuir algunas notas y fotos deportivas. No ocupaba a otros servicios informativos, no cubría la actualidad internacional, y en la práctica había dejado de funcionar como agencia de noticias en Enero de 1979.

CIEP (CENTRO INFORMATIVO DEL PAIS), por su parte, fue creada como corresponsalía en Bogotá para servir a dos diarios del interior. De allí ha tratado de comercializar sus artículos en otros medios, pero sin mayor éxito. Sus finanzas dependen totalmente del periódico "El País", de Cali, quien comercializa el servicio. En 1978 tenía cinco abonados y empleaba a seis periodistas, un teletipista y cuatro administrativos.

Ninguna de estas agencias podría llamarse "nacional", ya que aparte de carecer de corresponsales, sirven a muy pocos medios. La magnitud de sus operaciones puede ser estimada además, por el presupuesto mensual para salarios, que según datos obtenidos por

Savio era de 1.700 dólares en el caso de COLOMBIA PRES; menos de 500 dólares en PERIODISTAS ASOCIADOS; 4.200 dólares en CIEP; y menos de 1.000 dólares en SNP.

COSTA RICA

Costa Rica no tiene agencia nacional, y sus medios dependen de la información proporcionada por agencias internacionales y por las regionales ACAN—EFE y LATIN—REUTER.

En 1979, éste país participó en la creación de ASIN, y a mediados del mismo año la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Presidencia organizó un servicio informativo para el intercambio con los restantes países del sistema. Este servicio circulaba con la sigla CRI y era la voz oficial de Costa Rica en el exterior. El gobierno recibía, por la misma vía de ASIN, las informaciones de los otros países miembros y así pudo enriquecer sus fuentes de información internacional. Sin embargo, CRI no llegó a ser una agencia nacional, aunque fue el embrión de lo que podría llegar a ser la primera y única agencia del país, creada por el impulso estatal.

En 1980, el entonces Viceministro de la Presidencia elaboró un Plan Nacional de Comunicación Integral, que incluía el fortalecimiento de las redes de comunicación nacional y la creación de mejores infraestructuras de comunicación internacional. Desde entonces, razones de política interna han retrasado la puesta en marcha de dicho plan, y Costa Rica no tiene aún una agencia de noticias nacionales.

CHILE

En este país existe la agencia de noticias ORBE, que operó como empresa privada durante más de 20 años, y que en 1976 fue adquirida por el Estado, pasando a tener un directorio compuesto por cinco miembros designados por la Junta Militar de Gobierno. En 1978 tenía una estructura de siete "sedes regionales" que le permitía reunir informaciones de las principales regiones del país, y rebotarla desde su sede en Santiago. En la misma época transmitía 16 horas diarias, con un total aproximado de 40 mil palabras diarias en noticias nacionales e internacionales.

ORBE tenía alrededor de 50 abonados y contaba con 35 periodistas, 15 teletipistas y 20 administrativos. En lo nacional, sus principales fuentes eran los organismos públicos. En lo internacional tenía convenio con DPA, la agencia alemana, y en 1979 hizo convenios con EFE y LATIN-REUTER, pero su principal fuente continuó siendo DPA: distribuía las noticias de esta agencia en todo el país, mientras que usaba a EFE y LATIN-REUTER sólo para su servicio de provincias.

En marzo de 1978 se formó la agencia privada SERVICIOS DE PRENSA ASOCIADA Ltda., SPA. Entonces tenía menos de 20 clientes y un servicio formado por alrededor de 80 despachos diarios transmitidos por teletipo. Tenía 11 corresponsales en provincia y empleaba a 18 periodistas, 4 técnicos y 9 administrativos, pero su existencia era aún precaria. No tenía convenios con ninguna agencia internacional, aunque estaba estudiando la posibilidad de establecer algunos.

CUBA

El gobierno cubano fundó, en 1959, la Agencia de Información Latinoamericana PRENSA LATINA (PRELA), con el propósito de "difundir la verdad revolucionaria de Cuba, de los países socialistas, del Movimiento de los No Alineados, de las luchas de la clase obrera en los países capitalistas y de los movimientos de liberación nacional". Nacida como agencia latinoamericana, el paso del tiempo ha mostrado que es sólo la agencia oficial de Cuba, aunque mantiene intereses de alcance regional.

En 1978, Savio encontró que es la única agencia nacional de América Latina que tiene infraestructura de comunicaciones internacionales, con oficinas y actividades en varias regiones. Pero su campo de acción es limitado por sus obvios compromisos ideológicos, que le impiden entrar en varios países de la región.

PRELA tiene, en el plano nacional, una red de corresponsales que le permite tener una amplia cobertura. En 1978 tenía además 35 oficinas en todo el mundo: 12 en América Latina; 10 en los países socialistas; 7 en Europa Occidental; 4 en África y Medio Oriente; y 2 en Asia, aparte de siete colaboradores y correspon-

les viajeros. También recibía informaciones de 32 agencias, la mayoría, por teletipo. Entre las últimas figuran las transnacionales UPI, AP, REUTER y AFP, además de otras agencias europeas, socialistas, africanas, árabes, asiáticas y latinoamericanas. También tiene contrato con CANA (Caribbean News Agency), con la cual tiene un acuerdo bilateral que es el único suscrito por CANA con alguna agencia de la región. PRELA también forma parte del Pool de los No Alineados, del cual es sede para América Latina, junto con NOTIMEX.

PRELA transmite diariamente entre 250 y 300 despachos noticiosos en castellano, francés e inglés. Distribuye tres boletines diarios a los medios de La Habana, además de las emisiones de radio y televisión para provincias. Sus servicios de prensa incluyen además una "Síntesis Latinoamericana" que es una selección bisemanal de la información cablegráfica editada en Praga para 150 receptores en casi 40 países; "Latin American Roundup", una selección bisemanal equivalente a la anterior, en inglés; "Direct from Cuba", un quincenario con información internacional que es enviado a 30 países; "Expreso PL", una selección semanal de la información cablegráfica que llega al Caribe y América Central; e "Integración Económica Socialista", editado en colaboración con la agencia soviética NOVOSTI, que ofrece información sobre las actividades del Consejo de Ayuda Mutua Económica, CAME.

PRELA produce despachos noticiosos y servicios especiales: artículos, entrevistas, crónicas, reportajes, etc. que distribuye por vía aérea. Sus servicios gráficos incluyen fotografías, reportajes gráficos, radiofotos, historietas y caricaturas. Para el servicio de radiofotos, usa los canales del sistema Photo International, de la República Democrática Alemana, que le conecta con los países socialistas.

La agencia emplea alrededor de 450 personas en la central de La Habana, 100 de las cuales son periodistas. El presupuesto de PRELA es desconocido. Según la información entregada a la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, "los recursos de la agencia derivan de contratos que ha firmado con todos los medios de comunicación cubanos (diarios, revistas, radio y televisión), entidades estatales y otras institucio-

nes no estatales que usan los servicios de PRELA. En el extranjero, la agencia ha firmado contratos con medios de masas que son abonados a los servicios de noticias, de fotografías y revistas publicadas por PRELA" (5).

ECUADOR

Este país tiene una Secretaría Nacional de Información Pública, SENDIP, creada por Decreto No. 1.348 de 1972. Depende directamente de la Presidencia y elabora tres boletines diarios de información oficial que son entregados gratuitamente a los medios nacionales y a las agencias internacionales que operan en Ecuador.

Para la información nacional cuenta con su sede en Quito y con oficinas regionales en Guayas, Azuay y Manabí, además de corresponsales en varias provincias, con los que se comunica por telex. SENDIP prepara también el boletín oficial para las embajadas del Ecuador, y lo envía a éstas a través de los canales de la agencia EFE. Recibe información internacional de IPS Tercer Mundo, del Pool de los No Alineados, y de ASIN, del cual es miembro activo. SENDIP participa en ASIN con la sigla ECUAPRESS.

En Ecuador existen además dos agencias privadas: SERVICIO DE PRENSA DEL ECUADOR (SEPE); y la AGENCIA ECUATORIANA DE PRENSA (AEP). AEP tiene sede en Guayaquil y corresponsales en las principales ciudades del país. En 1978 empleaba a 25 periodistas, de los cuales 19 eran corresponsales a tiempo parcial, y producía un boletín de 10 mil palabras diarias distribuido por mensajero y, en algunos casos, por teletipo y teléfono. No tenía red propia de telecomunicaciones y se financiaba con el pago de sus abonados. Su presupuesto mensual estimado en 1978 era cercano a los 5.000 dólares, y no tenía convenios con agencias extranjeras ni se ocupaba de temas internacionales.

SEPE es una empresa familiar que presta servicios esporádicos de crónicas y reportajes, y cuya actividad principal es la corrección de estilo de documentos de otras entidades. No tiene relaciones con otras agencias y distribuye sus crónicas por medio de mensajeros. Su presupuesto es mínimo (en 1978 se estimaba en 2.500 dólares al año) y emplea sólo a dos redactores y dos administrativos.

GUYANA

Este país carecía de agencia nacional en 1978, pero gracias al impulso de sus relaciones con Acción de Sistemas Informativos Nacionales, cuya Vicepresidencia ocupa Guyana, inauguró su primera agencia nacional de noticias en 1980. Esta comenzó a operar en enero de 1981 y mantiene, además de sus intercambios con ASIN, convenios con Associated Press e IPS Tercer Mundo.

La agencia guyanesa, de propiedad estatal, opera con la sigla GNA (GUYANA NEWS AGENCY) y es una entidad autónoma controlada por un consejo cuya presidencia tiene el Ministro de Informaciones. El editor jefe actúa como ejecutivo máximo de la agencia, que cuenta con un staff de 14 personas.

GNA nació con un abierto compromiso con los principios de equidad y justicia planteados en relación con el Nuevo Orden Informativo Internacional. Los planes de la agencia son, además del reforzamiento de la capacidad nacional para comunicarse con otros países, la creación de una red nacional para mejorar la comunicación de la capital, Georgetown, con las zonas rurales y más desventajadas del país. Para ello se organizó con tres mesas editoriales: una encargada de las informaciones urbanas; una a cargo de las informaciones extranjeras, y otra a cargo de las informaciones provenientes de las zonas rurales del país.

Las funciones de GNA fueron definidas de la siguiente manera: a) canalizar material extranjero a los medios nacionales, al gobierno y a otras entidades del país. También, a través de sus misiones diplomáticas en el extranjero, a audiencias específicas de fuera del país; b) reunir información sobre los desarrollos de Guyana, especialmente en las áreas rurales, y entregarla al pueblo guyanés por medio de artículos de prensa y otros métodos informativos, vía radio y televisión; y c) proveer un servicio editorial, toda vez que sea necesario, para las informaciones internacionales, a fin de darles una orientación tercermundista y subrayar los significados de mayor interés para las audiencias nacionales (6).

GNA está actualmente instalando una red nacional de comunicaciones por teletipo. Una vez que esta etapa haya sido cumpli-

da, la agencia aspira a fortalecer sus comunicaciones regionales por medio del establecimiento de corresponsales propios en otros países del Caribe. La comunicación internacional más amplia está ya asegurada gracias a sus convenios con ASIN IPS Tercer Mundo, lo cual le permite participar también en el Pool de los No Alineados.

Aunque la creación de GNA fue vista en algunos sectores como el resultado de un conflicto con CANA (Caribbean News Agency), el gobierno explicó que la decisión de fundar una agencia nacional propia era ajena a tal conflicto, y resultaba más bien del esfuerzo nacional para alcanzar cierto grado de autoconfianza en el manejo de sus propias informaciones. La misma agencia se refiere a ésto en los siguientes términos:

“La necesidad de la creación de una agencia como GNA se había hecho cada vez más evidente debido al fracaso de CANA para cumplir sus objetivos. Las evidencias sobre el fracaso de CANA para cumplir con sus mandatos originales abunda, y los guyaneses conocen bien las formas en que CANA ha buscado dañar -voluntaria o involuntariamente, pero en todo caso, imperdonablemente- el bienestar y la estabilidad de la nación guyanesa. Sin embargo, GNA no fue creada para reemplazar a CANA. La decisión de crear GNA fue tomada mucho antes de que se decidiera prescindir de los servicios de CANA: lo primero ocurrió en abril de 1980 y lo segundo, en julio del mismo año. Por otra parte, aunque los medios estatales no compran ya los servicios de CANA, esta agencia sigue teniendo libertad para mantener su propio corresponsal en Guyana” (7).

Los principales clientes de CANA en Guyana (Guyana National Newspaper Limited; Guyana Broadcasting Corporation y el propio Ministerio de Información) cancelaron, debido a esta insatisfacción, sus contratos con CANA. Los efectos de tal medida serán vistas más adelante, al estudiar los problemas de la agencia del Caribe. Con todo, en 1981 el gobierno de Guyana declaró que estaba dispuesto a reanudar sus relaciones con ella, siempre y cuando CANA respetara los principios de acción que se fijó libremente y que, según el gobierno, no había cumplido con suficiente rigurosidad (8).

Mientras tanto, y debido a la pobreza de los recursos nacionales, GNA opera con grandes dificultades financieras y técnicas. Hasta ahora ha recibido asistencia técnica de ASIN e IPS Tercer Mundo, pero es evidente que ello no es suficiente. A un año de su creación, GNA funcionaba con relativa regularidad y no parecía correr riesgos de desaparecer. Por el contrario, se ocupaba activamente de buscar nuevas formas de cooperación para afirmar su existencia y consolidar sus operaciones.

MEXICO

Este país tiene varias agencias, la mayor de las cuales es NOTIMEX, una de las más grandes de la región.

NOTIMEX fue creada como sociedad anónima en 1968 y aunque al principio actuaba sólo como servicio nacional, hoy tiene numerosos contactos y ramificaciones internacionales. Opera legalmente como empresa privada, pero actúa en la práctica como vocero del gobierno mexicano. Su Director es designado por el Secretario de Gobernación, que es equivalente al Ministro de Interior de otros países.

En mayo de 1980, NOTIMEX tenía 72 clientes en México y 19 en Estados Unidos. Veinte de sus clientes mexicanos eran oficinas de prensa del gobierno federal, gobiernos estatales, empresas privadas y universidades. Los restantes eran medios de prensa, radio y televisión. Los clientes norteamericanos son en su mayoría grupos de radiodifusión que llegan a la población hispano-parlante de los Estados Unidos.

NOTIMEX entrega un servicio en castellano de alrededor de 200 noticias diarias (40 mil palabras, aproximadamente), y funciona 24 horas diarias, sin interrupciones. Cuenta además con un servicio de información audiovisual para la televisión. Tiene cámaras, laboratorios, equipos de edición y microondas para enlazar con televisoras de México y Estados Unidos. La agencia tiene en la práctica el monopolio de la noticia filmada nacional, y sirve a las tres cadenas nacionales de televisión: TELEVISA, empresa privada con dos canales nacionales y dos locales; TELEVISORAS DE PROVINCIA, empresa privada con alrededor de 30 estaciones locales;

y CANAL 13, de propiedad estatal, que posee media docena de repetidoras y es la más pequeña de estas cadenas. También sirve a televisoras independientes de alcance local, entre las cuales está el Canal 11 de la Universidad Nacional.

NOTIMEX entrega también otros servicios: noticieros grabados para radio; columnas especializadas; resúmenes temáticos y el servicio "Notifono", un noticiero por teléfono. Produce también cortometrajes para cine, programas culturales para televisión y spots publicitarios para cine y televisión que vende a clientes públicos y privados. Los noticieros para radio y televisión son realizados con el apoyo de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

En todos estos servicios trabajan alrededor de 40 periodistas que cuentan con tecnología avanzada y el apoyo de otros 40 técnicos y administrativos. La agencia tiene corresponsales propios en Madrid, Belgrado, Roma, Los Angeles, San Antonio, Chicago, Washington y Nueva York. En 1982 tenía convenios con IPS Tercer Mundo; DPA (Alemania Federal); EFE (España); PRELA (Cuba); AFP (Francia); y REUTER. También recibía las informaciones de PTI (India); HSINHUA (China); APN (URSS); TANJUG (Yugoslavia) y del Pool de No Alineados. En mayo de 1980 se integró a ASIN, del cual pasó a ser Presidente por dos años.

En el plano nacional tiene corresponsales en las principales ciudades del país: Guadalajara, Monterrey, Puebla, Aguascaliente, Cuernavaca y Colima, y la capacidad financiera y técnica para desplazar reporteros a distintos puntos del país y del exterior. Desde el punto de vista técnico, recibe noticias por teléfono, telex o mensajeros, y las despacha por teléfono a sus clientes de Ciudad de México; por microondas a sus abonados del interior; y por satélite al extranjero.

Según datos de Savio, la mayor parte de los ingresos de NOTIMEX provenían en 1978 de sus abonados de la televisión; en segundo lugar estaban las ventas de servicios a entidades gubernamentales, que por su magnitud eran considerados casi aportes de subsidio; y en tercer lugar estaban los ingresos por servicios a periódicos y radios del sector privado. En cualquier caso, es claro

que NOTIMEX no tiene dificultades financieras y, por el contrario, ha contado con el máximo apoyo estatal para alcanzar su actual nivel de desarrollo.

La segunda agencia nacional de México, por tamaño y alcance, es la ASOCIACION NACIONAL PERIODISTICA (ANPE). Esta es una empresa privada que en 1978 no tenía convenios con otras agencias nacionales o internacionales. En esa época producía alrededor de 150 despachos diarios y servía a 45 periódicos, todos locales; tres radios y cinco oficinas gubernamentales. ANPE no llega a la televisión. En el mismo período empleaba 15 periodistas, tres técnicos y diez administrativos, además de 18 colaboradores a tiempo parcial en las principales ciudades del país.

Otra agencia mexicana es INFORMEX, que sirve especialmente a las cadenas radiales: de los 101 clientes registrados por Savio, 88 correspondían a 23 cadenas privadas, mientras que los restantes eran periódicos y oficinas gubernamentales. INFORMEX es una empresa privada que emplea a 25 periodistas, 8 administrativos y 5 técnicos. En 1978 transmitía alrededor de 200 despachos diarios, por telex, y tenía convenio sólo con la agencia italiana ANSA.

La cuarta agencia mexicana registrada por Savio es CISA: COMUNICACION E INFORMACION SOCIEDAD ANONIMA. Es privada y antes de actuar como agencia noticiosa era propietaria de un semanario fundado en 1976. En 1978 tenía 30 clientes, todos periódicos de provincias y de circulación local; sus ingresos provenían de la venta de publicidad y del semanario, ya que no tenía ninguna relación con órganos de gobierno. Emitía un servicio de 70 despachos diarios, por telex, y empleaba a 34 periodistas y 40 colaboradores, quienes trabajaban al mismo tiempo en el semanario y en el servicio noticioso. Hasta ese año no tenía convenios con agencias nacionales o internacionales.

NICARAGUA

Este país creó su agencia nacional, estatal, en octubre de 1979. Hasta esa fecha Nicaragua no contaba con ningún servicio noticioso propio. La agencia opera con la sigla ANN (AGENCIA NUEVA NICARAGUA), y fue creada "como respuesta a la campa-

ña de desestabilización de los grandes monopolios transnacionales de la información" (9).

Creada con mínimos recursos de infraestructura, fondos y personal, ha recibido apoyo de IPS Tercer Mundo, PRELA, FANA y otras organizaciones informativas tercermundistas. En mayo de 1980 Nicaragua se integró a Acción de Sistemas Informativos Nacionales, y desde entonces transmite informaciones que llegan a otros doce países de la región, al Pool de los No Alineados y a todos los países de la red de IPS Tercer Mundo.

La falta de experiencia en la producción de noticias y la pobreza de sus recursos se notan, sin embargo, en su material informativo. En 1981 ANN tuvo apoyo de UNESCO, quien le proporcionó un consultor especialista en noticia internacional. Al mismo tiempo inició un periódico de reestructuración, confección de un manual periodístico y el entrenamiento de su personal. En octubre de 1981 la agencia tenía siete periodistas recibiendo entrenamiento en diversos lugares del mundo, y había establecido corresponsalías en México, Panamá, Costa Rica y Honduras.

La agencia se esfuerza por cubrir también los procesos políticos de América Central. Hasta el momento ha tenido más éxito en la cobertura subregional que en la cobertura nacional, lo cual parece ser resultado de la fuerte orientación política del servicio, la todavía precaria preparación técnica y profesional de su personal, y los déficits de la red de telecomunicaciones del propio país, lo cual afecta su capacidad para cubrir el territorio nacional.

PANAMA

Panamá cuenta con un servicio estatal, PANAPRESS, que en 1978 estaba en receso y reorganización. El boletín de PANAPRESS era preparado por dos redactores de "Radio Libertad", el único medio de comunicaciones estatal del país. A su vez, "Radio Libertad" formaba parte del Sistema Estatal de Radiodifusión (SER), que tiene repetidoras en la mayor parte del territorio. El material recibido por la redacción central de la radio era reeditado y transformado en un boletín para distribución en el exterior, a través de convenios con PRELA e IPS Tercer Mundo. Por la mis-

ma vía PANAPRESS llegaba también al Pool de los No Alineados.

En 1979 PANAPRESS estaba en funciones nuevamente, y participó en la creación de ASIN. Desde entonces entrega informaciones que, aunque irregulares, demuestran la reactivación del servicio. Sin embargo, tiene dificultades presupuestarias, técnicas y de personal, su cobertura es limitada y no podría ser clasificada aún como agencia propiamente nacional.

PARAGUAY

Este país tiene la Secretaría de Informaciones y Prensa de la Presidencia de la República, que distribuye la información oficial por medio de boletines diarios a los medios de comunicación. El titular de la Secretaría depende de la Presidencia y tiene rango de Ministro.

En el sector privado se encuentra la AGENCIA PARAGUAYA DE NOTICIAS, que trabaja principalmente en el envío al interior del país de las noticias oficiales proporcionadas por la Secretaría de Prensa de la Presidencia de la República.

PERU

La única agencia nacional de noticias era la Empresa de Servicios Informativos del Perú (ESI—PERU), creada en 1975 como una dependencia del Sistema Nacional de Información. En 1981 fue fusionada con la Agencia de Publicidad del Estado y pasó a llamarse desde entonces con la sigla ANDINA (Decreto No. 180 del 12 de Junio de 1981). Sus funciones incluyen por lo tanto el procesamiento y distribución de noticias y la prestación de servicios publicitarios, que desempeña en forma exclusiva para el Gobierno.

ANDINA prepara y distribuye el boletín oficial de informaciones, que entrega a los medios de comunicación y a las agencias de noticias que operan en Perú. También llega al cine por medio de un noticiero mensual. La empresa se financia con fondos públicos y aunque recibe algunos ingresos por la venta de servicios a medios nacionales, opera con grandes dificultades técnicas y financieras. A principios de 1981 tenía un serio déficit financiero y la mi-

tad de sus 50 teleimpresoras estaban dañadas. Los planes para fortalecer la infraestructura y mejorar la eficiencia de la red nacional de la empresa requerían fondos que hasta esa fecha no habían sido suministrados por el Tesoro.

En la misma época tenía 16 teleimpresoras instaladas en Lima, en algunos organismos estatales y varios medios masivos (incluyendo Associated Press) y 10 teleimpresoras instaladas en provincias, a través de las cuales llega a la mayoría de los medios del interior.

ANDINA participa activamente en ASIN, y recibe también el material del Pool de los No Alineados a través de IPS Tercer Mundo, con quien tiene convenio de intercambio de informaciones. En varias ocasiones se ha planteado aspiraciones de que ANDINA funcione como agencia peruana de noticias internacionales, pero su precariedad presupuestaria, técnica y de personal hacen que ésta sea todavía un embrión con un futuro incierto. A principios de 1981 se le había asignado un presupuesto anual de casi medio millón de dólares, pero las deudas acumuladas de ejercicios anteriores y otros costos no considerados por el Tesoro hacían que esta cantidad cubriera menos de la mitad de los egresos reales proyectados para ese año (10).

En junio de 1981, junto con cambiar el Estatuto de la empresa, el Gobierno anunció planes de reforzamiento de infraestructura y ampliación de actividades para extender la cobertura a todos los hechos de la actualidad nacional. Tales planes debían ponerse en práctica a partir de 1982 e incluían la mantención de los convenios internacionales que ya tiene la agencia, además del establecimiento de relaciones con la agencia EFE de España, y DPA de Alemania Federal. Para ello ANDINA esperaba renovar sus equipos obsoletos y mejorar la comunicación de su centro en la capital con las provincias.

Hasta 1979, ANDINA empleaba a un total de 40 periodistas, incluyendo corresponsales en provincia, 15 técnicos y más de 100 funcionarios administrativos. Con este personal preparaba dos boletines nacionales, uno para Lima y otro para provincias, y uno internacional -tomado de las agencias con que mantiene intercam-

bios- para distribución nacional. Los planes anunciados en 1981 incluían entrenamiento y capacitación de personal, aunque el anuncio oficial no dio a conocer el detalle de tales planes ni las formas de ponerlos en marcha y de financiarlos.

URUGUAY

Este país no tiene agencia de noticias privada ni estatal. En cambio, cuenta con un Sistema Nacional de Relaciones Públicas (creado por Decreto No. 358/977, del 21 de Junio de 1977), al cual pertenecen las oficinas de relaciones públicas, de prensa y propaganda de las instituciones estatales y para-estatales. La Dirección Nacional de Relaciones Públicas (DINARP) es el órgano rector y coordinador del sistema, y tiene -entre otras- las siguientes funciones:

“Mantener al público informado en forma objetiva, dentro de los límites compatibles con la Seguridad y el Orden, lo que hará posible establecer una doble corriente de significativa armonía con los diversos sectores y niveles de la Opinión Pública . . . y fomentar actitudes favorables por parte de los diferentes públicos hacia la acción del Estado, haciendo que se sientan integrados al quehacer nacional, tengan participación activa en el proceso de desarrollo, y se sientan motivados para futuras realizaciones” (11).

DINARP tiene un Directorio de tres miembros designados respectivamente por la Presidencia de la República; la Junta de Comandantes en Jefe de las Fuerzas Armadas; y la Secretaría de Planeamiento, Coordinación y Difusión. La División de Ejecución y Difusión de DINARP tiene entre sus objetivos el “realizar o contratar las acciones necesarias para el cumplimiento de los programas dispuestos; difundir las acciones y declaraciones de los órganos de Gobierno, en aquellos aspectos relacionados con la Política Nacional de Relaciones Públicas; y mantener contactos regulares con los representantes de los medios de comunicación nacionales, corresponsales extranjeros, agencias internacionales de noticias y agencias de publicidad, a efectos del mejor cumplimiento de la misión” (12).

Uruguay carece entonces de agencias de noticias, pero tiene

un organismo central con amplias facultades para realizar tareas de información y propaganda. La forma en que cumple estas funciones, y la efectividad de las mismas, no han sido evaluadas.

VENEZUELA

Este país tiene dos agencias, una privada y otra estatal. La agencia oficial es VENPRESS, una de las mayores agencias de la región, dependiente del Ministerio de Información y Turismo. En 1978 VENPRESS producía alrededor de 15 mil palabras diarias para su boletín nacional, y 3 mil para un boletín internacional que enviaba al exterior por medio de acuerdos con LATIN—REUTER e IPS Tercer Mundo. En 1979 Venezuela actuó como motor de la creación de Acción de Sistemas Informativos Nacionales y desde entonces VENPRESS participa activamente en el sistema, siendo uno de los miembros que entrega la mayor cantidad de noticias diarias.

En 1981 había aumentado su producción a 35 mil palabras diarias y servía a 43 medios de prensa, 3 televisoras, 36 radios y 11 agencias internacionales. En lo nacional, las informaciones de VENPRESS tienen mejor acogida en los medios de provincia, ya que la prensa de la capital tiene acceso a las agencias transnacionales y mantienen normalmente sus propios corresponsales en el interior. En 1981 la prensa nacional reproducía un promedio de 600 notas por semana del servicio de VENPRESS (13).

El presupuesto de VENPRESS, que en 1978 se estimaba en 2,5 millones de dólares al año, le permite una gran capacidad de cobertura y movilización de corresponsales a diversos países, dependiendo de la política exterior de Venezuela. Asimismo, mantiene corresponsalías en provincia, con las que se comunica por telex. En 1981 el servicio tenía más de setenta periodistas distribuidos en la redacción central en Caracas; corresponsalías; VEN—PRESS—Video; VENPRESS—Radio; Dirección de Prensa de la Presidencia y Dirección de Publicaciones.

La redacción central está dividida en siete mesas especializadas; Educación y Cultura; Economía; Gestión Gubernamental y

Servicios Públicos; Congreso Nacional; Presidencia de la República; Información Internacional y Deportes. La agencia tiene planes para incorporar, en 1982, un sistema de computador y microprocesadores, lo que le permitirá agilizar y organizar de mejor manera su tráfico informativo. Mientras tanto, opera con tres turnos y funciona todos los días del año.

En noviembre de 1980, tenía cinco corresponsalías en el territorio nacional, y una oficina en Washington D.C. Además de impulsar la formación de ASIN, VENPRESS es miembro fundador de OPECNA, la agencia de noticias de la Organización de Países Exportadores de Petróleo, participa en el Pool de los No Alineados y se ha comprometido de varias maneras en la creación de nuevas alternativas para el intercambio regional de informaciones.

En el sector privado de Venezuela opera la AGENCIA INFORMATIVA NACIONAL C.A. (INNAC), que es subsidiaria del diario "El Universal". Tiene capital y directorio propios, y sirve a siete suscriptores, además de su casa matriz "El Universal". En 1978 no tenía convenios con agencias internacionales, y preparaba noticias nacionales con el trabajo de sus cronistas reporteros en la capital, y alrededor de 30 corresponsales a tiempo completo en provincias, con quienes se comunica por vía postal, telex y teléfono.

SURINAM

La Agencia de Noticias de Surinam (Suriname News Agency) nació de una división de la agencia holandesa ANP, que comenzó a operar en Surinam desde 1948. En 1977, SNA pasó a ser una entidad independiente, con estatuto legal de fundación privada en la que los miembros del directorio son nombrados por el gobierno, la empresa privada y los medios del país. La agencia funciona en tres idiomas: holandés, inglés y español; distribuye en holandés a los medios locales y mantiene dos boletines diarios sobre noticias caribeñas y latinoamericanas en inglés y español. Estos boletines se distribuyen por mensajero y tienen una circulación de 300 copias, pero a los medios locales entrega sus servicios por télex. (14).

SNA recibe noticias internacionales del Pool de Agencias de

los No Alineados, vía radioteletipo; de IPS y ASIN por correo; de Prensa Latina, vía radioteletipo; y de ANP (Holanda) y AFP (Francia) por telex. La agencia es bastante activa, pese a que sirve un país pequeño (400 mil habitantes), pero según informaciones de un miembro de su staff en 1982, sufre muchos problemas de orden técnico, financiero, de recursos humanos y de traducción.

CAPITULO XII

MODELOS DE ASOCIACION DE MEDIOS LOCALES CON AGENCIAS EXTRANJERAS

A continuación veremos los dos experimentos de asociación de medios locales con agencias extranjeras, Reuters y EFE, surgidos a comienzos de la década pasada. Es interesante notar que en ambos casos, si bien hay razones de contenido que crean una insatisfacción, aparece un factor decisivo de costo de los servicios: las agencias transnacionales no sólo entregan informaciones que no satisfacen plenamente a los medios locales, sino que también imponen una estructura de precios que resulta difícil de mantener.

La misma razón aparecerá más adelante al ver el desarrollo de CANA, la Agencia de Noticias del Caribe, cuya fundación fue gatillada, luego de largas discusiones, por un aumento de los precios del Servicio Mundial de Reuters. Por otro lado una agencia como EFE, cuyas relaciones con su propio gobierno le permiten distribuir sus servicios a un precio mínimo (o gratis), ha podido entrar aceleradamente en la región y captar un gran número de clientes que no le oponen resistencia ni críticas. Por cierto, el hecho de que sea española la acerca más a la cultura e intereses de la región, pero es evidente que su estrategia de precios ha sido un elemento fundamental en su rápido avance en el mercado latinoamericano.

Esto es otro elemento de juicio con respecto a las limitaciones que tienen los medios locales para crear alternativas propias, ya que sólo aquellos medios que no tienen dificultades para pagar servicios podrían embarcarse en proyectos de agencia propia; por supuesto, en asociación con otros medios.

LATIN—REUTER

La AGENCIA LATINOAMERICANA DE INFORMACION, LATIN, fue fundada el 13 de enero de 1970 por trece importantes periódicos de la región. En su creación influyeron dos factores: las inquietudes del Director Regional de Reuters, Patrick Crosse, con respecto a los altos costos de operación y distribución de su agencia en América Latina; y la insatisfacción de algunos diarios regionales con respecto a la calidad y cantidad de información latinoamericana distribuida por las agencias transnacionales, entre las que se contaba Reuters.

Al parecer, Crosse llegó a la conclusión de que era más conveniente, para una agencia internacional, asociarse a fuerzas locales, lo cual le evitaría los costos y problemas de la distribución directa a los diarios, asegurándole al mismo tiempo un ingreso fijo y seguro, la cobertura de los costos locales, la difusión de su material y mayor libertad de acción. De otro lado estaba Julio Scherer, Director de "El Excelsior" de México, quien desde 1967 había insistido en la necesidad de un intercambio de noticias y editoriales entre los mayores diarios de la región.

En 1968, Scherer había logrado un acuerdo de intercambio entre "El Nacional" de Caracas, "El Comercio" de Quito, "El Tiempo" de Bogotá y su propio diario, "El Excelsior". Crosse propuso que en lugar de este intercambio limitado de editoriales, se organizara una agencia de prensa, con corresponsales propios. Al producto informativo de los propios diarios y corresponsales se sumaría el servicio internacional de Reuters, haciendo así un paquete más comercializable con el cual los diarios regionales ganarían mayor información latinoamericana, y Reuters ganaría una cantidad segura de abonados solventes, la ampliación de su red y la disminución de sus costos (15).

El experimento, que entonces no tenía precedentes, comenzó en enero de 1970: la reunión de fundación contó con los directores de "O Estado do Sao Paulo", el "Diario Popular", "Jornal do Brasil" y "O Globo", de Brasil; "El Mercurio" y "La Tercera de la Hora", de Chile; "El Nacional" y "La Verdad", de Venezuela; "El Excelsior" de México; "El Comercio" y "Expreso", de Perú; "El Tiempo" de Colombia; y "El Comercio", de Ecuador.

Los trece diarios le dieron a Reuters una amplia y decisiva participación en la nueva empresa: Reuters quedó encargada de seleccionar y entrenar a los periodistas que trabajarían en LATIN; establecer la estructura administrativa y de comunicaciones, incluyendo la selección y entrenamiento del personal técnico; y realizar todas las tareas gerenciales de la nueva agencia regional. Según informa LATIN, "los fundadores pensaron que la entrega de la gerencia de LATIN a Reuters en los primeros años sería útil para asegurar un reportaje noticioso imparcial, de alta calidad profesional, y libre de sesgos" (16).

Así nació LATIN—REUTER: con un Consejo de siete miembros que son elegidos por los dieciseis accionistas (los trece fundadores, además de Reuters y "Excelsior" de Costa Rica y "Hoy", de Bolivia, que se sumaron al acuerdo en 1973) y un Director General que es nombrado por Reuters. El Director General es responsable de todas las operaciones, y ningún miembro del Consejo puede interferir individualmente, de ningún modo, en la gerencia del servicio. Reuters consulta la opinión del Consejo antes de nominar al Director General, pero la nominación misma depende sólo de Reuters.

LATIN fue registrada como compañía uruguaya y, por tanto, su sede legal está en Montevideo; pero, por razones prácticas, su sede operativa está en Buenos Aires. En 1978 la nómina de la empresa incluía a 112 personas, incluyendo corresponsales a tiempo completo en doce países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos), y "stringers" en otros siete países (Paraguay, República Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala y Nicaragua). En 1979 trabajaban 60 personas en la sede operativa de Buenos Aires, incluyendo a veinte editores de sus mesas de redacción central.

En la misma época, 1979, LATIN tenía un total de 200 abonados en la región, y transmitía un total de 250 despachos diarios, equivalentes a 45 mil palabras diarias aproximadamente. LATIN no produce servicios especiales, pero su servicio diario incluye despachos noticiosos de tipo tradicional (la noticia "dura") y artículos o "enfoques", en la jerga de la agencia, más analíticos. Según LATIN, "los fundadores pensaron que era este tipo de material -los "enfoques"- el que más echaban de menos en los servicios prestados por las agencias internacionales que operaban en la región" (17).

Desde el punto de vista técnico. LATIN—REUTER distribuye su servicio por medio de microondas y/o satélite. Esta tecnología ha reemplazado a las transmisiones por radio de alta frecuencia que usó en sus primeros años. Además, arrienda los servicios de un computador en Nueva York para la mejor organización de su tráfico informativo. Las operaciones son financiadas por los pagos de sus abonados, que son fijados de acuerdo a patrones comerciales, dependiendo de las condiciones del mercado de la noticia.

Al comienzo, los fundadores -los trece diarios latinoamericanos y Reuters- aportaron sumas superiores al precio comercial del servicio, con el fin de contribuir a la formación del capital de la empresa. "Una vez que el capital necesario acabó de reunirse, en 1973, estos aportes suplementarios terminaron. Los periódicos accionistas de las empresas pagan hoy día sólo los precios comerciales acordados por la venta del servicio", al igual que el resto de los abonados que no son accionistas (18).

Pese a ser una agencia regional con aspiraciones de cobertura internacional, LATIN no tiene convenios con ninguna otra agencia internacional, aparte de Reuters. La empresa tiene contrato para la distribución exclusiva del servicio mundial de Reuters en América del Sur: así, el material de LATIN combina los despachos producidos por sus propios corresponsales en América Latina con las noticias internacionales proporcionadas por Reuters. También traduce y distribuye un resumen diario de las noticias del "New York Times", de aproximadamente 5 mil palabras, que entrega a un grupo especial de abonados.

LATIN—REUTER no tiene tampoco convenios con ninguna agencia nacional de la región. Por algún tiempo tuvo un contrato con VENPRESS, de Venezuela, para la entrega del boletín de VENPRESS junto con las noticias de LATIN a las embajadas venezolanas; pero en 1977 los términos de este contrato fueron reducidos por el gobierno de Venezuela, lo cual implicó un problema financiero de cierta importancia para la empresa. En 1979 LATIN declaraba tener relaciones de "asesoría técnica" con VENPRESS, y recibir, a su vez, "asesoría" de Reuters (19), pero es claro que las relaciones con ambas agencias son cualitativamente diferentes, en la medida que Reuters es uno de los propietarios de LATIN.

LATIN se define a sí misma como una agencia latinoamericana y pluralista, tanto por su especialización temática como por sus características de propiedad. Pero el hecho de que la gerencia, la selección del personal y el entrenamiento del mismo dependan totalmente de Reuters, la hacen menos latinoamericana de lo que pretendé. Con todo, tiene el mérito de haber sido el primer experimento local, iniciado por medios de la región, para llenar un vacío informativo que hoy ya nadie discute. Debe ser clasificada, entonces, como un esfuerzo pionero en el largo camino hacia la autoconfianza en la producción de información latinoamericana hecha por latinoamericanos. Pero en la medida en que este esfuerzo es administrado por una agencia transnacional, no se la podría calificar como un ejemplo de generación de alternativas propiamente regionales.

Los contenidos de LATIN han sido poco estudiados. Los principios que guiaron su creación ("establecer LATIN como una agencia privada de noticias, de alto nivel profesional, dedicada a mejorar el flujo de informaciones latinoamericanas dentro de la propia región", según informe de LATIN a la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación) despertaron gran interés en los medios regionales. A poco de comenzar sus operaciones, en julio de 1971, ya había captado 44 clientes. Pero el paso del tiempo ha frustrado algunas esperanzas depositadas en la empresa.

El servicio de LATIN tenía al comienzo algunas características diferentes de las ofrecidas por las agencias transnacionales. Las

noticias deportivas y otras misceláneas ocupaban apenas el 9^o/o de su volumen, mientras que los temas económicos llegaban al 28,6 por ciento y los temas culturales ocupaban el 21,4^o/o del servicio. También, producía una cantidad inusual de análisis y comentarios dirigidos a estimular la vocación integracionista del continente (20).

Pero la evolución de LATIN siguió otros caminos: en 1973 las noticias deportivas habían aumentado al 32,3^o/o; las noticias económicas habían bajado al 9^o/o; las notas sobre asuntos culturales habían caído al 6,3^o/o; y la extensión de sus despachos había disminuído hasta asemejarse cada vez más a la tradicional "noticia dura" de las agencias transnacionales. En 1974, Spicer Nichols, quien realizó estos análisis de contenido, llegó a comentar lo siguiente:

"El análisis de contenido indica, además, que LATIN está pareciéndose cada vez más -en las características de cobertura noticiosa- a las grandes agencias extranjeras que ya operan en América Latina. Quizás el cambio de rumbo en los contenidos ha sido necesario para poder competir por los ingresos con otras agencias de noticias, en una competencia en la que LATIN ha tenido un éxito notable. Así, es probable que la batalla por la sobrevivencia económica haya forzado a LATIN a cambiar su misión: desde una posición que definía como agencia complementaria, hacia otra posición en la que es una empresa que compite directamente con otras agencias de noticias. De cualquier modo, si debido a este éxito en la competencia comercial LATIN llegara a ser demasiado similar a las agencias tradicionales, habrá fallado en su misión de dar a América Latina una voz regional independiente"^r (21).

Tal vez Nichols esperaba también demasiado de LATIN. El solo hecho de que la gerencia de la empresa estuviese en manos de Reuters podría haber bastado para suponer que no podía sino entrar en la competencia con las restantes agencias transnacionales. Después de todo, Reuters tenía su propia visión del mercado latinoamericano, y la creación de LATIN respondió, en gran parte, a sus planes para asegurar una parte importante de este mercado, por la vía de la asociación con los medios más solventes de la región.

En 1981 no existían nuevos análisis de contenido de LATIN.

En 1979, el editor jefe de la central operativa, en Buenos Aires, aseguró a esta autora que su agencia estaría dispuesta a colaborar en la realización de investigaciones del contenido de LATIN. Como ello no ha sido realizado hasta el momento, el tema podría ser tomado por escuelas de comunicación interesadas en comparar los tipos de servicios noticiosos que circulan por la región.

En una encuesta realizada por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, en 1979, una muestra de editores de medios de prensa y radiodifusión de ocho países indicó que la calidad de la información regional era mucho mejor en LATIN que en EFE, AP, AFP, UPI y otros servicios internacionales. Pero, también algunos entrevistados indicaron que su cobertura está más bien limitada al Cono Sur; que sus informaciones son tendenciosas, y que había que usarla con ciertas reservas para sacar el máximo provecho de su servicio (22).

Savio agrega algunos antecedentes que ayudan a seguir lo que él llama el "complejo y difícil" proceso de desarrollo de LATIN—REUTER: Diarios como "El Mercurio", "El Tiempo" y "El Comercio" eran típicos representantes de una categoría de grandes diarios conservadores e instrumentos de grupos y familias acostumbradas a usarlos como medios de presión en las relaciones de poder con los gobiernos. "Los corresponsales de LATIN se encontraron a veces envueltos en situaciones que no tenían nada que ver con los objetivos de 'imparcialidad e independencia . . . que son la tarea común y fundamental de la empresa' " (23).

"El Mercurio", de Chile, participó con éxito en la campaña de desestabilización del gobierno de Allende; pero "El Expreso", del Perú, tuvo menos éxito en una campaña equivalente, y fue expropiado por el gobierno de Velasco Alvarado. Poco después, la socialización de los diarios peruanos eliminó el apoyo de "El Comercio", otro de los fundadores de la agencia, y el corresponsal de LATIN fue expulsado del Perú. Antes, en 1972, el "Jornal do Brasil" y "El Tiempo", de Bogotá, se habían retirado voluntariamente de LATIN, al constatar que las disposiciones administrativas de la agencia les impedía ejercer el grado de poder individual al que estaban acostumbrados. Y, lo que es más grave, "Julio Scherer había llegado a la conclusión de que LATIN no estaba tomando el

camino que él había soñado, y había decidido el retiro de "Excelsior" de la sociedad" (24).

Todos estos factores son importantes para una historia y mejor comprensión de la evolución de LATIN, pero la historia de la agencia no es el objetivo de este capítulo: aquí basta con señalar que LATIN constituye una experiencia interesante, que hace una década abrió un cauce innovador, pero cuyo desarrollo ha sido tal que en 1980 no lograba satisfacer las necesidades de mejor información regional, hecha por latinoamericanos y para el mejor servicio de la región.

ACAN—EFE

La AGENCIA CENTROAMERICANA DE NOTICIAS, ACAN, fue formada por once diarios y radios de la América Central, junto con la agencia española EFE, en la misma línea del experimento realizado por Reuters y los diarios latinoamericanos. Según Guido Fernández, Presidente del Consejo de ACAN—EFE, la idea de crear una agencia centroamericana encontró al comienzo gran escepticismo: AP y UPI desecharon la idea, por impracticable; Reuters tenía ya experiencia poco satisfactoria de LATIN, y no quiso reproducirla en otra área; AFP no estaba tan interesada en el área tampoco; e incluso los centroamericanos no estaban tan convencidos de la factibilidad del proyecto.

Pero había varias razones para insistir: "Los cinco países centroamericanos y Panamá constituyen un área geográfica que está enlazada por microondas, que tienen intereses comunes y que están asociados por un Mercado Común que estaba paralizado, entre otras razones, por causa del inadecuado intercambio de información entre sus miembros . . . Cada país sentía la necesidad básica de saber qué estaba pasando en los países vecinos . . . América Central era un mercado cautivo para las agencias mundiales. Estas podían cobrar precios de oligopolio, aumentando así los costos operativos de los medios de la región" (25).

La agencia EFE se interesó en el proyecto, y con su asistencia técnica, capital y apoyo, un grupo de diarios y radiodifusoras centroamericanas formaron ACAN en diciembre de 1972, comenzan-

do las operacionés en junio de 1973. La agencia fue registrada en Panamá, cuya legislación ofrece facilidades para operaciones multinacionales. El capital fue fijado en 300 mil dólares: 300 acciones con un valor nominativo de mil dólares cada una. EFE se comprometió a comprar una acción por cada dos adquiridas por los medios de la región; en 1977, 92 de estas acciones habían sido compradas por los diarios, radios y televisoras de América Central, y otras 46 pertenecían a EFE.

ACAN—EFE tiene un Consejo de Directores formado por siete miembros: un representante de cada uno de los seis países participantes, y el tesorero, que es el delegado de EFE. El Gerente General es nombrado por EFE, y ratificado por el Consejo. Aunque no está escrito, existe el acuerdo de que el representante de cada país en el Consejo será rotado entre los medios asociados a ACAN—EFE en dicho país.

Además de su participación en la formación del capital, la dirección y la gerencia de ACAN, EFE proporciona la tecnología y el equipo de la agencia centroamericana. ACAN arrienda un circuito duplex de microondas que va desde Guatemala a Panamá. Tiene dos corresponsales en cada uno de los seis países, y una mesa central en Panamá. En 1978 empleaba a 22 personas en total, y decía tener cincuenta abonados en los seis países.

El servicio de ACAN está formado por noticias internacionales proporcionadas exclusivamente por EFE, que le entrega alrededor de 50 a 60 mil palabras diarias; y por el material local de sus propios corresponsales. Estos producen unos 60 despachos diarios, en total, con un volumen aproximado de seis a ocho mil palabras diarias. El material de EFE circula con su propia sigla, mientras que la noticia centroamericana producida por ACAN circula con la sigla ACAN—EFE. Un resumen de este material es enviado a Madrid, donde se suma al tráfico del servicio internacional de EFE.

ACAN—EFE no tiene convenios con ninguna otra agencia nacional o internacional. Trata de financiarse con la venta de su servicio periodístico, pero trabaja a déficit: en 1973 tuvo una pérdida de 60 mil dólares; en 1974 la pérdida bajó a 35 mil dólares, pero

en 1977 tenía aún una pérdida de casi 20 mil dólares. Para financiar estas pérdidas ha recurrido a créditos proporcionados por el Banco Español de Santander, en conjunto con EFE. También creó el Servicio de Embajada: boletines diarios recogidos en las cancillerías por mensajeros, y transmitidos por microondas y satélites a las embajadas de los gobiernos que utilizan los canales de ACAN—EFE. La venta de este servicio es el único lazo de ACAN, aunque sobre una base puramente comercial, con los gobiernos de América Central (26).

Aunque ACAN dice ser una empresa completamente independiente de los gobiernos, el estado de sus finanzas es tan delicado que “la eliminación del servicio de embajadas podría alterar el funcionamiento normal de la agencia”. Con todo, dice Fernández, la experiencia indica que “es muy improbable que un gobierno vaya a usar el retiro de un servicio de embajadas como un medio de presión sobre la agencia” (27).

Según Fernández, ACAN—EFE trata duramente de financiarse con la venta de su servicio periodístico, pero la competencia con las agencias transnacionales es muy fuerte. Las agencias norteamericanas ofrecen “un servicio mundial que es difícil de duplicar, y hay medios que no pueden comprar más de un servicio; las europeas cobran precios muy bajos e incluso hay algunas que ofrecen servicios hasta por 50 dólares mensuales. Ninguna de las agencias que venden servicios en América Central tienen corresponsales a tiempo completo en estos países. En Costa Rica, por ejemplo, se estima que todas las agencias juntas venden alrededor de 10 mil dólares al mes, y gastan menos de mil dólares al mes ‘stringers’”, o colaboradores a tiempo parcial (28).

La política de ACAN—EFE es que cada oficina pague el sueldo de sus corresponsales y el costo de sus operaciones con el ingreso generado por la venta del servicio periodístico en esa plaza. Pero es obvio que, de no ser por la existencia del servicio de embajadas, este objetivo no podría ser cumplido. Otras dificultades señaladas por el Presidente del Consejo de la agencia son los obstáculos para encontrar personal calificado, y el hecho de que los abona-dos usan muy poco del material que reciben.

Este último problema, según Fernández, ha ido disminuyendo gradualmente. "Al comienzo usaban las noticias de ACAN sólo en casos de disturbios, catástrofes, terremotos, huracanes o eventos deportivos. Poco a poco la presencia de dos corresponsales a tiempo completo en cada país de América Central le dio una posición de ventaja con respecto a las otras agencias, cuyos 'stringers' recogen sólo lo que ya está impreso en los diarios locales y lo hacen, normalmente, con un día de retraso" (29). Esto es corroborado por Savio, quien agrega que "ACAN—EFE se ha afirmado notablemente en la región centroamericana, al punto de tener proporcionalmente más peso que cualquier otra agencia internacional..." en esa área (30).

Las ventajas de la existencia de ACAN, tal como son definidas por el Presidente de su Consejo, son: el ser un instrumento de integración regional que ayuda a reforzar lazos culturales, políticos, económicos y sociales entre los seis países participantes; el haber logrado transformar la noticia centroamericana en noticia de primera página, incluso en caso de noticias que no tratan sobre crisis, accidentes o catástrofes; y dar una salida internacional, a través del servicio de EFE, a la noticia centroamericana. Considerando estos logros, dice Fernández, "el déficit acumulado es un precio muy pequeño que hay que pagar por la tarea cultural e informativa que ACAN realiza en una parte del mundo que las agencias internacionales veían sólo como compradores de sus noticias" (31).

El desarrollo futuro de ACAN—EFE es, pese al éxito obtenido en el reclutamiento de abonados o clientes, incierto. Esto se debe fundamentalmente a sus problemas de financiamiento: tal como admite su propio Consejo, la agencia depende en gran medida de los ingresos gubernamentales generados por el servicio de embajadas. Por otra parte, el hecho de que la gerencia y el tercio de sus acciones estén en manos de EFE, deja abierto el problema de que su futuro depende en gran parte de los planes que esta agencia española tenga para la subregión.

Con todo, ACAN—EFE tiene el mérito indiscutible de haber generado y ofrecido una alternativa noticiosa de mayor carácter local que cualquier otra agencia a los países de América Cén-

tral. Sus contenidos no han sido estudiados y ésto deja abierta otra incógnita, pero por sus objetivos y visión de lo que deben ser sus funciones en la escena informativa internacional, se inscribe también entre los experimentos alternativos que merecerían mayor estudio.

NOTAS

- (1) Citado por Pasquini, José María (1981 b), p. 6-7.
- (2) La parte central de este capítulo está basado en el estudio de Roberto Savio (1978), preparado para UNESCO en conexión con el proyecto ALASEI. La autora actualizó algunos datos, recogidos en visitas personales a varias de estas agencias y provenientes en otros casos del conocimiento adquirido por el trabajo como consultora de ASIN.
- (3) Savio, R., op. cit., p. 4.
- (4) de Almeida, Guy (1981).
- (5) UNESCO (1977/1978), Monographs III, p. 112.
- (6) GNA (1981), p. 7.
- (7) Ibid., p. 6.
- (8) Despacho de IPS, 13 Enero de 1981.
- (9) Despacho de ANN, 20 Octubre 1981.
- (10) Entrevista personal con el Gerente General de ANDINA, Febrero 1981.
- (11) Art. 4 del Decreto No. 358/977.
- (12) Ibid., Art. 1.
- (13) Informativo ASIN No. 7, p. 22.
- (14) Presentación de Emilie Rozanblad al Seminario "Periodismo para el Desarrollo", organizado por IPS para ASIN, Roma, Octubre-Diciembre 1982.
- (15) Savio, op. cit.
- (16) UNESCO Monographs III, p. 97.
- (17) Ibid., p. 99.
- (18) Ibid.
- (19) Entrevista con la autora, Mayo 1979.
- (20) Nichols, John S. (1974).
- (21) Ibid., p. 18.
- (22) Salinas, R. (1980 a).
- (23) Savio, R., op. cit., p. 88.
- (24) Ibid., p. 89.
- (25) Fernández, Guido (1977) p. 2.
- (26) Ibid., pp. 5-6.
- (27) Ibid., p. 6.
- (28) Ibid., p. 5.
- (29) Ibid., p. 7.
- (30) Savio, R., op. cit., p. 83.
- (31) Fernández, G., op. cit., pp. 9-10.

ALTERNATIVAS REGIONALES EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

“Y se debe considerar que no hay cosa más difícil de tratar, ni más dudosa de conseguir, ni más peligrosa de manejar, que convertirse en jefe para introducir nuevos estatutos. Pues el introductor tiene por enemigos a todos los que sacaron provechos de los antiguos estatutos, y tiene tibios defensores en todos los que se aprovecharán de las nuevas disposiciones. Semblante tibieza nace, en parte, del miedo a los adversarios, que sacaron partido de las antiguas leyes, y en parte de la incredulidad de los hombres, que no creen realmente en las cosas nuevas, si no se ha hecho de ellas una sólida experiencia”.

Maquiavelo

Antes vimos las agencias nacionales y dos casos de agencias subregionales formadas por asociación de medios locales con agencias foráneas. Estas representan los primeros intentos de la región -América Latina y Central- para obtener más noticias regionales con participación de los propios medios, pero al mismo tiempo son dos experiencias que no han logrado satisfacer las expectativas de sus creadores, y que han dejado pendiente las inquietudes por lograr una mayor participación regional en la circulación internacional de noticias.

La década pasada estuvo llena de discusiones sobre estos temas, y la región incubó otros proyectos y modelos que examinaremos en los próximos capítulos. Por una parte, hay un modelo de agencia formada exclusivamente por medios locales, públicos y privados. Esta es la Agencia de Noticias del Caribe, CANA, que fue creada en 1976 y cuya historia se relaciona, por un lado, con la insatisfacción del Caribe de habla inglesa por su dependencia casi total de la agencia Reuters, y por otro lado, con las corrientes de pensamiento y acción que condujeron a la independencia de un

grupo de países que habían sido parte del Imperio Británico por más de 300 años.

En segundo lugar, hay un modelo de intercambios directos entre agencias de noticias y oficinas de información de los gobiernos de 17 países de América Latina y el Caribe, que sirve además a dos organismos subregionales: el Pacto Andino y CARICOM, la Comunidad del Caribe. Este es ASIN, Acción de Sistemas Informativos Nacionales, y fue creado en 1979 con la participación de IPS Tercer Mundo, que sirve como carrier y Secretaría Operativa del sistema. Por el número de países participantes ASIN es el sistema informativo más amplio de toda la región (incluye a América del Sur, Central, México y el Caribe), pero si bien la distribución de sus noticias es amplia, en una producción intervienen sólo agencias de gobiernos.

En tercer -y último- lugar, hay un proyecto de agencia regional que intenta unir a los medios privados y al sector público, y en el cual se espera que participen también varios grupos representativos de otros sectores: periodistas, investigadores y educadores, quienes representarían a los usuarios o receptores. Este es la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, ALASEI, y surgió de una recomendación emanada de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, realizada en Costa Rica en 1976. ALASEI es todavía un proyecto (aunque bastante acabado en su formulación, se espera que sea puesto en marcha en 1984), y tal vez por eso es el más ambicioso: espera lograr lo que hasta ahora ha resultado imposible, es decir, que los sectores públicos y privados se unan en un esfuerzo que tendría que dejar también un espacio de participación para grupos profesionales relacionados con la comunicación.

Con ellos se completa el panorama de las alternativas regionales que, como puede apreciarse, es bastante más variado que el observado en los casos de África, Asia y los países árabes. Pero debe tenerse presente que esta variedad no es el resultado de una mayor originalidad o imaginación regional, sino de la mayor cantidad de intereses sectoriales: los desencuentros ideológicos de que hablamos antes, entre los Estados y los medios privados, impiden encon-

trar soluciones fácilmente aceptables por todos los grupos que deberían participar en la producción, distribución, propiedad y control de noticias regionales. Esta diversidad de intereses es lo que hace que nuestra región se haya convertido en un campo experimental de alternativas peculiares, y ésto también es lo que impide avanzar con toda la rapidez que sería posible si sólo se tomara en cuenta el nivel de desarrollo de los medios masivos en la región.

Los medios caribeños crearon su propia solución al fundar CANA, y al unirse los medios privados y públicos sentaron un precedente digno de emulación. Pero esta solución no fue tanto el producto de una decisión guiada por intereses superiores en torno a la necesidad de unión regional, sino más bien el producto de un hecho que ya hemos comentado: los medios privados no habrían podido acometer tal empresa sólo con sus recursos. Hay que recordar que los países del Caribe se han independizado, en su mayoría, en las últimas dos décadas, y por ello muchas de sus motivaciones se asemejan a las motivaciones de otras regiones del Tercer Mundo. CANA fue formada a contrapelo de los intereses de Reuters en el Caribe de habla inglesa, pero aunque su estatuto no le concede ninguna participación, la agencia comenzó con el personal e infraestructura legada por Reuters: los efectos de ésto en sus líneas editoriales es, precisamente, lo que causó los problemas que la aquejan actualmente.

ASIN comenzó como un sistema de intercambios puramente gubernamental, pero a poco andar, los gobiernos participantes desarrollaron aspiraciones de circulación más amplia y decidieron que los contenidos de ASIN deberían ser puestos a disposición de los medios privados. Esto se cumple en algunos casos, pero en la mayoría de los casos los Estados se encuentran con esa realidad "alucinante" de falta de experiencia y recursos que les impide llegar no sólo a todos los sectores sociales, sino también a los medios. La misma realidad explica el hecho de que hayan debido recurrir a la asistencia técnica de IPS, cuya participación en el sistema es tan vital que sin ella dudamos que los intercambios podrían existir con la regularidad y eficiencia con que funcionan actualmente.

UNESCO participó en la gestión de CANA, pero su máximo aporte se encuentra en el proyecto ALASEI, que es prácticamente

la única de las muchas recomendaciones de la Conferencia de Costa Rica que ha tenido un seguimiento sistemático y que se encuentra cada vez más cerca de convertirse en realidad. El proyecto es el más original y pluralista que se haya gestado nunca en el Tercer Mundo, pero precisamente por ello no ha sido fácil conseguir un consenso que permita una rápida implementación. Para ponerlo en marcha con todos sus aspectos, además, es preciso contar con recursos financieros y técnicos que los Estados, con la actual crisis, difícilmente podrían aportar.

Así como CANA nació de una ola descolonizadora y expresa desde su perspectiva las inquietudes por problemas de identidad cultural que aquejan a todos los países del Tercer Mundo, ASIN y ALASEI se relacionan con los debates sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información. Los países latinoamericanos y del Caribe han sido más rápidos que Asia y África para poner en marcha algunas alternativas, pero también más erráticos y dispersos en el uso de sus escasos recursos. Hay gobiernos que participan activamente en ASIN, que apoyan el proyecto ALASEI, y que han presionado a veces para crear una agencia andina de noticias. Esta ha suscitado algunas declaraciones y reuniones, pero no se ha transformado aún en un proyecto definido.

Para completar el panorama de ideas regionales sobre agencias es preciso mencionar al Convenio Andrés Bello. En la Décima Reunión de los Ministros de Educación que participan en el Convenio, febrero de 1980, éstos decidieron aprobar la ejecución de un proyecto de factibilidad para una agencia andina de noticias que satisficiera las demandas e inquietudes expresadas antes en otras reuniones subregionales. CIESPAL, en Quito, se hizo cargo de este estudio y en noviembre del mismo año llamó a una reunión de consulta (1) sobre este tema. Los expertos invitados a la reunión propusieron que en lugar de una agencia de noticias, cuya creación se sale de los marcos de competencia de los ministerios de educación, se creara un servicio informativo educacional y cultural. Para ello diseñaron en la misma reunión un proyecto inicial que reunía condiciones poco usuales: el ser perfectamente factible, rápido de implementar, muy barato y compatible con los proyectos de agencia existentes en la región. Tal vez por ello, esto nunca se puso en marcha y la idea quedó encarpetaada.

Este ejemplo ilustra el problema de dispersión de esfuerzos y de recursos que caracterizan a la región. Algunos especialistas (entre ellos, la autora) han participado en fases de ASIN, ALASEI y SICAB (la sigla propuesta para un "Servicio Informativo del Convenio Andrés Bello") y se han esforzado en proponer fórmulas que satisfagan todas las inquietudes por nuevos servicios, sin caer en la dilapidación y duplicación de esfuerzos. Pero en última instancia predominan los criterios sectoriales, y los gobiernos prefieren alternativas que resultan más caras y, por muchos motivos, menos factibles. Cada cambio ministerial -o de gobierno- significa, además, un nuevo período de estancamiento en las negociaciones, y la aparición de nuevas tendencias e intereses en la escena. Mirado desde este punto de vista, la continuidad del proyecto ALASEI expresa un milagro de persistencia del Consejero Regional de Comunicaciones de UNESCO, quien llegó incluso a dejar temporalmente su cargo para continuar ligado al mismo proyecto desde un Comité de Acción del SELA, y la puesta en marcha y continuidad de ASIN expresa el aporte de IPS, que en su calidad de Secretaría Operativa no gubernamental no ha estado sujeta a los cambios ministeriales y políticos.

Desde otro punto de vista, la continuidad de estas experiencias expresa también un grado de insatisfacción con la dependencia informativa regional, que es creciente y que se manifiesta de muchas maneras en muchos sectores. Las líneas políticas predominantes en los gobiernos cambian, pero, aunque algunos tardan más que otros, tarde o temprano todos manifiestan inquietudes que conducen a sumarse a las alternativas existentes hasta el momento. Esto es lo que permite predecir, por ejemplo, que el proyecto ALASEI terminará siendo una realidad, aunque no podríamos dar una fecha para ello. Y esto también permite vislumbrar, en el largo plazo, una situación de mayor competencia y pluralismo en las fuentes de noticias internacionales que se ofrezcan a la región.

CAPITULO XIII

AGENCIAS DE NOTICIAS DEL CARIBE (CARIBBEAN NEWS AGENCY), CANA (2)

Marlene Cuthbert*

La Agencia de Noticias del Caribe (CANA) fue formada en 1976 con el fin de ayudar a remediar los problemas de cantidad y contenido de las noticias disponibles en la región del Caribe de habla inglesa, o Commonwealth (3).

Aunque el Caribe -al igual que la mayor parte del mundo en desarrollo- tiene una historia colonial y recursos limitados, su agencia de noticias presenta características de propiedad y control que son poco usuales: la mayoría de las agencias de noticias del Tercer Mundo son propiedad de gobiernos, quienes las operan directamente. Otras agencias regionales latinoamericanas, como LATIN

* Este capítulo fue preparado especialmente para este libro por la Dra. Cuthbert, quien ha realizado varios estudios sobre la agencia y es profesora e investigadora de la Universidad de las Indias Occidentales en Jamaica.

y ACAN, tienen participación financiera, gerencial, o editorial de parte de agencias foráneas. CANA, en cambio, es propiedad conjunta de medios públicos y privados de la misma región, y es independiente tanto de gobiernos como de agencias de noticias extranjeras. En este sentido, CANA proporciona un modelo único de agencia de noticias del Tercer Mundo, que es regional e independiente.

Pero, luego de cinco años de operación, algunos observadores han cuestionado la medida en que el producto noticioso de esta agencia está sirviendo realmente para satisfacer las necesidades de la región. En este capítulo revisaremos la historia y los factores que precipitaron la emergencia de CANA, así como también su naturaleza y las implicaciones de la agencia resultante. El análisis que sigue se centra especialmente en los aspectos financieros, operacionales, políticos e ideológicos que han comenzado a ser debatidos desde comienzos de 1980.

Dependencia e identidad

Históricamente, los países de habla inglesa del Caribe compartieron las experiencias del colonialismo, la esclavitud y el sistema de plantación, lo que explica el hecho de que tengan orígenes raciales, lenguaje e instituciones comunes, así como también actitudes, valores y variables psicológicas bastante parecidas. Pero estas similitudes no resultaban tan obvias para sus propios habitantes, ya que cada colonia era completamente dependiente del poder colonial, Inglaterra, y se relacionaba más con éste que con sus vecinos más cercanos.

Las relaciones con Inglaterra incluían lazos de comunicación diseñados para mantener a las colonias atadas más al colonizador que entre sí. A través del período colonial, la mayor parte de los medios masivos de las Indias Occidentales permanecieron dependientes, y los medios de carácter puramente regional eran prácticamente inexistentes.

Este patrón histórico explica en gran medida el alto grado de control extra-regional sobre los medios masivos: en los años sesenta, casi todos los grandes medios masivos de las Indias Occidenta-

les eran propiedad de intereses comerciales foráneos, como los grupos Thomson, Mirror y Rediffusion de Inglaterra.

Después de la Segunda Guerra Mundial, los medios caribeños negociaron individualmente sus propios acuerdos con las agencias internacionales para poder obtener noticias extranjeras. Esto significa que, exceptuando a los pocos medios que podían tener corresponsales en otros países, la cobertura de noticias del Caribe estaba limitada a unos pocos despachos considerados suficientemente importantes como para ser incorporados en el servicio mundial de una agencia internacional, la cual seleccionaba aquellos que debía rebotar a los medios de la región.

Los primeros esfuerzos para lograr cierto regionalismo en las Indias Occidentales fueron iniciados por los británicos, por razones de eficiencia administrativa. Estos crearon varias formas de unión política, que culminaron en 1958 con la creación de una "Federación de las Indias Occidentales". La Federación desapareció en 1962, el mismo año en que Jamaica y Trinidad-Tobago se independizaron, siendo seguidos poco después por la independencia de otros territorios. Muchos estudiosos atribuyeron el fracaso de la Federación a la falta de un sentido de identidad propio de las Indias Occidentales, y a la dependencia de fuentes no caribeñas, particularmente en las áreas económicas y socioculturales. Se dijo que esta falta de identidad era resultado, al menos en parte, de la carencia de información y expresión cultural regional a través de medios masivos que, a medida que avanzaba el período de independencia, siguieron siendo simples prolongaciones de los medios británicos.

En la segunda mitad del siglo XX, el tema de la dependencia dominó los trabajos académicos sobre las instituciones y la integración caribeña. Algunos analistas recomendaron la formación de instituciones locales, o la adaptación de las instituciones importadas a las necesidades y prioridades propias del Caribe. Estas recomendaciones crecieron a partir de la convicción de que el logro de una mayor independencia del Caribe estaba atado a las cuestiones de propiedad y control de estas instituciones (4).

Factores económicos

Creando que la independencia política tenía poco sentido a menos que se acompañara de un mayor grado de independencia económica, los jefes de gobierno de las Indias Occidentales comenzaron a sostener conferencias anuales para explorar las bases de una cooperación regional.

Estas conferencias condujeron a la creación de varias instituciones regionales nuevas, diseñadas para lograr cierto grado de integración, entre las que se cuentan el Banco para el Desarrollo del Caribe, la Comunidad del Caribe (CARICOM), y un Mercado Común. Al evaluar este último en 1975, el Presidente del Banco para el Desarrollo del Caribe, William Demas, señaló que era necesario lograr una mayor propiedad y control sobre los recursos regionales, y que los objetivos y naturaleza de CARICOM no habían alcanzado suficiente proyección en la región.

Demas, afirmó que, en conjunto, los medios masivos jugaban un rol negativo en la promoción de la independencia económica y del desarrollo autosostenido. Sostuvo además, que la Comunidad del Caribe no podría tener éxito, a menos que existiese mayor comprensión pública sobre su sentido, para lo cual se necesitaba más y mejor comunicación e información entre los pueblos de la región (5).

Factores socio—culturales

Muchos analistas de la región sostuvieron que los problemas de la dependencia caribeña, y la falta de identidad, no podrían ser resueltos sólo por desarrollo económico, sino que era esencial lograr una mayor conciencia y cooperación socio-cultural. El historiador de Trinidad, Eric Williams, definió la dependencia del Caribe como un "estado mental" que surge de una larga historia de colonialismo que, en su opinión, resquebrajó la autoconfianza y estableció un "círculo vicioso" de dependencia. Sugirió que el incremento del sentido de identidad del Caribe requería esfuerzos culturales además de los económicos, y señaló que los medios masivos estaban entre las instituciones dependientes que debían dar mayor expresión a esta identidad.(6).

La llegada de la independencia estimuló el aumento de la con-

ciencia socio-cultural, lo que condujo a la aparición de varios esfuerzos cooperativos en áreas como las artes, la educación, la iglesia y los medios masivos. La creatividad artística floreció y algunos gobiernos iniciaron estímulos al renacimiento cultural por medio de festivales de artes locales y regionales, intercambios de grupos de teatro y finalmente, en 1972, la inauguración del Festival de Artes del Caribe, que pasó a ser un evento trianual. El sistema de educación colonial, diseñado para transmitir los valores y la cultura europea a los hijos de las Indias Occidentales, fue cambiado gradualmente. El nuevo sistema educacional del Caribe incluyó la creación de la Universidad de las Indias Occidentales, un Consejo de Exámenes del Caribe, cambios curriculares y textos de estudios producidos en la región.

La iglesia de las Indias Occidentales era una de las pocas instituciones que tenía contacto regular con el pueblo, al nivel comunitario, y la religiosidad de la población le daba una amplia influencia. Fue también una de las instituciones que trascendió las barreras nacionales más tempranamente, ya que los distintos grupos cristianos tenían formas de administración regional. Al llegar la independencia política, la iglesia pasó a ser más localista en la orientación y composición de su personal, desarrollando así una mayor conciencia de su rol regional. Desplegó una gran preocupación por la búsqueda de la identidad del Caribe, y por el desarrollo de la independencia cultural y económica.

Las iglesias formaron una organización de desarrollo ecuménico regional, la Acción Cristiana para el Desarrollo del Caribe, que produjo el primer periódico regional, estableció una casa editorial para suministrar vías de publicación a los escritores caribeños, comenzó un servicio de documentación, organizó los primeros cursos anuales para trabajadores de medios en la región, y mantuvo seminarios y conferencias sobre temas regionales.

El tema del flujo de noticias llamó la atención del Caribe en los primeros años de la independencia. El Caribe de habla inglesa dependía casi totalmente de Reuters, AP y UPI para las noticias del extranjero y también para las noticias de los territorios vecinos. En los años sesenta y setenta, los medios caribeños formaron dos asociaciones regionales: la Asociación de Editores y Radiodifuso-

res del Caribe (CPBA), por medio de la cual los principales medios arreglaron un contrato conjunto para subscribirse al Servicio Mundial de Reuters; y la Unión de Radiodifusión del Caribe (CBU), quien hizo bastante para fomentar la cooperación y el intercambio de información regional entre los medios.

Como resultado de estas experiencias prácticas de cooperación, la gente de los medios comenzó a moverse dentro de la región y el conocimiento mutuo aumentó. Por otra parte, la cooperación entre los medios privados y estatales ayudó a romper la tradicional oposición a los medios del Estado en la región.

El éxito de estas experiencias cooperativas en las esferas económicas y socio-culturales creó un clima de confianza, la creencia de que los esfuerzos regionales eran realistas y viables, y condujo a un deseo de incrementar la comunicación intra-regional. Y mucha gente preocupada de estos asuntos, comenzó a pedir una mayor orientación regional de los medios masivos, incluyendo el establecimiento de una agencia de noticias del Caribe.

Factores precipitadores de la emergencia de CANA

Los factores que gatillaron la emergencia de CANA incluyen eventos y procesos ocurridos entre 1967 y 1976, que envuelven a instituciones de adentro y fuera de la región: gobiernos y medios regionales, por una parte, y a UNESCO y Reuters, por otra.

Los gobiernos del Caribe hicieron el primer llamado formal para la formación de una agencia regional de noticias en 1967: pensaban que las instituciones regionales formadas después de la independencia obtenida en los años sesenta, no podían tener éxito a menos que hubiese una mayor "conciencia y pensamiento regional". Igualmente, pensaban que los medios masivos entregaban "una cobertura inadecuada de las políticas y eventos regionales" (7). UNESCO respondió a la solicitud de los gobiernos, que más tarde fue refrendada por los mismos medios, para realizar estudios de factibilidad sobre el tema (8).

Una investigación de UNESCO notó que, en 1968, Reuters comenzó a aumentar la cobertura de las Indias Occidentales, gra-

cias al traslado de la mesa editora del Caribe desde Londres a Barbados. La mesa editora de Barbados empleó un staff de seis personas dirigidas por un corresponsal británico, y mantuvo colaboradores en trece países de la región, transmitiendo alrededor de 25.000 palabras diarias, 3.000 de las cuales eran noticias del Caribe. Esto mejoró la cobertura caribeña, pero todavía podían identificarse varias debilidades en el servicio. Debido a limitaciones financieras y técnicas el servicio no podía alcanzar a muchos medios de la región. Además, el servicio carecía de análisis en profundidad y de cobertura fotográfica. El editor jefe no era nativo del Caribe, y la audiencia principal de este servicio era extranjera: el Servicio Mundial de Reuters.

El estudio de UNESCO encontró que la idea de la creación de una agencia regional de noticias tenía el apoyo casi unánime de parte de los gerentes y editores de medios, pero que éstos querían que la agencia fuese organizada de tal forma que se asegurara su independencia de los gobiernos locales y de cualquier grupo extranjero. De allí que, varios años, los medios caribeños no hicieron nada para crear esta agencia, en gran parte porque no deseaban contemplar la posibilidad de compartir la propiedad de una agencia con los gobiernos.

En 1971, la cooperación para crear una agencia regional fue finalmente precipitada cuando Reuters anunció un gran aumento en el precio de su servicio del Caribe. Los miembros de la CPBA, que mantenían el contrato conjunto con Reuters, decidieron cancelar el contrato y comenzaron serias discusiones sobre la creación de una agencia regional. Al año siguiente los gobiernos del Caribe estuvieron de acuerdo en quedar fuera de la agencia, y en que ésta debía ser formada como una organización sin fines de lucro y ser propiedad de sus abonados.

El equipo de UNESCO estimó que el costo de la creación de una agencia regional era apenas un poco mayor que el costo que estaba siendo pagado a Reuters. En respuesta a los temores por la objetividad de CANA, el equipo de UNESCO subrayó que "una agencia noticiosa respetable se ocupa sólo del reportaje de hechos plenamente substanciales, bien documentados, así como también de conclusiones y comentarios de fuentes identificables, tratando

siempre de equilibrar estos últimos toda vez que contengan elementos de controversia" (9).

Según este equipo, sería el servir los intereses de los suscriptores de la región como un todo, un objetivo que podría alcanzar sólo si mantenía los más altos standards de integridad y exactitud periodística.

La agencia Reuters jugó un rol ambivalente en la formación de CANA. En opinión de un antiguo corresponsal de Reuters, quien formaba parte del equipo de UNESCO, Reuters manifestó inicialmente cierta oposición a la formación de CANA, cobrando un altísimo precio por la venta de su Servicio Mundial a la nueva agencia. Cuando el equipo recomendó que CANA optara entonces por comprar el servicio de Associated Press, Reuters descubrió que era posible bajar su precio (10). Según el coordinador del equipo -Hugh Cholmondeley, de Guyana- Reuters, cooperó sólo después de haberse convencido de que "CANA iba a ser establecida de todos modos, ya que no había ningún plan alternativo para responder al cambio de condiciones", y que iba a ser una agencia independiente (11).

Como resultado de estos desarrollos, Reuters y CANA comenzaron un servicio conjunto el 7 de julio de 1975, por un período de transición de seis meses, con un Consejo Interino de Directores para dirigir la agencia. El editor caribeño de Reuters Harry Mayers, de Barbados, pasó a ser el editor de CANA. La nueva agencia usó el staff y los colaboradores de Reuters, así como también las oficinas y los equipos de esta agencia de Barbados.

Agencia de Noticias del Caribe, CANA

Los nueve años de esfuerzos para formar una agencia regional del Caribe, culminaron con la formación de CANA como una compañía limitada independiente, sin fines de lucro, el 7 de enero de 1976. En esa fecha, CANA asumió la responsabilidad de recoger, procesar y distribuir noticias a quince accionistas propios y cinco abonados en siete países del Caribe.

La lógica de la formación de CANA, tal como fue definida por sus accionistas, era "la necesidad de un mayor flujo de infor-

mación entre los países de la región . . . y entre la región y el resto del mundo". El principal objetivo de CANA era suministrar "un servicio de noticias independiente y eficiente", por medio de la oferta de "un reportaje justo, amplio, exacto e imparcial de los eventos y desarrollos en el Caribe y en otros lugares . . . con especial referencia al interés público del Caribe" (12).

Propiedad y Control

Los fundadores de CANA diseñaron un sistema inusual de propiedad y control de la agencia, con el fin de formar una entidad regional independiente que fuese propiedad conjunta de medios públicos y privados. Tuvieron que enfrentar el problema de encontrar una fórmula para mantener el compromiso con la independencia y la objetividad, al mismo tiempo que abrían la posibilidad de que medios estatales participaran entre los accionistas y suscriptores.

Solamente cerca de la mitad de los medios del Caribe eran de propiedad privada, y difícilmente podrían haber mantenido una agencia de noticias sin la cooperación de los medios estatales. El objetivo era crear una institución en que participaran medios de propiedad pública, pero sin que éstos pudiesen llegar a controlar la producción periodística.

Los gobiernos mismos no podían ser accionistas de CANA, ni designar miembros del Consejo de Directores. Solamente los medios que eran miembros del CPBA y que habían participado del contrato previo con Reuters en 1974, o sus sucesores, eran elegibles como potenciales accionistas. En la época de la formación de CANA los medios privados tenían poco más de la mitad de las acciones. El hecho de que los medios públicos vinieran de varios países, y representaran diversas posiciones ideológicas, hizo que la posibilidad de una manipulación política combinada de los gobiernos fuese minimizada.

Los documentos constitutivos de CANA contienen medidas para asegurar que el Consejo de Directores no pueda controlar la política editorial de la agencia. Los Artículos de la Asociación plantean una clara división de responsabilidades entre el Gerente

General y el Consejo: El Consejo designa al Gerente General y maneja todos los asuntos que no son reservados para una reunión general de los accionistas. La operación y el control diario del trabajo de la compañía son responsabilidad del Gerente General, quien debe funcionar profesionalmente. El solo es responsable de la recolección, selección y presentación de las noticias, así como también de la política editorial de CANA.

La compañía decidió “refrenarse de intervenir de ninguna manera en los deberes y responsabilidades del Gerente General”. Sin embargo, el Gerente General tenía la responsabilidad de examinar cualquier aspecto de las actividades de CANA que la compañía estimara inadecuado o inexacto, y podía también “tomar a su discreción toda acción correctora que él considere necesaria” (13). Así, los representantes de los medios que formaban el Consejo de Directores no tenían voz directa en el producto noticioso de la agencia. Esta separación de las funciones editoriales y las funciones directivas de la agencia protegerían su independencia editorial.

Una protección adicional era el hecho de que los accionistas iban a designar tres fideicomisarios, a quienes se podría apelar en casos de desacuerdo, debido a su calidad de “foro prestigioso e independiente para la consideración de cualquier queja, supuesto fracaso o rechazo de la compañía a proveer un servicio noticioso exacto, imparcial e independiente”. A todos los accionistas se le pidió firmar un Acto de Confianza que los comprometía a usar sus mejores esfuerzos para asegurar:

a) “que en ningún momento CANA pasará a las manos de ningún grupo o fracción interesados;

b) que su integridad, independencia e imparcialidad serán completamente preservadas y que operará de acuerdo con las más altas tradiciones del reportaje objetivo y bien fundamentado;

c) que sus negocios serán administrados de manera de proveer un servicio de noticias confiable e imparcial a los subscriptores” (14).

Así, a diferencia de otras agencias regionales, la propiedad de

CANA estaba enteramente en manos de los medios regionales y podía ser entonces independiente del apoyo financiero y editorial, o del control gerencial de agencias de noticias extranjeras, incluyendo a Reuters.

Suscriptores, personal y noticias

Además de sus quince accionistas, CANA comenzó con cinco suscriptores que aumentaron a diecinueve en 1981, incluyendo a cinco de los Estados Unidos. Al comienzo la agencia tenía nueve personas en su central de Barbados, y colaboradores en otros trece territorios de habla inglesa. En 1981 habían 17 miembros en la central, además de corresponsales a tiempo completo en cuatro de los países más grandes de la región.

La naturaleza y el volumen del flujo de noticias dentro del Caribe, y entre el Caribe y el resto del mundo, fueron modificados en alguna medida por la aparición de CANA. Para mejorar el flujo de noticias entre las naciones de la región, CANA aspiró a ganar más clientes, aumentar la cantidad de noticias, cambiar el enfoque de las mismas y ampliar la variedad de los tópicos cubiertos.

CANA tenía veinte clientes cuando comenzó, cinco más de los que había tenido Reuters. Al cabo de un año, la agencia transmitiría alrededor de 6.000 palabras de noticias caribeñas al día, casi el doble de lo que Reuters había suministrado; y en 1981 el volumen de CANA había aumentado a 35.000 palabras, incluyendo 10—15 mil palabras de noticias caribeñas y 15—20 mil palabras de noticias internacionales del servicio mundial de Reuters. El Manual de CANA daba instrucciones a sus corresponsales para adoptar una perspectiva caribeña en la redacción de las noticias. CANA amplió la variedad de tópicos disponibles para los clientes al aumentar las noticias sobre el Caribe y otras áreas, suministradas por Prensa Latina (PRELA) de Cuba, y al transmitir un mayor número de artículos analíticos y de contexto.

CANA habría preferido colocar sus propios corresponsales en las capitales extranjeras más importantes, pero no tenía recursos para hacerlo. Para tener noticias de afuera del Caribe, entonces, dependía casi completamente del Servicio Mundial de 24 horas de

Reuters. El staff de CANA recibió instrucciones de seleccionar las noticias extranjeras "con especial referencia al interés público del Caribe". Aunque la agencia no tenía suficiente personal para editar las noticias extranjeras, toda vez que lo estimaba relevante la agencia pedía a Reuters alguna cobertura especial dirigida al Caribe.

La emergencia de CANA afectó el volumen y la variedad de noticias potencialmente disponibles para el resto del mundo a través del Servicio Mundial de Reuters. En términos de cantidad, el servicio caribeño de Reuters seleccionaba solamente una hora de noticias regionales para transmitir las a Londres. Pero CANA transmitía su servicio completo, bastante más largo, gracias a lo cual Reuters pudo contar con un número bastante mayor de historias caribeñas para seleccionar para su Servicio Mundial.

En términos de contenido, el personal de CANA suministraba bastante más artículos analíticos y enfoques de contexto que lo que acostumbraba hacer el servicio de Reuters en el Caribe, y las noticias del Caribe pasaron a ser modeladas por el esfuerzo de sus periodistas para escribir con una perspectiva caribeña. La mayor parte de las orientaciones políticas y operacionales para la preparación de noticias de CANA fueron publicadas en un Manual preparado durante el primer año de operación de la agencia, basado en gran medida en los manuales de Reuters, la Associated Press, el New York Times y la Asociación Norteamericana de Editores de Periódicos.

Con la aparición de CANA, el Caribe tuvo una agencia de noticias de propiedad regional cuyo objetivo era suministrar noticias con orientaciones caribeñas, con un personal completamente local, más suscriptores caribeños, y un volumen de noticias regionales bastante mayor que el que tenía Reuters. CANA estaba en la posición de comenzar a satisfacer las expectativas de sus fundadores con respecto a un creciente flujo de información relevante para la región. Sin embargo, cinco años después de su formación, han comenzado a cristalizar algunos problemas que podrían afectar el potencial de la agencia para satisfacer tales expectativas. Estos problemas son financieros, operacionales y político—ideológicos.

Aspectos financieros

Durante sus primeros años, CANA no pudo alcanzar estabilidad financiera. En tres de esos años hubo pequeñas ganancias, pero ellas fueron contrarrestadas por pérdidas en su segundo y quinto año: 1977 y 1980.

El número relativamente pequeño de suscriptores significó que la pérdida de cualquier suscripción planteaba problemas serios, y en 1980 varias suscripciones fueron canceladas por diferentes razones: la planta del periódico "Guardian" de Trinidad se quemó en abril, y la suscripción fue suspendida hasta diciembre; en Jamaica, la Agencia de Información Pública y la Corporación de Radiodifusión de Jamaica (JBC) dejaron de pagar durante la segunda mitad del año, de modo que CANA tuvo que cortarles el servicio, aunque JBC renovó su suscripción más tarde; en la primera mitad de 1980 dos estaciones de radio de Guyana, ambas accionistas de la agencia, fueron fusionadas por el gobierno y ésto significó la pérdida de otra suscripción.

A pesar de ello, Guyana con otros tres suscriptores contribuyó con un total del 13^o/o de los ingresos de CANA en 1980. De allí que fuera un serio golpe para CANA cuando el gobierno de Guyana decidió, en enero de 1981, cortar las restantes suscripciones (radio, prensa y el Ministerio de Información), en protesta por una cobertura de CANA, un incidente que será analizado más adelante, al examinar los aspectos políticos.

En 1981, el Gerente General recomendó que los precios de CANA fuesen aumentados en un 15^o/o. Pero ésto era difícil, porque el servicio era ya bastante caro en comparación, por ejemplo, con el servicio de la Associated Press. En las Bahamas, por ejemplo, el periódico "Tribune" pagaba alrededor de 30.000 dólares al año por el servicio caribeño de CANA, y solo 12.000 dólares anuales por el servicio de Associated Press, que incluía fotos. Por otra parte, el gobierno de una isla tan pequeña como Monserrat, con una población de apenas 13 mil habitantes, difícilmente podía pagar más de los mil dólares mensuales que ya pagaba en 1980 (15).

Debido a la falta de fondos, CANA no fue capaz de comenzar

un servicio de especiales, o de ampliar su servicio de noticias. Los servicios especiales recomendados por el equipo de UNESCO en áreas como agricultura, bauxita, y servicios turísticos, no pudieron ser implementados. Y, aunque había un mercado potencial bastante más amplio para el servicio regular de noticias, CANA no pudo expandirse tanto como hubiese querido porque la agencia no tenía fondos para marketing, ni personal. Y, sobre todo, porque los costos de telecomunicaciones hacían muy cara la expansión.

Las noticias de CANA eran llevadas por los circuitos de Cable & Wireless (C&W), empresa que tiene un acuerdo con el Commonwealth del Caribe para ser el carrier externo exclusivo de esta región. En la práctica, C&W fue el único "carrier" por más de 30 años, hasta los años setenta, cuando el gobierno de Guyana adquirió la propiedad total de sus operaciones de telecomunicaciones, y tanto Jamaica como Trinidad Tobago adquirieron cada una de ellas el 51^o/o de las acciones de sus empresas de telecomunicaciones. De esta manera, C&W era responsable de la estructura de precios en la mayoría de las islas, pero algunos gobiernos del Caribe estaban en posición de influir en sus propias estructuras de precios. Sin embargo, pese a que algunos gobiernos se quejaban de la falta de un flujo de informaciones regional, lo que se debía en gran parte a las altas tarifas de telecomunicaciones, hasta 1981 no habían acordado aún una tarifa para la prensa del Caribe.

El Director del mayor accionista de CANA, la "Gleaner Company" de Jamaica, estimaba que debido a la falta de una tarifa de prensa en la región, alrededor de cuatro quintos de los costos totales en la recolección y transmisión de noticias en los años 70 correspondieron a los costos de transmisión solamente (16).

El jefe de los corresponsales de Reuters para el Caribe proporcionó un choqueante ejemplo de la falta de lógica de los precios de las telecomunicaciones en esta área: para Reuters era más barato enviar noticias desde las islas francesas del Caribe, Martinica y Guadalupe, hacia París, que enviar noticias desde estas mismas islas hacia la vecina Barbados. Esto se debía a que los franceses tienen una tarifa especial para las transmisiones de prensa, mientras que el Caribe carece de ella (17). El Gerente General de CANA, Harry Mayers, comentó que el efecto de las altas tarifas de telecomunicacio-

nes en el caso de CANA era forzar a la agencia a permanecer pequeña:

Uno de los objetivos iniciales de CANA era asegurar que el circuito intra-regional de noticias se desarrollara hasta permitir el establecimiento de relaciones más estrechas con los territorios de habla no-inglesa del Caribe y, en última instancia, con los países de América Latina, África y Asia. Pese a ello, en 1979 los costos eran tan prohibitivos que, por ejemplo, una línea desde Barbados hasta Puerto Rico costaba 2.000 dólares por mes; y un canal desde Barbados hasta la isla holandesa de Curaçao, o hasta Venezuela, costaba 3.000 dólares al mes. En contraste con estos precios, un canal de noticias entre Nueva York y Venezuela costaba solamente 1.000 dólares al mes. Por otra parte, aunque Barbados está más cerca de Nueva York que lo que está Venezuela, un canal entre Barbados y Nueva York, a las Naciones Unidas, costaba más de 2.500 dólares al mes (18). De allí que en varias reuniones internacionales realizadas entre 1979 y 1980, el Sr. Mayers haya pedido una racionalización de las tarifas de telecomunicaciones (19).

Aspectos operacionales

Durante 1980 y 1981 se llevaron a cabo dos evaluaciones regionales de las operaciones de CANA (20). Una reunión de funcionarios de Ministerios de Información del Caribe hizo notar que el volumen de información contenido en el flujo de CANA sobre los países menos desarrollados del Caribe era proporcionalmente mucho menor que el que venía de los países más desarrollados de la misma región. Los estudiantes del Instituto de Comunicaciones del Caribe realizaron una investigación que incluyó cuestionarios aplicados a los gerentes de medios masivos caribeños. Las respuestas a este cuestionario ayudaron a detectar varias críticas sobre el desempeño de CANA, así como también algunas sugerencias para mejorar las operaciones de esta agencia.

Los gerentes estaban de acuerdo en que el volumen de noticias sobre el Caribe había mejorado gracias a la aparición de CANA, pero algunos manifestaron que mucho de este volumen no era realmente pertinente, en parte, porque algunos corresponsales de CANA tenían dificultades para elegir historias de carácter regio-

nal en lugar de historias de relevancia puramente nacional. Otras críticas incluían las siguientes: había una cantidad desproporcionada de noticias sobre los países más desarrollados, como Guyana y Barbados; las noticias carecían de contexto, y de reportajes en profundidad; también notaron que CANA no satisfacía las necesidades de los medios de radiodifusión, debido a la lentitud de sus informes; las notas deportivas llegaban atrasadas y algunas veces conteniendo inexactitudes; por último, observaron que CANA daba una excesiva importancia a los comentarios editoriales de otras publicaciones.

La Asociación de la Prensa de Jamaica publicó otras críticas en una de sus publicaciones mensuales, editorializando acerca de CANA en los siguientes términos:

“La principal razón para la creación de la Agencia de Noticias del Caribe, CANA, fue el desarrollo y reforzamiento de los lazos noticiosos intra-regionales. Desde su establecimiento hasta ahora se advierten algunas mejorías, pero la cobertura de las noticias está todavía lejos de ser satisfactoria.

Al igual que Reuters, CANA continúa lanzando noticias sin profundidad, y carece de una apreciación real de los problemas económicos, sociales y políticos específicos que caracterizan a los territorios de la región. La agencia ha fracasado en la tarea de identificarse con los problemas reales que enfrentan la mayoría de los pueblos del Caribe, y con los esfuerzos que realizan para sobreponerse a ellos.

CANA no ha tenido éxito en sus esfuerzos para ir más allá de lo superficial y aparente, para mostrar las reales condiciones de estos pueblos. La agencia ha hecho poco para exponer la creciente represión de los regímenes reaccionarios que dominan a muchos países de la región . . .” (21).

A pesar de estas críticas, varios gerentes de medios con la clara excepción de los editores de deportes, que estaban mayoritariamente muy insatisfechos -creían que CANA representaba un avance en comparación con los servicios prestados por Reuters, tanto en cantidad como en calidad del tratamiento de la noticia. El edi-

tor y el editor asistente del "Express" de Trinidad por ejemplo, comentaron que confiaban más en las historias de CANA, cuya cobertura era muy superior a Reuters, ya que esta última carecía de sentido acerca de lo que es noticia en el Caribe e inclinaba sus informaciones hacia el ángulo británico (22).

Los gerentes de los medios entrevistados hicieron varias sugerencias para mejorar el desempeño de CANA: a) mejorar los sueldos para poder contar con un staff de mayor experiencia; b) que el personal de CANA tenga preparación universitaria para tratar con más calificación una variedad de campos; c) que CANA entregue un mayor número de notas con análisis en profundidad; d) que disminuyan los comentarios editoriales; e) que la transmisión de CANA sea más eficiente y rápida para que cumpla a tiempo con las horas de cierre de edición de los medios, lo cual requerirá probablemente un mayor uso del teléfono; f) que la edición y re-escritura de las notas informativas sean mejoradas; g) y que el personal de CANA sea rotado en los diferentes países, con el fin de que adquiera una mayor familiaridad con todos los aspectos de la escena caribeña.

Según el Gerente General de CANA, la agencia tenía conciencia de la mayor parte de los problemas detectados por estos editores, y el mayor obstáculo para superarlos estaba en la falta de recursos financieros y humanos (23).

CANA no podía por razones económicas, contratar personal más calificado para especializarlo en distintas áreas. No obstante, a final de los años 70 CANA estaba produciendo alrededor de dos artículos especiales al día, lo cual es más de lo que Reuters hizo nunca. Otro problema era que muchos de los especiales de CANA no estaban siendo usados por los medios masivos. Los extensos especiales realizados con motivo del décimo aniversario del Banco de Desarrollo del Caribe, por ejemplo, apenas fueron usados por los medios de la región.

Aspectos políticos e ideológicos

CANA no sufrió virtualmente críticas políticas e ideológicas, ni presiones, en sus primeros años. En 1979, el Gerente General

de CANA declaró que “los gobiernos no han ejercido presión sobre CANA hasta este momento” (24), y el jefe del diario de la conservadora “Gleaner Company” de Jamaica comentó que “hasta ahora, CANA ha tenido bastante éxito en mantenerse ajena a las funciones de agencia de relaciones públicas para gobiernos . . . y los sesgos políticos han sido, en su mayor parte, evitados” (25).

Una área de posible presión política, durante sus primeros años, fue la necesidad de obtener permisos de trabajo del gobierno de Barbados para el personal extranjero que trabajaba en la central de CANA. Esta no era una organización regional, como son por ejemplo la Universidad de las Indias Occidentales y el Banco de Desarrollo del Caribe, que estaban apoyados por los gobiernos y están por lo tanto exentos de la obligación de requerir permisos de trabajo. Como compañía registrada en Barbados, CANA estaba sujeta a las leyes de ese país. El personal de CANA estuvo compuesto enteramente por nativos de Barbados hasta mediados de 1977, cuando se contrató a un editor jefe de Guyana.

El Gerente General de CANA comentó que no esperaba obtener permisos de trabajo para personal que estuviese en niveles inferiores al de editor jefe, lo cual significaba que el personal estable de CANA continuaría siendo nativo de Barbados y que CANA no podría, probablemente, traer otros corresponsales y colaboradores de la región para estadías breves de trabajo en la central de la agencia.

En la época de la fundación de CANA la Asociación de Editores y Radiodifusores del Caribe solicitó que los gobiernos del Caribe permitieran el intercambio de periodistas entre las islas, sin las barreras derivadas de la necesidad de permisos de trabajo. Cinco años más tarde, los gobiernos de la región aún no habían tomado un acuerdo para resolver este problema.

Dirigiéndose a una reunión de funcionarios gubernamentales de información realizada en 1980, el Gerente General de CANA explicó que en algunos países era difícil obtener los servicios de corresponsales calificados. La reunión sugirió que en tales casos CANA trate de encontrar corresponsales extranjeros, y recomendó a los ministros de Información de la región “que se establezca un

procedimiento para el otorgamiento de permisos de trabajo a los corresponsales de CANA en los países del Caribe" (26).

El problema del permiso de trabajo plantea algunas interrogantes válidas y pertinentes para las agencias de noticias regionales. En la mayoría de los países las leyes sobre permisos de trabajo son usadas para proteger las oportunidades de empleo para los nativos de cada país. Se esperaba que CANA ejerciera una función regional, pero no se le otorgó el status de institución regional: el nacionalismo tiene, por lo tanto, la potencialidad de convertirse en un obstáculo para el regionalismo en el área de las noticias e informaciones, un área que es, por otra parte, normalmente considerada como fundamental para el desarrollo regional.

En 1979, algunos periodistas de Jamaica comenzaron a criticar la cobertura caribeña de CANA. Sugirieron que CANA estaba fracasando en "reflejar las luchas de los pueblos de la región": se referían por ejemplo, a la lucha y el éxito del "New Jewel Movement" de Grenada, que había depuesto al régimen de Eric Gairy. Creían que CANA daba más cobertura a las Cámaras de Comercio que a las nascentes organizaciones políticas de muchas islas caribeñas (27).

En una entrevista con Radio Habana, dos periodistas de Jamaica acusaron a CANA de "distorsionar noticias", y comentaron que el "Daily News" de Jamaica, así como también la Jamaica Broadcasting Corporation, no podían usar los despachos de CANA sobre Grenada o Cuba (28). El editor de noticias del "Daily News", que también era Presidente de la Asociación de Prensa de Jamaica, dijo que CANA tenía un problema de "orientación", que no era único ya que la mayor parte de los periodistas caribeños han sido entrenados en la tradición occidental de la prensa, un enfoque que "no puede satisfacer las necesidades de los países subdesarrollados" (29).

En julio de 1980 aparecieron los primeros intentos de ejercer presión gubernamental directa sobre CANA. Estos ocurrieron cuando la Guyana Broadcasting Corporation, de propiedad estatal, amenazó con cancelar sus tres suscripciones en un plazo de seis meses, a menos que CANA despidiera a dos corresponsales guyaneses.

El gobierno de Guyana sostuvo que éstos habían permitido que “intereses y lealtades políticas de estrecho partidismo tomaran precedencia sobre la confianza que se les había otorgado”, y que “habían transmitido deliberadamente noticias e informaciones carentes de verdad, objetividad y responsabilidad, desinformando así al pueblo del Caribe y a la comunidad internacional” (30). El mismo gobierno acusó también a CANA por no estar a la altura de sus objetivos originales, que eran apoyar la cooperación internacional promoviendo el desarrollo social, económico y cultural de la región, y proyectando las aspiraciones regionales hacia el resto del mundo.

CANA rehusó despedir a los corresponsales cuestionados por el gobierno de Guyana (aunque más tarde, en septiembre, uno de ellos fue despedido por faltas de conducta profesional en relación con otros asuntos). Como consecuencia de ello, las suscripciones de Guyana fueron canceladas el 6 de enero de 1981, fecha en que este gobierno estableció su propia agencia de noticias, Guyana News Agency (GNA), que firmó acuerdos con IPS Tercer Mundo y con Associated Press para obtener noticias internacionales.

El Gerente General de CANA comentó que Guyana comenzó a obtener noticias caribeñas de CANA, a través de las transmisiones de la Radio Antillas, atribuyéndolas a este medio. Los editoriales de los periódicos caribeños sugirieron que la verdadera razón de la molestia del gobierno de Guyana fueron los intentos, por parte de CANA, de informar objetivamente sobre la masacre de Jonestown y la muerte, por explosión de una bomba, del líder del partido de oposición en este país, el Dr. Walter Rodney, dos eventos que afectaron seriamente al gobierno de Guyana (31).

El “Sunday Gleaner” de Jamaica editorializó entonces: “Una agencia de noticias comprometida con la objetividad y la exactitud no puede ser amada ni cortejada por un gobierno que ve la verdad solamente en las revelaciones de sus intereses de partido . . . En nuestra opinión, CANA ha sido hasta ahora un experimento exitoso, en el cual las agencias de noticias de gobierno y los medios independientes se combinan para dirigir una agencia de noticias manejada y operada por ciudadanos del Caribe”.

Respondiendo al retiro de Guyana, el Gerente General de CANA dijo que "era inevitable que hubiese conflictos entre el gobierno de Guyana, con su visión del rol de los medios, y CANA, que opera fuera de esta visión". También comentó que "CANA no existe para producir noticias potables, tenemos que producir noticias factuales", y agregó que "la designación del personal de CANA no es un ejercicio que pueda ser sujeto a los dictados de ningún gobierno ni grupo particular" (32).

A comienzos de 1981, el Gerente General dijo que los dos grandes problemas de CANA eran el problema financiero y una "sensibilidad política" que, en su opinión, se hizo muy evidente en la reunión de Ministros de Información realizada a fines de 1980. En esa reunión la mayoría de los gobiernos representados se quejaron de CANA, planteando que los despachos de la agencia mostraban sesgos políticos en su contra. Guyana, Grenada, Barbados, Antigua, Monserrat y Saint Kitts presentaron opiniones de este tipo. Jamaica fue la excepción, ya que su mayor queja fue la falta de cobertura del Tercer Mundo en las informaciones de CANA (33).

Entre las críticas planteadas en tal reunión estaba el que CANA presenta un cuadro sesgado y negativo de los acontecimientos del Caribe, y que la agencia debería apoyar más los esfuerzos de desarrollo en los niveles nacional y regional. Se dijo que la mayoría del personal de los medios ha sido entrenado en países metropolitanos, y conservan los enfoques y perspectivas del norte industrializado, estos sesgos podían reflejarse en el tratamiento de las noticias. También se sugirió que CANA debía tratar de obtener fuentes alternativas de informaciones internacionales. La discusión sobre CANA concluyó con la recomendación de que la agencia debía ser "una influencia positiva en el reflejo de las necesidades de desarrollo de la región. Debería llevar información verdadera y factual, y contribuir a los esfuerzos de desarrollo nacional y regional con un espíritu de solidaridad regional" (34).

La respuesta del Gerente General de CANA a estas críticas fue que el compromiso de su organización con el regionalismo significaba que tenía que reflejar el estado real de los asuntos y la política caribeña, y que haría un flaco servicio a la región si se dedi-

cara a pintar un cuadro que no fuera representativo de la realidad del Caribe. También creía que la emergencia de distintas posiciones ideológicas en los últimos años había conducido a la aparición de distintas percepciones sobre el rol de los medios: ciertos gobiernos creían que debían tener la propiedad y el control de los medios, y que debía dirigirse más a los periodistas; lo que planteaba un conflicto con la política de CANA, según la cual la agencia no debía ser "un mecanismo para la circulación de declaraciones de gobiernos ni instituciones gubernamentales".

Estas diferencias de interpretación eran un producto inevitable de la tendencia del Caribe hacia una polarización ideológica aparecida durante los años setenta: movimientos tanto hacia la izquierda como hacia la derecha se han hecho cada vez más evidentes, y ambos sectores han buscado el uso de los medios para propósitos gubernamentales.

Guyana, por ejemplo, se planteó a favor de un aumento del control gubernamental sobre los medios, y un representante de este gobierno dijo que un país en desarrollo no podía "dejar asuntos tales como la propiedad y los contenidos de los medios al azar" (35). El gobierno de Grenada creía que si le daba completa libertad a la prensa privada, los elementos reaccionarios usarían la prensa para debilitar a la joven revolución. Por su parte, CANA operaba dentro de los parámetros de las tradiciones occidentales de objetividad y profesionalismo. El Manual de CANA, en su capítulo sobre políticas, comenta sobre la objetividad en los siguientes términos:

"CANA no toma posiciones, no quiebra espadas, no promueve puntos de vista específicos ni editorializa. Aunque nuestra oficina principal está en Barbados, operamos en todo el Caribe y no actuamos como la voz de Barbados ni de ningún otro país.

Nuestro trabajo no es instruir sino informar a la gente lo suficiente como para que ellos puedan forjarse sus propias opiniones por sí mismos.

Alguna gente cuestiona la capacidad de los periodistas para ser objetivos. Pero tal como los jueces pueden ser imparciales en el manejo de los juicios, y los abogados pueden repre-

sentar con justicia a clientes que ellos encuentran personalmente ofensivos, así, también, los reporteros pueden -independientemente de sus juicios personales- presentar los hechos de manera equilibrada para que el lector los juzgue.

Hay que hacer todos los esfuerzos para presentar, en la misma historia, todos los lados de una disputa.

Cualquier persona u organización que sea criticada tiene el derecho a la oportunidad de presentar su descargo en la misma publicación”.

El personal de CANA tenía que buscar “el ángulo local” y “una perspectiva caribeña” de las noticias, pero el Manual establecía que “la objetividad es, en todos los casos, esencial”, y editoria- lizar está “definitivamente fuera de cuestión”. En la introducción del mismo Manual el Gerente General de CANA aparece haciendo grandes esfuerzos para explicar que este cambio de perspectivas es muy diferente de la propaganda:

“Hoy en día la cuestión del rol de los medios preocupa a los pueblos en los países desarrollados, y también en los países en desarrollo como los nuestros. Implícito en este problema está a veces la idea de que los medios de masas deben cambiar las perspectivas que resultan de influencias externas. ¿Cambio de perspectivas? Si. ¿Propaganda? No. Este Manual debería ser una herramienta invaluable para ayudar a los periodistas a diferenciar entre ambos”.

Como profesionales, decía el Manual, los periodistas de CANA debían informar al público de la manera más objetiva, exacta y amplia posible. El Manual estipulaba además que el personal de CANA no debía “instruir, sino informar”, lo cual indicaba que CANA debía tener solamente una función informativa.

Sin embargo, algunos sectores en las Indias Occidentales espe- raban que la contribución de CANA al regionalismo tuviera el efec- to de re-educar al pueblo del Caribe, y de crear importantes cam- bios de actitud y orientación (36).

Algunos de estos efectos debían ser alcanzados, al menos en

hipótesis, por el suministro de mayor información sobre el Caribe orientada por perspectivas caribeñas. Pero, ninguna de las expectativas de que un aumento de información masiva relevante, podría, por sí sola, producir un cambio de actitudes hacia la región estaba basada en supuestos apoyados por investigaciones sobre los efectos de los medios.

Varios investigadores han establecido que los medios de masas son más efectivos en impartir información que en el área de los cambios de actitud. Dadas las limitaciones de los efectos de los medios de masas, CANA tenía pocas posibilidades de satisfacer algunas expectativas depositadas en ella. Y si algunos sectores querían que CANA fuese más allá de sus funciones informativas, para comprometerse en acciones de persuasión y propaganda con fines de desarrollo u otros, ello entraba en conflicto con el compromiso que CANA tenía con la objetividad (37).

Pero muchos de los que plantearon preguntas con respecto a las perspectivas y orientaciones de CANA, no estaban cuestionando el compromiso con la objetividad. Es probable que en sus primeras fases de desarrollo la falta de una perspectiva enraizada en el Caribe fuese inevitable. CANA no nació en un vacío, sino en una región que hasta 1960 había compartido la experiencia de la esclavitud y el colonialismo británico. Las organizaciones de los medios de masas, modeladas en un ambiente socio-cultural externo, eran parte de un aparataje colonial.

CANA creció en la tradición noticiosa del mundo occidental, con Reuters como modelo, y comenzó hasta con el personal del mismo servicio caribeño de Reuters, incluyendo a su editor, quien pasó a ser Gerente General de CANA. El entrenamiento del trabajo para Reuters tenía que afectar la selección, tratamiento, percepción y enfoques de las noticias. En la práctica, un análisis de contenido de la prensa de las Indias Occidentales, comparando la cantidad de artículos con perspectivas caribeñas antes y después de la emergencia de CANA, no encontró diferencias significativas (38).

La autora de la investigación sugirió que luego de más de 300 años de control británico, comparado con menos de dos décadas de independencia política en algunos países, y la persistente exis-

tencia colonial de otros, "los territorios de habla inglesa del Caribe comparten la misma matriz cultural de Commonwealth británico. Esto conduce inevitablemente a un alto grado de congruencia de valores, percepciones y esquemas generales de conducta" (39).

Era natural, entonces, que CANA careciera de una perspectiva caribeña, y tendiera en cambio hacia un enfoque metropolitano. Pero con la continua evolución de la identidad de las Indias Occidentales, la cobertura de CANA podría, presumiblemente, reflejar cada vez más la perspectiva de la región.

El Gerente General de CANA mostró tener conciencia sobre el problema de las perspectivas en sus repetidos llamados para desarrollar una mayor orientación caribeña, tanto en el Manual de la agencia como en el discurso presentado ante una conferencia internacional realizada en Estocolmo. Afirmó que la perspectiva era el problema fundamental de la noticia para el Tercer Mundo. Conciente o inconcientemente, dijo, las noticias de las agencias mundiales de países desarrollados exhiben los puntos de vista y los sesgos de los poderes metropolitanos. Y agregó que el llamado del Tercer Mundo para re-examinar los canales y los mensajes noticiosos no debería ser identificado automáticamente con un intento de conculcar la libertad de prensa.

Cinco años después del nacimiento de CANA hay nuevos factores que podrían conducir a una mayor orientación caribeña. Las facilidades regionales para el entrenamiento de los periodistas del Caribe comenzaron recién en los años setenta, y se espera que los graduados de estos cursos tendrán un enfoque más caribeño, aunque hay que reconocer que cierto número de los instructores de estos cursos ha sido, a su vez, entrenado fuera del Caribe (40). Cuando el personal de CANA que ha trabajado para Reuters deja la agencia, es reemplazado normalmente por periodistas entrenados en la región. El proceso de cambio será lento, pero el hecho de que tal como se ha indicado, muchos gerentes de medios sentían en 1981 que CANA tenía una orientación más caribeña que Reuters sugiere que el cambio está ocurriendo.

CANA aparece como un modelo del Tercer Mundo sólo para aquellos que aceptan su compromiso básico con el estilo occidental de independencia y práctica periodística. En términos de pro-

piedad y control, CANA marca la aparición de una agencia de noticias que logra sobreponerse a la generalizada dependencia de los gobiernos en el Tercer Mundo, al mismo tiempo que ofrece espacio a medios privados y públicos. Por otra parte, ha superado la dependencia de las agencias transnacionales en sus aspectos financieros, editoriales y gerenciales. La estructura de CANA indica que, cuando los gobiernos tienen la propiedad de los medios, la formación de una agencia regional en lugar de una nacional puede posibilitar la independencia de esta agencia de los gobiernos involucrados, ya que la propiedad pública basada en varios países minimiza la posibilidad de que un gobierno único pueda ejercer una influencia política decisiva.

No obstante, en términos de su producto noticioso, en 1981 el estado de las cosas sugiere que CANA no ha llegado todavía tan lejos del enfoque metropolitano como se lo había propuesto, y que el logro de una auténtica y profunda perspectiva caribeña de la noticia podría ser un proceso muy lento.

CAPITULO XIV

ACCION DE SISTEMAS INFORMATIVOS NACIONALES, ASIN

La influencia de las agencias transnacionales en la política internacional ha sido documentada en muchos aspectos, pero pocas veces se hace más visible que en sus efectos en los gobiernos. Boyd-Barrett cita un estudio sobre las fuentes informativas de la diplomacia europea según el cual "en cada oficina principal de relaciones exteriores, y en muchas embajadas, se encuentran servicios cablegráficos disparando noticias. Hay funcionarios encargados de examinarlos con frecuencia, en algunos casos cada 15 minutos, y de distribuirlos a otros funcionarios según sus responsabilidades geográficas y funcionales. Estos cables pueden causar el despacho de cables oficiales, pueden afectar decisiones o pueden llevar a la preparación de declaraciones aclaratorias . . ." (41). El autor concluye que las agencias mundiales son tal vez la principal fuente para las oficinas de gobiernos en cuestiones internacionales.

Las agencias transnacionales aportan información, pero también causan problemas a los gobiernos de países industrializados, pese a que en muchas de sus coberturas se guían por intereses congruentes con los de aquellos países. Cuánto más problemas no causarán a los gobiernos de los países en desarrollo, cuyas necesi-

dades de información no son normalmente compatibles con las de las agencias, y cuyos recursos y fuentes para comparar noticias son tanto menores que los de los gobiernos europeos.

Los trastornos causados en las relaciones inter-regionales por estas agencias fueron el motivo principal de la creación de una red de intercambios directos de noticias oficiales en América Latina y el Caribe. Su origen se ubica cronológicamente en el Primer Encuentro de Periodistas del Area Andina, en marzo de 1978. El entonces Presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez, planteó la necesidad de esta red en dicha reunión, y para subrayar su importancia relató las dificultades que habían tenido los mandatarios de los países andinos en las negociaciones del acuerdo de integración automotriz debido a las distorsiones de las noticias internacionales. Los cables entregaban versiones opuestas y contradictorias con las informaciones recibidas por vías oficiales: "La desconfianza entre nosotros llegó a tal extremo que para llegar a un entendimiento final tuvimos que comunicarnos diariamente, en rondas telefónicas, entre los jefes de Estado", dijo el Presidente de Venezuela (42).

Al término de ese encuentro, el Director General de IPS, que había participado en el mismo, sugirió al Presidente venezolano que la solución de este problema estaba en manos de los mismos Estados: bastaba con que crearan un sistema de intercambios diarios entre las oficinas de prensa de las presidencias nacionales. Para llevarlo a la práctica, IPS podía prestar asesoría técnica y organizativa. Dos meses después el Presidente Pérez le llamó para comunicarle que su gobierno deseaba impulsar la idea, pero estimaba que para que el sistema funcionara sobre la base de una estricta igualdad entre los países, la operación del mismo debería quedar en manos de un organismo técnico profesional independiente que asegurara la prestación de un servicio igual a todos los países. También, que las informaciones intercambiadas de esta manera deberían ser puestas a disposición de los medios interesados en recibir informaciones directas de los gobiernos sobre asuntos de interés nacional y regional (43).

Para cumplir con ambos requisitos, el Presidente sugirió que el sistema fuese integrado por los ministerios de Información (o sus equivalentes) de cada país, y que IPS actuara como secretaría

operativa. La coóperativa de IPS aceptó la propuesta en la medida que ésta era congruente con sus principios de multiplicación de redes y fuentes internacionales y el Director de la agencia, Roberto Savio, inició visitas a los jefes de Estado del área andina con cartas de presentación ofrecidas por el Presidente venezolano.

Las gestiones del gobierno de Venezuela y de IPS culminaron el 4 de marzo de 1979, cuando, por invitación del Ministerio de Información de Venezuela, se reunieron en Caracas los representantes de los organismos encargados de la información en diez países: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Jamaica, Panamá, Perú, República Dominicana, Surinam y Venezuela. Las conversaciones habían conducido a una ampliación geográfica ya que los problemas eran compartidos por todos los Estados, y por ello también la propuesta suscitó un consenso rápido. En la reunión de marzo de 1979, se aprobó el Documento Constitutivo de Acción de Sistemas Informativos Nacionales, ASIN, y el sistema comenzó a funcionar de inmediato gracias a las medidas técnicas adoptadas por IPS Tercer Mundo.

Principios de Acción y Aspectos Operativos

El Documento Constitutivo de ASIN lo define como "un instrumento alternativo e integrador de información y comunicación entre los correspondientes organismos nacionales, con el cual se tratará de llenar un vacío que hasta el presente ha existido en este campo, de inalienable competencia y responsabilidad de los Estados". El mismo documento especifica que ASIN se inscribe en los marcos de las políticas de comunicación e información que han ido desarrollando los países del Tercer Mundo, que se crea sobre la base operativa de la red facilitada por IPS, que se alimentará de los materiales producidos por los servicios informativos nacionales, y que el sistema queda abierto a otros países que se interesen en participar, así como también a futuras ampliaciones de sus funciones. Por último el documento, muy breve, pone el sistema a disposición de los organismos de integración de la región (44).

Desde entonces los países miembros se han reunido en tres asambleas generales: Octubre 1979, Panamá; Mayo 1980, México; y Abril 1982, Guyana, y en el curso de ellas se incorporaron Méxi-

co, Nicaragua, Guyana, Cuba, Grenada y Antigua—Barbuda. Su primer Comité Directivo fue nombrado en la asamblea de 1980 y la presidencia del mismo quedó a cargo de México; en la asamblea de 1982 esta posición pasó a Venezuela.

El sistema ha funcionado desde su fundación con una regularidad sorprendente, lo que refleja el acierto del ex-Presidente venezolano al proponer que las funciones operativas estuvieran a cargo de un organismo profesional independiente. ASIN no es una agencia de noticias, sino un sistema de intercambios en que cada país participa en términos de estricta igualdad de derechos y compromisos. Los gobiernos, representados por los ministros de Información, tienen el máximo poder político sobre el sistema, pero IPS Tercer Mundo actúa como carrier o portadora de las informaciones y ejecuta todas las tareas técnicas necesarias para que el sistema funcione, además de realizar otras tareas que veremos más adelante.

Desde el punto de vista operativo, cada servicio miembro del sistema selecciona y redacta noticias por un máximo de hasta mil quinientas palabras diarias, de lunes a viernes, y las envía por los canales de IPS a la mesa central de ASIN que está en México. La central ordena el material y lo rebota sin modificaciones a los países miembros. El sistema utiliza además los recursos de IPS para la traducción de una selección del mismo material al inglés, para el intercambio con los países de habla inglesa del sistema y redistribución por la red más amplia de IPS. IPS incluye en su propio servicio una selección de noticias de ASIN que entrega a todos sus abonados y a las agencias nacionales con las cuales tiene convenio.

Tal como explica el Secretario Ejecutivo del sistema, José María Pasquini, "cada servicio nacional tiene la posibilidad de distribuir parcial o totalmente el boletín de ASIN en su ámbito de influencia local, con la única condición de respetar la sigla de origen y el texto integral de cada noticia que forma parte de dicho boletín. Asimismo tiene el derecho a distribuirlo entre todos los sectores públicos y privados que considere conveniente, quedando la comercialización o no del servicio en cada plaza local a decisión del país miembro correspondiente" (45).

IPS Tercer Mundo no tiene poder editorial sobre el material que envían los países. Los contenidos pasan inalterados, y la agencia se limita a la coordinación técnica del tráfico. El respeto de este acuerdo por parte de IPS explica en parte la confianza que los países han otorgado a esta agencia. Pero también hay otras razones: el esfuerzo técnico y financiero que implica una red de comunicaciones entre tantos países fue abaratado al máximo gracias a la cooperación de IPS, que buscó formas de ocupar tiempo ocioso de circuitos ya existentes e infraestructuras operantes. Así, países que por sí solos no habrían podido instalar las bases técnicas para su comunicación con los restantes, se benefician de la red internacional de canales vía satélite que les presta IPS.

ASIN funciona entonces con tecnología avanzada de comunicaciones, utilizando los canales vía satélite y el centro computarizado para el ordenamiento del tráfico que IPS ocupa para sus propias transmisiones. El funcionamiento del sistema es, sin embargo, bastante simple, y no plantea problemas de selección de noticias como en el caso del Pool de los No Alineados, puesto que el acuerdo estipula la transmisión completa e intocada de las noticias enviadas por cada país. Podría haber, eventualmente, necesidad de selección en el caso de que el volumen de noticias sobrepasara la capacidad de transmisión -en tiempo de canal disponible para cada país- de los circuitos que están siendo usados. Pero ello no ha ocurrido hasta el momento, y no hay razones para suponer que pueda ocurrir en el futuro próximo.

La comunicación con los países de habla inglesa (Surinam, Jamaica, Guyana y, más recientemente, Grenada y Antigua y Barbuda) plantea problemas adicionales, que aún no han sido resueltos satisfactoriamente. Los países no tienen los recursos necesarios para emitir boletines bilingües, y hasta 1982 IPS había absorbido los costos de la traducción de parte del boletín para el intercambio en los dos idiomas. Pero ello no es algo que la agencia pueda continuar haciendo indefinidamente, y la solución completa del problema dependerá del interés y los recursos que los países pongan en el intercambio con el Caribe.

Al fundarse el sistema, de los diez países participantes sólo dos tenían agencias nacionales: Perú y Venezuela, mientras que en

los restantes las informaciones eran entregadas por las oficinas de prensa de las respectivas presidencias. Con la incorporación de México en 1980, y de Cuba en 1982, el número de agencias subió, pero el problema de base subsiste en cuanto a la debilidad de los organismos nacionales que son la base del sistema. Pero la misma existencia del sistema ha estimulado a los países a reforzar sus oficinas de prensa para llegar, gradualmente, al establecimiento de agencias nacionales. De la revisión de agencias latinoamericanas contenida en los capítulos anteriores se puede demostrar que ASIN ha tenido un efecto muy positivo en este sentido, ya que varios de los países pequeños que carecían de algo semejante en 1978, llegaron a 1980 con agencias nacionales, en algunos casos, y con oficinas de información mejor preparadas para cumplir sus funciones, en otros casos.

Organización, Plan de Acción y Relaciones con IPS

Una de las originalidades de este sistema es que, a diferencia de tantas iniciativas gubernamentales, comenzó a funcionar en 1979 y recién en 1980 adoptó una forma institucional definida, con un Plan de Acción y un Comité Directivo compuesto por un presidente, y dos vice-presidentes. El Comité Directivo, compuesto por gobiernos, define las políticas del sistema en el período que media entre las asambleas generales, mientras que IPS mantiene sus funciones como Secretaría Operativa.

Las relaciones con IPS Tercer Mundo son muy peculiares, y constituyen un caso único en el mundo de cooperación entre un conjunto de Estados y un organismo profesional independiente que cumple una gran variedad de funciones en representación de dichos Estados.

El acuerdo inicial consistía en que cada país abría a su cargo un canal satélite hacia otro país miembro o hacia la central técnica de la agencia en Roma (la distancia no afecta las tarifas vía satélite), el uso del cual quedaba a disposición de IPS cuando no estuviese siendo ocupado por ASIN. A cambio de ello, IPS aportaba su red de telecomunicaciones formada por otros canales pagados por la agencia; su centro computarizado de conmutación de mensajes; la coordinación y distribución del material enviado por los

países participantes; la traducción al inglés -y viceversa- para el intercambio con los países del Caribe y la promoción del sistema a nivel regional e internacional (46).

En la práctica, la red quedó integrada por los recursos de telecomunicaciones de IPS y por un conjunto de canales bidireccionales pagados por parejas de países (Panamá—Costa Rica; Colombia—Ecuador); y por países junto con IPS (ejem. Perú e IPS pagan Lima—Roma—Lima; Nicaragua paga su parte del canal Managua—San José, e IPS paga el segmento costarricense del mismo canal bidireccional). México paga solo un canal bidireccional Roma—México, para uso de la Secretaría Operativa; y Venezuela se hizo cargo de otros costos para facilitar la participación de países como República Dominicana y Costa Rica, que se conectan con el sistema a través de Caracas, y Jamaica, que se conecta con Roma y debía servir como distribuidor del servicio en inglés. Guyana comparte con México el costo de un canal que le conecta con Jamaica; Surinam se conectaba con IPS primero a través de Holanda (utilizando un canal disponible para otros efectos), pero éste fue cancelado y no se ha encontrado una fórmula satisfactoria para reemplazarlo. Mientras tanto, recibe materiales por correo.

Las funciones de IPS fueron ampliándose a medida que los países veían en la práctica las limitaciones y promesas del sistema. En la asamblea de 1980 aprobaron un Plan de Acción que nombra comisiones (formadas por países) para estudiar la posibilidad de implementar "el Derecho Internacional a la Información, que es uno de los más importantes y substantivos derechos reclamados por la humanidad"; y para explorar la factibilidad de ampliar las funciones de intercambio de ASIN a la radio, televisión y otros. El mismo plan ratificó las funciones operativas de IPS, y le encomendó la realización de tareas adicionales: la organización de seminarios, talleres y otros eventos para mejorar el entrenamiento de los periodistas de ASIN; la organización de estadías e intercambios entre periodistas del sistema; la preparación de un manual para los corresponsales y la publicación de un boletín con informaciones sobre la marcha de los asuntos internacionales relacionados con la comunicación.

También se encargó a IPS la realización de un estudio de fac-

tibilidad de un doble flujo en el sistema: uno para llevar informaciones que interesan especialmente a los gobiernos e instituciones públicas, y otro para los medios masivos. Por último, se pidió a IPS la realización de un análisis periódico de los contenidos de ASIN.

Esta última decisión surgió a raíz de una iniciativa de IPS. Como parte de los preparativos para la Tercera Reunión General, IPS encargó a esta autora la realización de un análisis de contenido para evaluar las características de la información de ASIN. Los resultados de este análisis fueron presentados a los Ministros de Información de los trece países reunidos en México, quienes acogieron con interés las críticas y los aspectos positivos del análisis, decidiendo que éste se repitiera con una periodicidad no menor de cinco veces al año. IPS estableció entonces una periodicidad mensual, gracias a lo cual ASIN es ahora el único sistema informativo cuyos contenidos son monitoreados mensualmente por una investigadora independiente, que no es funcionaria de IPS ni de ninguno de los gobiernos que participan en el sistema.

A medida que sus tareas aumentaban, IPS vio la necesidad de organizarse mejor para responder a ellas, y para ésto creó una Secretaría Ejecutiva a cargo de uno de sus ejecutivos, el periodista José María Pasquini. La oficina de esta Secretaría quedó instalada en México, gracias a la cooperación del gobierno de este país, y en su central de Roma quedaron sólo las funciones de central de telecomunicaciones y conmutación de mensajes, mientras que la edición y ejecución de todas las tareas encomendadas a IPS en el Plan de Acción quedaron en México.

La tarea más peculiar de todas las encargadas por los gobiernos a IPS fue la búsqueda de apoyo financiero internacional para solventar los requerimientos del Plan de Acción. Este tipo de arreglo, en que los gobiernos encomiendan a un organismo profesional una gran cantidad de tareas y además le encargan que busque, en su nombre, la asistencia internacional para llevarlas a cabo, es un caso único en este campo. Pero IPS cumplió con creces tamaña empresa, y en la Cuarta Reunión General (Guyana, 1982), la Secretaría Ejecutiva presentó una cuenta de su gestión que demostraba una eficiencia abrumadora. Desde su instalación en marzo de

1981, en México, hasta dicha asamblea, en abril de 1982, había logrado realizar:

— La compilación y distribución de materiales sobre periodismo para el desarrollo; libertad de prensa y derecho a la información; datos sobre radios, televisoras y editoriales en la región.

— Un primer seminario (a fines de 1982 hizo otro) de entrenamiento del periodismo para el desarrollo, que tuvo lugar en Roma, en el que participaron nueve periodistas de agencias nacionales de Nicaragua, Guyana, República Dominicana, Ecuador, México y Venezuela. El seminario duró dos meses y fue financiado con apoyo del Departamento de Cooperación de la Cancillería italiana.

— Preparación de un programa tipo para seminarios de entrenamiento en agencias nacionales.

— Asesoró y participó en el diseño de sistemas nacionales de información en Nicaragua, Ecuador, Guyana y Costa Rica.

— Elaboró los anteproyectos de Reglamento Interno y de Normas Operativas para el servicio periodístico de ASIN.

— Preparó un proyecto de centro automatizado de edición y traducción para el fortalecimiento de las telecomunicaciones del sistema.

— Promovió acuerdos de cooperación con el Pacto Andino, CARICOM, SELA, Convenio Andrés Bello, CEPAL, OLADE, OPECNA, FANA, ANN (Asian News Network), PANA (Agencia Panafricana), Pool de Agencias de No Alineados y el proyecto ALASEI.

— Promovió el reconocimiento de ASIN por el Programa Internacional de Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de UNESCO.

— Editó 10 números de una carta informativa que se distribuye por correo a funcionarios de gobiernos, organismos regionales, agencias de Naciones Unidas, investigadores y escuelas de comunicación, organismos profesionales de editores y periodistas y otros de dentro y fuera de la región.

— Totalizó 18 análisis mensuales de contenidos del sistema y dos análisis comparados en castellano e inglés.

— Editó, coordinó y distribuyó el boletín informativo diario formado por los servicios nacionales de informaciones y asistió al Comité Directivo en la preparación de documentos y ponencias internacionales.

Si el lector recuerda los diversos casos de acuerdos regionales del Tercer Mundo expuestos en este libro, estará de acuerdo en que ninguno muestra una eficiencia mayor que ASIN: nunca se ha hecho tanto con tan poco. Tal vez por ésto, en la reunión de 1982 algunos gobiernos expresaron dudas acerca de los intereses de IPS en el sistema. Pocas paradojas podrían ser más desalentadoras y representativas de la realidad subdesarrollada. Si la Secretaría Operativa se hubiese limitado a remolonear y a producir proyectos de anteproyectos, probablemente ningún gobierno le habría reprochado nada. Es algo habitual en muchos sectores. Pero como la gestión resultó tremendamente efectiva, algunos funcionarios la encontraron sospechosa. Por ello el Director General de IPS preparó una carta memorandum a los ministros de Información del sistema, en que expuso otra vez los intereses de IPS en esta experiencia. Estos se resumen en tres puntos:

— Ventajas institucionales que derivan del hecho de que al reformarse ASIN se amplió el "territorio ideal" de múltiples redes y fuentes internacionales que busca IPS según sus principios, y que son las mismas que obtiene al sostener los servicios de la mujer, con la cooperación de UNESCO, y otros servicios que mencionamos en el capítulo sobre IPS;

— Ventajas profesionales que espera obtener en la medida que se multipliquen las redes alternativas dedicadas a las cuestiones del Tercer Mundo, desarrollo, integración y temas relacionados. En la medida que ellas prosperen, espera IPS, su propio servicio periodístico tendrá una mayor recepción entre los medios y otros sectores; y

— Ventajas técnicas, derivadas del hecho de que junto con poner sus canales y central técnica a disposición de los Estados, obtiene que éstos abran nuevos canales que sirven a la expansión de su servicio periodístico y de los otros servicios que circulan por su red (47).

El análisis del presupuesto de 1982 mostró que, si bien IPS

había ganado la posibilidad de uso de algunos canales que no existían antes, también había asumido una gran parte de los costos adicionales necesarios para el funcionamiento de los intercambios, entre ellos, costos de conexiones extra-regionales; de receptores y transmisores locales; gastos de conmutación computarizada; análisis de contenido; traducción; producción y distribución de documentos y cartas informativas; personal técnico y profesional; costos de administración y supervisión; etc. Todas estas tareas y gastos son asumidas voluntariamente por la agencia, y no están registradas en ningún contrato puesto que jurídicamente el sistema aún está basado en una serie de protocolos bilaterales entre cada país miembro e IPS en que se tratan solamente los aspectos de canales y servicios periodísticos.

Pero ASIN ya es mucho más que la suma de estos acuerdos bilaterales, y se advierte un desnivel entre su grado de institucionalización y su realidad. Al constituirse en asamblea, y fijar y delegar funciones, los ministros de Información dieron vida a una entidad internacional peculiar en que IPS es mucho más que un transportador mecánico, es un asociado ejecutivo que invierte tanto o más que algunos Estados en la mantención del mismo. Los avances institucionales son también producto de iniciativas de IPS, ya que aunque los ministros no habían considerado la necesidad de reglamentar las relaciones internas, la Secretaría Ejecutiva elaboró un proyecto de reglamento interno y de manual periodístico que fueron aprobados luego de largas deliberaciones en la reunión general de miembros de ASIN en 1982.

IPS no tiene voto en tales reuniones generales, aunque prepara todos los materiales necesarios para ella, y como Secretaría Ejecutiva toma las tareas prácticas y de coordinación inevitables en eventos de ese tipo. Todas las reuniones previas de Ministros habían dejado expresa mención del reconocimiento del rol clave que la agencia juega en este sistema, pero en la asamblea de 1982, por los cambios de gobiernos y ministros regulares, la mayoría de los funcionarios representantes de gobiernos eran nuevos y no habían participado en la reunión constitutiva de 1979. Esto, probablemente, es lo que causó reservas frente a la magnitud de las tareas realizadas por la Secretaría Operativa y Ejecutiva.

En su Memorandum a los ministros, IPS planteó que si éstos deseaban trasladar todas sus funciones a un organismo gubernamental, la agencia no objetaría tal decisión. Pero si se deseaba continuar como asociación mixta, gubernamental y privada, la combinación de responsabilidades debía respetar estrictamente la división de funciones políticas y técnico—profesionales, de lo contrario IPS no estaría dispuesta a seguir participando en el sistema. Luego de estas aclaraciones algunos ministros, que habían considerado la posibilidad de invadir algunas esferas de acción propias de IPS, en su calidad de Secretaría Operativa, desistieron y las relaciones entre ambos lados continuaron sin roces. En 1983 debería realizarse la próxima reunión general y en ella probablemente se avanzará en el proceso de institucionalización de este original acuerdo.

Contenidos de ASIN (48)

El primer análisis de ASIN evaluó una muestra de 8 días de marzo de 1980, y a partir de junio del mismo año comenzaron los análisis mensuales con muestras de 7 días. Desde 1982 estos análisis pasaron a ser bimensuales, ya que la mayor parte de los países no tenían la capacidad de absorber toda la información generada por esta vía. Además de estos análisis, la autora ha realizado tres balances de contenido, que evalúan las tendencias de contenido en períodos aproximados de un año. La realización de estos análisis continúa hasta la fecha de esta publicación, y los países han manifestado su interés en seguir contando con ellos.

La metodología usada en los análisis es más compleja que los análisis usuales, lo que responde en parte al hecho de que se trate de un sistema de información intergubernamental, y que el mayor argumento en contra de la participación de los Estados sea el que éstos no podrían transmitir sino propaganda. ASIN ofrecía la posibilidad única de evaluar el comportamiento de sistemas informativos oficiales, y por ello la autora optó por someterlos al análisis más riguroso que pudo diseñar. Por otra parte, cada análisis entrega resultados globales, válidos para todo el boletín, y resultados parciales sobre cada uno de los servicios nacionales, con el fin de permitir la auto—evaluación de los países participantes (esta metodología satisface standards de investigación, pero no siempre resul-

ta práctica para los periodistas y gobiernos, y por ello a partir de mediados de 1983 será simplificada).

Cada muestra mensual es estudiada en los siguientes aspectos: a) volumen de noticias nacionales e internacionales. Las noticias internacionales son desglosadas en informaciones sobre cuestiones nacionales en el extranjero; informaciones provocadas por actividades de extranjeros en suelo nacional; e información internacional propiamente dicha, en las que el país emisor no participa; b) volumen de historias relacionadas con cooperación internacional, que a su vez es desglosada en varias categorías que veremos más adelante; c) localización geográfica de la noticia, o lugares en que ocurren las acciones a que se refieren las historias; d) tipos de actores, para lo cual se computa un máximo de tres actores por historia y se los clasifica en 31 categorías; e) temática central de cada historia, dividida en doce categorías básicas (economía nacional; economía internacional; tecnología y ciencia; política nacional; política internacional; asuntos militares; educación; cultura y comunicación; religión; deportes; tragedias y misceláneos).

Las últimas cuatro categorías temáticas son simples, mientras que las restantes son subdivididas en varios ítems que dan un total de 61 tipos de temas. El total de categorías temáticas es trabajado de modo que permitan ver: a) el perfil temático del boletín completo; y b) la medida en que cada servicio contribuye al total de líneas que forma cada tema y subtema.

Contando todos los análisis realizados hasta agosto de 1981, las apreciaciones sobre el contenido de ASIN vertidas en este capítulo se basan en una muestra total de 93 días de transmisión, con un total de 2.864 artículos compuestos por 67.785 líneas. Aquí resumiremos sólo los aspectos generales de estos resultados.

a) Volumen y regularidad de las transmisiones

Hasta agosto de 1981 ASIN transmitía un promedio diario de 30 historias que a su vez tienen un promedio de 25 líneas cada una. La regularidad del sistema es perfecta: transmite de lunes a viernes y hasta la fecha, no se ha registrado ninguna interrupción del boletín. La regularidad de las transmisiones de cada servicio

difiere: los servicios más estables son VENPRESS (Venezuela); NOTIMEX (México); COLPRESS (Colombia); ANDINA (Perú); ECUAPRESS (Ecuador); DOMPRESS (República Dominicana); y BOLPRESS (Bolivia). Todos ellos transmitieron entre el 75 y el 100^o/o del total de días analizados.

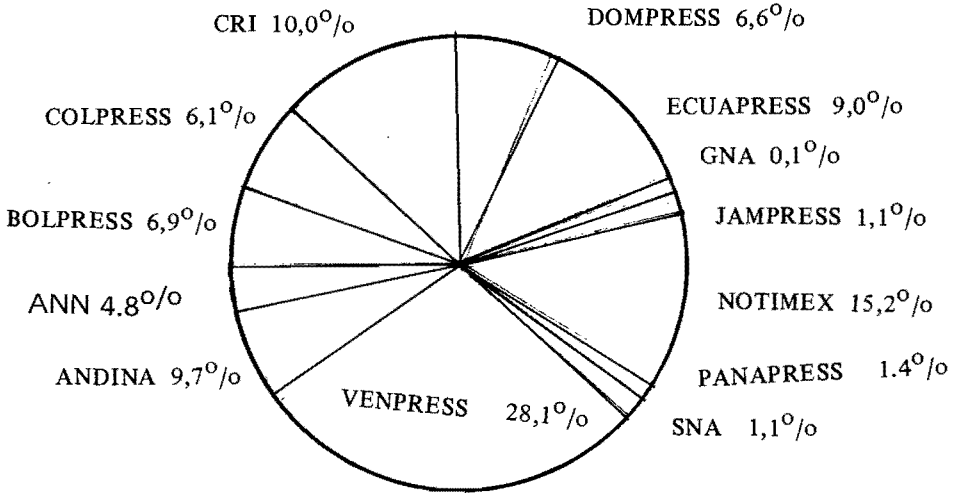
ANN (Agencia Nueva Nicaragua) comenzó a transmitir con bastante regularidad a partir de julio de 1981. CRI (Costa Rica) comenzó sus transmisiones en junio de 1981 y desde entonces transmite un promedio de tres veces por semana. PANAPRESS (Panamá) transmite una a dos veces por semana, al igual que JAMPRESS (Jamaica), SNA (Surinam) y GNA (Guyana), aunque tienen servicios nacionales que transmiten regularmente, aparecen con poca frecuencia en el servicio en español, que es la base de estos análisis, debido a las dificultades para garantizar la traducción de sus despachos.

En un año y medio, solamente dos sucesos políticos afectaron las transmisiones: el cambio de gobierno militar a civil en Perú, y de un gobierno civil a uno militar en Bolivia. En ambos casos las transmisiones de ANDINA y BOLPRESS fueron suspendidas transitoriamente. En los restantes países los cambios de gobierno o de ministros de información no han afectado las emisiones de sus servicios nacionales.

El Gráfico No. 1 muestra la distribución del volumen total de líneas en una muestra de 43 días correspondientes al período Diciembre 1980 — Agosto 1981. Guyana, México y Nicaragua se incorporaron a ASIN en mayo de 1980, y sus transmisiones comenzaron en diversos meses del mismo año, razón por la cual aquí no se incluye el balance realizado a fines de 1980. Por cierto, los países que se incorporaron en 1982 no aparecen en estos resultados.

Los servicios de los países de habla inglesa aparecen subestimados en esta muestra, debido a los problemas de traducción. Pero los desequilibrios propios del sistema son evidentes, aunque han ido disminuyendo con el tiempo: en el primer balance VENPRESS solo aportaba el 35^o/o y junto con BOLPRESS, ECUAPRESS y ANDINA componía el 70^o/o del total de líneas, mientras que en el balance de 1981 se aprecian resultados que, sin ser completa-

GRAFICO: No. 1. Composición del volumen de ASIN en una muestra de 43 días: Dic. 1980 - Agosto 1981 (Porcentajes calculados sobre el total de líneas; No. — 32.142).



mente satisfactorios, demuestran progreso en la regularidad de las transmisiones de cada país. Los desequilibrios internos de volumen han ido disminuyendo a medida que los países sin agencias nacionales comenzaban a organizarlas. Esto también se tradujo en aumentos de volumen para el total del boletín: en diciembre 1980 ASIN transmitía 6.500 palabras diarias, mientras que en agosto de 1981 llegó a las 11.000 palabras.

b) ASIN: "Instrumento alternativo e integrador"

El sistema fue definido, por principio, como un instrumento alternativo e integrador. Aunque la operacionalización de esta opción política no es fácil, para los efectos del análisis decidimos que si era efectiva, ella debería notarse al menos en dos aspectos: a) la atención presentada a la noticia internacional, entendida como aquella que envuelve acción de actores de dos o más países, u orga-

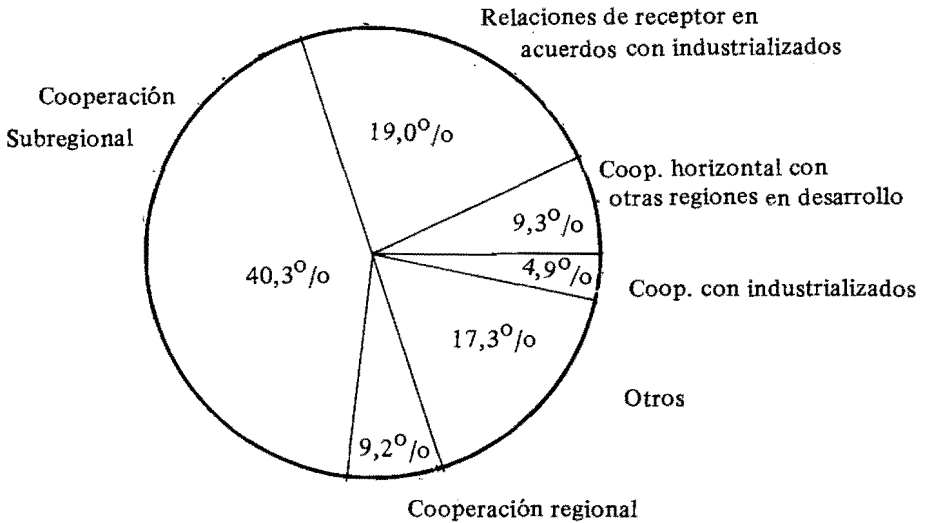
nismos internacionales; y b) El volumen de artículos dedicados a cuestiones de cooperación entre países. Esto implica asumir que no podría ser integrador si se comporta como una simple sumatoria de notas sobre acontecimientos nacionales; y que al tratar temas internacionales debe dar cierta preferencia a los que tocan experiencias de cooperación.

Los resultados registrados hasta agosto de 1981 muestran que casi la mitad de sus noticias son internacionales, y que las noticias sobre experiencias de cooperación ocupan entre el 15 y el 20 por ciento del volumen total.

La tabulación del último ítem es muy rígida: una noticia no es clasificada como "cooperación" a menos que especifique los participantes, los términos del acuerdo y los objetivos del mismo. Las notas más vagas, semejantes a muchas que se encuentran en la prensa tradicional (por ejem., que un ministro viaja a "discutir cuestiones de cooperación" con algún colega extranjero), no son incluidas en este rubro aunque sí forman parte de las notas internacionales. Pese a la estrictez de esta clasificación, el volumen de informaciones sobre aspectos de la cooperación entre países es alto en ASIN, e incuestionablemente superior al que ofrece cualquier otro servicio informativo. La participación de los países en la producción de este tipo de notas es bastante pareja, aunque en cantidades absolutas reproduce los desniveles de volumen que surgen de las distintas cantidades de noticias aportadas por cada uno.

El siguiente gráfico analiza el subtotal de líneas (5.161) dedicadas a estos temas, desglosándose en las siguientes categorías: a) Cooperación regional; b) Cooperación subregional, que incluye casos de acuerdos bilaterales y otros multilaterales que no llegan a tener alcance regional; c) Cooperación horizontal con países en desarrollo de otras regiones; d) Situaciones de cooperación en las que un país en desarrollo aparece como receptor de ayuda por parte de un país industrializado; e) Otras formas de cooperación con países industrializados, en las que hay una relación más simétrica y no tanto de dador—receptor; y f) Otros casos de cooperación, que ocurre dentro de marcos de organismos internacionales.

GRAFICO No. 2: Análisis del subtotal de líneas que tratan temas de cooperación (Dic. 1980 - Sg. 1981), No. — 5.161.



La mitad de estas noticias tratan sobre relaciones de cooperación intra-regional, mientras que los acuerdos de cooperación con países industrializados ocupan la cuarta parte y entre ellos predominan las situaciones en que uno o más países en desarrollo aparecen en calidad de receptor de ayuda.

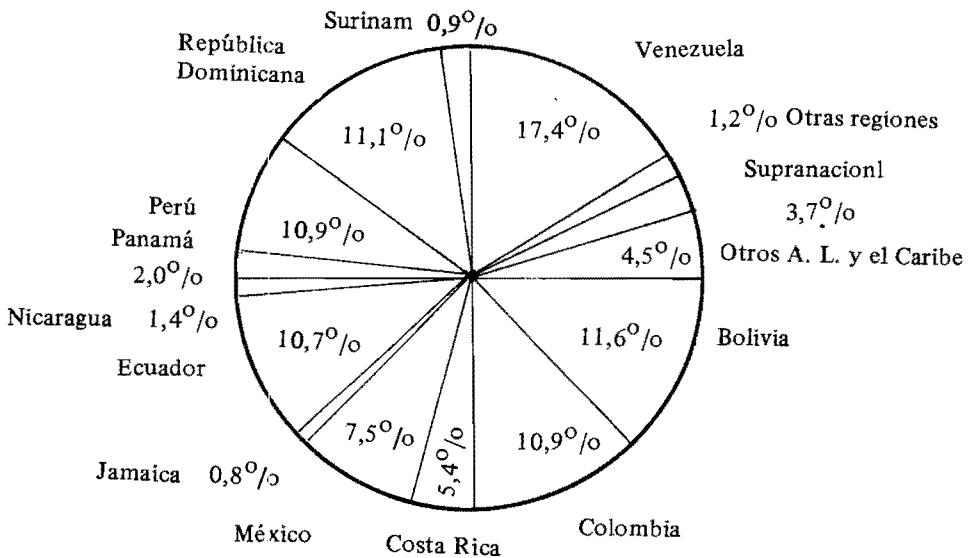
El tratamiento de los temas de cooperación no siempre es satisfactorio. El problema más usual es que los corresponsales prestan demasiada atención a los aspectos formales de los acuerdos, y descuidan el análisis de las implicaciones y de su posible impacto en los países participantes. Las agencias nacionales y por tanto con mayor experiencia periodística, parecen mejor preparadas para analizar relaciones de cooperación, mientras que los países que sólo tienen secretarías de prensa de la presidencia tienden a entregar notas de carácter más oficial y menos analíticas.

c) Ubicación geográfica, actores y temas del contenido

Alrededor del 95^o/o de las situaciones analizadas por ASIN se ubican dentro de la región (América Latina y el Caribe), en tanto que el resto se ubica en organismos internacionales y en otras regiones. Hay bastante relación entre el volumen de noticias que aporta cada país y su presencia en el mapa informativo indicado en el Gráfico No. 1, aunque el balance de 1981 muestra tendencias a ampliar la cobertura regional. Esta tendencia resulta de los esfuerzos de agencias como NOTIMEX y VENPRESS, que tienen mayores recursos de corresponsalía en el exterior. También ANN introduce informaciones sobre países vecinos, con lo cual la cobertura de América Central ha comenzado a aumentar.

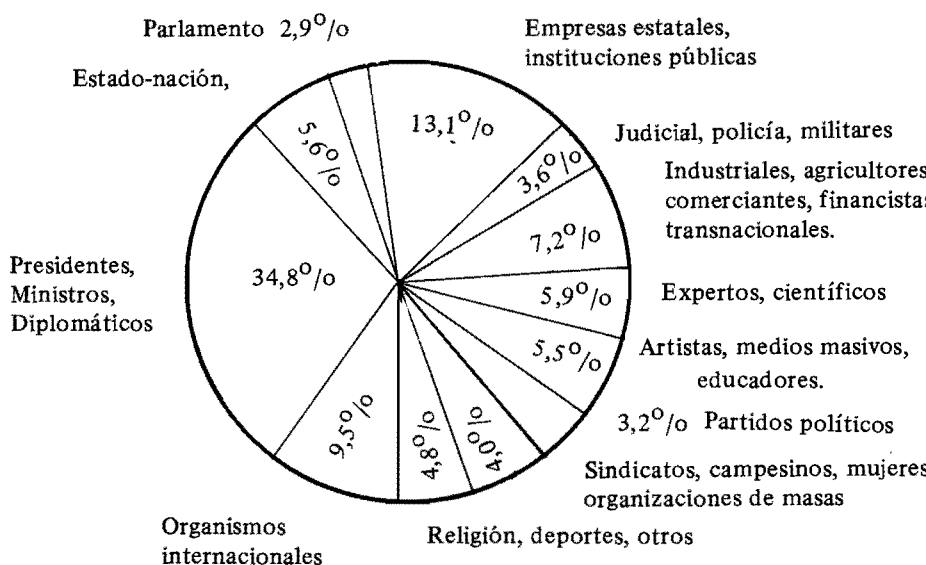
La nacionalidad de los actores se distribuye de la siguiente manera: América Latina y el Caribe 79,6^o/o; organismos internacionales 8,9^o/o; Estados Unidos 4,1^o/o; Europa Occidental 3,6 por ciento; Europa Oriental 0,8^o/o; Asia 1,5^o/o; otros países industrializados 0,3^o/o. Esto corresponde a un total de 6.622 actores clasificados en la muestra total de 93 días.

GRAFICO No. 3: Localización geográfica de los asuntos cubiertos por ASIN. Muestra de 93 días: Marzo 1980 - Ag. 1981.



Los actores también son clasificados según su posición y rol en la sociedad. En el mismo período, marzo de 1980 a agosto de 1981, se analizaron 6.784 actores (el total es mayor que el anterior ya que no siempre la noticia especifica nacionalidad) que se distribuyen en la siguiente forma:

GRAFICO No. 4: Análisis del total de actores en una muestra de 93 días. No. 6.784.

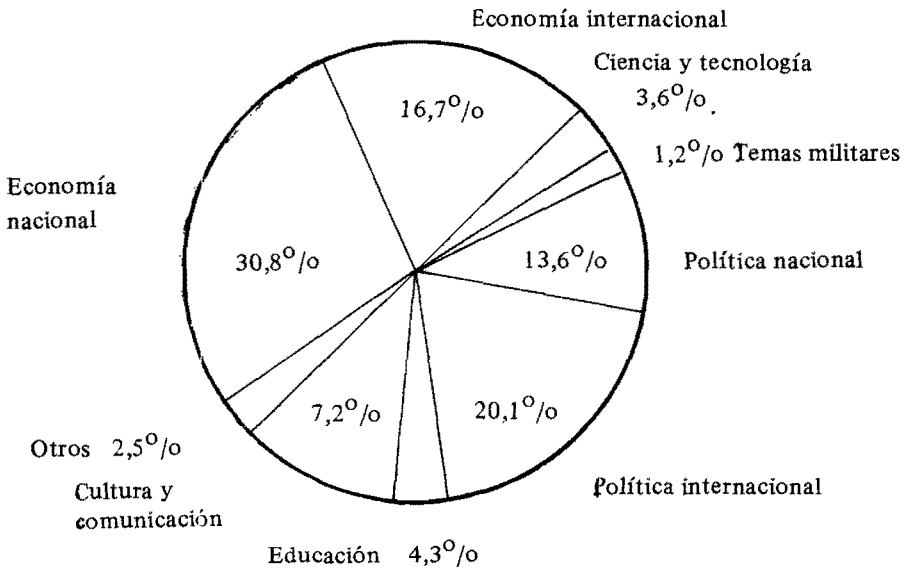


El conjunto de actores pertenecientes al gobierno y a diversas instituciones del Estado suman 54,4% del total clasificado. Al tomar cada categoría individualmente, los principales actores son ministros e instituciones públicas que aparecen en situaciones de anuncio, puesta en marcha o evaluación de proyectos de importancia nacional o sectorial. El conjunto de actores del campo de la ciencia, cultura y educación representa el 11,4% del total, mientras que los partidos políticos, organizaciones de masas y sectores

sociales de base (que incluyen a indígenas y mujeres) obtienen el 7,2^o/o. Los organismos internacionales también tienen gran relieve, con el 9,5^o/o de la muestra, mientras que el sector privado de la economía representa, en conjunto, el 7.2^o/o del total.

Los porcentajes expuestos son bastante constantes a lo largo de los meses. Tanto los balances como los análisis mensuales realizados hasta el momento muestran sólo variaciones pequeñas en estas cifras. Lo mismo ocurre con la temática central de ASIN, que está formada en casi un 50^o/o por asuntos económicos, nacionales e internacionales, y por más del 30^o/o de notas sobre temas políticos.

GRAFICO No. 5: Análisis de la temática de ASIN en el período Marzo 1980 - Agosto 1981. Porcentajes calculados sobre el total de líneas: — 67.785.



Las notas sobre economía nacional han ido aumentando gradualmente, y están formadas en gran parte por temas agrícolas, energéticos y otros relacionados con salud y bienestar. Economía internacional incluye en especial noticias sobre comercio y finanzas, energía, ayuda al desarrollo y actividades de organismos internacionales entre los que destacan los de carácter regional (por ejem. Pacto Andino y Sistema Económico Latinoamericano).

El tema política nacional muestra más variaciones contingentes: en 1980 un tercio de estas informaciones trataban sobre elecciones y actividades de sectores de oposición; otro tercio estaba formado por actividades de gobiernos y el resto, por notas sobre cuestiones parlamentarias, asuntos judiciales de importancia política, y actividades políticas de partidos y organizaciones de masas entre las que se incluyen sindicatos. En el balance de 1981 el mismo tema estaba formado en más de un tercio por actividades de gobierno, y las notas sobre oposición ilegal y terrorismo habían aumentado a más del 10^o/o en el total de este ítem. Las informaciones sobre oposición legal bajaron, junto con las notas sobre organizaciones de masas y los asuntos eleccionarios.

En política internacional los mayores ítems son relaciones internacionales, temas de la paz y los derechos humanos, y otros sobre cuestiones de seguridad y fronteras. Estos últimos aumentaron significativamente en el segundo balance, debido al conflicto entre Perú y Ecuador y luego, por discusiones fronterizas entre Colombia y Venezuela, y entre Venezuela y Guyana.

De todos los temas mencionados hay dos que presentan mayores dificultades de tratamiento periodístico: actividades de gobierno y relaciones internacionales. Las notas clasificadas como "actividades de gobierno" no tienen, normalmente, valor informativo. Son notas más bien propagandísticas en que el actor principal es con frecuencia un presidente, en situaciones en que la acción misma no tiene mayor importancia. Este tipo de cables ocupa un tercio del ítem "política nacional", lo que equivale a poco más del 4 por ciento del volumen total de ASIN. Casi la mitad del ítem "política internacional" corresponde a "relaciones internacionales", lo que equivale más o menos al 10 por ciento del volumen total. En este caso, el defecto más común de la información es que

se limita a reflejar los aspectos formales, los rituales de la diplomacia internacional, antes que los aspectos substanciales de estas relaciones.

La calidad de estas últimas ha ido mejorando visiblemente: los corresponsales no se limitan ya a describir saludos de aeropuerto, comitivas y otros aspectos periféricos de las relaciones internacionales, sino que entran cada vez más en los temas de los encuentros, y en las implicaciones que ellos tienen para los países envueltos en ellos. Las notas sobre actividades de gobierno, sin embargo, no muestran progreso pese a que con frecuencia los informes de contenido llaman la atención sobre este punto.

Otro hallazgo de los análisis de contenido es la sorprendente estabilidad del perfil informativo de ASIN. Aunque los datos de este capítulo son promedios de muchos meses, los resultados mensuales nunca se alejan mucho de ellos. Hay diferencias claras entre los distintos servicios, pero cuando se toma el boletín en su conjunto, el perfil básico es muy estable y tiende a permanecer a pesar de los cambios de ministros de información, de corresponsales, y de las recomendaciones que surgen de los mismos análisis.

Otras dificultades de contenido no son medibles, aunque se manifiestan en tendencias, más marcadas en unos servicios nacionales que en otros, a utilizar elementos retóricos que no aportan información. Asimismo, el manejo de la información de contexto y la "traducción" de localismos para la mejor comprensión de audiencias extranjeras plantean problemas que aún no han sido superados del todo por los periodistas del sistema.

Los análisis demuestran que ASIN entrega informaciones que no se encuentran en agencias transnacionales, y que su perfil noticioso responde a necesidades que no han sido satisfechas por otros medios. La comparación con los resultados de Schramm en su estudio de los servicios de AP, UPI, Reuters y AFP para Asia (49) muestra los siguientes porcentajes temáticos:

	Transnacionales	ASIN
Relaciones internacionales	36 ^o /o	20 ^o /o
Economía (nacional e internacional)	15 ^o /o	47 ^o /o

Política nacional/gobiernos	11 ^o /o	14 ^o /o
Guerras/asuntos militares	7 ^o /o	1 ^o /o
Crímen/desastres/accidentes	9 ^o /o	1 ^o /o
Deportes	12 ^o /o	1 ^o /o
Ciencia/salud/cultura/tecnología/educación	3 ^o /o	15 ^o /o

En las noticias transnacionales predomina la política, sangre y circo, y los sucesos espectaculares tienen tanta importancia como el deporte y la economía. ASIN ofrece informaciones que privilegian asuntos económicos y culturales, y la política, más que un circo sangriento, son esfuerzos para alcanzar mejores formas de integración regional y democracia interna.

Gracias a este enfoque, por ejemplo, ocurren situaciones como la siguiente: una decisión venezolana sobre el precio del petróleo es comunicada a través de ASIN y el gobierno de República Dominicana publica su reacción por el mismo circuito, notando que la medida afecta seriamente a su economía. VENPRESS comunica más tarde que el gobierno de Venezuela ha tomado nota de la reacción dominicana y ha agregado disposiciones especiales para reducir el impacto de su medida sobre la economía dominicana. Todo ello circula por ASIN en menos de 48 horas: los países han intercambiado informaciones útiles, sin "ruidos" causados por interpretaciones de terceras partes, y sin asperezas causadas por malas interpretaciones.

El caso es real, e ilustra apenas uno de los cientos de pequeños diálogos que conlleva el tráfico de ASIN permanentemente. Por cierto, el sistema no reemplaza a los canales diplomáticos, pero agrega una forma de comunicación fluida y directa, que tiene un impacto real en las relaciones entre países. Del mismo modo, los conflictos internacionales son reflejados por el tráfico de ASIN. Los problemas fronterizos de Perú y Ecuador, por ejemplo, causaron un aumento significativo de los contenidos militares, y los miembros de ASIN recibieron a principios de 1981 informaciones conflictivas provenientes de ambos países. Con todo, ninguno de ellos cesó de transmitir, y es razonable asumir que la mantención de las comunicaciones jugó un papel en el retorno a las vías pacíficas para solucionar los diferendos.

Las diferencias de contenido favorecen a ASIN y ello le permite ser presentado como un caso raramente exitoso de participación gubernamental en la circulación internacional de noticias, pero como dice su Secretario Ejecutivo, ésto "no significa que se pretenda ignorar las deficiencias de los gobiernos como informadores de la respectiva realidad nacional, o adosarles virtudes mágicas a aquellos contenidos positivos. Es más: podría decirse que la diferencia temática respecto del sistema dominante se produce como subproducto 'natural', no premeditado, de la información gubernamental, derivado de la propia naturaleza de sus funciones e intereses" (50).

Los contenidos de ASIN, con todo lo peculiar y positivo que les caracteriza, han demostrado también la dificultad para lograr cambios cualitativos en el periodismo regional. Aquí juegan dos factores: el hecho de que ASIN sea un instrumento de los Estados, lo que se refleja, por ejemplo, en la dificultad para renunciar a la tentación propagandística en algunos cables; y la formación periodística latinoamericana, cuyas matrices han sido fijadas por los patrones norteamericanos y la competencia de los medios comerciales.

Aunque ASIN no es una agencia de noticias, los periodistas que trabajan para el sistema tienen dificultades para superar el esquema de noticia clásica, breve y escueta, sobre hechos y eventos que no siempre aportan a la comprensión de los procesos sociales. Los sesgos urbanos también son evidentes, incluso en aquellos servicios que no tienen problemas de telecomunicaciones para recoger informaciones de provincias. Del mismo modo es claro que, pese a las intenciones de ampliar la cobertura a todos los estratos sociales, las informaciones que interesan a los sectores campesinos, indígenas y a las mayorías urbanas desposeídas son escasas en el sistema.

Estos sesgos son comunes también al periodismo privado y comercial, de modo que en este sentido ASIN no aporta realmente defectos originales, pero en la medida que sus objetivos incluyen la ruptura deliberada con estas tendencias, tienen mayor obligación de superarlas. El monitoreo regular de los contenidos demuestra, sin embargo, que la puesta en práctica de un periodismo

más sensible a las necesidades de los sectores rurales y urbanos pobres es una tarea compleja que requiere, más allá de recomendaciones, todo un cambio en la formación general del profesional periodista. Y ésto tomará, sin duda, muchos años.

Balance y perspectivas

ASIN tiene a su haber varios logros que son, hasta el momento, únicos en la región. En primer lugar, expresa la voluntad efectiva de los Estados para establecer vínculos de comunicación directa. En segundo lugar, demuestra la capacidad de los Estados para mantener estos vínculos, más allá de las coyunturas políticas que afectan las relaciones entre países. En tercer lugar, es una corriente de información propiamente latinoamericana, cuyas características de contenido difieren bastante de las que se encuentran en el flujo noticioso tradicional. En cuarto lugar, es un sistema basado en la cooperación mutua, que ya ha dado muestras de llevar los principios de cooperación a la práctica. Finalmente, es una iniciativa que está llevando al fortalecimiento gradual de las infraestructuras de información nacional en aquellos países que, antes de la puesta en marcha de ASIN, estaban en una situación de gran indefensión informativa. Los países árabes y africanos no han logrado aún algo equivalente, y el funcionamiento del Asian News Network es demasiado reciente como para establecer comparaciones, de modo que también se le puede clasificar como un logro único en el Tercer Mundo.

La participación de IPS ha sido vital en esta experiencia. Sin ella, la propuesta inicial podría haberse quedado en proyecto tan largo y dificultoso como son todos los restantes proyectos existentes en el Tercer Mundo. En este sentido, ASIN sugiere una vía que puede ser defendida desde muchos puntos de vista, con su modelo mixto de asociación entre Estados y una agencia tercermundista formada por cooperativa de periodistas independientes. Pero ya lo vimos antes, esta asociación no está exenta de roces ni problemas y la solución de ellos requiere una gran altura de miras que en ASIN, sin ser constante, al menos ha predominado.

Otro aspecto de gran importancia es el estímulo a la cooperación Sur—Sur que ha surgido del sistema. Esto es no sólo porque

sus contenidos enfatizan esta perspectiva, sino porque su propio funcionamiento ha sido posible gracias a la cooperación mutua: la ayuda al financiamiento de canales de países más pequeños que presta Venezuela; la donación de teletipos por parte de México a Guyana y Jamaica y otros aspectos de este tipo son manifestaciones de esta tendencia.

El tercermundismo de ASIN también se advierte en los contactos iniciados con experiencias equivalentes en otras regiones y grupos de países: mantiene contactos con las redes en proyecto y en curso del Pool de No Alineados, países árabes, Africa y Asia, y en el plano regional puso sus canales a disposición de todos los organismos regionales de integración, así como también del proyecto ALASEI y el servicio informativo proyectado por el Convenio Andrés Bello. En todos estos casos ASIN ofrece el uso gratuito de los canales para intercambios que permitirían una circulación más amplia de boletines de tales entidades, pero hasta el momento sólo el Pacto Andino y CARICOM han comenzado a usar la oferta. En otros casos se refleja la diferencia de ASIN con respecto a otras redes, que están mejor definidas desde el punto de vista institucional, pero son bastante más débiles en el plano operativo.

Las relaciones con los periodistas también son positivas. El Segundo Congreso de la Federación Latinoamericana de Periodistas, FELAP, acordó "respaldar la iniciativa de las agencias nacionales y secretarías de informaciones de los países de ASIN", e invitó a las organizaciones miembros de FELAP "a que respalden, promuevan y protejan las acciones de ASIN".

La relación de ASIN con los medios masivos no ha sido todavía estudiada. Hay países en que por razones políticas propias, los gobiernos no aspiran a difundir el boletín más allá de las esferas oficiales. En otros casos la voluntad de difusión más amplia es limitada por carencias de recursos; la formación de las agencias nacionales es vital para salvar escollos, ya que sin una red nacional no es posible llegar a todas las provincias y medios de un país. Pero independientemente de la voluntad de los gobiernos para difundir el boletín, queda por ver la receptividad de los medios privados.

En la Reunión de Guyana, el Secretario Ejecutivo de ASIN hizo notar nuevamente que, aunque en su origen el sistema se pro-

puso el intercambio de información entre gobiernos, los países habían tendido gradualmente a ampliar la distribución del boletín hasta incluir a los medios masivos estatales y privados. También, "que al no ser ésta una decisión premeditada, el sistema no ha previsto una separación neta entre ambas, o la opción por una de esas posibilidades. Tampoco ha organizado mecanismos de monitoreo sobre la penetración del material en los medios, ni los cupos de distribución y utilización del material en cada país". La Reunión de Guyana no tomó tampoco una opción definitiva al respecto, y dejó abierta la posibilidad de seguir trabajando en los dos sentidos. Es claro, sin embargo, que la distribución amplia del boletín necesita un tratamiento periodístico más acorde con los requerimientos de los medios masivos, y por ello el manual mencionado antes, incluye algunas consideraciones sobre este aspecto.

La Secretaría Operativa ha realizado grandes esfuerzos de entrenamiento, y con apoyo financiero italiano organizó dos seminarios de dos meses a fines de 1981 y 1982. Los seminarios incluyeron temas como tecnologías de telecomunicaciones; técnicas periodísticas; prácticas de redacción y edición; análisis de contenidos; sistema informativo internacional y propuestas de cambio, etc. Los resultados de estos seminarios aún no se advierten en los contenidos del sistema, lo cual se debe en parte a que el diseño del entrenamiento tuvo que partir de cero (no existía experiencia en este campo); y en otra cuota, a que los gobiernos no tienen políticas de personal suficientemente estables como para garantizar que las personas que asisten a los seminarios permanecerán en sus cargos tanto como para beneficiarse de la experiencia.

Los cambios gubernamentales también explican el hecho de que mientras las tareas asignadas a la Secretaría Operativa se han cumplido con una eficiencia y rapidez notables, las tareas que los países se asignaron a sí mismos (el estudio del derecho a la información, por ejemplo) no han avanzado.

Otro problema es que los países no han sido consistentes en la asignación de recursos para el sistema. Han invertido en él, al igual que IPS, pero en los aspectos que les correspondería por derecho y responsabilidad sólo a los gobiernos, la enunciación de tareas no es seguida con el financiamiento que sería necesario para

ponerlas en práctica. Dudamos que el entrenamiento hubiese podido realizarse, por ejemplo, sin la cooperación del gobierno italiano: esto ejemplifica la inconsistencia que, por lo demás, no es característica exclusiva de ASIN sino de muchas otras decisiones gubernamentales. Los Estados son extremadamente lentos para incorporar las medidas prácticas que requieren sus objetivos estratégicos en los programas regulares de sus países.

El problema de financiamiento se agudiza a medida que aumenta el número de países miembros, ya que las respectivas capacidades y recursos son muy desiguales. La incorporación de nuevos miembros caribeños de habla inglesa -como Grenada y Antigua-Barbuda, por ejemplo- agudiza también las necesidades de telecomunicaciones, equipos, asesoría para la organización de agencias nacionales, traducción, etc., sin que la suma de nuevas necesidades sea contrarrestada por la suma de nuevos recursos. Esto es un problema serio que podría poner en jaque el sistema, a menos que los países asuman con mayor coherencia los costos de sus nuevas actividades en este campo.

La desigualdad de los recursos y capacidades nacionales se manifiesta también de modo muy evidente en los contenidos del sistema. Aquí influyen aspectos de experiencia organizativa: países con agencias nacionales, como Venezuela, México y Perú, son los mayores productores de información en el circuito ASIN, y hay otros que por la escala de su producción son más bien "receptores" dentro del sistema. Pero más allá de la capacidad organizativa hay determinantes estructurales: el hecho es que países como México y Venezuela son más avanzados y ricos que Guyana y República Dominicana, por ejemplo, y es inevitable que ésto se refleje en el poder para comunicarse internacionalmente. Lo mismo ocurre a escala mundial, y de allí la preocupación por un nuevo orden informativo. La diferencia es que ASIN, en lugar de imponer límites a la capacidad de comunicación de los menos desarrollados, busca superar estas limitaciones; pero ellas subsisten y a pesar de la asociación basada en principios de igualdad y plena soberanía de las naciones, habrá riesgos de que los Estados más solventes tengan un peso excesivo en la fijación de los rumbos del sistema.

Otra incógnita es la medida en que el boletín de ASIN es usa-

do por todas las instituciones públicas y estatales que podrían beneficiarse con ello. La comunicación intersectorial en los Estados latinoamericanos es muy deficiente, y ésto se refleja en ASIN: los países que tienen agencias nacionales más sólidas tienen mecanismos para distribuir el boletín a las diversas instituciones del Estado, pero en la mayoría de los países estas agencias son embrionarias, y la misma recepción en los sectores oficiales es muy limitada. Esto significa, concretamente, que si bien el sistema transporta mucha información económica, esta información no siempre pasa a todos los organismos públicos del sector economía y finanzas, y lo mismo ocurre con otras informaciones sectoriales. ASIN todavía tiene un largo camino que recorrer en este sentido.

La otra cara del mismo problema es el proceso de producción de informaciones, y el manejo de las fuentes: no sabemos en qué medida ASIN está usando todas las fuentes de información disponibles en las esferas oficiales. La cobertura de ASIN es, en algunos servicios nacionales, bastante amplia: no sólo cubre acciones gubernamentales, sino que incorpora noticias sobre actividades de organismos profesionales, entidades económicas privadas, institutos de investigación, etc. Pero no hay estudios sobre la producción de estas informaciones, ni sobre las nuevas fuentes que el sistema podría usar eventualmente. Los países aceptaron una propuesta de la Secretaría Operativa para realizar un estudio de este tipo, pero hasta el momento no lo han financiado.

Por último hay que notar que aunque ASIN aspira, por principio, a mejorar la comunicación entre los gobiernos y sus pueblos, el hecho es que se trata de un instrumento de gobiernos. A menos que el sistema abra la posibilidad de que los sectores organizados de cada país incorporen sus propias informaciones en los canales de ASIN, éste seguirá siendo un instrumento de comunicación entre gobiernos y, dependiendo de la distribución del boletín a los medios de información hacia los pueblos. ASIN no reemplaza entonces la necesidad de que otros sectores establezcan sus propios canales de comunicación, y aunque su creación llena un vacío de enorme importancia, no elimina la necesidad de estimular nuevas formas de comunicación dentro de los países y en la región.

CAPITULO XV

AGENCIA LATINOAMERICANA DE SERVICIOS ESPECIALES DE INFORMACIÓN, ALASEI

ALASEI es un proyecto de agencia informativa regional cuyos orígenes están directamente ligados a la discusión internacional sobre los desequilibrios de la información. A principios de 1976 se realizó en Túnez el Seminario de los No Alineados sobre cuestiones de información; en agosto del mismo año se realizó la IV Conferencia Cumbre de los No Alineados, en que el tema del desequilibrio volvió a surgir con fuerza; y en octubre de 1979 se realizó la XIX Conferencia General de UNESCO, que aprobó las resoluciones más claras sobre la dependencia cultural e informativa, y la necesidad de superarla.

Tal año marca un punto de efervescencia generalizada en torno a los problemas de la noticia internacional, y en tal contexto se desarrolló también la primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, de la cual surgió la recomendación que condujo a la creación del proyecto ALASEI. El proyecto es una de las tantas propuestas surgidas al calor de los debates de la década pasada, pero se diferencia de todas en que es el único cuyo diseño incluye posibilidades de participación para todos los sectores envueltos en la comu-

nicación social: gobiernos, periodistas, investigadores, empresarios y usuarios, que deberían ser representados por asociaciones de educadores.

En este sentido, ALASEI reúne lo mejor de los modelos existentes en la realidad y en proyectos, pero agrega un elemento fundamental que ha sido objeto de los más virulentos debates: el pluralismo en el control de la información. Si tuviera éxito en ponerse en marcha tal como ha sido diseñado, el Tercer Mundo tendría a su haber la mejor demostración de su capacidad para satisfacer sus necesidades informativas de manera eficiente, autónoma, ecuaníme y democrática. Se puede esperar mucho de este proyecto, pero precisamente por sus peculiaridades, su puesta en marcha no podrá resultar fácil.

Antecedentes

La Décimo—octava Conferencia General de UNESCO, realizada en 1974, acordó convocar a la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe. UNESCO quedó a cargo de organizar las reuniones preparatorias de la misma, entre las cuales estaba la **Reunión de Expertos para el Intercambio de Noticias en América Latina**, realizada en Quito del 24 al 30 de junio de 1975.

La Reunión de Expertos de 1975 discutió el problema de la falta de agencias nacionales y el intercambio internacional de noticias. En el Punto No. 2 de sus Recomendaciones acordó “sugerir a la UNESCO que fomente la toma de una decisión final en nuestros países para que constituyan servicios o agencias estatales, privadas o mixtas, por considerar que constituyen una necesidad imperativa en el momento actual de evolución de nuestros pueblos . . .”.

Los especialistas subrayaron, además, la necesidad de crear una agencia regional para la cobertura de América Latina y el Caribe. Refiriéndose a ella, consideraron que “los intereses políticos, económicos y culturales comunes de los países de la región constituyen una de las principales justificaciones para la creación de una agencia, sobre todo en la actual coyuntura internacional, cuando

no se dispone de otras vías de información o expresión suficientemente desarrolladas que las agencias de prensa extra-regionales”.

Algunos participantes observaron que “si bien debía existir una base de agencias nacionales, no era menester esperar a que todas las agencias estuviesen contituídas para pensar después en la agencia regional. Por el contrario, la decisión de ponerla en marcha mediante acuerdos bilaterales podría constituir un estímulo para la creación de agencias nacionales en los países donde no existen todavía”.

Basándose en que “este tipo de intercambios debería hacerse partiendo de la consideración básica de que la comunicación es un servicio público”, los expertos estimaron “de suma importancia la participación de los Estados de la región, aunque ello no signifique, necesariamente, que los intercambios sean generados o controlados por agencias gubernamentales, sino que debe considerarse también la posibilidad de participación de organizaciones mixtas que incorporen al sector privado y a entidades académicas” (51).

Estas consideraciones animaron las discusiones realizadas posteriormente, en el marco de la **Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe**, realizada en Costa Rica en julio de 1976. La Recomendación No. 27 de esta Conferencia llamó a la creación de agencias nacionales de noticias, mientras que la Recomendación No. 16, adoptada por unanimidad, llamaba al “establecimiento de una agencia de noticias de América Latina y el Caribe, o un consorcio de agencias, cuyos principios programáticos, régimen de tenencia y uso y demás detalles de organización y funcionamiento serán determinados de común acuerdo por los países que deseen unirse al combinado”.

La misma recomendación sugirió “que al establecerse la citada agencia, se busque una adecuada complementariedad con esfuerzos paralelos de países en desarrollo de fuera de la región; y se asegure que su establecimiento no entrañe menoscabo al libre funcionamiento ni al futuro desarrollo de las agencias ya existentes” (52).

Los países encomendaron a UNESCO la tarea de realizar los

estudios de factibilidad para la creación de tal agencia, o consorcio de agencias. En cumplimiento de esta recomendación, UNESCO encargó estudios y convocó a dos reuniones, realizadas en junio y octubre de 1978, para examinar la factibilidad de la creación de una agencia que cumpliera con los requisitos aprobados por los Estados Miembros de la organización.

Los expertos Roberto Savio (Director General de IPS Tercer Mundo); Luis Aníbal Gómez (ex-Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, de Venezuela); Alberto Ruiz Eldredge (ex-Vicepresidente del Comité Jurídico Interamericano de la OEA) y Marco Ordóñez (ex-Director de CIESPAL) prepararon estudios sobre los siguientes aspectos: a) inventario y diagnóstico regional en el campo de la noticia; b) factibilidad jurídica de la agencia regional; c) exploración de áreas temáticas; y d) factibilidad estructural: organización, telecomunicaciones y costos (53).

Características del Proyecto ALASEI

El documento resumen de los estudios y reuniones auspiciados por UNESCO afirma que "es el momento adecuado para el establecimiento de una agencia especializada no competitiva, sino más bien complementaria del actual flujo informativo", que constituya el primer paso hacia la satisfacción del anhelo de acceso y participación de las sociedades latinoamericanas y caribeñas en los procesos comunicativos regionales.

Para ello, recomienda la implementación gradual de un servicio para el abastecimiento de artículos especiales ("features") basados en contenidos, temas y tratamientos propios de la región que ahora están ausentes o deformados por los servicios internacionales existentes. No sería, entonces, un servicio competitivo, sino más bien **complementario e integrativo** con respecto al actual flujo informativo, ya que deberá suministrar materiales analíticos, interpretativos y contextualizados de temas relacionados con las necesidades de desarrollo de la región.

Tal servicio de artículos especiales se apoyaría en una estructura flexible, de bajo costo pero de presencia regional, con participación de todos los países interesados, para ir desarrollándose y

ampliándose posteriormente. Se le dotaría de una red de telecomunicaciones, una dirección y mesa de redacción central, y corresponsalías en los países. La estructura resultante sería la **Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información**, que usaría la sigla **ALASEI**.

Según el proyecto elaborado por los consultores de UNESCO, los órganos directivos de la nueva agencia deberían permitir la participación de todos los sectores presentes en la comunicación social. En concreto: la organización regional de periodistas; las organizaciones regionales de dueños de medios de prensa y radiodifusión; la organización regional de investigadores de la comunicación; los usuarios o receptores de la información; y los Estados, representados a través de un organismo como el Sistema Económico Latinoamericano, SELA.

La participación del SELA se debe a que el proyecto considera la necesidad de contar con la base institucional de un organismo intergubernamental regional a través del cual los Estados puedan canalizar sus aspiraciones, sin que prime el criterio de ningún Estado particular en la política informativa de la agencia, ni en su organización administrativa. La participación del SELA permitirá satisfacer estos requisitos, a la vez que permite la implementación del servicio sin las dificultades de trámite y negociación directa entre los Estados. Una vez constituida la agencia, ésta sería autónoma y se financiaría mediante la venta de servicios a sus abonados, y por medio de convenios con agencias especializadas y organismos internacionales y regionales dedicados a la promoción del desarrollo integral de la región.

Las funciones generales de ALASEI deberán ser las siguientes:

- Producir y difundir información capaz de crear conciencia sobre los esfuerzos nacionales y regionales hacia un desarrollo integral, humano y armónico mediante un tratamiento contextualizado, interpretado o analítico de los hechos y procesos sociales;
- contribuir a una adecuada circulación de la información y el conocimiento mutuo de las naciones, asumiendo las funciones de agente de comunicación, desarrollo e integración, procurando un

amplio acceso y participación de las poblaciones en los esfuerzos regionales comunes y en el mismo proceso de producción, transmisión y distribución de las informaciones;

- procurar el mejoramiento de la percepción de los problemas y procesos sociales por parte de los medios y los públicos;
- promover un nuevo estilo de periodismo; y
- equilibrar el actual flujo comunicacional de la región, incorporando al mismo materiales periodísticos endógenos capaces de dinamizarlo y complementarlo (54).

La definición de las áreas temáticas de la nueva agencia fue desarrollada en detalle por Luis Aníbal Gómez en un documento aparte, pero la peculiaridad más importante de la nueva agencia es la apertura de la composición de los órganos directivos: ALASEI es el único proyecto de agencia informativa que incluye posibilidades de participación de periodistas, investigadores, usuarios y dueños de medios, junto con representantes de los Estados, en los niveles directivos del servicio.

Los consultores encargados de los estudios de factibilidad que dieron vida al proyecto dicen "al respecto, se destaca la importancia de tal composición en la medida que garantiza la expresión de todos los estamentos, se cautela el derecho de información y se evita el dominio tanto del Estado como de otros organismos en el control de la información, a la vez que se asegura el carácter eminentemente profesional que debe revestir la acción de la agencia" (55).

Los periodistas están organizados a través de la Federación Latinoamericana de Periodistas, FELAP; los investigadores cuentan con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC; y los dueños de medios se organizan regionalmente a través de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, y la Asociación Interamericana de Radiodifusión, AIR. El problema más serio es llevar a la práctica la recomendación de incluir la participación de los usuarios en los niveles directivos de la agencia.

Este fue uno de los problemas analizados en una reunión de consulta convocada por UNESCO en Costa Rica, del 2 al 4 de ma-

yo de 1979. A esta reunión asistieron representantes de UNESCO y los cuatro especialistas mencionados anteriormente. También el Director General de la AIR; el Presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de la SIP; el Presidente de FELAP; el Director General de CANA, Caribbean News Agency; el Director de la Agencia Centroamericana de Noticias, ACAN; el jefe de la Oficina de Informaciones del SELA y el Secretario General de la Asociación de Comunicadores para el Desarrollo, ALACODE.

Los participantes recibieron entonces los resultados de los estudios realizados por los consultores de UNESCO y, actuando a título personal, acordaron por unanimidad "reconocer a la UNESCO explícitamente por la forma realista y constructiva con que ha enfocado la posibilidad de creación de un nuevo sistema de intercambio de información para América Latina y el Caribe". También decidieron "expresar su acuerdo con el proyecto sometido a consulta por el Director General de la UNESCO para ser ejecutado a través de mecanismos del SELA".

Los acuerdos de esta reunión de consulta marcaron un giro cualitativo en las relaciones de UNESCO con las organizaciones de dueños de medios. O, al menos, marcaron una tregua. Las reuniones de 1975 y 1976 la pusieron en la mira de los más duros ataques de los medios regionales y las agencias transnacionales de noticias, y se le acusó de estar promoviendo la estatización de la comunicación. Los participantes en la Reunión de Consulta de 1979 acordaron reconocer que "tales esfuerzos constituyen en la región y en el mundo entero . . . fórmulas novedosas que contribuyen paulatinamente a estructurar a escala regional aspectos cruciales de un nuevo orden informativo internacional". Acordaron además "destacar que el informe básico . . . constituye un documento de singular originalidad por cuanto, además de innovaciones hasta ahora no contempladas en otras regiones del mundo, abre el panorama de la comunicación social a todos los sectores representativos, procurando en esta forma un efectivo instrumento de acceso y participación . . ." (56).

Un Comité de Acción para ALASEI

Contando ya con todos los estudios básicos, y con los acuer-

dos de la reunión amplia de consulta realizada en Costa Rica, el Consejero Regional de Comunicaciones de UNESCO inició los contactos necesarios para llevar al SELA la tarea de iniciar acciones para la implementación del Proyecto ALASEI.

De acuerdo a los estudios jurídicos, la fórmula operativa más adecuada era la constitución de un Comité de Acción en el seno del SELA, ya que estos comités -según las normas de la organización- se constituyen para la realización de estudios, programas y proyectos específicos, y para preparar y adoptar posiciones y negociaciones conjuntas de interés para dos o más Estados Miembros del SELA. Los Comités de Acción se forman por representantes de Estados Miembros interesados y están abiertos a la participación de todos los restantes miembros del Sistema Económico Latinoamericano que deseen integrarlos. Por esta vía el SELA ha creado ya algunas empresas regionales, y ALASEI sería una de las empresas a crear por este mismo camino.

El Proyecto ALASEI provocó gran interés en algunos Estados Miembros del Sistema Económico Latinoamericano. Las gestiones del Consejero Regional de UNESCO encontraron el más amplio respaldo de parte de los Presidentes López Portillo, de México; Arístides Royo, de Panamá; y Rodrigo Carazo, de Costa Rica. También los gobiernos de Venezuela, Cuba, Ecuador y Nicaragua manifestaron en diversas ocasiones su deseo de promover la implementación del nuevo servicio informativo regional.

En 1980, la VII Reunión Ordinaria del Consejo del SELA aprobó la Decisión 104, que llamaba a discutir el proyecto de Acta Constitutiva del Comité de Acción para la creación de ALASEI. En mayo de 1981, entre los días 28 y 30, se realizó en Panamá la **Reunión de Instalación del Comité de Acción para el Establecimiento de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, ALASEI**. La Reunión fue convocada por la Secretaría Permanente del SELA, a solicitud del gobierno de Panamá y contó con representantes de UNESCO, la Junta del Acuerdo de Cartagena y el mismo SELA, además de los países interesados en participar en el Comité de Acción.

El número mínimo de países necesarios para la constitución

de un Comité de Acción fue superado esta vez, ya que el Acta Constitutiva fue firmada por nueve países: Costa Rica, Cuba, Guyana, Haití, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela. Ecuador había manifestado antes su deseo de sumarse al Comité de Acción, pero la reunión se realizó poco después de la muerte del Presidente Roldós, razón por la cual Ecuador asistió de observador y solicitó tiempo adicional para tomar una decisión definitiva al respecto.

Además de los países firmantes, que pasaron a ser miembros del Comité de Acción para ALASEI, asistieron observadores de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile; El Salvador, Guatemala y Uruguay.

El Acta Constitutiva, firmada el 30 de mayo de 1981, establece que "el objetivo del Comité es el de crear, organizar y poner en funcionamiento la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), cuya finalidad será la de obtener, transmitir y difundir artículos especiales, material de información, textos analíticos sobre temas técnicos y científicos relativos a la integración, cooperación y coordinación latinoamericana, a la protección y explotación de materias primas y recursos naturales, a la identidad cultural, ecología, arte, ciencia y cultura, y a otros campos especializados".

"Para dichos efectos, el Comité, sobre la base de los estudios de pre-factibilidad ya efectuados y de otros que considere menester, promoverá la creación de la Agencia la cual será ajena a fines de lucro, pero concebida de tal forma que sea financieramente auto-sostenible y orientada al desempeño de un servicio público eficiente dentro del campo en que actúa. Asimismo el Comité identificará aquellas fórmulas organizativas, financieras y jurídicas más convenientes para la puesta en marcha de la Agencia, a la mayor brevedad posible".

El Comité quedó abierto a la adhesión de nuevos Estados Miembros del SELA y su sede, según el acuerdo adoptado en mayo de 1981, es Panamá. El Artículo No. 8 del Acta Constitutiva establece que "para asegurar la puesta en marcha y el buen funcionamiento del Comité, constitúyese un fondo Patrimonial aportado

por los países miembros del Comité, de conformidad con los grupos de países del SELA que figuran en el Esquema de Cuotas para el Financiamiento del Presupuesto de la Secretaría Permanente" del SELA.

El Comité de Acción para ALASEI está compuesto por representantes titulares de los Estados Miembros que firman el Acta, y se organizan con una presidencia, dos vicepresidencias y una secretaria. La Primera Reunión Ordinaria de este comité fue realizada en octubre de 1981, y en ella participaron los países firmantes del Acta Constitutiva, un representante de la Secretaría Permanente del SELA y el Consejero Regional de Comunicaciones de UNESCO. La directiva del Comité de Acción quedó compuesta por Panamá, Guyana y Venezuela, y el Consejero Regional de UNESCO, Germán Carnero, fue designado Secretario del mismo. La elección de Germán Carnero para tal cargo expresó el reconocimiento de los países a la labor de UNESCO en relación con este proyecto, el mismo que quedó registrado en una declaración adoptada en tal reunión. Desde entonces el Consejero Regional de UNESCO hizo uso de un permiso de la organización para hacerse cargo de estas tareas hasta que la agencia sea puesta en marcha.

Las principales tareas del Comité han sido precisar las bases definitivas para el diseño de ALASEI; buscar los mecanismos de financiamiento para su puesta en marcha; e ir definiendo las medidas prácticas para el funcionamiento de la agencia, cuya constitución oficial debería ser realizada a fines de 1983, con una reunión de plenipotenciarios, para que ella comience a operar a partir de 1984.

Las bases del diseño definitivo son las mismas contenidas en el proyecto elaborado por los consultores de UNESCO, al cual se le agregaron diversas especificaciones surgidas de estudios de actualización realizados en 1982. Al mismo tiempo, el Secretario del Comité inició gestiones y contactos internacionales para buscar apoyo financiero para el proyecto, y con el apoyo de los países miembros del Comité de Acción logró que el Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones, PIDC, le asignara una prioridad especial en la distribución de los recursos que serán usados para este efecto.

En lo que depende de UNESCO, se puede esperar el apoyo de la organización a la puesta en marcha del proyecto, pero es claro, la misma ya no depende de UNESCO sino del SELA. La cautela con que este organismo ha manejado el proyecto queda sintetizada en una frase de su Secretario Permanente, Carlos Alzamora, ante la Reunión de Instalación del Comité de Acción para ALASEI. En esa ocasión manifestó: "No podemos arriesgarnos a un fracaso. El tema es demasiado importante para tratarlo con precipitación, o ligereza, o para exponerlo a intereses menudos. Y por eso el trabajo a realizarse requerirá un atento y cuidadoso trabajo de revisión, de desbroce y de replanteo, que permita ampliar las perspectivas y alternativas de acción y hacer uso de los mecanismos y recursos regionales ya existentes . . .".

Estudio de receptividad

En 1979, UNESCO encomendó a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, un estudio de receptividad de ALASEI. Siete investigadores entrevistaron a un total de 92 personas en 8 países: Chile, Argentina, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, México y Venezuela. La autora recogió los datos y procesó los resultados totales, preparando además el informe final sobre el estudio (57). Estos resultados son indicativos de un estado de insatisfacción regional con el panorama actual de las agencias de prensa, y por ello transcribimos aquí una síntesis del mismo:

El grupo entrevistado, de los ocho países, incluye a 17 diarios, 9 revistas, 19 radios, 14 televisoras, 3 asociaciones de dueños de medios y una de periodistas, 9 agencias de noticias y servicios informativos, 8 organismos e instituciones públicas de variada naturaleza, y 6 instituciones de gobierno encargadas de la comunicación en sus respectivos países.

A todos ellos se les entrevistó siguiendo un cuestionario destinado a explorar las siguientes áreas: factores que influyen en la contratación de un servicio informativo; agencias o servicios usados y características de tal uso en los distintos medios; opinión sobre la información latinoamericana que distribuyen los actuales servicios y principales problemas observados en esta esfera; opinio-

nes con respecto a la necesidad de crear un servicio regional de especiales, y características que éste debería tener para satisfacer las inquietudes de los entrevistados.

Luego de analizar los datos obtenidos en la encuesta, la autora sostiene que "los resultados del estudio permiten responder con fundamento y precisión las preguntas básicas sobre esta materia:

1.- Existe conciencia acerca de la existencia de problemas informativos en la región?

La respuesta es, sin duda, sí. La mayoría absoluta de los entrevistados estuvo de acuerdo en que existen lagunas que al mismo tiempo expresan y se traducen en falta de integración y desconocimiento mutuo entre los países de la región. Este y otros problemas relacionados, según los entrevistados, configuran un gran problema que afecta los intereses del desarrollo regional, subregional y nacional.

2.- Hay razones para pensar que tales problemas justificarían la creación de un servicio complementario de especiales sobre América Latina?

Ochenta y cuatro de las 92 personas entrevistadas, es decir el 91 por ciento, estuvieron de acuerdo en que es necesario contar con un servicio de especiales destinado a servir tanto la mejor comunicación intra-regional como la de la región con el resto del mundo.

3.- Qué características debe tener este servicio?

Debe ser organizado de tal manera que reproduzca el consenso existente, debe ser pluralista y expresar, en su organización misma, la más amplia participación de todos los sectores involucrados en los procesos de comunicación social. Específicamente, no debe estar bajo el control de los gobiernos ni de otros grupos de poder económico y/o político, si bien no puede tampoco excluirlos, y debe abrir posibilidades para que los periodistas jueguen un rol importante en el control de sus funciones y objetivos. En la misma perspectiva de consenso y pluralismo, debe pensarse en la necesidad de que el sector privado participe en la búsqueda común de mejor información latinoamericana para América Latina" (58).

Estos son los aspectos centrales de los resultados del estudio de receptividad. La muestra incluía diversos tipos de medios: algunos de alta circulación nacional y otros de circulación local; de propiedad estatal, privada y religiosa; algunos financiados por venta y avisaje y otros, por fondos públicos. El conjunto de la muestra era, sin embargo, urbano-capitalina. Aunque el diseño inicial del estudio incluía medios provincianos, los fondos disponibles para la investigación no permitieron llegar a estos últimos.

Todos los medios encuestados mantienen contratos con uno o más servicios de noticias. El análisis del número total de contratos mantenidos por este conjunto de medios indicó que las agencias transnacionales obtienen el 62 por ciento del total de convenios existentes. Esta cifra incluye un 20 por ciento de agencias norteamericanas; el 31 por ciento correspondiente a AFP; y el 29 por ciento correspondiente a otras agencias (DPA, REUTER, ANSA, VISNEWS, etc.).

Los servicios latinoamericanos (LATIN, PRELA y otros servicios nacionales) ocupaban el 20 por ciento del total de contratos de este grupo de medios. Agencias tercermundistas como IPS Tercer Mundo y TANJUG (ambas distribuyen, además, material del Pool de No-Alineados) tenían el 6 por ciento del total de contratos; los servicios de países socialistas (TASS, PAP, HSINHUA, CETEKA) tenían el 5 por ciento; y el 7 por ciento restante se dividía entre medios que usan corresponsales propios, otros que no usan servicios internacionales y diversas menciones de servicios de embajadas y organismos internacionales.

Las agencias del Tercer Mundo y de países socialistas tienen mejor acogida entre diarios y revistas que en la radiodifusión. El estudio de las preferencias de uso en esta muestra indica que si bien el número de agencias internacionales usadas por los medios latinoamericanos ha crecido en comparación con épocas anteriores, cuando se evalúan las preferencias de uso, las agencias transnacionales conservan los primeros lugares. AP, UPI y AFP, por ejemplo, tienen en conjunto el 38 por ciento de los contratos mantenidos por estos medios, pero consiguen más del 70 por ciento de las menciones de uso prioritario.

Consultados con respecto a las mejores fuentes de información latinoamericana, los encuestados dieron las siguientes prioridades:

LATIN.....	13	Otros medios	6
EFE.....	10	Ninguno.....	6
AP.....	8	IPS Tercer Mundo...	5
AFP.....	7	PRELA.....	3
UPI.....	6	SIN.....	2

Cuatro personas respondieron que no tenían opinión al respecto, y un medio declaró que obtenía mejor información por vía de sus propios corresponsales. La mayor parte de los entrevistados explicó que estas prioridades correspondían a lo mejor dentro de lo disponible, pero ni siquiera LATIN, que obtuvo la primera prioridad, estaba exenta de críticas: en algunos casos se la considera como parcial y tendenciosa; en otros, se le critica por cubrir un número limitado de países y descuidar a otros dentro de la región.

Al consultárseles sobre los principales problemas de la información sobre América Latina, los encuestados subrayaron el hecho de que los procesos latinoamericanos son analizados a partir de perspectivas que surgen de países desarrollados, y que la lógica mercantil lleva a muchas agencias a dar prioridad a lo sensacionalista e intrascendente. En segundo lugar notaron que falta comprensión de la realidad social y política del continente. En tercer lugar mencionaron problemas de censura directa o indirecta derivada de controles oficiales.

Otros problemas, mencionados en menor medida, son la falta de personal e infraestructura para lograr una cobertura regional amplia; problemas derivados de prejuicios ideológicos; y poca capacidad para entregar información de contexto. Solamente dos personas, en un total de 61 entrevistados de 59 medios, respondieron que no ven problemas en la información regional.

Es interesante notar que la mitad de los entrevistados en este grupo eran directores de medios y la otra mitad, periodistas que cumplen funciones de "porteros" (o "gatekeepers"); es decir, jefes de redacción, jefes de cables o encargados de la información inter-

nacional. Pese a las distintas posiciones no hubo diferencias significativas en las respuestas que emitieron ambos sectores.

El último conjunto de preguntas en la encuesta pedía opiniones sobre la creación de un servicio de especiales como ALASEI, y las formas de implementar un nuevo servicio.

La mayoría absoluta de los encuestados estuvo de acuerdo en la necesidad de crear un nuevo servicio, y agregaron que una agencia complementaria no debería ser gubernamental, ni estar organizada de modo que los gobiernos u otros grupos de poder privado tengan el control sobre ella. Algunos especificaron que si el nuevo servicio fuese solamente gubernamental, sería rechazado por sus medios. Otros enfatizaron la necesidad de que el nuevo servicio sea pluralista, equilibrado, y dé garantías a todos los sectores, incluyendo a periodistas y medios. Otros notaron que una empresa así no es concebible sin el apoyo de los gobiernos: para ellos, el problema residiría en encontrar formas de obtener el apoyo financiero de los Estados, junto con la garantía de que el servicio podrá funcionar sin interferencias gubernamentales, ni limitaciones derivadas de otros intereses particulares.

Con respecto a los objetivos, los encuestados mostraron gran preocupación por contar con información que ayude a romper el aislamiento en que viven los países latinoamericanos, y que facilite los procesos de integración regional por medio de un mayor conocimiento y comprensión mutua entre nuestros países. Según algunos, si un nuevo servicio cumpliera estas funciones, ello le daría legitimidad como fuente informativa realmente diferente y complementaria del tipo de información con que cuentan actualmente.

El segundo gran objetivo, según los entrevistados, sería proporcionar información útil para el desarrollo. Otros señalaron la importancia de contar con información que sirva para aumentar la educación cívica, y cultura general, de los latinoamericanos, así como también para destacar los problemas de las grandes mayorías y las vías de solución para los problemas del desarrollo.

En cuanto a los géneros periodísticos, la mayoría se refiere a la necesidad de artículos y reportajes que entreguen el contexto

para una mejor comprensión de los procesos económicos, sociales y culturales de la región. Aparentemente, la mayoría de los encuestados desea contar con una mayor información, más completa, mejor documentada y más confiable, que permita el seguimiento de los procesos y no sólo de hechos aislados que hacen impacto. Todos estos factores son mencionados cuando hablan de "contexto". La mitad de los entrevistados comentó que sería imposible llenar tales requisitos sin entrar al mismo tiempo en la interpretación de los acontecimientos; pero hubo una minoría que dijo oponerse a cualquier servicio que intente entregar interpretaciones.

La temática de un nuevo servicio, tal como fue sugerida por las inquietudes de los encuestados, correspondería exactamente a la temática diseñada para ALASEI, especialmente en sus aspectos de información económica y sobre los procesos de integración regional y subregional. Varios hicieron notar que es imposible para un corresponsal, por muy bien intencionado que éste sea, aportar buenos artículos de este tipo, ya que la obligación de ganar rapidez siempre impide gastar tiempo suficiente en la documentación de sus despachos. Por ello dijeron que un nuevo servicio debería tener especialistas, excelentes recursos de documentación, y organizarse de tal forma que tengan el tiempo necesario para usar tales recursos en la preparación de sus especiales.

Los resultados de este estudio confirmaron, en todos sus aspectos, la corrección de los principales aspectos del proyecto ALASEI, pero su máximo valor reside en que esta vez el diagnóstico no venía de consultores de UNESCO, sino de aquellos que participan directamente en la génesis y mantención de los déficits informativos: directores y dueños de medios, jefes de cables, funcionarios de gobierno, etc. Estas personas tienen la experiencia directa y diaria de los déficits de la información latinoamericana que ellos reciben y entregan a sus audiencias. Por ello sus opiniones son representativas de una necesidad real, y significan tanto o más que las declaraciones oficiales sobre esta materia.

Incertidumbres del Proyecto

Los estudios realizados hasta el momento no resuelven todas las dudas que provoca el proyecto ALASEI. De ellas, probable-

mente la más importante es la relación entre los gobiernos y los medios privados.

La recomendación inicial que dio origen al proyecto, las recomendaciones de los especialistas que han participado en su elaboración, y la opinión de los encuestados en el estudio de receptividad es unánime: ALASEI no debe ser un servicio de gobiernos, aunque tampoco puede excluirllos, a menos que los organizadores del proyecto deseen enfrentarse con el rechazo de los mayores usuarios potenciales, los medios privados.

Las organizaciones de periodistas e investigadores no plantean problemas en este sentido: aunque influyentes, son sectores sin poder real. Conocen bien los factores del poder político y económico, pero no comparten sus beneficios y por tanto pueden participar en la dirección del nuevo servicio con mayor altura de miras. En verdad, tal como dijeron algunos entrevistados, podrían ser la mejor garantía de imparcialidad en la orientación de un servicio de alto nivel profesional. El mayor dilema no está entonces en estas organizaciones, sino en los gobiernos y las organizaciones de dueños de medios, y en las relaciones entre los dos últimos sectores.

El tratamiento de esta relación, y el diseño de los órganos directivos, es probablemente la más grande responsabilidad histórica del Comité de Acción del SELA y de todos los países que componen dicho Comité.

Considerando la realidad latinoamericana, y con justa razón, hay sectores que sienten una gran desconfianza hacia las acciones de los gobiernos en este campo. En concreto, se teme que el nuevo servicio sea instrumentado para servir a gobiernos de turno en países con regímenes autoritarios, o para servir solo a los gobiernos en países con regímenes democráticos.

El peligro es real, pero no debe ser exagerado. De hecho, la mayor parte de los gobiernos que aprobaron la Recomendación No. 16 en la conferencia de 1976 ya han sido reemplazados. Lo habían sido ya en 1979, cuando se hizo el estudio de receptividad, y serán otra vez diferentes en 1983, cuando comience la implementación del proyecto. Lo cual permite recordar que los go-

biernos cambian, pero la necesidad del proyecto permanece. Por otra parte, el proyecto ALASEI no ha suscitado ningún interés en los países con regímenes autoritarios, y el hecho de que el SELA haya establecido un Comité de Acción para implementarlo es el resultado de la acción de gobiernos elegidos democráticamente.

Estos mismos gobiernos tienen ahora la responsabilidad de mirar más allá de sus intereses inmediatos, y de abrir los cauces para que todos los sectores mencionados participen en los órganos directivos del nuevo servicio. A favor de esta apertura hay por lo menos dos factores: las convicciones democráticas que animan a los gobiernos que han sido más activos en la creación del Comité de Acción del SELA; y el hecho de que estos mismos países ya participan en ASIN: la Acción de Sistemas Informativos Nacionales, un sistema informativo intergubernamental que fue creado en 1979 y cuyas características vimos en el capítulo anterior.

Los gobiernos no necesitan entonces el Proyecto ALASEI para tener un canal de comunicación intergubernamental. Ese canal ya existe: es ASIN. Y puesto que los gobiernos más interesados en el proyecto son los mismos que llevaron a la creación de ASIN, nada podría ser más absurdo, incluso para los propios gobiernos, que duplicar el esquema convirtiendo a ALASEI en algo semejante a ASIN.

Pero es obvio que ello no garantiza que los gobiernos no puedan diseñar una forma de organización en la cual tengan el peso determinante. Para evitarlo sería preciso, por una parte, que los miembros del Comité de Acción manejen el proyecto con la debida ecuanimidad, y que las organizaciones que representan al sector privado se comprometan también con el éxito del mismo. Pero el comportamiento del sector privado puede ser tan impredecible como el de los gobiernos. En la reunión de consulta realizada en Costa Rica, altos personeros de la SIP y de la AIR felicitaron a UNESCO por las características del proyecto y la forma en que éste había sido manejado hasta ese momento, pero no se comprometieron a participar en los órganos directivos del nuevo servicio.

Este es otro tipo de cautela, y de ambivalencia, que de persis-

tir podría transformarse en la mejor manera de asegurar que las cosas se darán en la forma que ellos temen: es decir, con un peso exagerado de la influencia gubernamental en el nuevo servicio. No se trata entonces de una responsabilidad exclusiva de los gobiernos, sino también de las organizaciones más poderosas del sector privado en comunicaciones, que tienen un rol que cumplir para garantizar el pluralismo que todos desean en ALASEI.

Otros problemas surgen del financiamiento. Según estimaciones realizadas por los consultores de UNESCO, la suma necesaria para poner en marcha un sistema de comunicación capaz de abarcar de entrada a los 25 países de América Latina oscilaría entre 1'800.000 dólares, y 2'200.000 dólares anuales. Esta estimación fue realizada en 1979, y se explica en gran parte por los costos de telecomunicaciones y la duplicación del servicio en inglés para la subregión del Caribe. Para reducir estos costos sería necesario dejar fuera del diseño a los países "menores" desde el punto de vista de la producción y consumo de información, pero estos países son precisamente quienes más necesitan de un servicio regional que incorpore sus necesidades e intereses, de allí que todos los especialistas consultados por UNESCO hayan enfatizado la recomendación de procurar la cobertura total de todos los países de la región.

Otra forma de reducir costos sería, por ejemplo, sumar el tráfico de ALASEI al de ASIN, por supuesto, con la debida diferenciación técnico-periodística. Al utilizar los mismos canales los costos de telecomunicaciones, que son los más altos, disminuyen. Pero ya lo vimos antes, las soluciones lógicas no siempre son las soluciones elegidas, y existen criterios políticos sectoriales que podrían forzar una opción tecnológica más cara y, por lo tanto, menos factible.

El diseño de ALASEI incluye la noción de que la empresa debe aspirar al autofinanciamiento mediante la venta de sus servicios, y el Anteproyecto de Estatuto elaborado por los consultores de UNESCO contempla la posibilidad de contribuciones directas de los Estados que participen en la empresa. Pero ello no soluciona el problema de los costos de la puesta en marcha y el sostenimiento durante dos o tres años, que es un plazo mínimo para asegurar la eficiencia de las operaciones. Este es uno de los problemas que de-

be enfrentar el Comité de Acción del SELA, y que deberá ser resuelto no sólo con aporte de los Estados, sino también con la cooperación internacional para el desarrollo de las comunicaciones en los países del Tercer Mundo.

Suponiendo que las principales dificultades políticas, financieras y técnicas fuesen superadas, quedan aún dificultades de penetración real en los medios de la región. El mercado potencial de un servicio como ALASEI es muy grande, ya que la mayoría de los medios no cuentan con servicios de noticias internacionales. Solamente los grandes medios de las capitales y otras ciudades principales, de circulación o alcance nacional, están abonados a las agencias internacionales. Los medios del interior carecen en general de los recursos necesarios para pagar suscripciones a agencias internacionales, y se alimentan de las noticias copiadas de la capital o de transmisiones de radio con alcance internacional. Las limitaciones presupuestarias del estudio de receptividad no permitieron encuestar a este tipo de medios, pero se puede asumir que si el precio del servicio es razonablemente bajo y discrimina entre medios capitalinos y provincianos, el mercado formado por la pequeña empresa -diarios y radios de provincias- será receptivo para ALASEI.

Los grandes medios, muchos de los cuales fueron incluidos en el estudio de receptividad, plantean un problema diferente, que deriva de la ideología ocupacional del periodista y de los prejuicios que el mismo oficio ha creado entre los "gatekeepers" de la noticia internacional.

El estudio de receptividad detectó algunas contradicciones: por ejemplo, entre el diagnóstico que los jefes de cables hacen de los problemas de la noticia sobre América Latina, y sus hábitos de uso de los cables que reciben de las agencias internacionales que operan en la región. Por un lado critican el predominio del modelo mercantil de la noticia y el análisis de cuestiones regionales a partir de perspectivas foráneas, impuestas por países industrializados; y por otro lado, dicen que prefieren las versiones de las agencias transnacionales por considerarlas más objetivas, imparciales y; en general, más "profesionales".

Podría pensarse que, careciendo de alternativas, esta preferen-

cia resulta de la necesidad de elegir "lo menos malo". Pero no creemos que el problema sea tan simple. Hay contradicciones reales entre las creencias acumuladas por los periodistas encargados de los cables internacionales, quienes las adquieren gracias a la socialización por la práctica en el oficio, y la aspiración de producir y distribuir información latinoamericana para América Latina.

Estas creencias prácticas han consagrado, por ejemplo, la idea de que la Associated Press es el modelo máximo de profesionalismo en el tratamiento de la información. Y muchos periodistas que suscriben declaraciones de izquierda con respecto a la dependencia informativa, caen día a día en el vicio de desdeñar toda información que no reproduzca los cánones fijados por la Associated Press. El colonialismo, desgraciadamente, no es un sombrero que se pueda sacar a voluntad en el momento en que se toma conciencia de que se vive una situación de dependencia.

Hay un riesgo real, y muy grande, de que el predominio de los valores y prácticas rutinarias del oficio periodístico se traduzca en un rechazo efectivo, aunque no verbal, de los servicios especiales que pueda proporcionar ALASEI. Pero, tal como se hace notar en el informe final del estudio de receptividad, ninguno de estos problemas puede ser resuelto "en teoría". No hay teorías ni recetas prefabricadas para solucionar estas incógnitas, y aunque los aspectos jurídicos, técnicos e institucionales pueden y deben ser afinados por el Comité de Acción formado en el SELA, es claro que el problema de la receptividad real será resuelto sólo con la marcha de agencia.

Paradójicamente, entonces, y a pesar de que la participación de los periodistas en los cuerpos directivos de la agencia no presenta mayores problemas, el mayor peligro para el destino del Proyecto ALASEI no está en los gobiernos ni en los dueños de medios, sino en los periodistas. Todas las cuestiones políticas e institucionales podrían ser resueltas con éxito, pero en última instancia, el éxito no será real hasta que los periodistas jefes de cables reciban el material y decidan darle cabida en sus páginas o espacios de radio-difusión. En ese momento habrá opciones reales, y cada jefe de cables tendrá que decidir concretamente cuánto, y qué tipo de información sobre América Latina desea entregar a sus audiencias o lectores.

Los estudios sociológicos sobre el oficio periodístico hacen suponer que entonces la receptividad será menor que la encontrada en el estudio mencionado, cuando los encuestados debían pronunciarse sobre una hipótesis que no les obligaba a romper la rutina diaria. Pero ésto, lejos de ser una razón para descartar el proyecto, es el mayor incentivo para empujar su implementación: las nuevas generaciones de periodistas latinoamericanos podrán aprender valores y prácticas más ajustadas a los intereses regionales en la medida que trabajen con más información auténticamente latinoamericana. La implementación de ALASEI, y de otros proyectos hechos a la medida de las aspiraciones regionales, puede ser crucial para la formación de estos nuevos periodistas.

NOTAS

- (1) La reunión fue auspiciada por CIESPAL con el apoyo de la Secretaría de Informaciones de la Presidencia en Ecuador y la Fundación Friedrich Ebert, y se llamó "Seminario de Consulta para el Establecimiento de una Agencia Andina de Noticias", Quito, Noviembre 1980.
- (2) Este capítulo fue preparado por la Dra. Marlen Cuthbert. La primera parte de él está basado en sus trabajos de 1979 y 1981, citados en la bibliografía general al final de este libro.
- (3) Los términos Commonwealth del Caribe, Indias Occidentales y Caribe de habla inglesa son usados de manera intercambiable para referirse a los territorios con una población de 5 millones de habitantes que fueron, o son, colonias de Gran Bretaña.
- (4) Ver, por ejemplo, Eirc Williams: *From Columbus to Castro*, (London: Andre Deutsch, 1970); G.K. Lewis: *The growth of modern West Indies* (London: McGibbon & Kee, 1968); y William Demas: *West Indian nationhood and Caribbean integration* (Barbados: CCC Publishing House, 1974).
- (5) *Essays on Caribbean integration and development*. University of West Indies, Jamaica: Institute of Social and Economic Research, 1976.
- (6) Williams, op. cit. p. 502.
- (7) *Cuarta Conferencia de Jefes de Gobierno del Commonwealth del Caribe*, Bridgetown (Barbados) Octubre 1967. Informe sin publicar, apéndice vii.
- (8) Los principales informes de UNESCO sobre CANA son: Roppa, G. & Clarke, N. (1969); deCros Dich, J. (1973); y Cholmondeley, H. & Gordon, J. (1975).
- (9) Cholmondeley & Gordon, Ibid.
- (10) John Gordon en entrevista con Cuthbert, Londres, 28 Junio 1977.
- (11) Entrevista con Cuthbert, Kingston (Jamaica), 22 Abril 1978.
- (12) "Deed of Trust", "Articles of Association" y "Memorandum of Association".
- (13) La discusión de esta sección está basada en los "Articles of Association", artículos 37-93 y el Contrato de Suscripción, cláusula No. 7.
- (14) "Articles of Association", artículo No. 94, y "Deed of Trust", p. 3.
- (15) Harry Mayers, Gerente General de CANA. Entrevista con Cuthbert, Enero de 1981.
- (16) Oliver Clarke, entrevista con Cuthbert, Enero 1979.
- (17) Terry Williams, entrevista con Cuthbert, Enero 1979.
- (18) Harry Mayers, entrevista con Cuthbert, Enero 1979.
- (19) Reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en Trinidad, 1979, y Reunión de Expertos en Medios de Comunicación de Masas del Commonwealth, Londres, Julio 1980.
- (20) *Report of Meeting of Officials preparatory to the First Meeting of Mi-*

- nisters responsible for Information, Saint John (Antigua), 6-9 Octubre 1980; y Cuestionario de Investigación de CARIMAC sobre CANA, 1980/81, University of West Indies, Jamaica.
- (21) PAJ News, April/May 1979.
 - (22) Entrevista con John Cobham, Caribbean Institute of Mass Communication, Enero 1981.
 - (23) Harry Mayers, entrevista con Cuthbert, Enero 1981.
 - (24) Entrevista con Cuthbert, Enero 1979.
 - (25) Entrevista con Cuthbert, Enero 1979.
 - (26) **Report of Meeting . . .**, op. cit., sección 5.55.
 - (27) Hopeton Dunn, PAJ News, March 1979.
 - (28) Sunday Gleaner, 15 Junio 1980.
 - (29) Ben Brodie, PAJ News, Aug/Sept. 1979.
 - (30) Daily News de Jamaica, 15 Julio 1980.
 - (31) Advocate News, de Barbados, reproducido en el Daily Gleaner del 22 Agosto 1980, y en Sunday Gleaner del 20 Julio 1980.
 - (32) Harry Mayers, entrevista con Cuthbert, Enero 1981.
 - (33) Ibid.
 - (34) **Report of Meeting . . .** op. cit., sección 5.54.
 - (35) Cuthbert, M. (1976).
 - (36) Cuthbert, M. (1979), cap. vi.
 - (37) Hay que notar que el compromiso de CANA no implica una comprensión simplista de la objetividad sino que, como observan su manual y documentos constitutivos, reconoce que las percepciones de la realidad son influenciadas inevitablemente por los condicionamientos sociales, culturales y de otra naturaleza.
 - (38) Royale, G. (1981). Los años analizados en este informe incluyen 1975 y 1979.
 - (39) Ibid., p. 40.
 - (40) Estos incluyen el Communicarib, un curso de 5 meses iniciado en el Codrington College, en Barbados, por la Acción Cristiana para el Desarrollo en el Caribe (CADEC) en 1971, y el Caribbean Institute of Mass Communication de la Universidad de las Indias Occidentales, Jamaica, que comenzó a funcionar en 1974.
 - (41) Citado por Boyd-Barrett (1980), p. 22.
 - (41) Citado por Savio, R. (1982), pp. 2-3.
 - (43) Ibid., p. 3.
 - (44) Ver Documento Constitutivo de ASIN en "ASIN, instrumento alternativo e integrador de información y comunicación". Revista ALACODE año 1 No. 1, Abril 1979, pp. 10-12.
 - (45) Pasquini, José María (1981 b), p. 28.
 - (46) Savio, R., op. cit., pp. 5-6.
 - (47) Ibid., pp. 17-21.
 - (48) Salinas, R. (1980) y (1981). Los informes contienen los balances de

contenido realizados en ambos años, sobre la base de los informes mensuales.

- (49) Ver Segunda Parte de este libro, Cap. IV.
- (50) Pasquini, J.M. (1981 a), p. 18.
- (51) UNESCO (1975).
- (52) **Conferencia Intergubernamental . . .** (1976).
- (53) Cada uno de estos especialistas preparó un documento específico que ha sido publicado separadamente. Aquí nos referimos al Documento Resumen de estos estudios, preparado por los mismos cuatro expertos: **Proyecto de Creación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información**, publicado por UNESCO en 1979 (CC-79/WS/115).
- (54) *Ibid.*, pp. 41-43.
- (55) *Ibid.*, pp. 7-8.
- (56) **Informe Final de la Reunión de Consulta sobre la Creación de ALASEI**, Costa Rica, 2-4 Mayo 1979.
- (57) Salinas, R. (1980 a).
- (58) *Ibid.*, pp. 96-97.

SEPTIMA PARTE

**PERIODISMO
PARA EL DESARROLLO
Y OTROS TEMAS**

“Porque, además de las cosas que hemos dicho, la naturaleza de los pueblos es variable; y resulta fácil persuadirlos de una cosa, pero es difícil mantenerlos en esta creencia”.

Maquiavelo

Ya dijimos antes que este libro no tiene conclusión. ¿Cómo podría tenerla, cuando todo está en curso y todo es tan reciente? Los países dependientes acaban de despertar en este campo; todas las soluciones son tentativas, precarias y sujetas a modificaciones futuras. Y, con certeza, las mejores soluciones aún no han sido creadas.

Hemos tratado de presentar el máximo de antecedentes, pero la exposición no ha sido exhaustiva. ¡Hay tantas otras cosas que estudiar en relación con estos asuntos!. No hemos hablado, por ejemplo, de la dependencia en el rubro de la noticia filmada para televisión. Allí la situación es dramática, las carencias son totales y las posibilidades de encontrar soluciones a corto plazo, mínimas. Los estudios sobre esta materia también son pocos. Pero aunque los problemas de la noticia filmada han tenido un relieve muy bajo en los debates internacionales, su importancia es tanto o más grande que los problemas de las agencias de prensa. Por ahora los centros de investigación y los gobiernos parecen no prestar atención a este tema, pero es inevitable, pronto aparecerá en el escenario de

las discusiones. Las reuniones de radiodifusores se encargarán de ello, puesto que han comenzado a denunciar los problemas que les afectan.

Tampoco mencionamos los problemas de traducción de la noticia. Para Asia y Africa, esto es vital, puesto que los países vecinos no comparten los mismos idiomas y deben comunicarse en lenguajes foráneos. El rol de los traductores—periodistas ya comenzó a ser estudiado en tales regiones (1), y los hallazgos son desalentadores. En América Latina este problema no ha sido analizado, pero si nuestra región desea comunicarse con el Caribe, tendrá que dedicarle toda la atención que no le ha prestado hasta el momento.

En verdad, hay muchos ángulos de estudio que no hemos tocado en este libro. De todos aquellos temas que han sido mencionados tangencialmente en el curso de este libro, en esta parte discutiremos sólo tres: los problemas del derecho a la información en un contexto de transnacionalización, cuando la información, lejos de fluir libremente, “queda cautiva” de empresas gigantes que escapan a los marcos de responsabilidad social y jurídica. Los problemas de telecomunicaciones, en particular, las tarifas para la prensa y los medios masivos. Y los debates sobre la noción de un nuevo “periodismo para el desarrollo”, el tipo de periodismo que debería responder a las necesidades de los países del Tercer Mundo.

El problema de las telecomunicaciones ha sido estudiado detenidamente por UNESCO y otros organismos. No hay dudas, la actual estructura de tarifas desfavorece a los medios y las agencias de los países subdesarrollados. Existen propuestas específicas para enmendar ésto y su aplicación depende, al menos en parte, de los propios gobiernos de los países del Tercer Mundo. Pero tampoco son autónomos en ésto: un cambio de tarifas podría afectar las relaciones de las administraciones locales de telecomunicaciones con las empresas transnacionales que son sus principales usuarios. Y no es posible establecer subsidios cuando los ingresos menguan.

De los muchos asuntos que quedan sin analizar, escogimos telecomunicaciones porque sus relaciones con la noticia internacional normalmente pasan inadvertidas. Y, sin embargo, son vita-

les. Los mismos gobiernos parecen poco conscientes de ésto, y a menudo aprueban resoluciones que no es posible aplicar porque no se adoptan al mismo tiempo las medidas requeridas en el sector de telecomunicaciones. Es uno de los efectos de la desdichada y persistente división intersectorial que impide planificar seriamente el desarrollo de las comunicaciones.

Revisaremos, por último, algunos debates en torno al periodismo para el desarrollo. El tema ha sido denigrado deliberadamente, al hacerlo sinónimo con "periodismo al servicio de los gobiernos". Las empresas dominantes en la comunicación masiva se guían por criterios de interés privado con fines de lucro. Las nuevas propuestas sobre el rol del periodismo acogen criterios de interés público y fines de servicio. No es posible reconciliar estas posiciones, y por ello tampoco será fácil crear una forma de periodismo como la que se está proponiendo en diversos lugares del Tercer Mundo. Aquí, como en tantos otros asuntos, no existen fórmulas precisas para lograr lo que se busca. Y la tarea es tanto más difícil por cuanto los profesionales de la comunicación han sido formados con valores transplantados de los países capitalistas avanzados. Los criterios profesionales se importan junto con las tecnologías y los equipos. La dependencia también es un estado mental, por eso ninguna propuesta será suficientemente buena hasta que los periodistas opten por ella.

CAPITULO XVI

DERECHO DE INFORMACION Y AGENCIAS TRANSNACIONALES

Los antecedentes examinados en este libro muestran que, paradójicamente, el rasgo más evidente de las agencias mundiales es su carácter nacional. Su estructura de propiedad, control de ingresos, recursos, organización, servicios y clientela así lo demuestran. Al mismo tiempo, no obstante, sus actividades trascienden las fronteras de sus países, y tienen una gran influencia e impacto en un elevado número de países extranjeros. Esta peculiar combinación de intereses nacionales bien definidos, que operan más allá de fronteras nacionales de origen, es lo que permite clasificarlas como empresas transnacionales. No son internacionales en la medida que su propiedad, control y principales beneficios no están en manos de varias naciones, y éstas participan sólo en calidad de clientes carentes de derechos (2).

Esta situación ha sido muy bien analizada por Juan Somavía, miembro latinoamericano de la Comisión MacBride. Junto con examinar los rasgos que las definen como transnacionales, el autor señala que “su poderío no radica en la dimensión financiera, sino en el manejo que hacen de la variable fundamental que es la infor-

mación en la sociedad contemporánea. Para ello están presentes a través de todo el mundo. Su rol específico, dentro del sistema transnacional, es equivalente al que desempeñan los faros de un automóvil . . . Físicamente, como los faros del auto, son pequeñas pero determinantes; sin su valiosa información el sistema pierde operatividad y eficiencia, y corre el riesgo de estrellarse contra situaciones imprevistas” (3).

En verdad, el monto de las operaciones financieras de las agencias es pequeño en comparación con otras empresas transnacionales, pero su rol es vital para la expansión y consolidación del capitalismo, tal como lo demuestra la historia pasada y moderna. Otro rasgo fundamental del quehacer de estas agencias es su carácter comercial. También Somavía lo hace notar, en los siguientes términos:

“Su estructura y lazos con el resto del sistema transnacional, su forma de propiedad, su racionalidad de empresa privada que persigue la expansión continua y la optimización a largo plazo de las ganancias, junto con otros valores que gobiernan la formación actual de los comunicadores, conduce a estas agencias a transformar la información en una mercancía, y a concebir su actividad como destinada a ‘vender’ mejor que sus competidores su producto. La ‘lógica’ del mercado pasa a ser el criterio fundamental de su actuación” (4). Las orientaciones gerenciales que salen de su lógica comercial, y las orientaciones editoriales derivadas de su necesidad de servir mejor a los mercados industrializados que las sustentan, garantizan que tanto la realidad como los intereses del Tercer Mundo no tienen espacio adecuado en sus productos, y que jamás podrían ser sus portavoces en el sistema internacional.

De otro lado está el hecho de que, si bien su magnitud es menor que la de otras empresas transnacionales, ella excede, con creces, el de cualquier agencia nacional, regional o internacional. La AP, UPI, Reuters y AFP son líderes, innovadores y comerciantes en una escala tal que es prácticamente imposible competir con ellas. Esto mismo invita a reflexionar sobre otro hecho clave de este panorama: gracias a la aplicación interesada de los principios del libre flujo de información, las agencias no son en la actualidad social o jurídicamente responsables de sus actos frente a los países en que operan o frente a la comunidad internacional.

Al respecto, Somavía nota que “las agencias transnacionales de noticias son organismos extranjeros que operan dentro de cada país. Cada nación, en ejercicio de su soberanía, tiene el derecho de crear un marco de responsabilidad para el ejercicio de las actividades de ‘entes extranjeros’ que actúan en su territorio. Ningún ente extranjero tiene per se el derecho de actuar, trabajar o producir en otro país. Ese derecho se le otorga porque se considera que su presencia prestará un servicio al país y al entendimiento internacional . . . Respecto de las agencias, es necesario definir la naturaleza de los beneficios mutuos que su actividad conlleva, entendido ello en términos amplios para crear las condiciones necesarias para una formación segura y responsable que fluya en ambos sentidos, hacia y desde un determinado país, y no exclusivamente de acuerdo con los puntos de vista de un gobierno en particular. El marco jurídico debe reconocer la independencia de acción de la agencia; pero, al mismo tiempo, debe orientar el ejercicio de la libertad informativa dentro de las normas que permitan eliminar o rectificar las instancias de comportamientos nocivos . . .” (5).

El jurista peruano Ruiz Eldredge llega a una conclusión equivalente, partiendo de un análisis de las libertades comprendidas en el derecho a la libertad de expresión, tal como se estipula en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. “El deber y responsabilidad que comporta tal derecho, como se advierte en los propios pactos internacionales -y también en las constituciones-, no tienen el sentido meramente individual del derecho privado, de la responsabilidad por culpa o por riesgo o la llamada responsabilidad objetiva . . . El deber y la responsabilidad a que se alude tienen la mayor dimensión de carácter social con respecto a los caracteres de multidireccionalidad, de multidimensionalidad, de acceso y participación, métodos necesarios para alcanzar los valores propios de una sociedad libre y justa y para garantizar los intereses legítimos de todos los sectores sociales” (6).

Pero frente a estas concepciones queda el hecho de que, como dice el jurista, “la información queda cautiva” en manos de las empresas transnacionales, con todas sus connotaciones de absorción de poder, gigantismo, centralismo en las decisiones, creación de desigualdades sociales e interferencias en la soberanía de los Estados. Por su parte, los Estados tampoco pueden resolver

este problema con un sistema de organización propio y directo, porque en la condición actual de su evolución se produce una similar concentración de poder y de absorción en las decisiones que puede derivar en otras formas de compulsión, como son la represión y la censura.

No existe aún una fórmula satisfactoria para resolver este problema fundamental, pero Ruiz Eldredge sugiere una vía para encontrarla. El autor sostiene que "una normatividad de derecho público, fundada principalmente en el derecho internacional, en el derecho constitucional y en el administrativo, debe dar lugar a un nuevo derecho de información que proteja cabalmente la libertad de expresión" (7).

La normatividad debe partir de las normas aprobadas a nivel internacional, derivadas del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ratificado por 36 gobiernos) y recoger las categorías vinculadas a la libertad de expresión, existentes en la mayoría de las constituciones. Así se asegura, dice el jurista, que la problemática se ubique en el derecho público. A esto se debe agregar las consideraciones del derecho administrativo: la "noción de servicio público" no es sinónimo de servicio público, y no obliga a la prestación del servicio por la propia administración, de modo que no implica la estatización de los recursos de la comunicación pública. La noción de servicio público contribuye a que la ley y el sistema garanticen y protejan, pero que de ninguna manera absorban, repriman o limiten. Por ello mismo, dice Ruiz Eldredge, el derecho administrativo no debería regir en cuanto al ejercicio de la potestad sancionadora y disciplinaria, ya que podría resultar represivo o discriminatorio. "Entre el derecho administrativo y el juez común, será necesario buscar otra modalidad que incluya recursos ante órganos internacionales de protección de los derechos humanos, cuando éstos estén en juego" (8), dice el jurista, y agrega citando a Víctor Hugo que "si bien el control jurisdiccional internacional puede ser considerado una utopía, utopía es 'la verdad de mañana' . . .".

El experto le da un lugar destacado en esta discusión a los conceptos de "acceso" y "participación", tal como fueron definidos por un grupo de expertos citados por UNESCO en Bogotá, ju-

lio de 1974. Allí se definió el concepto de acceso como "la posibilidad de la población de emitir y recibir mensajes a través de los medios", y la participación, como "el ejercicio de la facultad de intervenir en la toma de decisiones concernientes a la planificación, al uso y el control de los medios de comunicación". Ambas nociones deben ser parte fundamental de una nueva rama jurídica del derecho a la información, y son requisitos del ejercicio de una genuina libertad en este campo.

En directa oposición con estos conceptos están las nociones sostenidas por las agencias transnacionales de noticias. Considérese, por ejemplo, las connotaciones de una afirmación típica de la Associated Press, cuando dice que "la operación mundial de la AP es un camino de doble vía. Tal como se distribuye la noticia hacia Europa, Asia, Medio Oriente, Australia y América del Norte y del Sur, así también es recogida" (9).

Con esta afirmación, la agencia parafrasea una expresión generalizada a partir del clásico estudio de Nordenstreng y Varis, en Finlandia, sobre el tráfico televisivo y su sentido unidireccional en el mundo. Sugiere que existe una participación amplia, en la medida que la información sale de muchos puntos y vuelve a otros tantos, pero escamotea hábilmente el hecho de que lo único que va y viene es la noticia: los canales de transmisión, la utilidad de las noticias, la planificación de las operaciones, el control de las mismas y los beneficios finales de todas estas operaciones están concentrados en la sede de la agencia en Nueva York, cuya dirección descansa, además, sólo en norteamericanos. Por cierto, la agencia tiene todo el derecho a ser una agencia al servicio de Estados Unidos y de norteamericanos, pero no tiene derecho a pretender que representa más de lo que es y hace realmente.

En contraste con esta visión propia de relaciones públicas aparece la posición de Somavía, quien sostiene que "la información es una función social, no debe ser un negocio. Como toda función social que se ejerce en nombre y al servicio de la comunidad, su ejercicio no debe quedar librado al arbitrio de quien la opere. Además, la transmisión de información otorga poder, y toda sociedad debe organizarse para que aquellos que detenten poder sean socialmente responsables de su ejercicio" (10).

Por desgracia, los países del Tercer Mundo tienen en su mayoría un larguísimo camino que recorrer en este campo. No se trata solamente de estipular las implicaciones del deber y la responsabilidad social para el caso de las agencias transnacionales, sino de desarrollar una normatividad de derecho público que permita ejercer el derecho de información a todos los sectores y grupos sociales, nacional e internacionalmente. Los países subdesarrollados hacen bien al preocuparse de los aspectos internacionales de este derecho, pero aquí, como en otros campos, el desarrollo internacional no puede sino reflejar las situaciones nacionales, y ambos se influyen mutuamente. Un país no puede proponer las mejores normas de un derecho a menos que las desarrolle y experimente en su propia nación. Esta es la mejor vía para detectar con certeza las infracciones del derecho de información a nivel internacional, y es también el único camino para adquirir la experiencia requerida para formular con mayor precisión las propuestas sobre su regulación a nivel mundial.

CAPITULO XVII

SIEMPRE HAY MAS DIFICULTADES: TELECOMUNICACIONES

La disponibilidad de telecomunicaciones internacionales, y las tarifas que deben pagarse por su uso, son otro obstáculo formidable para la comunicación entre países en desarrollo. Así como las leyes de mercado afectan la distribución de la información en el mundo, también afectan la expansión de las redes de telecomunicaciones, y los países subdesarrollados están en una situación de tremenda desventaja en este sentido. Ya vimos antes que la tecnología del cable submarino consolidó para Inglaterra una posición de dominio económico y político. Hoy estos privilegios están en manos de un número muy reducido de países: la mayoría de las aplicaciones de los satélites para comunicaciones son controladas por Estados Unidos, Unión Soviética, Japón, Inglaterra, Francia y Alemania Federal. El comercio, las finanzas y la industria transnacional no podrían existir sin la sofisticada red internacional de telecomunicaciones, con sus satélites y computadoras, y los países que controlan tales tecnologías tienen un poder tal que difícilmente podrían ser amenazados en sus ventajas y privilegios.

Los países dependientes, en cambio, sufren una verdadera "hambre" de telecomunicaciones que por cierto afecta sus posibili-

dades de desarrollo social y económico. No es posible moverse con fluidez y efectividad en el mercado internacional, por ejemplo, sin un acceso seguro, rápido y al alcance de los recursos financieros locales. No es posible tampoco lograr la integración y el desarrollo nacional sin redes de telecomunicaciones para conectar todo el territorio y la población de un país. Pero aunque las necesidades son obvias, la misma escasez de recursos y la urgencia de otras necesidades, tanto o más dramáticas, impiden hacer todas las inversiones deseables en telecomunicaciones. En demasiados países, además, las telecomunicaciones todavía están en manos de compañías foráneas, y como sus criterios de rentabilidad no se ajustan a las necesidades locales, las redes existentes no sirven para emprender tareas genuinamente nacionales.

Nacionales o foráneas, las agencias de noticias dependen de las administraciones de telecomunicaciones en varios sentidos. El más obvio es que sin ellas no se podría transportar la información de un país a otro, y por tanto tienen un potencial de control decisivo; pero también afectan a las agencias en otros sentidos menos dramáticos, pero igualmente efectivos (11):

— Los carriers (portadores) controlan el acceso a las facilidades de telecomunicaciones básicas: un atraso en la instalación de equipos o en la instalación de líneas telefónicas, por ejemplo, puede detener a cualquier agencia;

— los carriers controlan la interconexión del equipo terminal con los circuitos internacionales, y sus precios;

— los carriers restringen la multiplicación de los usos que las agencias pueden dar a los canales que arriendan, y establecen tarifas diferenciales para fotos, voz, datos y otros, aunque técnicamente todo ello se haga con el mismo tipo de circuito;

— los carriers determinan los tipos de servicios que desean ofrecer, y fijan los criterios para tarifas especiales y subsidios, además de fijar tarifas generales, con lo cual determinan qué facilidades técnicas podrán usar las agencias;

— en la medida que cada administración fija sus propias tari-

fas, éstas pueden variar entre dos países dependiendo del sentido en que se establece la comunicación;

— la disponibilidad y las tarifas para los servicios de tránsito hacia otros países varía con políticas históricas y estratégicas. Algunos grupos de países fijan tarifas rebajadas recíprocas que les favorecen -como en el Commonwealth- y desfavorecen a otros países;

— aunque los costos actuales de los servicios terminales no varían con la destinación última del mensaje, algunas administraciones (o carriers) cobran tarifas sensibles a las distancias, lo que dificulta la comunicación inter-regional.

Todo esto significa que, cualquiera sea el grado de interés que tenga una agencia en intercambiar noticias con otras, sus posibilidades siempre estarán limitadas -en última instancia- por la disponibilidad y las tarifas de telecomunicaciones nacional e internacional.

Las agencias transnacionales están basadas en los países mejor dotados en este campo, y tienen recursos financieros suficientes para superar las barreras de este tipo, pero las agencias del Tercer Mundo sufren ambos tipos de limitaciones: problemas de disponibilidad de servicios de telecomunicaciones, y problemas derivados de las tarifas que deben pagar para poder usarlos. En los últimos años esta situación ha sido analizada en numerosas reuniones internacionales, y existen propuestas específicas para facilitar el uso de las redes de telecomunicaciones por medio de una tarifa rebajada, que favorecería a los países en desarrollo. Es lo que se conoce como **Development Press Bulletin Service** (Servicio de Boletines de Prensa para el Desarrollo), DPBS, un servicio más barato para los medios de prensa de los países en desarrollo.

Aspectos técnicos de una red noticiosa

Antes de examinar tal propuesta, y sus antecedentes, veremos rápidamente algunos aspectos de las formas de telecomunicaciones usadas por las agencias de noticias (12).

En su forma más elemental, una agencia se organiza como

una red de corresponsalías, desde donde se recoge información y a las cuales se les envían los productos editados, con una central que realiza tareas de edición y organización del tráfico informativo hacia las corresponsalías y clientes de diversos países. En la **central** existen formas de conmutación de mensajes y por ambos lados de la red, central y corresponsalías, existen **equipos terminales** para enviar y recibir información, comunicados entre sí por **circuitos de conexión**.

El nivel técnico de los **terminales** varía desde los teletipos electromecánicos más conocidos, hasta teletipos electrónicos con diversos sistemas de almacenamiento de mensajes. Más avanzados que éstos son los terminales de video, y en un nivel superior están los terminales inteligentes, con memoria, archivos magnéticos y capacidad para elaboración propia de datos. Los terminales más comunes en agencias nacionales son los teletipos electromecánicos, con los cuales se puede enviar y recibir mensajes a una velocidad de 50 y 75 baudios (60 y 90 palabras por minuto), o la velocidad con que un buen operador o periodista puede escribir sobre el teclado.

La **conmutación de mensajes** en el centro de la red puede hacerse manualmente, arrancando la cinta perforada del teletipo receptor, y colocándola sobre el teletipo transmisor adecuado, según el destino que tenga. Esta técnica de monitoreo manual es conocida como conmutación de mensaje de "zona arrancada", y requiere tener en la central una sala llena de teletipos que producen una gran cantidad de papel, de cinta perforada, de ruido y de problemas prácticos para la edición, amén de necesitar muchos operadores cuando los circuitos que convergen hacia la central son muy numerosos. Muchos problemas del centro de zona arrancada han sido eliminados con la introducción del elaborador electrónico capaz de reemplazar algunas tareas humanas, como la lectura del mensaje recibido, la verificación de su destino, y la retransmisión en la línea adecuada. La automatización de la conmutación de mensajes ha avanzado tremendamente con la informática, y hoy las grandes agencias utilizan computadores para organizar el tráfico de sus noticias y facilitar el trabajo periodístico en los centros de redacción. En lugar de trabajar con montañas de rollos de teletipo, trabajan en terminales de video conectados a computadoras

que no sólo organizan el tráfico, sino que ofrecen memorias organizadas para el uso más eficiente del total de sus contenidos.

Los circuitos de conexión pueden ser de tres tipos:

- a) **Canales telegráficos** unidireccionales o bidireccionales con velocidades de 50, 75, 100, 110 y 200 baudios;
- b) **Canales telefónicos**, también unidireccionales o bidireccionales, que transmiten de 300 a 9.600 baudios (la velocidad depende de los equipos terminales) y que por ser de banda más ancha pueden transmitir no sólo palabras escritas, sino también voz, facsímil, fototelegrafía y señales de datos; y -
- c) **Circuitos de radio**, usados allí donde no existen canales telegráficos via microondas o satélites. Para ello se utilizan transmisores de HF y códigos que permiten su uso sólo a los receptores suscritos. Las transmisiones por radio tienen la ventaja de que, a diferencia de los circuitos telegráficos y telefónicos, que son punto a punto, permiten alcanzar un gran número de terminales receptores dentro de áreas geográficas amplias y sin necesidad de costosas conexiones, pero tienen también la desventaja de que son poco confiables, ya que pueden sufrir interferencias por mal tiempo o de otras frecuencias, y no permiten tampoco transmitir a toda velocidad.

Los circuitos, por cierto, están organizados en redes dependientes de las administraciones de telecomunicaciones. La red más difundida en el mundo es la **red de télex**, con canales telegráficos de 50 baudios. Las redes públicas de télex son poco usadas por las agencias, sin embargo, porque plantean largos atrasos en las conexiones cuando el usuario con que se intenta hablar está ocupado, o cuando las líneas de conexión entre las centrales participantes en la comunicación están sobrecargadas. También plantean problemas del costo, ya que sus tarifas son fijadas según el volumen del tráfico y la distancia envuelta.

Para obviar estos problemas se recurre a los **canales arrendados**, que unen con canales telegráficos todas las sedes que se intercambian un número tal de mensajes que el costo de las conexiones télex supera el pago del arrendamiento mensual del canal. Con ello se gana velocidad, también, porque se suprimen los tiempos

mueritos debidos a la conexión. Por ello las agencias de noticias usan al télex en casos especiales como los stringers, por ejemplo, cuya producción de información no justifica el arriendo de canales permanentes de 24 horas.

Otra diferencia entre la red télex y los canales arrendados es que mientras la primera conecta con un gran número de usuarios nacionales e internacionales, los canales arrendados unen rígidamente dos teletipos, de allí que una red de canales arrendados requiera un conmutador para transmitir mensajes de un canal a otro, y poder así alcanzar un punto de la red desde cualquier otro punto.

Dependiendo de las necesidades de una agencia, y de su capacidad para solventar el aprovechamiento de las telecomunicaciones, una red de canales arrendados con un centro de conmutación avanzado puede conectarse además con algunos terminales de la red pública de télex, con la red telefónica pública (que, con los terminales adecuados, puede recibir mensajes a mayor velocidad que el télex), y con las redes públicas para datos en paquete, lo cual permite la conexión con bancos de datos (13).

Tarifas y Press Bulletin Service

Cada país tiene una administración postal y telegráfica, dependiente de su ministerio de transportes y comunicaciones, a cargo de estas redes y líneas de telecomunicaciones. También operan, en muchos países, compañías transnacionales autorizadas por administraciones locales, de modo que los usuarios —incluyendo a las agencias de noticias— arriendan las líneas de telecomunicaciones directamente de las administraciones, o bien, a tales compañías.

Las tarifas internacionales dependen en parte de la cantidad de administraciones envueltas en una transmisión: un canal vía satélite tendrá un precio equivalente a "subida" y "bajada", por ejemplo, cuando el país emisor y el receptor estén conectados directamente a un satélite. En tal caso, la agencia pagará el canal de subida para que la administración local haga llegar la señal al satélite, y un canal de bajada, para que la administración del país receptor ponga la señal en el terminal de llegada. Si la conexión vía

satélite no es directa, y requiere una bajada adicional en una estación terrestre ubicada en un tercer país, la tarifa final deberá cubrir la bajada y subida adicional en el centro de tránsito.

Esto implica que la diagramación de la red de telecomunicaciones tiene una gran importancia para los costos de operaciones de una agencia: en algunos casos se usará, por ejemplo, que varios países vecinos se conecten por radioteletipo a un solo centro regional, o subregional, y que éste envíe el volumen acumulado por un solo canal arrendado al país donde está ubicada la central de la agencia. Pero cualquiera sea la diagramación de la red, siempre hay un límite al ahorro, determinado por las tarifas de telecomunicaciones fijadas por cada administración y, en el caso de las comunicaciones por satélite, por las tarifas adicionales asignadas por INTELSAT o INTERSPUTNIK al uso del segmento especial (las cuales están incluidas en el cobro de cada administración local).

El problema de las tarifas preocupa actualmente a la mayoría de las agencias nacionales y regionales de los países del Tercer Mundo, y su solución es muy importante para que puedan ampliar su cobertura y distribución, ya sea por sí mismas o por acuerdos de intercambio con otras agencias.

En la actualidad existe el **Press Bulletin Service**, PBS o "servicio de boletines de prensa", que es una tarifa rebajada para el uso de canales telegráficos de 50 baudios por parte de los medios de comunicación y que normalmente conlleva una rebaja del 60% en comparación con las tarifas comerciales (14). Así las agencias, cuyos volúmenes de transmisión exceden los de otros usuarios, pueden mantener sus operaciones dentro de costos razonables. Pero el PBS plantea varios problemas:

—La aplicación de esta tarifa rebajada es voluntaria y no está regulada por ningún acuerdo internacional, ni ha sido tema de recomendaciones especiales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones de todos los países del mundo. El resultado de ello es que en la actualidad hay menos de 50 países que la aplican, mientras que en los restantes (más de cien) las agencias deben pagar las tarifas comerciales aplicadas a cualquier otro usuario.

— En segundo lugar, el PBS se aplica sólo a los canales telegráficos arrendados y, generalmente, sólo a la velocidad de 50 baudios. El uso de una mayor velocidad, y el uso de canales telefónicos (cuya banda ancha permite hasta 24 canales telegráficos) no tiene rebajas especiales para la prensa, y tampoco hay rebajas para el uso de las redes de télex ni telefónicas.

— En tercer lugar, el PBS se aplica sólo a circuitos unidireccionales y punto a punto. Así, una corresponsalía que deba transmitir y recibir información debe arrendar dos PBS, uno de salida y otro de entrada. La central debe pagar a su administración local, además, dos PBS por cada corresponsalía para tener comunicación bidireccional con ellas.

— En cuarto lugar, el PBS se aplica sólo en circuitos dedicados a tiempo completo, 24 horas diarias todos los días de la semana. Algunas administraciones ofrecen un PBS de 12 horas diarias, pero ésto no es la regla general. Una velocidad de 50 baudios significa 60 palabras por minuto, o 3.600 palabras por hora: una agencia nacional normalmente no envía más de 20.000 palabras diarias, lo cual implica 6 horas (muchas transmiten sólo 3 horas o 10.000 palabras, y su volumen baja en fines de semana) pero con esta restricción, está obligada a pagar el tiempo completo.

La tarifa actual del PBS oscila alrededor de los 1.000 dólares mensuales por cada terminal bidireccional, lo cual significa que los costos de telecomunicaciones resultan actualmente demasiado altos para las agencias del Tercer Mundo. Hay que recordar que, además del arriendo de los canales, la agencia paga el arriendo de los terminales (teletipos) y las líneas locales para llevar la señal hasta el terminal en la oficina de la agencia. Todos estos gastos se multiplican por dos (en un circuito simple, que une sólo dos oficinas en dos países que no requieren telecomunicaciones intermedias) para pagar el tramo de ida y de llegada, y por cuatro, cuando la comunicación es bidireccional. Todo ésto debe multiplicarse, además, por el número de corresponsalías conectadas por canales telegráficos bidireccionales que mantengan la agencia, con lo cual los costos suben hasta cantidades inmanejables para la mayoría de las agencias del Tercer Mundo. En el caso del proyecto ALASÉI, por ejemplo, se ha estimado que si se usaran sólo PBS, el costo de

circuitos (sin contar gastos de terminales y centro de conmutación) llegaría a los 650 mil dólares anuales, gasto que sería aún mayor porque muchas de las empresas de telecomunicaciones del continente no aceptan el PBS todavía (15).

Todo ello se refiere sólo a los costos de transmisión de palabras escritas a una velocidad mínima ya que la transmisión a mayor velocidad, y de fotos y noticias para televisión, paga tarifas comerciales tan altas que quedan descartadas para las operaciones de cualquier agencia nacional del Tercer Mundo. Estos costos no impiden que las agencias transnacionales funcionen: para aquellas cuyos volúmenes de transmisión superan el millón de palabras diarias, y cuya clientela se cuenta en miles, capaces además de pagar hasta 200 mil dólares anuales por los servicios, las telecomunicaciones no son problema, sino apenas un gasto dentro de una escala de operaciones que posibilita el uso de las tecnologías más avanzadas. Para las agencias nacionales y regionales del Tercer Mundo, en cambio, los costos son prohibitivos y explican en gran medida sus dificultades para conectarse internacionalmente.

Además del PBS, existe el **Press Broadcast Service**, aplicado a los circuitos de radioteletipo que fueron el principal medio para diseminación de noticias entre las dos guerras mundiales y hasta fines de la década del sesenta. Ello implica, como se dijo antes, el arriendo de radiotransmisores HF por tarifas que varían de país en país. En general, el Press Broadcast Service resulta más barato que las comunicaciones por télex y teléfono y tiene, frente a los canales telegráficos arrendados, la ventaja de llegar a muchos receptores al mismo tiempo: un servicio standard que debe llegar a Caracas, Panamá y Bogotá, por ejemplo, puede lograrse con un solo Press Broadcast Service, mientras que con canales punto a punto necesitaría pagar tres PBS. El radio-teletipo todavía se usa en países carentes de estaciones terrenas para satélites, y también en casos en que las administraciones locales se niegan a ofrecer el PBS vía satélite, pero sus desventajas técnicas hacen que su uso sea cada vez menos atractivo para las agencias, especialmente cuando la mayoría de los países del mundo ya están conectados por vía satélite.

Antecedentes Históricos de las Rebajas para la Prensa

Dijimos antes que tanto el Press Bulletin Service como el Press Broadcast Service no han sido regulados internacionalmente, y que su aplicación depende de la voluntad de las administraciones locales de telecomunicaciones. Pero esto no siempre ha sido así. En 1903, por ejemplo, cuando el telegrama era casi el único medio para las comunicaciones internacionales, la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT, adoptó una propuesta que recomendaba la concesión de tarifas rebajadas en 50^o/o para los medios de prensa (16). La propuesta inicial salió de Francia, que en aquella época tenía intereses internacionales mayores que los de Estados Unidos, pero que carecía del poderío acumulado por Inglaterra con sus cables submarinos.

Posteriormente, se adoptaron concesiones postales para materiales impresos, que también favorecían a la prensa, pero a medida que las telecomunicaciones avanzaron hacia las redes de telex, teléfonos y canales arrendados, se dejó de lado el tratamiento preferencial para la prensa. Al comenzar la era de los satélites Estados Unidos, que los controlaba, introdujo el PBS que favorece tremendamente a sus propias agencias, pero la materia tampoco fue entonces objeto de regulación internacional, de modo que nunca se adoptó una recomendación que tomara en cuenta los problemas y necesidades no sólo de la prensa, sino de la prensa de los países en desarrollo en particular.

En la década del cincuenta, la UNESCO, todavía inspirada por la doctrina del libre flujo impulsada por Estados Unidos, realizó dos estudios sobre las telecomunicaciones y la prensa. El primero fue publicado en 1953 y subrayaba la total anarquía que existía en cuanto a las tarifas de prensa; el segundo fue realizado en conjunto con la UIT y publicado en 1956, a raíz de una resolución del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, que reconocía que el libre flujo de información entre países requería de tarifas más bajas para la prensa (17). Pero recién en 1975, por primera vez, la comunidad internacional escuchó un llamado más decidido a favor de la revisión de las tarifas de telecomunicaciones con vistas, específicamente, a favorecer a los países subdesarrollados. Este no surgió de UNESCO, sino de la Conferencia de Ministros de

Relaciones Exteriores de los Países No Alineados, reunida en Lima en agosto de 1975.

En marzo del mismo año, la Primera Conferencia de Agencias de Noticias Arabes y Africanas había llamado a sus respectivos gobiernos a fijar reducciones especiales para las agencias de noticias; y en junio de 1975, también, una reunión de expertos llamada por UNESCO para analizar el desarrollo de los intercambios de noticias en América Latina, había recomendado que los gobiernos fijaran tarifas preferenciales de telecomunicaciones para una agencia regional latinoamericana propuesta por el mismo grupo. Sólo con el acuerdo de los Ministros del Movimiento No Alineado, sin embargo, el problema adquirió una mayor dimensión: ello permitió que la Quinta Conferencia Cumbre de los Jefes de Estado de los Países No Alineados ratificara la propuesta de los ministros, y la impulsara en la XIX Conferencia General de la UNESCO, realizada en Nairobi a fines de 1976.

Dicha Conferencia General encomendó a UNESCO la realización de estudios para contrarrestar las disparidades y carestías de las tarifas para la transmisión de noticias desde y entre los países en desarrollo. A partir de ello UNESCO organizó varias consultas y constituyó un Grupo de Trabajo sobre la Estructura de las Tarifas de Telecomunicaciones Internacionales, quien emitió su Informe Final en junio de 1980. El Grupo de Trabajo estaba formado por el Director del Comité Internacional para Telefonía y Telegrafía (CCITT), de la UIT; el Director del International Press Telecommunications Council; un representante de la Unión Europea de Radiodifusión, EBU; un especialista en informática y un especialista de agencias de prensa en países en desarrollo. Las Conferencias Intergubernamentales sobre Políticas de Comunicación para Asia y Oceanía, realizada en Kuala Lumpur en 1979, y para Africa, realizada en Yaoundé en 1980, también discutieron este problema y de la conferencia asiática salió una recomendación que pedía el establecimiento de una tarifa especial, por un máximo de 200 dólares por circuito telegráfico bidireccional de 24 horas, para la prensa (18).

“Development Press Bulletin Service”

El Grupo de Trabajo de la UNESCO recogió todas las recomendaciones de diversas conferencias, y en su informe final propuso dos tipos básicos de tarifas (19).

— **Development Press Bulletin Service (DPBS)**, con una tarifa máxima de 200 dólares mensuales por terminal, para cada circuito telegráfico full-duplex (bidireccional y a tiempo completo) de 50 o 75 baudios; y con la posibilidad de arrendar el servicio por tarifas menores cuando se le necesita por menos tiempo, con un mínimo de 4 horas diarias. **Esta tarifa debería ser ofrecida a la prensa por las administraciones locales de los países en desarrollo.**

— **Conventional Press Bulletin Service (CPBS)**, que afecta al mismo tipo de canal mencionado más arriba, pero que sería aplicado por las administraciones de los países industrializados por una tarifa máxima de 500 dólares, que equivale al 50^o de las actuales PBS. En este caso también se recomienda posibilitar el uso del circuito por períodos de hasta 4 horas mínimo.

Además de ello, el Grupo recomendó la aplicación del DPBS para el uso de canales telefónicos para la transmisión de voz, facsímil, fototelegrafía y datos, por un máximo de 1.000 dólares mensuales, rebajados convenientemente cuando se les requiere por menos tiempo; y un CPBS de 2.000 dólares mensuales máximo para el servicio equivalente en los terminales de los países industrializados. En tercer lugar, el grupo recomendó que se mantenga el Press Broadcast Bulletin Service para radioteletipos y las rebajas de Telegramas de Prensa, y que se introduzcan rebajas en el uso de las redes públicas de télex y teléfono para los medios masivos de comunicación. Asimismo, el documento final propone que se permita la interconexión de las redes de circuito arrendados por los medios (incluyendo PBS) con las redes públicas de télex, teléfonos y datos sin que los medios deban pagar tarifas adicionales por este servicio.

Con respecto a los intercambios de noticias de televisión, el Grupo recomendó la creación de tres tipos de servicios: transmisiones ocasionales, con tarifas de 200 dólares para los primeros 10 minutos y 10 dólares por cada minuto adicional; contratos para even-

tos especiales, con tarifas rebajadas en un 20 por ciento sobre las tarifas de transmisiones ocasionales; y transmisiones regulares diarias de noticias, con un mínimo de 5 minutos de transmisión y 15 minutos de recepción y con una base común tarifaria de 10 dólares por minuto. En este caso no hay recomendaciones para tarifas máximas, pero se sugiere que los países industrializados deberían aplicar las rebajas a las televisoras de los países en desarrollo, sin perjuicio de que mantengan o aumenten las tarifas pagadas por otras organizaciones de radiodifusión.

Posteriormente, la XXI Conferencia General de UNESCO (Belgrado, 1980) acordó, en base al informe de este grupo, aprobar la Recomendación 4/22, que invita “a los Estados Miembros para que, en el ejercicio de su soberanía, tomen las decisiones necesarias al más alto nivel político para conceder a los medios de bona fide, especialmente de los países en desarrollo, las tarifas más bajas posibles, según las líneas tarifarias sugeridas en el informe del Grupo de Trabajo de UNESCO”. También pidió al Director General de la UNESCO que comunicara tal resolución a la UIT, a INTELSAT y a INTERSPUTNIK, para solicitar su colaboración en la aplicación de la misma.

A fines de 1982, el Director General, Sr. M'Bow, envió una carta personal a los jefes de Estado de todo el mundo, recordándoles estas resoluciones y pidiéndoles que respondan a la invitación de la XXI Conferencia General y tomen las medidas necesarias para llevarlas a la práctica. En la misma carta, hace notar que los Secretarios Generales de las principales uniones regionales e internacionales de radiodifusión le solicitaron en dos reuniones conjuntas (Túnez, marzo 1982, y Killarney, junio 1982) que UNESCO estudie las formas de asegurar el uso permanente de los servicios de satélite para el intercambio de informaciones en el mundo, especialmente en el campo de las noticias de prensa y programas de televisión. Y agrega: “Sin embargo, en mi opinión este proyecto mundial de satélites, cuyo comienzo experimental está planeado para 1983, no producirá verdaderos progresos a menos que se acompañe de las rebajas de las tarifas aplicadas al nivel nacional” (20).

Obstáculos para la Aplicación del DPBS

Sri Lanka es el único país en el mundo que recogió de inmediato la sugerencia inicial de la Conferencia Intergubernamental de Asia y Oceanía, en 1979, y fijó una tarifa de 200 dólares para los circuitos dedicados bidireccionales de 24 horas. Esta decisión fue basada en el análisis de un experto local en telecomunicaciones, según el cual el cálculo de la tarifa puede desarrollarse sobre la base del concepto de "costo incremental más ganancia nominal".

El concepto opera del siguiente modo: en las comunicaciones por satélite, por ejemplo, los países que ya tienen estaciones terrenas no necesitan incurrir en inversiones de capital para proveer canales telegráficos, porque toda la infraestructura ya está instalada. El único costo adicional, o incremental, sería el arriendo del canal telefónico (del cual pueden derivarse 24 canales telegráficos) en el segmento espacial de INTELSAT (o INTERSPUTNIK, dependiendo del sistema satelital al que se esté conectado). A este costo incremental se agregaría un 15 por ciento de ganancia anual, y la tarifa sería la suma de ambos, dividida por el número de canales telegráficos derivados del canal arrendado a INTELSAT (21). Sobre esta base, el experto calculó un costo de 177 dólares mensuales por canal bidireccional de 24 horas, y éste es lo que se propuso a la Conferencia Intergubernamental de Asia y Oceanía.

El mismo concepto se basa, además, en el hecho de que el potencial de las redes de telecomunicaciones de los países subdesarrollados se usa parcialmente, debido, precisamente, a las altas tarifas fijadas por las administraciones locales. Este contrasentido se explica en parte porque las administraciones que generan bajos niveles de tráfico, y que los manejan con medios manuales y electromecánicos, necesitan fijar tarifas altas para asegurar la posibilidad de inversiones futuras de capital para el mejoramiento de su infraestructura. De allí resulta que los más pobres y necesitados deben pagar más, y como no pueden hacerlo, consumen menos telecomunicaciones: en 1973, por ejemplo, Laos generó sólo 5.900 llamadas de telex internacional; Guinea, 6.000; India generó, por su parte, 330.000 llamadas de telex internacional mientras que Estados Unidos, el mismo año y con una población equivalente a un tercio de la población india, generó 14.5 millones de llamadas internacio-

nales. En 1977, el profesor Meltzer, del Instituto Suizo de Tecnología, calculó que las tarifas telefónicas en Africa eran, en relación al Producto Nacional Bruto per capita, 267 veces más caras que las de la Comunidad Europea (22).

Al mayor precio por necesidad de inversión hay que agregar el hecho de que los costos de telecomunicaciones, aunque en principio son iguales entre dos puntos cualquiera sea el sentido en que vayan, son generalmente más altos cuando van desde un país subdesarrollado hacia uno industrializado que cuando van en sentido inverso. Esto se explica, a su vez, por la escasez de conexiones directas entre países en desarrollo, lo que obliga a pasar las llamadas por centros de tránsitos lejanos, aumentando así los costos. A mediados de 1970 habían 1.391 circuitos telefónicos directos entre Estados Unidos y Gran Bretaña, por ejemplo, mientras que entre India y Malasia había sólo dos, y muchos países subdesarrollados no tenían ninguno (23).

El círculo vicioso de la pobreza, la mayor necesidad y los costos más altos explican en gran parte la poca voluntad que han mostrado hasta el momento los gobiernos de los países en desarrollo para fijar rebajas tarifarias para la prensa (24).

La fijación de tarifas, en todo lo que concierne a los segmentos nacionales de los circuitos internacionales, es un asunto interno de cada gobierno. Existen precedentes, además, de subsidios a algunos servicios de telecomunicaciones, justificados en base a razones geográficas, demográficas y sociales (25). Algunos gobiernos han decidido que la mejor vía para compensar las pérdidas de ingresos derivadas de tales subsidios es la compensación directa a las administraciones de correos y telégrafos, pero en casi todos los países las administraciones de telecomunicaciones son entidades estatales, de modo que la concesión de tarifas rebajadas es un asunto de políticas y finanzas internas. Con todo, ocurre que muchos gobiernos esperan que las operaciones de telecomunicaciones no sólo se autofinancien, sino que produzcan ganancias. Esto es otra dificultad para que tomen medidas especiales para favorecer a los medios masivos.

Podría argumentarse, con justicia, que en la medida que los

medios masivos son empresas privadas y comerciales, no existen razones para favorecerlos con ventajas subsidiadas por otros usuarios. Esto es cierto en el caso de las agencias transnacionales de noticias y también lo es para algunos medios nacionales en países en desarrollo, especialmente en América Latina (26). Pero ya hemos visto que no es el caso de las agencias nacionales de países subdesarrollados, así como tampoco de los arreglos internacionales que operan con una noción de servicio para el Tercer Mundo. Es preciso tomar en cuenta que es simplemente imposible, para agencias nacionales de países subdesarrollados, financiar sus actividades sólo con ingresos derivados de los medios locales: la densidad de medios es demasiado baja, y su pobreza de recursos es obvia, de modo que jamás podrían pagar suscripciones tan altas como para financiar a las agencias.

La decisión es, en última instancia, política. Si los gobiernos aceptan que el mejoramiento de sus comunicaciones internacionales es una necesidad vital para mejorar la posición de sus países en el desequilibrio mundial de poder económico-político, la única medida consecuente es la introducción de subsidios para facilitar tales comunicaciones. Por lo demás, según los cálculos asiáticos, es probable que tales facilidades puedan introducirse sin pérdidas, incluso con cierta ganancia, o con un nivel mínimo de pérdidas. El informe del Grupo de Trabajo de la UNESCO observa que "nadie sabe cuánto ingreso derivan de los medios las administraciones postales y telegráficas" (27): comparados con los usuarios habituales de los circuitos internacionales, entre los que se cuentan los propios gobiernos, entidades financieras y empresas transnacionales, lo más probable es que los ingresos por cuenta de servicios a los medios no representen sino una fracción insignificante.

Los problemas de rentabilidad, y las posibles pérdidas que puedan surgir de un subsidio, explican el hecho de que nadie haya propuesto hasta ahora que el Comité Consultivo Internacional de la UIT considere el tema en su agenda.

Pero ello no es todo. También ocurre que las recomendaciones elaboradas hasta ahora han salido de reuniones intergubernamentales de Jefes de Estado, y de ministros de informaciones. Estos últimos regulan sólo las cuestiones de contenido, propiedad y

control de los medios masivos, pero no tratan con las cuestiones de infraestructura que quedan a cargo de los ministerios de transporte y comunicaciones. Este enfoque sectorial, cuando opera sin mecanismos eficientes para la planificación intersectorial, como ocurre en la mayoría de los países en desarrollo, impide también que las comunicaciones sean tratadas integralmente, con todos sus aspectos de infraestructura, organización, financiamiento, etc. y hace que las recomendaciones emitidas desde los ministerios de información no tengan un peso real en las decisiones de los ministerios de transporte y telecomunicaciones (28).

Pero no son sólo los gobiernos quienes deben decidir sobre la viabilidad de una tarifa rebajada para la prensa de los países en desarrollo. Según los expertos, nada impide que el PBS sea multidireccional, como el Press Broadcast Bulletin, siempre que existan las frecuencias y los servicios satelitales apropiados. Esto es posible desde un punto de vista técnico. Un estudio de telecomunicaciones realizado por investigadores del Instituto de Tecnología de Massachusetts en 1978 dice al respecto: "nuestra conclusión es que las transmisiones de radiodifusión por satélite podrían proveer un sistema de distribución de noticias de bajo costo a los servicios noticiosos y los medios de los países pobres. El sistema pagaría sus propios costos a los carriers, es decir, no necesita ser subsidiado. Pero requeriría que los miembros de INTELSAT cambien las reglas tarifarias . . ." (29).

La cooperación de INTELSAT también es necesaria en la aplicación de un PBS para canales telefónicos, y por ello UNESCO debe buscar su concurso para mejorar el intercambio de noticias para televisión, para redes de datos para el Tercer Mundo y otros fines relacionados. Los intereses en juego son variados y poderosos, lo cual explica el hecho de que pese a la conciencia generalizada sobre este problema, no se hayan tomado aún las decisiones precisas para superar las barreras tarifarias.

Es improbable, no obstante, que el tema desaparezca de la agenda internacional. Más allá de los gobiernos, hay organismos profesionales y asociaciones de agencias que se han pronunciado a favor del DPBS. Entre los más importantes, por el impacto que han tenido en las reuniones del Movimiento de No Alineados y en

las Conferencias Generales de UNESCO, se cuentan los siguientes: Reunión de las Agencias del Pool de los Países No Alineados (Nueva Delhi, Julio 1976); Conferencia Árabe—Europea de Directores de Agencias de Noticias (Túnez, Noviembre 1976); Conferencia de las Agencias de los Países de ASEAN (Jakarta, Enero 1977); Comité de Expertos de Telecomunicaciones de los Países No Alineados (Bagdad, Mayo 1977); Reunión de Expertos sobre el Desarrollo de las Agencias en Asia (Colombo, Diciembre 1977); Taller Internacional de Noticias para Radiodifusión (Colonia, Abril 1973); Segundo Taller Internacional de Noticias para Radiodifusión (Cairo, Junio 1977); Cuarta Asamblea General de la Organización de Agencias de Noticias Asiáticas (Belgrado, Julio 1978); Conferencia de la Unión de Radiodifusores Asiáticos, ABU (Colombo, Junio 1980); Quinta Asamblea General de OANA (Kuala Lumpur, 1981); Sexta Conferencia Cumbre de los Países No Alineados (Habana 1979); y otras varias reuniones de especialistas (30).

Los llamados más decididos, y las acciones más importantes del Tercer Mundo a favor de las rebajas tarifarias, han salido de Asia y Africa. América Latina -exceptuando a Costa Rica, cuyo gobierno tomó un primer paso a favor de DPBS, a principios de 1983- parece dormida en este campo. Esto se debe probablemente a la casi inexistencia de agencias nacionales a mediados de los 70, cuando el tema tomó forma en el Movimiento de No Alineados, y al hecho de que en nuestra región nunca ha existido una asociación de agencias como la asiática, africana y árabe (31). A medida que progresen las agencias surgidas por impulso de ASIN, el obstáculo tarifario se hará más visible y con certeza llegarán, en esta década, a sentir las mismas necesidades que ya explotaron en Asia y Africa.

Por otra parte, en nuestra región se da el caso de que las asociaciones regionales de medios, prensa y radio, están ligadas con intereses extra-regionales. Es el caso de la Sociedad Inter-Americana de Prensa, por ejemplo, en la cual participan los medios de Estados Unidos. Este tipo de infiltraciones no existe en Asia y Africa, y por ello sus directores de medios, especialmente de radiodifusión, han podido ver más claramente los muchos problemas que pueden retardar su propio crecimiento y el logro de los intereses regionales más amplios. La Asociación Interamericana de Ra-

diodifusión, AIR, ha mostrado ser más independiente que la SIP, y tal vez ella pueda convertirse más adelante en un nuevo motor regional para la búsqueda de rebajas tarifarias para los medios del continente.

CAPITULO XVIII

PERIODISMO Y DESARROLLO

Varios estudios han definido los tipos de valores que impregnan las informaciones periodísticas: actualidad inmediata, negatividad, proximidad cultural, prominencia, consonancia, rareza, interés humano, conflicto, personificación, sexo, etc. Los países en desarrollo han cuestionado estos valores. Practicamente todo el debate sobre el Nuevo Orden Informativo realizado en los últimos años ha estado impregnado por un tema básico: el tratamiento inadecuado, a veces abiertamente injusto, que los órganos periodísticos occidentales dan a las informaciones sobre hechos del Tercer Mundo, y la necesidad de reforzar sus propios sistemas de comunicación con el fin de contrarrestar esta tendencia. De allí surgió la idea del "periodismo para el desarrollo".

El tema se está desarrollando de manera asistemática en Asia, Africa y América Latina. En todos los casos se observa la reivindicación del derecho a hacer un tipo de periodismo comprometido con las necesidades de los pueblos, y útil para las tareas del desarrollo. No es una simple negación de los valores predominantes en la noticia internacional, sino el intento de reemplazarlos por otros

valores, que surgen de un compromiso explícito. En 1977 Pavia, Gerente de *Philippines News Agency* decía al respecto: "El impulso de información puede variar de un país a otro, de un grupo social a otro. Pero el enfoque es el mismo: mejorar el bienestar social y material de los individuos, provocar en ellos una actitud favorable al desarrollo, y retener aquellos valores que preservan la dignidad humana y una relación beneficiosa entre el individuo y la sociedad. Este enfoque es mejor servido por el rol de los medios en tanto educadores. Es en este rol de educador, que las agencias de noticias en Asia pueden estimular la conciencia del desarrollo en los pueblos asiáticos" (32).

Esta posición plantea ya una primera contradicción con los patrones establecidos de la noticia, puesto que no se supone que las agencias deban educar, ni alinearse con tareas sociales específicas. Sin embargo, la realidad del subdesarrollo impone otras necesidades, y sugiere la conveniencia de establecer otros patrones. Es interesante notar que esta realidad está llevando a todas las regiones subdesarrolladas a las mismas conclusiones. Hablando de los criterios noticiosos en Africa, Da Costa, ex-Director de "Afrique Nouvelle", proponía la adopción de los siguientes standards:

- No diseminar nunca información falsa;
- dar prioridad a las noticias que ayudan a los pueblos a comprender mejor, y a tener más conocimiento de sus problemas;
- evitar la publicidad de ítems que pueden incitar resentimientos, animosidad y agresividad, o promover odios religiosos y raciales;
- eliminar las noticias que desacreditan gratuitamente a países o líderes;
- respetar la objetividad, y evitar las explicaciones falsas sobre situaciones de contexto o suposiciones;
- subrayar la evidencia de los lazos de cooperación y amistad entre Estados africanos, con vistas a promover la unidad del continente;
- dar mayor cobertura a los esfuerzos realizados por los países para alcanzar un desarrollo auto-sostenido, llamando la atención hacia los esfuerzos exitosos;
- aplicar un criterio geográfico para la selección de noticias, de tal modo que se incremente el caudal de informaciones sobre

Africa diseminadas por la prensa (33).

En América Latina, Luis Aníbal Gómez sintetizó las tareas del periodismo para el desarrollo al discutir las funciones de ALASEI. En este contexto, recomendó que se adopten los siguientes valores:

- Énfasis en lo positivo regional y nacional;
- consideración de la realidad a través de los procesos sociales y no de sus hechos actuales aislados, es decir, contextualización y énfasis en la significación social de tales procesos;
- énfasis en el valor “cooperación” entre individuos, nacionales y regiones, en lugar del factor conflicto;
- énfasis en lo social-trascendente en lugar de la banalidad;
- mayor tratamiento de los asuntos no elitescos, mayor valoración de la presencia y actuación de los pueblos de la región y de las demás naciones en desarrollo del Tercer Mundo, sustituir el etnocentrismo cultural de los medios;
- menor personificación y estímulo a la tendencia a presentar hechos y procesos como fases del desenvolvimiento de las luchas sociales que tienden hacia objetivos precisos, cuyos verdaderos protagonistas son los pueblos y no sólo los líderes políticos (34).

La noción de compromiso con las necesidades y luchas de los pueblos en desarrollo queda en evidencia en cada uno de estos enfoques. Esto constituye el aspecto definitorio de la nueva tendencia: No se trata de un nuevo género de periodismo, sino de un nuevo tipo de periodismo, radicalmente diferente de la aparentemente neutral selección de hechos noticiosos escogidos al azar. La mayor objeción presentada hasta el momento en contra de estas posiciones está en su relación con los gobiernos. De acuerdo a sus detractores, el periodismo para el desarrollo sería apenas una fórmula para establecer el control del Estado sobre las informaciones, y una versión servil del periodismo. Otra objeción deriva de su pérdida, deliberada, de la neutralidad periodística. A continuación veremos cómo se ha desarrollado la argumentación sobre estos aspectos.

Medios "Complacientes" o Periodismo para el Desarrollo

¿Hasta qué punto es posible realizar este tipo de periodismo? Las mayores objeciones salen de críticos de países industrializados, que entienden que el periodismo para el desarrollo es sinónimo de periodismo controlado por gobiernos. Sostienen que la búsqueda de informaciones útiles para el desarrollo ha contribuido a generar una filosofía de los medios al servicio de los gobiernos. En inglés ésto es llamado "media subservience", que equivale a cierto tipo de servilismo de los medios, o una complacencia exagerada hacia las autoridades.

El problema de la relación con los gobiernos también es percibido en los países del Tercer Mundo. Según Gunaratne, los problemas surgen de algunas premisas planteadas en diversas ocasiones por líderes políticos del Tercer Mundo: a) el supuesto de que los medios tienen el deber de apoyar las políticas oficiales, actuando como propulsores del desarrollo de la nación dentro del contexto de las políticas gubernamentales; y b) la idea de que la libertad de los medios debe ser subordinada al deber de implementar el "consenso nacional", preservando al mismo tiempo el sistema de valores existentes en la comunidad. El apoyo acrítico de este enfoque se traduciría entonces en dos aspectos: 1.- el radio de acción de los medios estaría limitado por las reglas de juego impuestas por los gobiernos; y 2.- la función de los medios sería eminentemente conservadora, y también sumisa con respecto a los esquemas de poder ya establecidos. (35).

El problema básico, según este autor, es que el periodismo para el desarrollo -tal como ha sido definido por entusiastas defensores- no discrimina entre marcos políticos. Dependiendo de tales marcos, el enfoque podría ser válido o bien, completamente inaceptable. El dilema actual de los gobiernos del Tercer Mundo está entre la elección de un modelo de prensa autoritario, o un modelo de responsabilidad social. El problema es, a su juicio, que los gobiernos tratan de evadir la necesidad de hacer una elección clara entre ambos modelos. Algunos desean la cosmética de la libertad y responsabilidad social, pero quieren al mismo tiempo un tipo de medios servil, que no escape al control gubernamental. Las ideas de el periodismo para el desarrollo, dice Gunaratne, sirven como pretexto para lograr ambas cosas.

A pesar de este uso interesado de las ideas del periodismo para el desarrollo, el autor sostiene que éste es perfectamente compatible con un modelo de medios con responsabilidad social, en libertad: "Cualquiera sea la forma en que se defina al periodismo para el desarrollo, sus objetivos son mucho más amplios que las simples funciones de información y entretenimiento asignadas a los medios en la teoría liberal de la prensa. Se le podría mirar como una parte integral del nuevo periodismo de hoy en día, que envuelve análisis crítico, investigación sutil, crítica constructiva y una asociación sincera con los intereses de las bases antes que de las élites privilegiadas de la sociedad" (36). Es evidente que esto no es realizable en un contexto autoritario, y por ello es preciso definir mejor sus marcos y prioridades, a fin de evitar que se le use como pretexto para consagrar modelos y prácticas anti-democráticas en la comunicación social.

Estas reservas son importantes y comprensibles, pero no se oponen a la noción básica de un tipo de periodismo ajustado a las necesidades del desarrollo. Hay otros sectores cuyas críticas son intransigentes y que no demuestran interés en comprender el tipo de periodismo que se intenta establecer. Los exponentes más duros e influyentes de esta línea están en organismos como el Instituto Internacional de la Prensa, de Zurich; la Casa de la Libertad (Freedom House) y el Comité para la Libertad de Prensa en el Mundo, de Estados Unidos, y la Federación Internacional de Editores de Periódicos.

Leonard Sussman, de Freedom House, sostiene que la "letanía del periodismo para el desarrollo se basa en el siguiente razonamiento: 1.- el desarrollo económico es esencial para el progreso -y en algunos países, para la sobrevivencia- de los pueblos y las naciones; 2.- las sociedades modernas no pueden ser movilizadas para las tareas del desarrollo económico a menos que se oriente a los medios masivos hacia el proceso de industrialización; 3.- por lo tanto, los medios noticiosos nacionales deben ser controlados por los gobiernos; y si se quiere asegurar un intercambio informativo entre países en desarrollo, los medios noticiosos internacionales también deben ser modelados para que sirvan a los objetivos del desarrollo" (37).

Siguiendo esta línea, Sussman concluye que lo que se ha llamado periodismo para el desarrollo no es sino una forma de gestión, por parte de los gobiernos, de todos los aspectos del periodismo. Y agrega que el periodismo para el desarrollo "es una amenaza creciente para la prensa libre que existe en la actualidad, y en el Tercer Mundo es una barrera para el desarrollo de sistemas periodísticos y políticos libres. Esto es porque el periodismo para el desarrollo, tal como la libertad política diferida, presupone que los ciudadanos de las naciones en desarrollo no tienen la capacidad para examinar puntos de vista divergentes, y deben oír solamente una voz" (38).

La alternativa está en la "prensa libre". Esta, para Sussman, "toma en serio el postulado social según el cual los gobiernos son creados para servir a los ciudadanos, y no el individuo para servir al Estado". "El periodista libre no tiene que demostrar responsabilidad social para ganar su libertad, dice, él debe ser responsable ante el oficio del periodismo. Este oficio, en su mejor versión, impone standards muy altos de verdad, integridad personal, sentido de investigación, y compromiso con el bienestar común" (39). De allí que, para Sussman, el dilema del Tercer Mundo es uno solo: "la elección está sólo entre un sistema de informaciones regido por el gobierno, y un sistema independiente del gobierno. No hay otras alternativas reales, no hay caminos intermedios".

El mismo argumento, prácticamente sin variaciones, ha sido adoptado por el Instituto Internacional de la Prensa, que agrupa a editores de varios continentes. Rosemary Righter, una exponente de las ideas de esta entidad, comenta lo siguiente: "Si ha de tomarse en serio el argumento del desarrollo, la primera pregunta debe ser: ¿Qué conviene al desarrollo? Si no es posible demostrar que una prensa libre fomente el desarrollo económico, tampoco puede probarse convincentemente que la prensa controlada sí lo haga" (40). Es la misma transposición hábil, pero evidente: periodismo para el desarrollo sería igual a "prensa controlada". De esta manera, las posiciones del Tercer Mundo son presentadas como si estableciera una relación inseparable entre tareas para el desarrollo y límites a la libertad.

Toda la oposición al periodismo para el desarrollo se reduce

siempre al mismo punto: prensa libre vs. prensa controlada. Para estos contendores no hay problemas de estilo, de temática, de oficio, etc. Ni siquiera reconocen problemas de género periodístico: al menos, no más allá de las noticias "duras" y "blandas", tal como las definen las agencias. El problema básico, entonces, es el problema del poder en la sociedad. Esta posición lo plantea sin ambages, aunque evade sistemáticamente el análisis que debiera seguir al planteamiento de esta problemática. En lugar de ello, exponen una visión falsamente ingenua de la estructura social y la función del poder: "El principal objetivo del periodismo es armar a los ciudadanos en contra del abuso del poder. Los periodistas no pueden hacer ésto si al mismo tiempo se ponen a sí mismos al servicio de algún poder. Ellos deben rechazar el poder para sí mismos, y ver en su trabajo la negación del poder", dice el Director de Reuters, Gerald Long (41). Así, todo tiende a subrayar la distancia entre el periodismo neutral y el compromiso social.

Otra parte fundamental de esta argumentación es el supuesto de que las agencias transnacionales realizan una tarea eminentemente neutral. Tal como ha dicho Roger Tatarian, de la United Press International, "hay dos amplias corrientes en el flujo mundial de la información. Una es la noticia, la otra es propaganda. Ellas son definidas más fácilmente en términos de intenciones que de contenido. El propósito de la noticia es simplemente informar. El propósito de la propaganda es ejercer influencia" (42).

Naturalmente, según estos autores, los periodistas de los países industrializados conocen bien el oficio de informar. En el Tercer Mundo sería más fácil encontrar casos de propaganda que de información, y el periodismo para el desarrollo no sería sino una versión tercermundista de la propaganda, presentada así para ocultar los fines de control político que esconderían los gobiernos interesados en él.

Aquí se aprecia la contradicción entre la aparente neutralidad y falta de compromiso político del periodismo occidental, por una parte, y el compromiso con propósitos sociales, de otra. "La cuestión de fondo es que un periodismo diferente se concibe como un servicio social de interés público, mientras que hasta el momento el sistema dominante se guía por criterios de interés privado con

objetivos comerciales”, dice Pasquini, Secretario Ejecutivo de ASIN (43). La “Declaración de Talloires”, firmada en mayo de 1981 por 60 representantes de empresas e instituciones del sistema transnacional de información, ayuda a clarificar la contradicción. En ella se afirma “la importancia de la publicidad como un servicio al consumidor, y como fuente de respaldo financiero para una prensa fuerte y con recursos propios. Sin independencia financiera, la prensa no puede ser independiente” (44). Esto completa el círculo de falsos supuestos: principios de servicio social serían sinónimos de control gubernamental; dependencia financiera de las grandes empresas privadas -y recordemos que los principales avisadores son empresas transnacionales- es sinónimo de periodismo libre.

El poder ideológico de estos críticos es tan grande que a veces llevan a periodistas locales a negar totalmente la necesidad de que los Estados participen en la comunicación. Pero una cosa es oponerse a los esquemas autoritarios, y otra bien diferente es asumir que ellos no deben jugar ningún rol en este campo. “Existe realmente la capacidad de los Estados para informar sobre las realidades nacionales? Si, existe. Una prueba es la experiencia de ASIN . . . En ninguno de los países (miembros) los gobiernos han actuado para limitar o negar la libertad de prensa a causa de la existencia del sistema” (45). Y la autora ha demostrado que los contenidos del sistema, aunque están lejos de ser perfectos, aportan temas que importan a los países pero que no interesan a los medios masivos.

Si el Estado asume tareas cruciales en todas las esferas de la vida social, incluyendo cuestiones vitales como salud, empleo, educación y otros, ¿por qué debería renunciar a su derecho **y deber** de informar a la población sobre tales cuestiones? Por cierto, esto no significa que los gobiernos ejerzan siempre estos derechos con sentido de justicia social y espíritu de progreso, pero sí para luchar contra ello se sostiene que los Estados no deben participar en la comunicación, se logrará lo que buscan estos críticos: tirar a la basura al bebé, junto con el pañal sucio.

Pero la relación entre periodistas y gobierno no es el aspecto definitorio de lo que ha sido llamado periodismo para el desarro-

llo. Tampoco es el más importante. Detrás de ello está el problema de fondo: la variable neutralidad—compromiso, y ella puede tomar muchas formas. La nueva tendencia se está formando sobre la base de una acentuación del compromiso con lo nacional y aparece también con un ánimo de desarrollo endógeno, que lleva a privilegiar informaciones que estimulan las capacidades locales. Esto, por supuesto, implica una definición ideológica y política, que hierre a los standards tradicionales. Pero ya que el grupo de oponentes sugiere que los únicos standards válidos son los clásicos, es interesante notar cómo nacen y se transfieren estos esquemas profesionales.

Ideología Ocupacional: Transferencia del Profesionalismo en los Medios

En la segunda parte de este libro vimos las sorprendentes similitudes de la noticia a través del mundo. Esto ha conducido a la realización de varios estudios sobre la profesionalización de los comunicadores, y las formas en que éstos son socializados en las prácticas establecidas de los medios. En el caso del Tercer Mundo, el problema se une al de la dependencia cultural, y la transferencia de tecnología y organizaciones. Por esta vía es posible establecer que muchos de los dilemas actuales del periodismo en los países en desarrollo son resultado de contradicciones entre esta socialización y las necesidades específicas de nuestros países. El periodismo para el desarrollo es, en esta perspectiva, una manifestación de estas contradicciones. Pero antes de desarrollar esta afirmación es útil revisar algunas nociones sobre los procesos de profesionalización.

En los países industrializados las profesiones se han desarrollado como un subproducto natural de una creciente complejidad y especialización de sus aparatos productivos y organizaciones culturales. En los países en desarrollo las profesiones han sido en parte un injerto que acompañaba a la introducción de capital y tecnología foránea. Lo mismo ha ocurrido con los medios de comunicación masiva: la tesis obsoleta (en teoría, pero todavía viva en la práctica) que sostiene que el desarrollo se alcanza por la vía de la modernización implica dos variantes; por una parte, la introducción de tecnología avanzada que ya ha sido probada en países industrializados, y por otra, la adquisición de las actitudes y habili-

dades necesarias para operar esta tecnología en una forma profesional. Y, por cierto, los standards de la profesión son fijados por aquellos centros que han desarrollado la tecnología.

Cruise O'Brien formula el problema en los siguientes términos: "Las influencias transnacionales ejercidas a través de los medios operan en dos niveles diferentes. El primero es la influencia directa en los patrones de consumo y estilos de vida que conllevan los programas y el avisaje extranjero. El segundo es la influencia sobre los standards y normas de entrenamiento, profesionalismo, modos de organización y de producción de los medios que hacen que las distintas ocupaciones se identifiquen con sus contrapartes metropolitanas y, en última instancia, alejen a los medios de la base cultural y de los recursos de un país pobre" (46).

Habría entonces un desfase entre los recursos y necesidades locales, por una parte, y los standards profesionales que han sido impuestos en los medios de los países en desarrollo. Los casos más obvios de este desfase se encuentran en la televisión: casi sin excepción, los técnicos y directores de las televisoras subdesarrolladas consideran que la única forma de alcanzar los standards desarrollados es introducir la tecnología del color, y presionan para lograrlo aun cuando en el aspecto programático no tengan nada útil que ofrecer a sus países. En los países andinos hay televisoras que gastan millones en la nueva tecnología, pero no gastan un centavo en la producción de programas en quechua o aymará para las poblaciones indígenas que no hablan español.

Los rasgos más específicos, de carácter técnico o casi técnico, de las profesiones ligadas a los medios han surgido de su relación con condiciones tecnológicas creadas en países industrializados: el Tercer Mundo ha podido contribuir muy poco en este aspecto, puesto que su aporte al desarrollo tecnológico es casi nulo. Por ello, puede decirse que los países en desarrollo han "transplantado" esquemas profesionales. En los términos de Golding, "la profesionalización ha sido una integración en una cultura mundial, dominante, de prácticas y objetivos tal como han sido desarrollados en los medios de las sociedades industriales más avanzadas" (47).

Esta integración ha sido realizada por medio de tres mecanismos básicos: transferencias institucionales; entrenamiento y educación; y la difusión de ideologías ocupacionales.

Las transferencias institucionales son bastante claras: hay unos pocos países (Estados Unidos, Inglaterra, Francia) que han tenido un peso estratégico en la decisión acerca de las formas que iban a adoptar los sistemas de comunicación en el mundo en desarrollo. Las formas organizativas de los medios masivos son bastante estandarizadas alrededor del mundo. Si se mira a la radiodifusión, por ejemplo, Asia y Africa han seguido modelos de Inglaterra y Francia, mientras que América Latina ha seguido el modelo norteamericano. Las relaciones con el Estado, las formas de financiamiento, los estatutos básicos, las relaciones con órganos legislativos y judiciales, etc. han seguido a dichos modelos. En algunos casos esta transferencia se ha dado incluso con mínimas modificaciones; en otros han habido esfuerzos adaptativos. Pero la transferencia institucional es más que una simple reproducción de modelos organizativos: junto con ella se dan las transferencias de prácticas, normas, standards y supuestos desarrollados en relación con tales instituciones.

Otras formas de transferencia ocurren por la vía educacional: en algunos casos, por ingerencia directa de especialistas extranjeros; en otros, por vía del entrenamiento en el extranjero. En los países recién descolonizados, existe la urgencia por nacionalizar el control de los medios y junto con ello está la necesidad de crear mecanismos para la formación de sus comunicadores. Pero careciendo de personal propio, se han visto obligados a confiar en especialistas provenientes de las mismas naciones de quienes se han independizado. Los extranjeros aparecen con mayor calificación, y por tanto, sus formas de ejercer la profesión son vistas como las únicas válidas y deseables, independientemente de que ellas se ajusten o no a la idiosincracia y características locales.

Otra vía de influencia foránea son los cursos y estadías en el extranjero. Estos son populares, y despiertan interés entre profesionales del Tercer Mundo en la medida que siempre van asociados con aureolas de prestigio y status, además del interés por viajes y otras ventajas que conllevan. Los países industrializados ofrecen

constantemente posibilidades de beca, estadias y otros: son fórmulas fáciles y baratas para ganar presencia e influencia entre las élites profesionales de países en desarrollo, y contribuyen a mantener lazos más allá de la ruptura de las relaciones coloniales. En muchos casos la oferta de becas y estadias son apenas un ítem menor dentro de paquetes de cooperación técnica, o de simples ventas de equipos que se hacen más atractivas si es que se acompañan con tales becas (48).

Aunque los países en desarrollo también establecen centros de entrenamiento propios, con frecuencia recurren a especialistas extranjeros para reforzar el staff de las instituciones nacientes. Usualmente se parte con una reproducción de los programas, de escuelas extranjeras, y la "modernización" de los mismos se reduce a nueva copia de los programas más modernos de los países centrales. En verdad, son pocos los países en desarrollo que cuentan hoy día con la capacidad para desarrollar esquemas de formación y entrenamiento propios. Todo se reduce generalmente a un trasplante de fórmulas ajenas, que se complementan y reafirman por medio del trasplante de textos de estudio traducidos de países industrializados.

La tercera vía de transferencia, menos visible pero igualmente efectiva, está en el trasplante de ideologías ocupacionales. Se trata de los "valores de la práctica": esquemas explícitos que definen las reglas sobre las formas más adecuadas de llevar a cabo una tarea y convicciones no explícitas, pero operantes, que señalan cuál es "la forma más habitual de hacer ciertas cosas" en el medio. Así se transfieren, por ejemplo, convicciones acerca de cuál es la tecnología más apropiada para ciertos medios; qué es "buena" o "mala" televisión; qué es la noticia "objetiva"; etc.

La transferencia de estas ideologías ocupacionales está presente en el entrenamiento formal, pero también opera de manera asistemática, como resultado de la exposición a los productos y prácticas de los medios de países industrializados (49): un periodista "aprende" lo que es buena noticia, por ejemplo, por su contacto con las noticias diarias de agencias transnacionales; un productor de televisión "aprende" orientaciones de uso del medio por su constante exposición a los programas de televisión impor-

tados; etc. Hay modelos que determinan standards, y esos modelos son los proporcionados por los productos de los medios industrializados.

Aunque es obvio que no hay razones para suponer que lo que ha sido desarrollado en cierta situación, y que se adecúa a ella, es necesariamente bueno para otra situación, en los países dependientes esto rara vez se analiza con detención. En todos los campos hay una tendencia a medir las cosas por los patrones importados, y éstos ya están tan adquiridos que incluso los periodistas progresistas rara vez los someten a cuestionamiento. Se emiten declaraciones en contra del imperialismo cultural, pero a la hora de seleccionar fuentes noticiosas, siempre asumen que las agencias transnacionales son las únicas "serias" y "profesionales". Esta forma de esquizofrenia afecta, lo que es más grave, la voluntad para desarrollar técnicas informativas diferentes no sólo en la noticia, sino en todos los campos de la comunicación masiva. Y explica también la tremenda brecha existente entre el descontento con los modelos y contenidos ofrecidos por los países industrializados, por un lado, y la pobreza de las propuestas concretas para crear modelos y contenidos más apropiados para los países subdesarrollados, por otro.

La transferencia de ideologías ocupacionales debiera ser un tema relevante en los actuales debates sobre la noticia. Uno de los aspectos centrales del profesionalismo es su aparente "autonomía": El periodismo de los países capitalistas avanzados se define a sí mismo por su independencia frente a organismos centrales, en particular los del Estado, y descalifica cualquier fórmula que no respete su orientación. Siendo parte integral del perfil ocupacional, se comprende que cualquier posición que parezca afectar este aspecto sea percibida como una amenaza al "buen quehacer profesional". Una ruptura de los cánones consagrados. Pero al concentrarse en el problema de la autonomía del Estado y de otras interferencias políticas abiertas, se escamotea el problema de las múltiples limitaciones que derivan de la situación real de trabajo de los periodistas. Estas van desde limitaciones tecnológicas a financieras, pasando por variables políticas no gubernamentales y muchas otras. Nunca hay una autonomía real, y por ello el problema no consiste en defender un principio que no se ajusta a la realidad, sino más bien en explicitar los factores que afectan al pe-

riodismo, y elegir de manera consciente los sectores y grupos con quienes desea asociarse en función de objetivos que también deben ser explicitados.

El problema de las relaciones con el Estado es una de las incógnitas en el periodismo para el desarrollo, pero hay otros aspectos que surgen de sus opciones temáticas y estilos periodísticos. Al buscar su propio camino, este tipo emergente de periodismo contradice algunos supuestos del oficio periodístico clásico, aparece como una manifestación a contrapelo de standards "universales". Pero ¿cuán universales son los patrones dominantes? En los países centrales ciertos patrones corresponden a su evolución histórica propia, pero en nuestros países corresponde a una asimilación dependiente y acrítica, por ello ya es tiempo de que nuestros periodistas comiencen a ejercer su derecho a crear opciones propias en este campo.

Mejoría de la noticia: ¿Reforma o redefinición?

Aquellos que comparten el propósito de crear un periodismo para el desarrollo han aclarado que este tipo de periodismo no es sinónimo de relaciones públicas oficialistas, ni tampoco de noticias siempre positivas. Se trataría, en cambio, de una verdadera innovación en el campo del reportaje moderno. Aggarwala, por ejemplo, dice que el periodismo para el desarrollo es "el reportaje de procesos en lugar de eventos. El énfasis no está en los sucesos, en lo que ocurre en cierto momento del día, sino en lo que ocurre a lo largo de cierto período. Un periodista para el desarrollo mira el proceso de desarrollo, detiene el reloj y da una mirada hacia el pasado y el futuro, para entregar al lector la naturaleza continua, y de largo plazo, de los procesos de cambio económico y social". (50).

El tratamiento de la información, dice este autor, no es diferente, y tampoco debiera serlo, del reportaje investigativo. El periodista puede tratar las noticias al nivel micro o macro social, así como también en los niveles nacional e internacional. Puede y debe examinar, evaluar e informar sobre: 1.- la relevancia de un proyecto de desarrollo para las necesidades nacionales y locales; 2.- distancia entre los planes y la implementación real de tales planes;

y 3.- la distancia entre el impacto real que estos planes tienen sobre las condiciones de vida del pueblo, y lo que el gobierno dice que está logrando con ellos, lo cual significa que la noticia para el desarrollo no puede ser lo mismo que noticias "siempre positivas".

Esto plantea otro problema: la cobertura de noticias que no representan crisis ni causan sensación requiere de gran habilidad periodística. Esta habilidad es necesaria para hacer noticia sobre la base de procesos que son significativos y relevantes, pero que no son atractivos a simple vista. Como dice Pasquini, "a veces se elabora la información gubernamental tratando de imitar el 'estilo' noticioso mercantil, sin advertir que se hace difícil hacer sensacionalismo con los temas del desarrollo, ser simpáticos con la magnitud del circulante o la reserva de divisas, la inflación, la energía o la política alimentaria . . . La banalidad no se compadece con el producto interno bruto. El resultado es una propaganda hueca, que deja insensible a los destinatarios del mensaje, al mismo tiempo que legitima la metodología comercial del medio privado" (51).

No existen aún patrones técnicos definidos para enfrentar este problema. Los dilemas no son exclusivos de los países en desarrollo: también en los países industrializados existe un descontento con la noticia tradicional, y debates sobre la forma de mejorarla. Según Golding (52), todas las propuestas para la reformulación del carácter de la noticia pueden ser reducidas a un par de alternativas básicas: O bien la noticia debe clarificar sus objetivos, buscando un mayor éxito en el cumplimiento de los mismos, o bien debe cambiar sus objetivos. El autor examina primero las alternativas de reforma:

a) Alargar los boletines para resolver el problema de la brevedad y falta de comprensibilidad de la noticia; b) introducir más información de contexto para superar el tipo de recuento esquemático y superficial que caracteriza a la noticia clásica; y c) mejorar la formación periodística, lo que equivale a cambiar el producto por la vía de un cambio de los productores.

El primer argumento, que propone una mayor duración de los boletines informativos, se ha usado especialmente en el caso de la radiodifusión. En este caso, dice Golding, lo que la gente busca

no es noticias más largas, sino más bien, noticias en profundidad, y ello es una cuestión completamente diferente de un simple alargamiento del tiempo o el espacio. El segundo argumento se refiere a la introducción del contexto y parte del dilema básico, amplitud vs. profundidad, prefiriendo la profundidad. El problema de esta posición es que ignora el problema real de pérdida de espacio para otras noticias; y plantea una amenaza para los standards clásicos de factualidad y objetividad. El análisis y el comentario presentes en el contexto atacarían la imparcialidad, y con ello harían a la noticia más vulnerable a acusaciones de falta de objetividad.

El tercer argumento se refiere a los productores de la información, los periodistas. Este se basa en el supuesto de que los actuales acontecimientos y procesos requieren observadores más sofisticados, incluso con una especialización en diversos temas. También se asume que una mayor formación conduce a un mejor nivel de profesionalización, y con ello, a una autonomía y capacidad para resistir las presiones indebidas. El problema obvio queda a menudo soslayado: qué formación, con qué fines, con qué técnicas y sobre la base de cuáles supuestos. La variedad de respuestas para estas preguntas es una demostración de la debilidad de los principios de imparcialidad en el periodismo. De hecho, hay diversos tipos de periodismo que sirven a distintos fines. Cuando se plantea el problema de la formación, esta variedad pasa a primer plano, y la posibilidad de elaborar respuestas que susciten consenso se aleja más.

Todas las alternativas examinadas hasta el momento están dentro de los límites de la noticia, tal como es conocida tradicionalmente. Es lo que Golding llama la "reforma" de la noticia. Hay otro conjunto de alternativas que se salen de los marcos de una reforma, y proponen cambios más sustanciales. Para algunos, si el problema es la falta de perspectivas, ello podría ser resuelto con un enfoque más sociológico. Pero es obvio que la rutina diaria de la confección de noticias no da tiempo para aplicar procedimientos sociológicos, y si se asume que debe reflejar procesos sociales, tampoco es claro hasta qué punto puede reflejar procesos, grupos, instituciones y cuestiones de poder social. Los estudios sobre la noticia muestran que ésta reemplaza a los grupos y sectores sociales por individuo, y reemplaza también a los procesos por su-

cesos. Al hacer ésto no sólo simplifica la comprensión de lo difícil, sino que da una versión del mundo que se basa en premisas completamente diferentes de las premisas sociológicas.

Golding adopta una posición extrema frente a este dilema: para ser noticia, la información debe responder a los patrones clásicos de la noticia. Si no lo hace, y se le agrega a ello una racionalidad sociológica, deja de ser noticia y pasa a ser otra cosa. Gómez tomó una posición semejante al discutir el problema de los géneros periodísticos en relación con ALASEI. El sostiene que "la naturaleza misma de la temática que se propone abordar un servicio especial de nuevo tipo no es susceptible de ser tratada a través del género periodístico 'noticia' . . ." (53). Y agrega: "Mientras la noticia es el género primordial de los servicios internacionales operantes en la región y el mundo, el artículo como género periodístico sería el instrumento privilegiado de tratamiento para la nueva agencia. Partiendo de la actualidad y trascendencia de hechos y procesos de la más diversa índole, la agencia suministrará antecedentes, elementos de contexto o background, explicaciones e interpretaciones desde distintos ángulos de enfoque y una perspectiva consecuencial producto del análisis de las circunstancias concretas de los asuntos o temas tratados".

Ello no significa limitar el trabajo a un solo género, el artículo. La elección del género debería depender más bien del tema y de las posibilidades de acción del periodista. El mismo Gómez nota que "es probable que el artículo periodístico resulte a veces estrecho al tratamiento de algunos eventos o situaciones del acontecer regional. El personal de la agencia juzgará entonces la conveniencia de suministrar series de artículos cortos sobre un tema concreto, o bien recurrirá a la entrevista o serie de entrevistas, o al gran reportaje o grupos de reportajes que le permiten lograr sus objetivos, según cada caso o de acuerdo, obviamente, a las circunstancias" (54).

Es evidente que esta forma de trabajar la información requiere la superación de algunos esquemas y prácticas profesionales típicas de la noticia tradicional. Sobre todo, requiere cierta planificación del quehacer informativo. Los periodistas tienen cierta reticencia en contra del trabajo de planificación, pero con el actual

desarrollo de la industria de los medios, ésto es prácticamente inevitable. Es más, está demostrado que el trabajo de las agencias de noticias está en una gran medida planificado y que existen mucho menos imprevistos de lo que parece a simple vista.

Pero la planificación en si misma no resuelve nada, puesto que es apenas una técnica y sus resultados siempre dependerán de la fijación de prioridades de contenido. Si está claro que la noticia "spot" (rápida, relampagueante y focalizada en personalidades y sucesos excepcionales antes que en sectores y procesos sociales) no se ajusta a los nuevos requerimientos, será preciso encontrar otros caminos. Por ello el periodismo para el desarrollo plantea un desafío que es político y profesional: por una vez, el periodismo de los países en desarrollo intenta volverse hacia su realidad natural, y ajustarse a sus necesidades. Para ésto, por supuesto, no pueden haber técnicas importadas. Hay, entonces, un imperativo de imaginación y creación profesional cuya respuesta depende de los periodistas del Tercer Mundo.

El eslabón más débil

La otra cara de esta medalla es el uso efectivo de la información que surge de estos nuevos enfoques. Es bastante difícil definir qué informaciones son realmente útiles para los esfuerzos de desarrollo integral, y cómo debería tratarse tal información desde un punto de vista periodístico, pero más difícil aún es conseguir que los "porteros" de los medios en países dependientes la acepten y le concedan alguna prioridad. Ellos pueden ser los verdugos de cualquier intento renovador, y de hecho actúan así en muchos casos. En la segunda parte de este capítulo vimos hasta qué punto sus criterios valóricos reproducen los criterios transnacionales. Ellos imitan, y como todo buen imitador, acentúan hasta lo caricaturesco los rasgos de su modelo. Son el eslabón más débil de la cadena de esfuerzos destinados a salir de la dependencia informativa.

Las redes alternativas para la información internacional son débiles, pero ya existen. Las dificultades para definir los tipos de información que interesan al Tercer Mundo son enormes, pero algo se ha avanzado ya en este camino. Todo ello puede ser liquida-

do por la incapacidad de los editores locales para ver la relevancia histórica de estos esfuerzos, y por su negativa a salirse de los valores informativos que les han fijado las agencias y los medios de los países industrializados. No es por casualidad que la última táctica de los países centrales -especialmente Estados Unidos- se concentra en la provisión de entrenamiento para los editores de los países dependientes. Más entrenamiento interesado, más imitación, más dependencia.

Es sorprendente la facilidad con que los profesores de periodismo enviados por USICA al Tercer Mundo, por ejemplo, son aceptados en las escuelas de periodismo y por los medios locales. La retórica anti-imperialista está en la piel de muchos periodistas locales, pero los visitantes de este tipo siempre son bienvenidos y se les escucha con unción. En Estados Unidos, en cambio, se acumulan preguntas que también cuestionan las enseñanzas de este tipo de enviados. Al Hester, por ejemplo, quien tiene una larga trayectoria en la investigación y enseñanza del periodismo de ese país, observa que "muchos maestros de periodismo han dado poca importancia a la filosofía de la noticia y al concepto de valorización de la noticia. Los profesores parecen estar más preocupados por enseñar habilidades básicas para redactar noticias que en discutir **qué** debería escribirse, y **por qué**" (55). Lo mismo ocurre en las escuelas de periodismo del Tercer Mundo, y de América Latina en particular, aunque en este caso ni siquiera podemos atribuirnos la originalidad del defecto: como otras cosas, es importado.

Para superar esto no basta con culpar a las agencias transnacionales por la imposición de valores noticiosos inapropiados para nuestros países. Así como se han creado redes alternativas, es preciso crear formas alternativas de entrenamiento profesional. Es preciso concentrar esfuerzos en las escuelas de periodismo, y en los periodistas que ocupan posiciones de "porteros" en los medios locales. A ellos debe ofrecérseles la máxima información sobre los problemas de la noticia internacional, y sobre las propuestas y realizaciones que están surgiendo en la batalla para superar esos problemas. Con ellos hay que discutir sobre las preguntas que no plantean los profesionales identificados con los valores tradicionales de la noticia: qué interesa escribir y publicar, y por qué. Junto con ellos hay que dar los próximos pasos para la superación de la dependencia informativa.

NOTAS

- (1) Lee-Reoma, Siu-Chu (1978).
- (2) El jurista peruano Ruiz Eldredge dice al respecto que “una transnacional es una empresa que emplea, jurídicamente, la técnica de las sociedades principalmente anónimas para su ropaje legal; y lo hace con tantas sociedades o compañías comerciales como les sean necesarias para diversificar sus actos, operar en varios países e impulsar sus fines de lucro. Cuentan con un centro dominante en un país, la casa matriz, y filiales en otros. Por eso el nombre de transnacional, que además connota el rebasamiento de poder nacional. El **gigantismo** de estas empresas (varios territorios estatales, avanzada tecnología, poderosos capitales, y dominio de las fuentes financieras hasta en los propios países dependientes), el **poder que concentran** (unidad planificadora e integración vertical); sus **fines de lucro** y dominación de mercados, provocan serias **interferencias en la soberanía de los Estados** y conflictos entre éstos; en tanto que dan lugar a una situación económica y social de desarrollo desigual o **ley de desarrollo desigual** (países ricos y países pobres; grandes masas de la población en la miseria e injusticia y élites favorecidas por la explotación). Las agencias de noticias y otros medios de comunicación tienen esas características cuando se ubican dentro del sistema de las transnacionales y sirven a su desarrollo, pero además reclaman protección jurídica basada en los derechos humanos que, en verdad, están contribuyendo a violar”. (1979), p. 63, subrayados del autor.
- (3) Somavía, Juan (1977), p. 36.
- (4) *Ibid.*, p. 35.
- (5) *Ibid.*, pp. 41–42.
- (6) Ruiz Eldredge, Alberto (1979) p. 60.
- (7) *Ibid.*, p. 19.
- (8) *Ibid.*, p. 70.
- (9) *The Associated Press*, p. 4.
- (10) Somavía, *op. cit.*, p. 41.
- (11) Sola Pool, Ithiel & Dizard, Stephen (1978), pp. 4–5.
- (12) Para una visión más completa de las tecnologías usadas por las agencias de noticias, ver Valentini, Augusto (1980).
- (13) En América Latina estas redes están aún muy poco difundidas, y en 1982 se encontraban sólo en Argentina, Chile, Colombia y México, y como proyecto para 1983 en Ecuador. Al respecto, ver Gazitúa, José Miguel (1982).
- (14) India fijó en 1978 un PBS de 24 mil dólares al año, para un circuito de 50 budios bidireccional de 24 horas, mientras que su tarifa comercial era de 47 mil dólares al año. Posteriormente unificó tarifas con Hong Kong y Singapur, fijando un PBS bidireccional de 24 horas en 12 mil dólares anuales, con una tarifa comercial de 36 mil dólares al año. **Re-**

port from India to the Third Meeting of the Coordination Committee of the News Agencies Pool of Non-Aligned Countries, Kinshasa, Zaire, 7-9 March 1979.

- (15) Proyecto de implementación de ALASEI (1982).
- (16) International Press Telecommunications Council (1978).
- (17) El primer estudio fue realizado por Sir Francis Williams y publicado por UNESCO en 1953 bajo el título de *Transmitting world news: A study of telecommunications and the press*. El segundo estudio fue publicado también por UNESCO, en 1956, y se tituló *The problems of transmitting press messages*.
- (18) Ver Recomendación No. 15 de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Asia y Oceanía (1979); y el informe de las discusiones en la conferencia equivalente en Africa (1980).
- (19) *Low Telecommunications Rates* (1980).
- (20) "UNESCO chief pleads for lower rates". *Asian Mass Communication Bulletin* vol. 13 No. 2, 1983, p. 3.
- (21) En 1979 el costo de un canal de voz (o "telefónico"). INTELSAT era, en Asia, 615 dólares por mes. Tomando en cuenta que desde un canal telefónico pueden derivarse 24 canales telegráficos, pero que en la práctica sólo se derivan cuatro, el experto dividió la tarifa total (615 dólares costo incremental, más 92 dólares por 15 por ciento de ganancia anual) por cuatro, y de allí resultaron los 177 dólares propuestos a los gobiernos asiáticos. UNESCO: *Telecommunication tariffs . . .* (1980) pp. 78-79.
- (22) *Ibid.*, p. 24.
- (23) UNESCO: *Le Monde des Agences de Presse*, p. 12.
- (24) La UIT, junto con algunas agencias internacionales (como el PNUD, la OEA y otros) ha buscado aliviar las carencias de infraestructura de telecomunicaciones por medio de algunos estudios, pero la realización de los proyectos derivados de esos estudios dependen de fondos del Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y otros organismos equivalentes, quienes le asignan una prioridad muy baja a este sector. Al respecto ver Hudson, Heather (1978).
- (25) No es posible esperar el autofinanciamiento, por ejemplo, de las redes de telecomunicaciones para áreas rurales en países en desarrollo. Si bien la escasa rentabilidad de estas zonas (que concentran, por lo demás, la mayoría de la población del Tercer Mundo) explica el hecho lamentable de que pocas administraciones se ocupen de ellas, también obliga a aquellas que lo hacen a subsidiar tales servicios, y lo mismo ocurre en otros casos en que razones sociales obligan a dejar de lado las consideraciones comerciales.
- (26) Las grandes televisoras como TELEVISA en México, y Rede Globo, en Brasil, pueden sin duda costear transmisiones internacionales. Lo mismo ocurre con algunas televisoras estatales, como el Canal Nacional en

- Chile, cuando los gobiernos le asignan una prioridad política suficiente para subsidiarlas por vías menos directas que las rebajas tarifarias. Pero estos casos, aunque no son únicos, son excepciones en el panorama de los medios latinoamericanos.
- (27) **Low communications rates**, op. cit., p. 27.
 - (28) Para un análisis de los problemas de la coordinación intersectorial, y sus efectos en las negociaciones internacionales, ver Salinas, R. (1981 b).
 - (29) **Sola Pool & Dizard**, op. cit., p. 12.
 - (30) La lista completa de estas reuniones, y las recomendaciones pertinentes emitidas por ellas, se encuentran en el documento de UNESCO: **Telecommunications tariffs . . .** op. cit.
 - (31) Desde que algunas agencias latinoamericanas tomaron contacto con las agencias árabes a través de FANA, en 1980, la agencia argentina TELAM planteó la idea de crear una asociación de agencias latinoamericanas. En la reunión con FANA en 1981 TELAM volvió a plantear este punto, pero todas las agencias latinoamericanas presentes en el encuentro eran ya miembros de ASIN, y consideraron innecesario formar una asociación cuando los intercambios de noticias ya habían comenzado entre ellas. El problema de TELAM, en este caso, era encontrar formas de relaciones con el resto de la región sin entrar en ASIN, ya que algunos gobiernos miembros del sistema no veían con buenos ojos su participación, por una parte, y TELAM mismo tampoco podía compartir los principios que llevaron a su creación. Hasta 1983 TELAM se mantuvo aparte de estos desarrollos y acuerdos, pero ha buscado formas de romper su aislamiento; la agencia chilena ORBE, en cambio, los ignora totalmente y sus directivos parecen no conocer los acuerdos regionales existentes en este campo.
 - (32) Pavia (1977).
 - (33) Da Costa, A. (1980), p. 14.
 - (34) Gómez, L.A. (1978 b), pp. 36-37.
 - (35) Gunaratne, S. (1979).
 - (36) Ibid.
 - (37) Sussman, L. (1977), p. 11.
 - (38) Ibid., p. 72.
 - (39) Ibid., pp. 70-71.
 - (40) Righter, R. (1980), p. 52.
 - (41) Long, G. (1979), p. 2.
 - (42) Tatarian, R. (s/f).
 - (43) Pasquini, J.M. (1981 b), p. 5.
 - (44) **Editor and Publisher**, may 23, 1981, p. 9.
 - (45) Pasquini, J.M. op. cit., pp. 7-8.
 - (46) Cruise O'Brien, sin fecha, p. 25.
 - (47) Golding. P. (1977), p. 293.
 - (48) La negociación sobre la TV a color en los países andinos, por ejemplo,

se acompañó de innumerables viajes de funcionarios de gobiernos y directivos de televisión a Estados Unidos, Japón, Alemania Federal y Francia. Japón emitió más invitaciones y becas en el período clave de estas negociaciones. Al final de muchas vueltas y algunos oscuros manejos, todos los países andinos eligieron la tecnología menos apropiada para sus condiciones, y los proveedores japoneses y norteamericanos terminaron imponiendo las normas técnicas que les convenían para sus fines comerciales.

- (49) Los mecanismos de exportación y diseminación de estos modelos profesionales también han sido expuestos por Boyd-Barrett, O. (1977).
- (50) Aggarwala, N, (1980), p. 26.
- (51) Pasquini, J.M., op. cit., p 20.
- (52) Golding, P. (1979), cap. 2.
- (53) Gómez, L.A. (1978 b), p. 3.
- (54) Ibid., p. 34.
- (55) Hester, A. (1977), p. 85.

BIBLIOGRAFIA

- ABOUBAKR, Yehia (1980): "Towards an intra-cultural news exchange in the Arab States". **News values and principles of cross-cultural communication**. UNESCO, Reports and Papers on Mass Communication No. 85, pp. 16-26.
- AGGARWALA, Narinder (1978): "Media, news and people: A Third World view". **Media Asia** vol. 5 No. 2, pp. 78-81.
- ALASEI (1979): **Informe Final de la Reunión de Consulta sobre la creación de una Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información**. Costa Rica, 2-4 Mayo.
- AMUNUGAMA, Sarath (1981): "News exchange among Asian countries". **Media Asia** vol 8 No. 2, pp. 66-69.
- ASIN: Instrumento alternativo e integrador de información y comunicación" **Revista ALACODE** año 1 No. 1, abril 1979, pp. 10-12.
- ASIN (1980): **Declaración General, Plan de Acción y Recomendaciones aprobados en la III Reunión General**, México 8-9 Mayo.
- BADOR, Yusof (1981): "News exchange - The ASEAN experience". **Media Asia**, vol. 8 No. 4, pp. 203-207.
- BOYD-BARRET, Oliver (1977): "Media imperialism: Towards an international framework for the analysis of media systems". J. Curran, M. Gurevitch & J. Woollacott: **Mass Communication and Society**. London: Edward Arnold/Open University Press, pp. 116-141.
- (1980): **The international news agencies**. London: Constable & SAGE Publications.
- (1981): "News agencies: Fresh perspectives, new directions". **Media Asia** vol. 8 No. 4 pp. 211-216.
- CARNERO, Germán (1976): "The Non-Aligned Summit (Colombo, August) Collective Self-reliance". **Development Dialogue** (Uppsala, Sweden) No. 1, pp. 61-66.

- CHOLMONDELEY, Hugh & GORDON, John (1975): **Report on the CANA mission.** Georgetown (Guyana): UNDP/UNESCO Mass Communication Project in the Caribbean.
- CHOPRA, Pran (1980): "Asian news values: A barrier or a bridge?". **News values and principles of cross-cultural communication.** UNESCO, Reports and Papers on Mass Communications No. 85, pp. 27-38.
- Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe: **Informe Final**, San José (Costa Rica) 12-21 Julio 1976, UNESCO COM/MD/38.
- Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en África: **Informe Final**, Yaoundé (Camerún) 22-31, Julio 1980, UNESCO CC/MD/ 46.
- Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Asia y Oceanía: **Informe Final**; Kuala Lumpur (Malasia) 5-14 Febrero 1979. UNESCO CC/MD/42.
- CRUISE O'BRIEN, Rita: **Media professionalism: Dependence on rich country models.** Institute of Development Studies, Sussex, sin fecha.
- (1977) "Media professionalism in Third World: The transfer of an ideology". J. Curran, M. Gurevitch & J. Woollacott (eds.): **Mass Communication and Society.** London: Edward Arnold/Open University Press, pp. 291 - 308.
- CUTHBERT, Marlene (1976): "Mass media and national development: case studies of Jamaica and Guyana". **Caribbean Quarterly** No. 23, pp. 90-105.
- (1979) **The genesis of an indigenous news agency in a developing region: The Caribbean News Agency.** Ph. D. dissertation, Syracuse University.
- (1981) "The Caribbean News Agency: Third World model!" **Journalism Monographs**, February.
- Comité de Acción para ALASEI (1982): **Proyecto de implementación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información.** Panamá, C.A., ALASEI/I.E./DT-1.
- DA COSTA, Alcino (1980): "New criteria for the selection of news in Afri-

- can countries". **News values and principles of cross-cultural communication.** UNESCO, Reports and Papers on Mass Communication No. 85, pp. 7-15.
- de ALMEIDA, Guy: "Brasil y el orden informativo internacional". **UNDA-AL Comunicación** año 1 No. 2, pp. 32-37.
- deCROSS DICH, J. (1973): **The Caribbean News Agency: Report on ways and means of establishment of CANA.** Prepared for UNDP/UNESCO Mass Communication Project in the Caribbean.
- DIAZ RANGEL, Eleazar (1967): **Pueblos subinformados.** Caracas. Ed. Monte Avila.
- FERNANDEZ, Guido (1977): "ACAN", **a solution to the problem of news flows in the Third World.** Commissioned by the E. Murrow Center of the Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, for its conference on "The Third World and press freedom", May 11-13.
- GARGUREVICH, Juan, (1982): **Géneros periodísticos.** Quito: CIESPAL.
- GAZITUA, José Miguel (1982): **La técnica de la "conmutación a paquetes" en las redes de transmisión de datos.** Estudio de factibilidad para el proyecto ALASEI. Roma.
- GOLDING, Peter (1977): "Media professionalism in the Third World: The transfer of an ideology". J. Curran; M. Gurevitch & J. Woollacott (eds): **Mass Communication and Society.** London: E. Arnold/The Open University, pp. 291-308.
- GOLDING, Peter & ELLIOT, Philip (1979): **Making the news.** London: Longman Group Limited.
- GOMEZ, Luis Aníbal (1977): **La circulación de la información noticiosa en el caso de Venezuela.** Caracas: Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO, Universidad Central de Venezuela.
- (1978 a): **Los países del área andina de tres diarios de Caracas: Un embotellamiento informativo.** Ponencia presentada por el Colegio Nacional de Periodistas al Primer Encuentro de Periodistas del Area Andina. San Cristóbal (Venezuela), 30-31 Marzo.
- (1978 b): **Exploración de las áreas temáticas y tratamiento de materiales periodísticos para una nueva agencia latinoamericana de servicios es-**

peciales. Caracas, Agosto.

GUNARATNE, Shelton (1978): "Media subservience and developmental journalism". **Communications and Development Review** (Iran Communications and Development Institute) vol. 2 N. 2, pp. 3-7.

GUNTER, Jonathan (1978) "An introduction to the great debate". Reprinted from **Journal of Communication** vol. 28:4.

Guyana News Agency, GNA (1981): **Toward a New Information and Communication Order.** Georgetown: Ministry of Information, Publications Division.

HALL, Peter (1983): "Qué es toda la confusión sobre IPS?", (Traducción de un artículo publicado por "Columbia Journalism Review" (US), Enero/Febrero 1983). **IPS Newsletter** No. 11, pp. 29-38.

HAMELINK, Cees (1979): **Third World media survey of UNCTAD V coverage.** México: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.

HARRIS, Phil (1973): **Colonialism and the growth of an international network of communications.** Leicester (U.K.): Centre for Mass Communication Research, University of Leicester.

(1976): **Selective images. An analysis of the West African Wire Service of an international news agency.** Prepared for the IAMCR 10th General Assembly, Leicester, 30th August - 4th September.

Western news agencies: An introduction to their history, organization and role. Leicester: Centre for Mass Communications Research.

(1977 a): **News dependence: The case for a New World Information Order.** Final Report to UNESCO of a study of the international news media.

(1977 b): **Bridging the information gap: Inter-Press Service (IPS) in the service of the Third World.** Leicester: Centre for Mass Communication Research.

(1981): **Reporting South Africa.** París: UNESCO.

HARRIS, P.; MALCZEK, H. & OZKOK, E. (1979): **Flow of news in the Gulf.** UNESCO, Documents on the New Communication Order No.3.

HESTER, Albert (1974): "The news from Latin America via a world news agency". *Gazette* vol. xx No. 2., pp. 82-98.

(1977): "Las agencias noticiosas occidentales: Problemas y oportunidades en las noticias internacionales". F. Reyes Matta (ed.): *La Información en el Nuevo Orden Internacional*. México: ILET, pp. 69-87.

HONEIN, Mireille (1979): *L'Ordre Mondial de l'Information: Le Pool des Agences de Presse des Pays Non-Alignés*. Presentado a la VIII Conferencia de Asociación Internacional de Investigadores de la Paz (IPRA), Konigsten (Alemania Federal), 18-23 Agosto.

HUDSON, Heather (1978): "The role of telecommunications in socio-economic development". *Issues in Communications* No. 2, London: International Institute of Communications, pp. 45-52.

INA (1978): *Some function and content for the news of the Pool of Non-Aligned Countries in the present international structure of communication*. A contribution of the Iraqi News Agency to the Seminar of the Regional Centers of the Non-Aligned News Agency Pool. Bagdad, 2-4 October.

International Press Telecommunications Council (1978): *Tariffs and facilities for transmitting world news*. Study submitted to the UNESCO consultation on measures to reduce rates for transmission of news, Stockholm April 24-27. UNESCO CC-78/WS/33.

Inter Press Service (IPS) (1981): *Working paper for the UNESCO Symposium on regional and international mechanisms for the dissemination and exchange of information*. París, 27-30 October.

(1979): *News of the Arab world in Latin America: IPS and news exchanges*. Rome.

(1982): *Informe de síntesis del II seminario de formación profesional "Periodismo para el Desarrollo"*. Roma: Octubre-Diciembre.

(1983): *IPS Third World: An information alternative for a new international order*. Roma.

IVACIC, Pero (1977): "Le réseau international d'information des pays non-alignés". *Le Courrier de l'UNESCO*. Paris: Avril, pp. 18-20.

JOKELIN, Renny (1977): "Alternative news: A case study on Inter Press Ser-

vice". T. Varis; R. Salinas & R. Jokelin: **International news and the New Information Order**. University of Tampere (Finland), Institute of Journalism and Mass Communication, 39/77, pp. 89-149.

KEEPANICH, Kamjat (1977): **Understanding ASEAN through foreign press reports**. Bangkok.

LEE-REOMA, Siu-Chu (1978): "The translation gap and the flow of news" **WACC Journal** 25 (1), pp. 13-17.

"Les initiatives des Non-Alignés". **La Documentation Francaise** No. 324, 25 Novembre 1977, pp. 17-20.

LONG, Gerard (1979): **Statement at the Panel discussion on International News Coverage and the Third World**. International Seminar "Communications in the 21st Century", The Ohio University, April.

Low telecommunication rates. Report of the UNESCO Working Group on International Telecommunication Tariffs, Third Meeting, Paris, June 26-27, 1980.

MILLAN, Fátima (1980): **Nuevo Orden Económico y Nuevo Orden Informativo Internacional. Análisis de una semana en la prensa de América Latina**. México: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, DEC/D/62.

MITRA, Asok (1975): **Information Imbalance in Asia**. Presented at the Regional Conference on Information Imbalance in Asia. Sri Lanka, 21-24 April 1975. AMIC Occasional Papers No. 5.

MNAEMEKA, Tony (1978): "Foreign news flows in three island press systems". **Communications and Development Review (Iran)** vol. 2 No. 2, pp. 12-16.

"New Delhi Declaration and Statement". O. Bures (1977): **Towards a New World Information Order**. Prague: International Organization of Journalists, pp. 73-76.

NICHOLS, John S. (1974): **LATIN: Latin American regional news agency**. Minneapolis, University of Minnesota, School of Journalism and Mass Communication. Paper presented to the International Communication Division, Association for Education in Journalism, San Diego (California), August 18.

- NGATARA, Ludovick (1981): "Tanzania's news agency is hardly a rival". *Inter Media*. vol. 9 N. 2, pp. 8-9.
- NWOSU, Ikechukwu E. (1980): "Towards a new world information order: recommendations based on a comparative study of selected Western prestige newspapers' coverage of Black Africa". *Media Asia* vol. 7 No. 2, pp. 81-90.
- OANA Secretariat (1979): *Fourth General Assembly of the Organization of Asian News Agencies*. Jakarta, January 22-26.
- OWUSU, Rex (1978): "Towards a regional satellite communications network in the Economic Community of West African States". *West African Technical Review*, May, pp. 5-7.
- OZKOK, Ertugrul (1979): "Flow of information between the Gulf states, Iran and Turkey". P. Harris, H. Malczek and E. Ozkok: *Flow of news in the Gulf*. UNESCO, Documents on the New Communication Order No. 3, pp. 43-69.
- PANA (1981): Document submitted by the Pan-African News Agency to the Symposium on Regional and International Mechanisms for the Dissemination and Exchange of Information (Paris, 27-30 October). UNESCO CC.-81/WS/29.
- PASQUINI, José María (1981 a): "Experiencias y proyectos de comunicación en agencias de prensa". UNDA-AL Comunicación No. 3, Marzo, pp. 22-35.
- (1981 b): *Información alternativa y Estado en América Latina*. México, Agosto.
- PAVIA, José (1977): *The role of news agencies in promoting and enhancing development of ASEAN Region*. Philippine News Agency (PNA), Manila.
- PINCH, Edward (1977); *The Third World and the Fourth State: A look at the Non-Aligned News Agencies' Pool*. 19th Session of the Senior Seminar in Foreign Policy, U.S., Department of State.
- (1978): *A brief study on news patterns in sixteen Third World countries*. Commissioned by the E. Murrow Center of the Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, for the conference on "The International News Media and the Developing World", Abril 2-5, Cairo.

Proyecto de implementación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información. Panamá: C.A. ALASEI/I.E./DT-1, Noviembre 1982.

QURESHI, Fazal (1981): "Asian news agencies, strategy for link-up". *Media Asia* vol. 8 No. 2, pp. 75-81.

RACHTY, Gehan (1978): "Foreign news in nine Arab countries" *Communications and Development Review* (Iran) vol. 2. No. 2, pp. 23-25.

RASKIN, A. H. (1981): "U.S. news coverage of the Belgrade UNESCO Conference". *Journal of Communication* vol. 31 No. 4, pp. 164-174.

READ, William (1976): *America's mass media merchants*. Baltimore: John Hopkins University Press.

Report of the Government of Sri Lanka-AMIC Conference on "News Exchange among Asian Countries". *Media Asia* vol. 8. No. 2, pp. 62-65.

REYES MATTA, Fernando (1977 a): "La evolución histórica de las agencias transnacionales de noticias hacia la dominación". F. Reyes Matta (ed.): *La información en el Nuevo Orden Internacional*. México: ILET, pp. 51-66.

(1977 b): "El encandilamiento informativo de América Latina". *Ibid.*, pp. 183-204.

(1980): "The concept of news in Latin America: Dominant values and perspectives of change". *News values and principles of cross-cultural communication*. UNESCO, Reports and Papers on Mass Communication No. 85, pp. 39-51.

RICHSTAD, Jim (1978): "News flow in the Pacific Islands: Selected cases". *Communications and Development Review*. (Iran) vol. 2 No. 2, pp. 7-11.

RIGHTER, Rosemary (1978): *Whose news?* London: André Deutsch.

(1980): "Por la expansión del reportaje mundial". *El papel de los medios de comunicación*. USICA, pp. 47-52.

ROPPA, Guy & CLARKE, Neville (1969): *The Commonwealth Caribbean: Regional cooperation in news and broadcasting exchanges*. UNESCO 1185/BMS. RD/MC.

- ROSENBLUM, Mort (1979): "Reporting from the Third World". Kaarle Nordenstreng & Herbert Schiller (eds.): **National Sovereignty and International Communication**. New Jersey: ABLEX, pp. 244-260.
- ROYALE, Gloria (1981): **A comparative analysis of how the Caribbean perspective is highlighted by the international news agencies and by CANA**. Research paper for Caribbean Institute of Mass Communication.
- RUIZ ELDREDGE, Alberto (1979): "Nuevos conceptos jurídicos para la información". A. Ruiz Eldredge (compilador): **El desafío jurídico de la comunicación internacional**. México: ILET/Nueva Imagen, pp. 59-80.
- SALINAS, Raquel (1977): "The Associated Press coverage of the Intergovernmental Conference on Communication Policies in Latin America and the Caribbean". T. Varis; R. Salinas & R. Jokelin: **International News and the New Information Order**. Institute of Journalism and Mass Communication, U. of Tampere (Finland), Reports 39/77, pp.29-88. (Un resumen de este estudio fue publicado en *Orbita* No. 24-25, Dic. 1980, pp. 81-94).
- (1980 a): **Estudio exploratorio sobre receptividad posible de una Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI)**. Instituto de Estudios Latinoamericanos, Estocolmo, Febrero.
- (1980 b): **Análisis de contenido de Acción de Sistemas Informativos Nacionales. Informe de síntesis: Marzo—Noviembre 1980**. IPS (Secretaría Operativa de ASIN).
- (1980 c): **Periodismo para el desarrollo: Debate e interpretaciones**. Documento preparado a petición de la Secretaría Operativa de ASIN, Junio.
- (1981 a): **Content analysis of Action of National Information Systems: Second balance report**, corresponding to the period Dec. 1980 - August 1981. ASIN/IPS.
- (1981 b): "Cooperación internacional . . . O neocolonialismo?" UNDA-AL No. 5, Octubre, pp. 16-27. (También en: *Orbita* No. 27/28, Dic., pp. 21-36.)
- SAVIO, Roberto (1978): **Contribución a un anteproyecto para establecer una agencia latinoamericana de noticias**. Observaciones y comentarios en torno al inventario de agencias de prensa en América Latina. Preparado para UNESCO, París.

(1979): "Contribución a un anteproyecto: Agencia Latinoamericana de noticias". *Revista ALACODE* año 1 No. 2, pp. 40-52.

(1980): "Las agencias de noticias en América Latina". *Revista UNDA-AL* año 1 No. 1, pp. 30-45.

(1981): "Thirteen governments try to be different: the model of ASIN". *Viertel Jahres Berichte*. No. 85, pp. 275-279.

(1982): *Memorandum a los Ministros de Información de los Países Miembros de ASIN*. Roma, Mayo.

SCHILLER, Herbert (1976): *Communication and cultural domination*. International Arts and Sciences Press.

(1977): "La libre circulación de la información y la dominación mundial", F. Reyes Matta (ed.): *La información en el Nuevo Orden Internacional*. México: ILET, pp. 91-103.

SCHRAMM, Wilbur et. al. (1978): *International news wires and Third World news in Asia. A preliminary report*. Centre for Communication Studies, Chinese University of Hong Kong.

(1980) "Circulation of news in the Third World. A study of Asia". *Mass Communication Review Yearbook* vol. 1, Beverly Hills/London: Cleveland Wilhoit Editor, pp. 589-619.

Segundo Encuentro de Agencias de Noticias Arabes y Latinoamericanas. Aca-pulco, (México), 4-5 Abril, 1981.

SELSER, Gregorio & RONCAGLIOLO, Rafael (1979): *Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países no alineados*. México: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.

SHILOV, V. (1982): "El camino de la independencia informativa". *El Periodista Demócrata* año xxix No. 12, pp. 13-20. .

SOBHAN, Abdus (1981): "The flow of international news with special emphasis on Asia" *Media Asia* vol. 8, No. 2 pp. 70-74.

SOLA POOL, Ithiel & DIZARD, Stphen (1978): *International telecommunications & the requirements of news services*. (first draft). Commissioned by the Edward Murrow Center of the Fletcher School of Law and

- Diplomacy, Tufts University, for the Conference on "The International News Media and the Developing World", Cairo, April 2-5.
- SOMAVIA, Juan (1977): "La estructura transnacional de poder y la información internacional" F. Reyes (ed.): **La información en el Nuevo Orden Internacional**. México: ILET, pp. 29-47.
- SPACIC, Alexander (1977): "News Agencies Pool of the Non-Aligned Countries". O. Bures (ed.): **Towards a New World Information Order**. Prague: International Organization of Journalists, pp. 73-76.
- SPINELLI, Giovanni (1980): **Project de création d'un réseau d'agences d'information destiné aux pays de la C.E.A.O.** Rapport de la mission de l'UNESCO, 7 Février - 3 Mars.
- SPLICHAL, Slavsko (1977): **Balancing the one-way flow of news in the world: The case of TANJUG**. Ljubljana (Yugoslavia).
- SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle & MAHLOUDI, Maryam (1978): "News from somewhere: Foreign news in the Iranian Press". **Communications and Development Review** (Iran Communications and Development Institute) vol, 2 No. 2. pp. 19-22.
- SREBERNY-MOHAMMADI, A. (1982): "The world of the news: the news of the world". IAMCR (ed): **New structures of international communication? The role of research**. Main papers from the 1980 Caracas Conference, pp. 183-194.
- STEVENSON, Robert & COLE, Richard (1980): **Foreign news and the "New World Information Order" debate**. Part I: Issues in the debate; and Part II: Foreign news in selected countries. Office of Research, International Communication Agency, USICA.
- STEVENSON, Robert; COLE, Richard & AHERN, Thomas (1980): **News flow between the Americas**. Presented to the Mass Communication Division, International Communication Association, meeting in Acapulco. Text available for USICA and the local press outside the U.S.
- SUSSMAN, Leonard (1977): **Mass news media and the Third World challenge**. The Washington Papers vol. v., published by the Center for Strategic and International Studies, Georgetown University.
- (1981): "The politics of 'New Order' communication studies . . . What

are the facts?". **Voices of Freedom. Working Papers of a World Conference on Independent News Media** (Talloires, May 15–17 1981). Published by the E.R. Murrow Center of Public Diplomacy & The World Press Freedom Committee, USA., pp. 1–16.

Symposium International sobre los Medios para Desarrollar la Información entre los Países No Alineados (1976): **La Información en los Países No Alineados**. Vol. I: Resoluciones finales, discursos y mensajes. Documentos de base. Túnez, 26–30 Marzo.

TANJUG (1978): **Desarrollo y circulación de informaciones entre los centros receptores y distribuidores del Pool**. Informe presentado a la 2a Reunión del Comité Coordinador del Pool de Agencias de Prensa de los Países No Alineados, Jakarta (Indonesia), 3–5 Abril.

TATARIAN, Roger: "Una proposición". **El papel de los medios de comunicación**. USICA (s/f), pp. 53–55.

THOMAS, Harford (1980): **Reporting in an African country**. A one-week workshop, Monrovia, Liberia, November 1979. The International Press Institute.

TUNSTALL, Jeremy (1981): **The media are American**. London: Constable.

UNDP (1980): **Bridges across the South. Development Information Network for Cooperation among Developing Countries**. New York: United Nations Development Program.

UNESCO (1975): Reunión de Expertos para el Intercambio de Noticias en América Latina, Quito, 24–30 Junio 1975. **Informe Final**. COM-75/CONF. 603/4.

(1977/78): Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación: Monografías I, II y III (Documentos No. 13, 14 y 15) París.

(1977/1978): **Le monde des agences de presse**. UNESCO-CIC, Documents No. 11.

(1977/78): **Coopération multilaterale entre les agences de presse**. UNESCO-CIC, Documents No. 12.

(1979): **Proyecto de creación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información—ALASEI**. CC-79/WS/115.

- (1980): **Telecommunication Tariffs for the Mass Media**. Documents on the New Communication Order No. 8.
- (1980): Informe de la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación: **Un solo mundo, voces múltiples**. UNESCO/Fondo de Cultura Económica, México.
- VALENTINI, Augusto (1980): **El desarrollo de la técnica en las agencias de información**. Presentado al "Seminario de consulta sobre el establecimiento de una agencia andina de noticias", organizado por CIESPAL/ILDIS/Fundación Friedrich Ebert, Quito, Noviembre 17-21.
- VAN AERNSBERGEN, Jacques; TONNAER, Clement & VAN DE VEEN, Hans (1979): **Inter Press Service: News from the Third World**. Holland: Peace Research Centre, Institute of Political Science, University of Nijmegen.
- VAN DINH, Tran (1976): "Non Alignment and Cultural Imperialism". **The Black Scholar**, U.S.: December, pp. 39-49.
- VARIS, Tapio; SALINAS, Raquel & JOKELIN, Renny (1977): **International news and the New Information Order**. Tampere (Finland): Institute of Journalism and Mass Communication, Reports 39.

Este libro se terminó de imprimir el 20 de julio de 1984 en la Editorial "The Quito Times" de la ciudad de Quito, siendo Director de CIESPAL el Dr. Luis Eladio Proaño y editor el Sr. Jorge Mantilla.

Impreso en "The Quito Times" Telf. 234888

Quito - Ecuador