

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

CLASE 1

“No hay consenso entre los expertos acerca de los criterios que los medios utilizan para seleccionar un acontecimiento entre otros y transformarlo en noticia. Por ejemplo, según algunos, la selección se basa en las meras necesidades del espectáculo; según otros, depende de los intereses sociales de quienes la realizan; y, según terceros, se inspira en los intereses económicos de los grupos más influyentes de la audiencia a la que se dirigen los medios. En cualquier caso, concuerdan en que los medios son los que deciden qué es importante y merece ser reconocido como noticia política”.

Sergio Fabbrini, “El ascenso del Príncipe moderno”, Pág. 58.

En esta primera clase trataremos de pensar acerca de las **claves de circulación de la información** y, para ello, hablaremos sobre **medios de comunicación** y **agencias informativas**. También nos proponemos hacer algunas reflexiones sobre cómo se presentan los hechos y noticias que forman parte de la **actualidad informativa**.

Empecemos con algunas preguntas básicas: ¿cómo nos informamos?, ¿los medios de comunicación son nuestra única fuente de información?, ¿de qué nos informamos y de qué no?, ¿cómo se define o quién determina cuáles son las noticias del día?

Parecen ser preguntas sencillas pero las respuestas para nada lo son. Nuestro objetivo no es dar respuestas unívocas o concluyentes sino, como decía el poeta español Antonio Machado, ir “haciendo camino al andar”.

¿Cómo se presentan las **noticias de la actualidad política** en los medios de comunicación? Diversos analistas políticos (Fabbrini, Bourdieu, Sartori y Manin, entre otros) sostienen que, en las sociedades democráticas modernas la apatía ciudadana y la desconfianza en la clase política hacen que la gente cada vez le preste menos interés a las noticias políticas. Los noticieros televisivos presentan esta información de una forma estilizada que incluye “tres características básicas: la **dramatización**, la **simplificación** y la **personalización** del acontecimiento transmitido. Los complejos procesos históricos, institucionales y sociales que han provocado el acontecimiento y que condicionan sus resultados se simplifican de una manera inevitable, para ser ilustrados, de un modo preferencial, como desencuentros dramáticos entre los líderes políticos, como confrontaciones violentas o maliciosas entre rivales que aspiran al poder” (Fabbrini). De este modo, algunos sostienen que las noticias políticas se narran de la misma manera en que se cubre

una “carrera de caballos”, es decir, prestándole más atención a la competencia en sí y, pasando a la arena política, esto se vería reflejado en quién lidera las encuestas de opinión o, por el contrario, quién queda rezagado y se ve obligado a abandonar. Sería ingenuo desconocer que existen intereses alrededor de la difusión de los sondeos de opinión pero es innegable que, si se basan en estudios serios, constituyen una herramienta imprescindible para la toma de decisiones políticas.

El pensador francés **Pierre Bourdieu**, en su libro “Sobre la televisión”, hace un muy agudo análisis de cómo se muestra la política en la televisión, a qué reglas debe atenerse para adecuarse a ese formato mediático y de qué manera esto influye en los debates políticos donde tienden a prevalecer lo que denomina “*fast thinkers*”. Para indagar un poco más en esta interesante perspectiva deberán leer algunos fragmentos de esta obra en el apartado de la bibliografía obligatoria.

En nuestro país, los medios de comunicación no suelen prestarle mucha atención a las **noticias internacionales**. En los **diarios**, las secciones dedicadas a **noticias internacionales** suelen referirse sólo a algunos países (EEUU, Brasil, España, Francia, Uruguay, Venezuela, Chile, Gran Bretaña o Francia) o regiones (América, Europa y Medio Oriente), al mismo tiempo que ignoran olímpicamente a otros. Por ejemplo, las noticias sobre Australia, Filipinas, India, o extensísimas regiones de África suelen relacionarse con catástrofes naturales, guerras o hechos insólitos y nada se dice sobre temas políticos, económicos, sociales, etc.

Para ustedes, desde este lugar tan particular del cono sur, ¿qué países son relevantes para la información internacional?, ¿por qué piensan que es así?, ¿consideran que esto va variando de acuerdo a las épocas?

Con respecto al **análisis de la información internacional**, vemos que, en algunos **canales de televisión abierta o en los canales de noticias del cable**, existen columnistas especializados en esa temática (por lo general, suelen ser periodistas, politólogos, sociólogos, licenciados en relaciones internacionales, o de otras carreras). El columnista de internacional cumple la función de “explicar” aquello que, a priori, es desconocido o inentendible para la mayoría de la audiencia. En nuestro país el espacio que los noticieros de aire le dedican a la información internacional es muy acotado y muchos de ellos ni siquiera tienen un columnista especializado. Cuando la magnitud de una noticia internacional amerita un tratamiento un poco más riguroso se suele invitar a alguien para que se encargue de esa tarea.

Las **cadena internacional de noticias**, al estilo CNN, BBC, Al Jazeera, Tele Sur, etc., dedican mucho más tiempo a este tipo de información y, en ocasiones, recurren también a “expertos” para poder reflejar un debate entre “dos posiciones diferentes” sobre un mismo tema. Retomando nuestro espíritu

interrogador, ¿quiénes suelen ser los “expertos” en esas cadenas?, ¿las cadenas tienden a privilegiar un discurso en

sintonía con la línea editorial en que se presenta la noticia o no? ¿Qué creen ustedes? Presten atención a quiénes son los “expertos” a los que recurren las cadenas noticiosas para analizar una noticia internacional.



Es verdad que este tipo de “convocatoria al experto” no es patrimonio exclusivo de las noticias internacionales ya que también ocurre lo mismo al tratar temas policiales, políticos, económicos, algunas problemáticas sociales, etc. No obstante, puede afirmarse que la complejidad habitual de las noticias internacionales o la lejanía o el desconocimiento general acerca de las regiones de las cuales se informa, le dan al “experto en internacionales” cierta “aureola de representación del saber”.

En nuestro país hay varios **periodistas especializados en política internacional**. Entre los más reconocidos se encuentran los siguientes:

Jorge Elías <http://elinterin.com/tag/catalejo-internacional/>

Pedro Brieger <http://www.pedrobrieger.com.ar/> <http://www.nodal.am/>

Horacio Calderón <http://horaciocalderon.com/web/home.php>

Andrés Repetto <https://arnoticias.tv/>



Es una obviedad afirmar que existen distintos niveles de presentación y análisis de una noticia pero el periodista debe recurrir a diversas fuentes de información y demostrar cierto conocimiento sobre lo que

está hablando. Por ejemplo, **antes de presentar un tema de información internacional una buena práctica es visitar previamente la página de alguno de los expertos antes mencionados y ver que han publicado al respecto.**

Para tratar estos temas también es altamente recomendable la “Red Voltaire”, una organización que conecta a prensa no alineada, especializada en el análisis de las relaciones internacionales. El objetivo que se proponen es, según sus palabras, “no promover una ideología o una visión del mundo sino favorecer el desarrollo del espíritu crítico de sus lectores, anteponer la reflexión a las simples creencias y los argumentos a las meras convicciones”. Vale la pena visitar su página para tener acceso a múltiples artículos y enfoques: <http://www.voltairenet.org/>.

Otras páginas que recomendables son: <https://news.vice.com/es> y <http://www.resumendelsur.com/>, una página marplatense de análisis de la información internacional que suele tratar muy bien los temas de agenda.

Las agencias internacionales de noticias

“¡Cómo se tocan los pueblos! ¡Cómo se acortan las distancias! Y el acercamiento es el comienzo de la fraternidad...En poco tiempo el hombre recorrerá la Tierra como los dioses de Homero recorrían el cielo, en tres pasos. Unos años más y el hilo eléctrico de la concordia rodeará y abrazará al mundo”. Víctor Hugo 1849.

“Desde su surgimiento como modelo comunicacional a mediados del siglo XIX, las agencias de noticias han tenido una presencia importante en los flujos de información periodística a partir del lugar poco visible, aunque privilegiado, que ocupan en el sistema de medios. En su cotidianidad **las agencias seleccionan, elaboran y transmiten relatos de interés público que influyen, en buena medida, en el proceso de construcción de la agenda de sus abonados**” (González). Las agencias de noticias revolucionaron el incipiente mercado mediático, al transformar la noticia en una mercancía de consumo masivo para satisfacer y crear necesidades relacionadas con la política, la economía, el entretenimiento y otras actividades de interés social.

Actualmente cuatro agencias de noticias, **Associated Press, France Presse, Reuters y United Press International**, producen la mayor cantidad de contenidos informativos que luego son reproducidos por miles de medios de comunicación del mundo.

“El nacimiento de las agencias de prensa, a mediados del siglo XIX, y su desarrollo hasta la Segunda Guerra Mundial, estuvo estrechamente ligado a la constitución de las grandes potencias coloniales y a la lucha entre ellas para conquistar espacios de influencia en lo que hoy llamamos Tercer Mundo. Durante cerca de un siglo, la historia de las agencias fue una copia de las vicisitudes que experimentó la aventura colonial de las potencias imperiales” (Claret). El despliegue inicial de **Reuter** (británica), **Havas** (francesa, antecesora de la **AFP**) y **Wolff** (alemana, ya desaparecida) se produjo en simultáneo a la expansión europea sobre Europa, Asia y África. Las estadounidenses **Associated Press (AP)** y **United Press (UP)** se desarrollaron primero internamente y se expandieron a nivel internacional, después de la Segunda Guerra Mundial, en consonancia con el rol preponderante que logró Estados Unidos. De esta manera, estas agencias de noticias se convirtieron en “la cara visible de las relaciones de dominación y dependencia cultural entre las naciones ricas del Norte industrializado y las empobrecidas y subdesarrolladas del Sur” (González).

Las agencias de noticias más importantes comparten ciertas características:

- a. Fueron las fundadoras del sistema informativo internacional a mediados del siglo XIX.
- b. Están radicadas en países con mercados mediáticos extensos y solventes.

- c. Pertenecen a naciones desarrolladas con un papel protagónico en los acontecimientos internacionales y una influencia, en ocasiones especial, sobre determinadas regiones del planeta o sobre el mundo en su conjunto, como el caso de Estados Unidos.
- d. Las cuatro elaboran productos multilingües y, para tres de ellas, Reuters, UPI y AP, el idioma base es el inglés.
- e. “Disponen de vastas redes de corresponsales y ofertan información en todos los formatos posibles: texto, fotografía, infografía, audio, audiovisual y multimedia; y han desarrollado servicios personalizados en correspondencia con la creciente segmentación de las audiencias” (González).

En caso que les interese, en la **bibliografía complementaria** podrán disfrutar un breve artículo sobre la manipulación fotográfica en las principales agencias de noticias. Verán que, desde la aparición del fotoperiodismo, la manipulación de la imagen fue utilizada en muchas ocasiones, a decir verdad, demasiadas (sobre todo durante las guerras).

Además de estas agencias de noticias existen muchas otras que, cada una desde su país, intentan presentar una visión diferente de la actualidad. Los cambios geopolíticos experimentados en los últimos años y la decisión de varios jugadores globales de incidir en ese escenario dieron como resultado la proliferación de agencias informativas de propiedad estatal. Por ejemplo, Xinhua (agencia de noticias china), RIA Novosti (Rusia) o Hispan TV (Irán).

Links Agencias de noticias

Associated Press (inglés): <http://www.ap.org/>

France Presse - APF (francés): <http://www.afp.com/>

France Presse (español): <http://www.afp.com/es/>

Reuters (inglés): <http://www.reuters.com/>

Reuters (español): <http://reuters.es/>

United Press International (inglés): <http://about.upi.com/>

United Press International (español): <http://espanol.upi.com/>

España: EFE: <http://www.efe.com/efe/noticias/>

Alemania: Deutsche Welle: <http://www.dw.de/actualidad/>

Cuba: Prensa Latina: <http://www.prensa-latina.cu>

Rusia: RIA Novosti: <http://actualidad.rt.com>

Irán: <http://www.hispantv.es/>

China: Xinhua: <http://spanish.news.cn>

Agencia Judía de noticias: <https://agenciaajn.com/>

Desde la aparición de la CNN a fines de la década del 80' las **cadenas internacionales de noticias** han logrado una difusión y nivel de penetración cada vez mayor. Gracias a la revolución de las telecomunicaciones algunos canales han lanzado señales de alcance global y el mapa mediático mundial ha ganado en complejidad e intensidad. El surgimiento de estas cadenas ha producido profundos cambios políticos y sociales en algunas partes del mundo. Por ejemplo, la cadena qatarí Al Jazeera, en muy pocos años, ha logrado un impacto considerable en el mundo árabe y, en ocasiones, ha puesto en cuestión la información suministrada por las cadenas informativas de EEUU o Europa.

Links Cadenas internacionales de noticias

Reino Unido: BBC (inglés): <http://www.bbc.com/> // BBC (español): <http://www.bbc.co.uk/mundo>

EEUU: CNN (inglés): <http://edition.cnn.com/> // CNN (castellano): <http://cnnespanol.cnn.com>

Qatar: Al Jazeera: <http://www.aljazeera.com>

Venezuela: Telesur: <http://www.telesurtv.net/>

Las agencias de noticias en la era de internet

La aparición de internet implicó un nuevo desafío para las agencias de noticias internacionales, las obligó a modificar las estructuras organizativas, la cultura profesional de sus periodistas y, también, su relación con las fuentes y la audiencia.

“Con la llegada de Internet, las agencias de noticias dejaron de ser sólo suministradoras de información a otros medios y entraron en contacto directo con el público lo cual propició, entre otras cosas, la atención personalizada mediante la segmentación de los circuitos por áreas de interés; ampliaron la oferta de productos y servicios informativos; redujeron drásticamente sus gastos en la transmisión de la información; e incrementaron el acceso directo e inmediato a las fuentes de información” (González).

En este nuevo contexto, otros medios adquirieron un alcance global y asumieron el rol de proveedores de información. “Grandes periódicos, cadenas de televisión, emisoras de radio y otros medios crearon sus propias redes de corresponsales y establecieron sus portales en la web, para distribuir contenidos interactivos, hipertextuales y multimediales” (González).

A pesar de estos desafíos, las agencias no sólo se adaptaron a los nuevos tiempos, sino que reforzaron su control sobre los flujos noticiosos con la aparición de nuevas formas de penetración en los mercados mediáticos.

“Ninguno de los nuevos medios de alcance global fue capaz de superar a las agencias de noticias, de igual rango, en el manejo de información inmediata, continua y diversa dirigida a grandes audiencias y, por el contrario, muchos de ellos se convirtieron en propagadores importantes de los productos y servicios informativos de las agencias, como es el caso de los sitios web de periódicos, estaciones de radio y televisión, portales de información general y especializada, entre otros” (González).

Con el desarrollo de internet surgieron los “agregadores de noticias”, es decir, “los portales o motores de búsqueda con mecanismos para recuperar, seleccionar, jerarquizar y enlazar una gran cantidad de noticias publicadas en otros lugares del ciberespacio”. Ellos han constituido una herramienta indispensable para la multiplicación del mensaje de las agencias y el reforzamiento de la homogeneidad de los contenidos en la web. Todo esto lejos está de alimentar la ilusión creada por la aparente proliferación de fuentes de información.

Chris Paterson comprobó la existencia de poca diversidad informativa real en el ámbito de las noticias en línea y el amplio dominio de Reuters y AP sobre la información noticiosa internacional, en idioma inglés, difundida en la web. “Esto nos deja ante el panorama de un mundo de noticias en línea (en idioma inglés) en el cual sólo cuatro organizaciones tiene una cobertura internacional extensa: Reuters, AP, AFP y BBC; otros pocos tienen alguna cobertura internacional: CNN, MSN, New York Times, The Guardian y unos pocos grandes periódicos, canales de televisión y emisoras de radio; y la mayoría no cuentan con cobertura internacional propia” (González).

Cuando el recientemente fallecido semiólogo y escritor italiano Umberto Eco fue consultado acerca de la influencia de internet en los medios de comunicación respondió: “no estoy seguro de que internet haya mejorado el periodismo, porque es más fácil encontrar mentiras en internet que en una agencia como Reuters”. De este modo, podríamos coincidir con él en que las **agencias de noticias** han sabido adaptarse a un nuevo contexto mediático y han adoptado estrategias para seguir siendo **predominantes e influyentes**.

Si les interesa saber **cómo un gigante como Reuters supo adaptarse a esta nueva era** les recomiendo el siguiente artículo: <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/11/reuters-quiere-sermas-que-una-agencia.html>

La construcción de la noticia en nuestro país

Para tener una idea de cuál es el grado de concentración mediática existente en la Argentina, les recomiendo ver el mapa de medios elaborado por Fopea disponible en: <http://mapademediosfopea.com/>
Ahí

también podrán encontrar un interesante informe de José Crettaz que trata de desmenuzar e interpretar esa “cartografía”. Ahí mismo también van a poder informarse acerca cómo el actual gobierno distribuye la pauta oficial entre los diferentes grupos mediáticos.

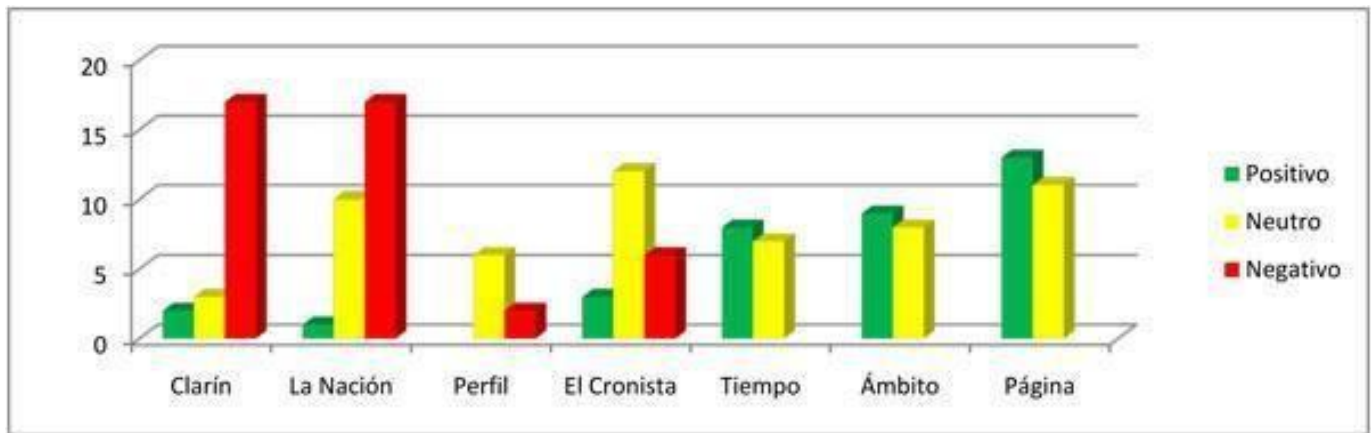
“Aunque la preeminencia mediática no es una realidad exclusiva de la Argentina, porque todos los medios ocupan un lugar central en todas las democracias modernas, aquí desempeñan un rol particular: la presencia de una amplia clase media y una larga tradición letrada alimentan una oferta que, con ocho diarios de circulación nacional, tres periódicos de negocios y cinco señales de noticias que transmiten 24 horas, resulta comparativamente más amplia que la de cualquier otro país latinoamericano. Un ecosistema mediático denso cuyo actor principal, el Grupo Clarín, goza de un poder relativamente superior al de otros conglomerados de la región, incluyendo la Red globo y Televisa” (José Natanson, *Le Monde diplomatique* Edición Cono Sur, Marzo 2015).

Luego de la derrota en las elecciones legislativas de 2009, y aduciendo que ese hecho se debía a la ruptura con el Grupo Clarín, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner envió al Congreso un proyecto de ley para regular el sistema de medios. En ese contexto se promulgó la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” (Nº 26522) que tenía como objeto “la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. La ley dio lugar a un intenso debate público y la implementación de algunas de sus normas ha debido afrontar una dura batalla judicial debido a la resistencia ofrecida por algunos conglomerados mediáticos que se verían muy perjudicados en este nuevo escenario.

El enfrentamiento entre el anterior gobierno y algunos medios de comunicación llevó a una situación que algunos analistas definen como de “diarios partidizados”. Es decir, algunos diarios se comportan como si fueran partidos políticos y, consiguientemente, cada uno elige de cada hecho la información o el enfoque funcional a su posicionamiento político-editorial (O´Donnell).

El siguiente cuadro, publicado en 2013 en el portal periodismo.com, ayuda a reflexionar acerca de la partidización de los diarios.

Evaluación de los títulos principales dedicados al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner:



Disponible en: <http://www.periodismo.com/2013/09/06/diarios-partidizados-evaluacion-de-los-titulosprincipales-dedicados-al-gobierno/>.

Sería muy interesante hacer un estudio similar en este momento, 2018, para ver cómo los diarios continúan partidizados, aunque muchas de las condiciones políticas se hayan modificado y algunos de estos diarios hayan dejado de existir.

Como mencionamos, esta ruptura política, económica e informativa ha dejado sus secuelas en el periodismo y en la sociedad y también es posible observarla en algunos portales que se dedican al análisis de medios, por ejemplo: <http://www.diariosobrediaros.com.ar> y <http://www.periodismo.com>. El primero de ellos se define como “un medio de comunicación que pretende cumplir funciones como un observatorio de medios, es de libre acceso y brinda una lectura cruzada de los nueve principales matutinos porteños”, también se propone “asistir en la comprensión de los mensajes mediáticos a través de la “deconstrucción” de los mismos, según el contrato de lectura, de cada medio y de las denominadas “realidades mediáticas”.

El gobierno nacional asumido en diciembre de 2015 dejó sin efecto la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” y disolvió los organismos de control que esta proponía (por ejemplo, el Afsca). Los grandes medios de comunicación están reacomodándose a los nuevos cambios políticos y es posible sostener que, en esta nueva coyuntura, es imposible que se lleven adelante algunos postulados de esta ley.

En nuestro país, hasta hace unos meses, **dos agencias de noticias** marcaban la agenda informativa: **DYN** y **Télam**.

DYN era una agencia de noticias privada creada en 1982 por un grupo de diarios de la Capital Federal y del Interior. Daba servicio a la mayoría de los diarios de todo el país, radios (AM/FM), canales de

televisión (abierta y por cable), portales de internet, empresas, bancos, partidos políticos y poderes del Estado nacional, provincial y municipal”. Lamentablemente, dejó de funcionar en noviembre de 2017.

Con más de setenta años de existencia, **Télam** es la agencia de noticias oficial. Según sus propias palabras, “el prestigio, acceso a fuentes oficiales, la cobertura en todo el territorio nacional y corresponsalías en el exterior; y la responsabilidad en el tratamiento informativo son características que colocan a Télam en referente periodístico confiable y creíble en el país y en el mundo”. Lamentablemente, en demasiadas ocasiones, Télam no ha sabido diferenciar entre ser la “agencia de noticias oficial” o un apéndice del oficialismo de turno.

Links Agencias nacionales de noticias

TELAM: <http://www.telam.com.ar/>

Espero que la clase no les haya resultado demasiado extensa. Para finalizar, piensen, **¿la aparición de twitter, los blogs y las redes sociales ha erosionado el predominio informativo detentado por las agencias informativas? Si creen que es así, ¿se han modificado drásticamente los flujos de información?**

Bibliografía obligatoria (disponible en el Campus):

- (1) González, Frank. *“Las agencias de noticias internacionales: predominantes e influyentes”*. Sala de prensa N° 115. Mayo 2009. Año XI, Vol. 5.
- (2) Bourdieu, Pierre. *“Sobre la televisión”*. Editorial Anagrama. Barcelona, 1997. Pág. 38-49.

Bibliografía complementaria:

Lavín de las Heras, Eva y Chivite Fernández, Javier. *“Consecuencias de la manipulación fotográfica en las agencias de noticias: Associated Press, Reuters, France Pres, European Pressphoto Agency y EFE. El*

caso del fotoperiodismo de guerra". Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol 21, Núm. 1 (enero-junio), pág.: 333-351. Madrid, servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

"*El impacto de Al Jazeera*". Disponible en: <http://recortesdeorientemedio.com/2011/02/17/el-impacto-de-aljazeera/>

Claret, Andreu. "*Las nuevas reglas del juego Agencias de prensa y relaciones Norte-Sur*". Disponible en: <http://www.xtec.cat/~cgarci38/ceta/sociedad/reglas.htm>

Murciano, Marcial. "*Estructura y dinámica de la comunicación internacional*". Editorial Bosch, 1992. Cap. 1, 3, 4, y 5.

O' Donnell, Santiago. "*ArgenLeaks*". Sudamericana. Bs. As., 2011.

Paterson, Chris. "*International news on the internet: Why more is less?*" Disponible en: http://www.communicationethics.net/journal/v4n1-2/v4n1-2_12.pdf

Sontag, Susan. "*Ante el dolor de los demás*". Alfaguara. Buenos Aires, 2003.

Entrevista a Umberto Eco en diario "El Mundo". Disponible en: <http://www.elmundo.es/cultura/2015/03/26/551385fc22601dfd398b456b.html>