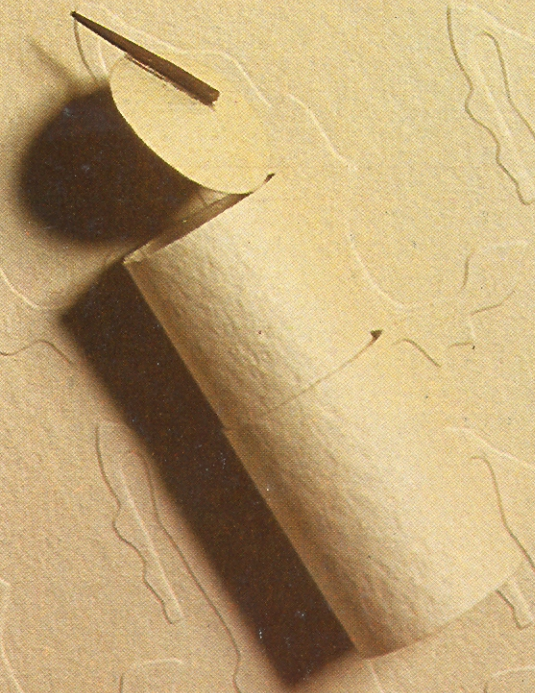


Las agencias de información en MÉXICO

Raúl Trejo Delarbre



trillas 

BIBLIOTECA BÁSICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Bajo la dirección de **Gastón Melo Medina**

Doctor en psicología social,
Universidad Louis Pasteur, Estrasburgo, Francia
Profesor de teoría y psicología de la comunicación,
Universidad Anáhuac, México

Las agencias de información en MÉXICO

Raúl Trejo Delarbre

EDITORIAL
TRILLAS

México, Argentina, España,
Colombia, Puerto Rico, Venezuela



La presentación y disposición en conjunto de LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO son propiedad del editor. Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida, mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito del editor.

*Derechos reservados
© 1989, Editorial Trillas, S. A. de C. V.
Av. Río Churubusco 385, Col. Pedro María Anaya,
Deleg. Benito Juárez, 03340, México, D. F.*

*Miembro de la Cámara Nacional de la
Industria Editorial. Reg. núm. 158*

Primera edición, marzo 1989

ISBN 968-24-2866-1

*Impreso en México
Printed in Mexico*

Presentación

El académico y pragmático de la comunicación que es Raúl Trejo Delarbre, parece llevar a grandes consecuencias el axioma: nada hay más práctico que una buena teoría.

Con una vocación minuciosa, tanto en el análisis como en la crítica, nos presenta el autor un texto actual y bien consolidado. La descripción funcional de las agencias de información y sus esferas de influencia es exhaustiva, pertinente y objetiva.

Trejo conoce las situaciones que describe. Académico, investigador, el autor se ejerce también en el periodismo, conoce su medio de expresión y es perfectamente responsable de sus afirmaciones.

El espíritu reflexivo del autor descubre, por otra parte, en un ejercicio de lectura de la realidad, la necesidad de contextualizar el problema de los flujos de información. Encontrará el lector, en estas páginas, la práctica de una ecología comunicacional. Práctica crítica que señala la desigual repartición de bienes de información en el territorio nacional y latinoamericano.

DOCTOR GASTÓN MELO

Índice de contenido

Presentación	5
Introducción	9
Cap. 1. Las agencias internacionales de información y sus zonas de influencia	13
El "libre flujo" de la información, 16. Interpretación y selección de las noticias, 19. Claroscuro de las agencias trasnacionales, 21. América Latina: región subinformada, 23.	
Cap. 2. Los medios de comunicación mexicanos y las agencias de prensa	25
Cap. 3. Las agencias mexicanas de información	31
NOTIMEX, 33. INFORMEX, 40. Otras agencias mexicanas, 44.	
Cap. 4. Esfuerzos de cooperación latinoamericana	49
Experiencia y circunstancias de ALASEI, 52. Las agencias latinoamericanas y las nuevas tecnologías, 57.	
Cap. 5. ¿Qué hacer con las agencias de noticias? Algunas sugerencias	59
Bibliografía	65
Índice onomástico	67
Índice analítico	69

Introducción

En el campo mexicano de la comunicación social pocos asuntos han sido estudiados tan poco y tan mal como las agencias de prensa. Habitualmente los diagnósticos sobre comunicación han sido orientados fundamentalmente al examen ideológico de los medios que tienen relación directa con el público. Abundan así estudios sobre cine, historieta, prensa, etcétera. Pero en torno a las agencias de prensa ha prevalecido una suerte de silencio que comparten lo mismo investigadores que funcionarios, trabajadores y usuarios de la comunicación.

No hay, para ello, más explicación que el descuido o el desinterés en las instituciones académicas, a menos que se piense que las agencias han funcionado con técnicas casi subliminales o con tanta discreción que sus efectos en el país han pasado inadvertidos.

En realidad, si hay carencias en la investigación, muchas más se pueden hallar en la actitud del Gobierno mexicano en el campo de las comunicaciones. Nunca antes de 1968 el Gobierno de la República consideró la posibilidad de crear una agencia propia. Y aun entonces la que en esa oportunidad se creó inició sus trabajos con graves deficiencias y rezagos que todavía hoy arrastra.

Las agencias internacionales, en cambio, están presentes en México por lo menos desde la segunda década de este siglo, y han tenido un crecimiento constante e incontrolado.

A las deficiencias e inconvenientes de las agencias internacionales —transnacionales vale más decir— de información, hay que sumar las carencias y los problemas de la comunicación en México. Las agencias internacionales o nacionales contribuyen, por lo general, a reproducir en nuestro país el autoritarismo y los esquemas verticales que prevalecen en la mayoría de los medios. Es más, constituyen formas de autoritarismo sobre los mismos medios comerciales (trátese de prensa, radio o televisión) que llegan a depender, en gran medida, de lo que las agencias pueden o desean enviarles. Y reproducen también vicios como el centralismo (hay un gran flujo de transmisión de noticias de la capital hacia el interior del país, pero no en sen-

tido inverso), así como las deficiencias en la capacitación de los trabajadores de la comunicación.

En las siguientes páginas se incluye un breve diagnóstico de esa situación. En el capítulo 1 se sintetizan distintas opiniones (ordenadas con un enfoque crítico) sobre el papel histórico de las agencias transnacionales de información, destacando su desarrollo en América Latina.

En el capítulo 2 se sintetiza la situación de las agencias (especialmente internacionales) en nuestro país, y su relación con los principales medios mexicanos de comunicación.

En el capítulo 3, que es el más grande del trabajo, se procura ofrecer sendas radiografías de las principales agencias mexicanas de noticias. Se destacan aquí, en cada caso, rasgos históricos, situación actual, formas de financiamiento, estructura, clientela y alcance, criterios de operación, proyectos para el futuro inmediato y opiniones sobre otras agencias. Se abordan, con estos criterios, los casos de NOTIMEX, la agencia del Estado; de INFORMEX, la más grande de las agencias particulares, y en una siguiente parte se resumen algunos datos sobre otras agencias privadas, que tienen menor influencia. En este capítulo, a diferencia de los anteriores, se tuvo que acudir a la información directa, pues no hay virtualmente bibliografía sobre el tema. En esta investigación tropezamos con fuertes resistencias de los funcionarios de las agencias para conceder entrevistas. Finalmente, varios de ellos accedieron hablar a condición de que no se les citara, aun cuando los resultados de la investigación no se publicaran. Por eso, se advertirá que el tono de algunas afirmaciones puede resultar ambiguo, o se asientan tal cual sin precisar su fuente. Sin embargo, en todos los casos se ha procurado "cruzar" la información, al menos con otra fuente también testimonial, a fin de garantizar una mayor veracidad. Cuando no se tiene certeza sobre algún dato, se indica así en el texto.

En el capítulo 4 se analizan los esfuerzos latinoamericanos recientes de cooperación en materia de intercambio de noticias y, particularmente, del caso de ALASEI. Se discuten ahí problemas y posibilidades de tan novedosa experiencia y, en un rubro especial, se comentan algunas de las consecuencias que pueden tener, en agencias mexicanas o latinoamericanas, los recientes desarrollos tecnológicos en materia de comunicaciones.

Finalmente, en el capítulo 5 se esbozan algunas sugerencias que podrían formar parte de un cuerpo jurídico para normar el trabajo de las agencias de información en México. Simplemente se presentan líneas o temas de reflexión y discusión, o ambas, en virtud de que todavía no hay legislación alguna que regule el funcionamiento de las agencias de noticias en nuestro país. A falta de ese marco jurídico se sugiere, en primer lugar, crearlo y dotarlo de elementos como los que allí se indican. Otro segundo cuerpo de proposiciones está en la idea de crear una auténtica agencia nacional de información, que pudiera partir de lo que ahora es NOTIMEX, pero con transformaciones profundas, con participación social suficiente y mayor vinculación en esfuerzos regionales de cooperación.

Esta investigación, necesariamente inicial, busca sobre todo promover la discusión y la sistematización de datos que sean útiles en revisiones

mucho más amplias sobre ese medio virtualmente invisible, pero de efectos a veces lamentables y en ocasiones preocupantes, que son las agencias de noticias en países como México.

Esta investigación fue realizada como parte de un proyecto auspiciado por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, que buscó conformar un panorama de los medios de comunicación mexicanos, con monografías sobre cada uno de ellos. Los coordinadores de ese proyecto, los profesores Beatriz Solís y Pablo Casares, revisaron una versión inicial e hicieron sugerencias que el autor mucho agradece. Resultaron fundamentales las entrevistas y la revisión hemerográfica que, con gran entusiasmo y generosidad, realizó Leticia Argüelles Romo, con quien he tenido la suerte de colaborar en distintas ocasiones y a la que, aquí también, reitero mi agradecimiento. El trabajo, redactado y entregado en 1985, contiene datos, en su mayoría, hasta esa fecha. El texto fue finalmente revisado y actualizado como parte de las tareas que el autor desempeña en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

RAÚL TREJO DELARBRE