

**Universidad Internacional del Ecuador
Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Escuela de Periodismo**

**Tesis de grado para la obtención del título de
Comunicadoras sociales con mención en periodismo Tema
La construcción informativa del diario *El Comercio*,
mediante las agencias internacionales AFP-Reuters.
Caso: Conflicto Libia**

**Autoras:
Sofía Susana Crespo Ayala
Estefanía Sofía Garrido Torres**

Director: Galo Betancourt

Quito, julio de 2012

CERTIFICACIÓN

Yo, Sofía Susana Crespo Ayala portadora de la cédula de ciudadanía N° 172048093-6 egresada de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Escuela de Periodismo, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 10 de julio de 2012

Firma de la autora de la tesis

Yo, Galo Patricio Betancourt Enríquez, portador de la cédula de ciudadanía N° 171350287-8 docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, declaro que el alumna Sofía Susana Crespo Ayala es la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal suya. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de su sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 10 de julio de 2012

Firma del director de la tesis

CERTIFICACIÓN

Yo, Estefanía Sofía Garrido Torres portadora de la cédula de ciudadanía N° 172087497-1 egresada de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Escuela de Periodismo declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 10 de julio de 2012

Firma de la autora de la tesis

Yo, Galo Patricio Betancourt Enríquez, portador de la cédula de ciudadanía N° 171350287-8 docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, declaro que la alumna Estefanía Sofía Garrido Torres es la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal suya. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de su sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 10 de julio de 2012

Firma del director de la tesis

RESUMEN

Este trabajo de tesis se realizó con el objetivo de conocer la labor que día a día realiza el diario *El Comercio*, en conjunto con las agencias internacionales para presentar a sus lectores la información internacional, localizada en la sección Mundo. El tema en estudio fue el caso de Libia, y el fin del imperio de Gadafi, esta limitación de problema cooperó para que la extensión de análisis de ejemplares se redujera a 270 y de estos reconocer aquellos que presentaban una continuidad con la noticia. Solo 69 ejemplares presentaron este proceso y a partir de los mismos, se determinó una ficha con distintas variables para realizar el análisis cualitativo y cuantitativo. Para poder lograr un análisis, fue necesario empezar conociendo las bases de las agencias internacionales, así como su contacto con los diarios del Ecuador y más aún *El Comercio*. Otro elemento fundamental es la relación que mantiene en la actualidad las agencias internacionales con sus abonados y viceversa. *El Comercio* mantiene un contrato con más de 5 agencias internacionales de noticias, para recibir información constante de los acontecimientos del mundo. La corresponsalía de este diario en provincial, y poco internacional, resultaría muy costoso mantener a cientos de corresponsales alrededor del mundo.

A partir de esa necesidad se presenta la conexión de diarios y agencias, aquellas que directamente trabajan para informar a sus abonados. Las agencias nacieron visualizando la falta de información el mundo y la necesidad de mantener a toda la sociedad informada. Quizás muchas personas no estén al tanto de cómo un diario recibe la información global o quienes son aquellos que ayudan en la construcción noticiosa, pues este trabajo de tesis, lo que pretende es conocer a fondo esa labor, el envío de información que dejó de ser presencial para ahora solo ser satelital. Además es importante señalar la evolución del periodismo en el Ecuador, desde sus inicios hasta la época actual. El análisis cualitativo y cuantitativo se presenta a partir de la fusión que realiza *El Comercio* con la información que recibe de las agencias internacionales que más utilizan AFP y Reuters, de tal forma se delimitará y se sabrá cómo es la recolección de la información y posteriormente su difusión. Se determinaron varios parámetros para analizar el conflicto equitativamente, así como se pudo reconocer que información fue la más influenciable e importante para el diario, y su construcción noticiosa.

ABSTRACT

This thesis has been created for the sole purpose to the people to know the work that the press agencies do in the paper El Comercio as well to the work the paper itself performs.

The main theme of the argument was the journalistic construction of the Libyan conflict with their former leader Muammar El Gadafi; this range of study helped for the analysis to be of 270 papers and from this number of papers only to take into account the ones who gave the news continuity to the theme that's being analyzed.

Only 69 papers of El Comercio fulfill de characteristics that were needed to be part of the study. After, a card was created to help with the analysis; 8 different types of criteria were implemented for the qualitative and numeric analysis could be successfully performed. Like in every study, one have to know the basis of the theme is working on; in this case the basis were how the press agencies collects the information as well to their relationship with the local papers, specifically the connection between Agence France Presse (AFP) and Reuters with El Comercio. The paper previously mentioned keeps contracts with over 5 international press agencies, not only due to the work of the agencies is like a quality stamp according to Richard Cortez editor of El Comercio but also is because having a red of correspondents can be extremely expensive.

Press agencies were born due to the necessity of the world to be informed about the happenings that take place in their surroundings; perhaps many people are not aware of how the local paper recollects global information or who are the people involved in this task. In fact, this thesis tries to show the work behind the international news in the paper El Comercio.

A delivery of information that once was held with people and that now is developed just by technology. Nevertheless is also important to mention the evolution that journalism has suffered in Ecuador since its beginnings to actual time. This proposal investigated how the merger between these two press agencies, AFP and Reuters, which are the most frequently employed by the paper El Comercio, built the news and expects to clarify the process of publication of information.

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, agradezco a Dios la elaboración de esta tesis porque sin Él nada es posible, a mi incondicional madre por haberme dado la oportunidad de estudiar, a mi amada abuela por ser mi oído cuando el cansancio me ganaba. Agradezco a mi tutor, Galo Betancourt, por haberme guiado durante todo el proceso de mi tesis y finalmente a mi querida amiga y compañera de tesis Estefanía Garrido, por haber hecho una gran experiencia haber realizado esta tesis de grado juntas ya que a más de haber realizado un gran trabajo, cultivamos una hermosa amistad.

Sofía Susana Crespo Ayala

AGRADECIMIENTOS

En este breve espacio, quiero agradecer a mi madre que durante toda mi vida fue un soporte como ningún otro y un ejemplo de lucha, para conseguir las metas que me propuse desde un inicio. Sin ella no habría llegado hasta el lugar donde estoy. Además quiero agradecer a mi padre, que con sus sabios consejos supo inculcar en mí esa mujer valerosa, sabia y decidida ante todo. No puedo dejar de lado a mis otros dos grandes padres Lenin, quien fue quizás después de mi madre, el más orgulloso de mi elección de esta carrera y simplemente pudo ver plasmado un poco de su sabiduría y elocuencia en su última hija, solo puedo dar gracias por tenerlo en mi vida. Así como mi mamita Norma que sencillamente durante toda mi vida me demostró un gran apoyo e interés y sobre todo amor, así como yo a ella.

Grandes personas cruzaron por mi vida de universidad y quiero agradecer a Sofi, compañera de tesis, quién se convirtió en una gran amiga a lo largo de estos años, que transformó esta ardua labor, en momentos simplemente gustosos. No puedo dejar de mencionar a mis grandes amigas Angie, Rafa y Meche , a quienes aprecio inmensamente y siempre estuvieron a mi lado en los buenos y malos momentos fuera y dentro de la universidad. Gracias a mis mejor amiga Magus quien siempre estuvo a mi lado en las buenas, en las malas y fue uno de los más grandes soportes que tuve en estos últimos años de mi vida, debo mencionar a además a

mis grandes amigas Gaby y Lore, que supieron brindarme su apoyo continuamente tanto en mi vida como en mi ámbito profesional.

Les agradezco a mis hermanos, que son un soporte en mi vida, y que siempre valore inmensamente sus buenos deseos hacia el trabajo que diariamente realizo.

A todos quienes siempre mantendré en mi corazón y que formaron parte de mi vida universitaria, muchas gracias.

Estefanía Sofía Garrido Torres

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Formulación del problema	1
1.3 Razones y justificaciones	4
1.4 Delimitación del problema.....	7
1.5 Objetivo general	7
1.6 Objetivos específicos	7
1.7 Hipótesis o idea a defender.	8
1.8 Metodología a usar	8
CAPÍTULO I.....	10
1. EL PERIODISMO & PRENSA.....	10
1.1 Historia del periodismo.....	10
1.2 Objetivos del periodismo	15
1.3 Géneros periodísticos	21
1.4 Historia de los medios de comunicación.....	27
Inventores de la radio	31
1.5 Prensa	37
Aparición de diarios	39
CAPÍTULO II	42
2. Agencias internacionales de noticias	42
2.1 Historia de las agencias internacionales de prensa	42
2.2 Objetivos de las agencias internacionales.	48
2.3 Desarrollo y evolución de las agencias internacionales de prensa.....	52
2.4 AFP	55
2.5 Reuters	58
2.6 Las agencias internacionales y sus abonados.....	62
CAPITULO III.....	66
3.1 Reseña histórica de los diarios en Ecuador.	66
3.2 El Comercio	72
3.3 El Comercio y su relación con agencias internacionales de prensa	82
Ejemplar <i>El Comercio</i> del año 1906 – Cable, últimas noticias.....	85
3.4 Relación Comercio AFP- Reuters.....	89
CAPÍTULO IV.....	99
4. La construcción informativa del diario “El Comercio” mediante las agencias internacionales de noticias AFP y Reuters. Caso: conflicto libia	99
4.1 Construcción informativa del diario El Comercio en base a AFP y Reuters acerca del conflicto libio	99

4.2 Antecedentes de la construcción informativa del diario “El Comercio” mediante las agencias internacionales de noticias AFP y Reuters. Caso: conflicto libia.	106
4.3 Análisis y resultados cuantitativos y cualitativos del diario “El Comercio”, Caso: Conflicto Libia mediante AFP y Reuters	109
CAPÍTULO V	132
5.1 Validación de hipótesis	132
5.2 Conclusiones.....	133
5.3 Recomendaciones.....	140
ANEXOS	142
6.1 Entrevistas	143
6.2 Fichas de análisis.....	168
6.3 Ejemplares diario “El Comercio”.....	169
6.4 Extracto diario “El Comercio”	170
BIBLIOGRAFÍA	171

INTRODUCCIÓN

1.1 Tema

La construcción informativa del diario “El Comercio” mediante las agencias internacionales de noticias Agence France Presse y Reuters.

Caso: Conflicto Libia.

1.2 Formulación del problema

El diario “El Comercio” es un diario icónico en el Ecuador, que es reconocido por manejar la información de una manera seria e imparcial desde la manera de abordar las reseñas cinematográficas hasta los acontecimientos políticos. Además se ha caracterizado desde sus inicios por el tratamiento neutral y ecuánime de la noticia, característica que, lo distingue de otros periódicos locales.¹

En el Ecuador existen varios diarios que han ganado lectores a lo largos de los años y tiene una trascendencia informativa y mediática. Entre ellos se encuentran por ejemplo: El Universo, Expreso y por supuesto El Comercio.

Ahora, el proceso de recopilación de información de las noticias internacionales es diferente, debido a que no necesariamente son los

¹ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

periodistas que trabajan en el diario, en este caso “El Comercio” los que redactan, en su totalidad, la noticia. Se cuentan con tres maneras de procesar las noticias internacionales; la primera:

Por corresponsales: se refiere a cuando el periodista que trabaja, en este caso para el diario *El Comercio*, y vive en el extranjero. En esta forma de trabajo se envían las noticias que él redacta a una cadena de información para que esta la publique en la sección correspondiente,

La segunda manera es la de los llamados *medios aliados*. En este proceso *El Comercio* necesita imprimir una noticia con respecto al caso de los mineros en Chile, pero no tienen ningún corresponsal en el país por lo tanto se contacta con el canal TVN, con el que tienen un convenio, para que este envíe la información y finalmente *El Comercio* lo imprime con los respectivos derechos de autoría.

La última, trata de la relación medios de comunicación con las agencias internacionales de prensa; la transmisión de información por medio de agencias de prensa, se distingue de los métodos previamente mencionados, ya que estos organismos periodísticos cuentan con una gran proyección de corresponsales en varios países del mundo, los cuales se encargan de recopilar información para después enviarla a la central de la agencia encargada, la misma que procesa texto, fotos, infografías, dependiendo del caso, y una vez que los datos recopilados hayan sido aprobados por la junta de editoras es transmitida a sus abonados o clientes.

Este último proceso de la construcción informativa de noticias internacionales, es el tema central de la tesis, ya que resulta interesante analizar como *El Comercio*, diario local, construye las noticias internacionales a través de las agencias de prensa, específicamente la AFP (Agence France Presse) y Reuters, concentrándose en el caso del conflicto Libia, que fue y es un tema que ha causado gran cantidad de réplica a nivel global en muchísimos medios de comunicación.

Frecuentemente en ciertas noticias de un periódico, específicamente en los artículos que se redactan dentro de la sección de sucesos internacionales, constan unas letras pequeñas en la parte superior, estos diminutos caracteres generalmente son: DPA², ANSA³, LUSA⁴, AP⁵, UPI⁶, DYN⁷, JATHA, NOTIMEX, AGENCIA ESTADO, XINHUA, KYODO, PAN AFRICAN NEWS AGENCY, SMART NEWS NETWORK INTERNATIONAL, REUTERS, AFP, entre otras; estas siglas responden al nombre de agencias internacionales de noticias, organismos que cómo se lo mencionó anteriormente, son los encargados de la construcción de ciertos hechos noticiosos.

Tal vez varios lectores no están al tanto de este proceso de construcción informativa dentro de la prensa escrita. Por lo tanto la falta de conocimiento acerca de este tema, ocasiona la realización de una tesis

² <http://www.dpa.de/>

³ <http://www.ansa.it/>

⁴ <http://www.lusa.pt/default.aspx?page=home>

⁵ <http://www.ap.org/>

⁶ <http://www.upi.com/>

⁷ <http://www.dyn.com.ar>

investigativa que revele el proceso de construcción informativa que los diarios ecuatorianos tienen con relación a las agencias internacionales de prensa. Por ende se centrará en la construcción informativa del diario *El Comercio*, a través de la Agence France Presse y Reuters, centrándose en el conflicto de Libia.

Por lo tanto la pregunta central de la investigación fue:

¿Cómo el diario “El Comercio” construyó informativamente el conflicto de Libia mediante las agencias internacionales AFP (Agence France Presse y Reuters)?

1.3 Razones y justificaciones

La comunicación⁸ es un proceso fundamental en la sociedad, ya que la misma ha jugado un papel clave dentro de la globalización⁹, proceso al que el mundo entero se ha enfrentado.

La comunicación no ha estado sola dentro de este proceso; los medios la han acompañado a lo largo de este largo y apresurado camino. Pero ¿cuál precisamente ha sido el aporte de la comunicación a la sociedad? Pues bien siendo un tema de tan amplio espectro, se lo debe analizar minuciosamente

De la comunicación como proceso general, se derivan muchas especializaciones; la publicidad¹⁰, el diseño gráfico¹¹, la comunicación

⁸ <http://victorsolano.com/definiciones-de-comunicacion/>

⁹ Globalización, Ciudadanía y Derechos Humanos). Escrito por María José Fariñas Dulce

organizacional¹² y el periodismo¹³. Esta última trata principalmente con la noticia, específicamente se remite a informar a la sociedad de una manera veraz y lo más objetivamente posible, para así transmitir a la sociedad los acontecimientos que merecen ser sacados a la luz. Ahora bien, existe una gran variedad de recursos con los que los periodistas pueden ejercer su profesión, como es el caso de la radio, televisión, internet y prensa escrita. Todos los previamente mencionados cuentan con organizaciones denominadas agencias internacionales de noticias que son organizaciones que cuentan con una red de corresponsales a lo largo del mundo que cubren los hechos más importantes en el lugar donde se encuentran radicados, para posteriormente enviarlos a la central, donde ésta transfiere la información a sus respectivos abonados.

Importancia académica: En términos académicos, indagar cómo es el tratamiento de la información por parte de la agencia internacional de noticias AFP (Agence France Presse) frente a Reuters e investigar la atribución de las mismas en la prensa ecuatoriana, específicamente en “El Comercio”; es un proceso que da a conocer las fortalezas y debilidades por parte de cada organización y conocer la influencia que estas tienen en el periódico antes mencionado. En la carrera periodística esto significaría un concepto claro de cómo se manejan las agencias internacionales en lo que respecta al tratamiento de información y su respectivo manejo con los abonados correspondientes a cada agencia de noticias.

¹⁰ Kleppner Publicidad, escrito por Karen Whitehill King página 511. Capítulo 17

¹¹ <http://victorsolano.com/definiciones-de-comunicacion/>

¹² <http://www.creas.org/recursos/archivosdoc/pubcreas/comorg.pdf>

¹³ Lenguajes periodísticos, escrito por Alberto Dallal (página 56)

Importancia social: *"El periodismo consiste esencialmente en decir 'Lord Jones ha muerto' a gente que no sabía que Lord Jones estaba vivo.*

Gilbert Keith Chesterton (1874-1936) Escritor británico.

Es innegable que los medios de comunicación, son parte de un proceso en que se genera opinión pública, si la televisión o la radio u otros medios no enfocan varias versiones de un hecho, no están construyendo la noticia de manera completa. Están excluyendo una parte fundamental del periodismo, que responde a mostrar los *dos lados de la moneda*, para así mostrar una versión completa y lo más imparcial del hecho.

Pues bien un periodista se debe a su entorno; permanentemente tiene que informar a la sociedad con hechos veraces mediante una perspectiva objetiva.

Si el periodista falló en mostrar los hechos, simplemente la sociedad no se entera de lo sucedido.

La gente se entera de hechos internacionales por medio de las noticias que son transmitidas a través de las agencias internacionales de noticias hacia los distintos medios, ¿pero qué pasa cuando la perspectiva de estas agencias es distinta? Acaso proporciona una versión de los hechos errada, pues al analizar este fenómeno desde las divergentes posturas de estas organizaciones periodísticas se podrá apreciar cuál es el aporte de las mismas en los diarios locales. Esto aportaría a la sociedad

conocimiento de cómo las agencias de noticias se manejan y cómo estas influyen en un diario nacional como “El Comercio” y por consiguiente en la sociedad.

1.4 Delimitación del problema

El tema central de tesis a investigar se enfoca desde el momento en que surgió el conflicto de Libia; desde el mes de febrero de 2011 hasta finales de octubre de 2011 y cómo el diario “El Comercio” construyó la noticia mediante las agencias internacionales AFP y Reuters.

1.5 Objetivo general

Conocer el proceso de construcción informativa del diario “El Comercio” por medio de las agencias de prensa internacionales AFP y Reuters.

1.6 Objetivos específicos

- Investigar la relación de las agencias internacionales con sus respectivos abonados.
- Investigar cómo se estructura el proceso de recopilación informativa de las agencias internacionales con relación al conflicto Libia.

- Indagar el proceso de construcción de la noticia por parte del diario “El Comercio”, una vez que la información haya pasado de las manos de las agencias de prensa AFP y Reuters.

1.7 Hipótesis o idea a defender.

Las agencias de prensa Agence France Presse y Reuters son insumos periodísticos viables para la construcción informativa del diario El Comercio, en lo que se refiere al conflicto de Libia.

1.8 Metodología a usar

El método cualitativo es el que mejor se adapta al tema de tesis ya que este pretende *“buscar abiertamente un conocimiento comprometido con la verdad y con el bienestar de los seres humanos que además implica un compromiso entre las personas, una interacción y una negociación constante.”*¹⁴

No obstante la combinación del método cualitativo con el método cuantitativo le completa de mejor la tesis. El multimétodo es la integración de los dos métodos previamente mencionados, representa a la fusión necesaria para el desarrollo de este proyecto. El método cuantitativo será la herramienta que permitirá simplificar las realidades obtenidas del tema

¹⁴ Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa Escrito por Thomas D. Cook, Ch. S. Reichardt, Charles S. Reichardt, Juan Manuel Álvarez Méndez

propuesto¹⁵. A su vez la investigación cualitativa presentara un proceso de indagación al comportamiento humano, de tal manera que se creará el complemento para la obtención de datos.

¹⁵ Idem.

CAPÍTULO I

1. EL PERIODISMO & PRENSA

1.1 Historia del periodismo.

En la antigüedad, para conseguir una comunicación eficaz entre cada pueblo, y con dominios vecinos, se desarrollaron dos formas de comunicación intercomunitaria e intracomunitaria. Esta estructura comunicacional ofreció resolver los problemas de las distancias, el más conocido, hasta hoy en día, el correo, sistema desarrollado a base de postas. El segundo utilizado en todo el mundo, el cartelismo embrionario, el cual convirtió a las paredes de cada pueblo en muros informativos.¹⁶

Para los gobernadores de cada territorio, su interés de conocer y dar a conocer distintas noticias al pueblo, no era solo para generar un desarrollo en la comunicación, más bien, desde esos días se presentaba la ya conocida manipulación de información. Todos los antecedentes recolectados, tenían un proceso de filtro de información, además de solo ser en sus inicios, exclusivo para la casta dominante. Las noticias y su

¹⁶Villamarín, José. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Ecuador: Radmandi.

divulgación, se vieron manejadas por los sectores dominantes.¹⁷ Uno de los más claros ejemplos es la censura a la libertad de expresión se reflejó en Roma y Grecia cuando el emperador impedía que alguna información que esté en contra de él sea pública, y así dar paso a las primeras expresiones del periodismo.¹⁸ El periodismo oral, desarrollado en Grecia, en sus ágoras, lugar donde cualquier persona podría saber cuáles eran las noticias más relevantes de ese momento. No solo el periodismo oral nace en Grecia, también se vieron las primeras muestras del trabajo corresponsal, debido a que Alejandro Magno en cada viaje que realizaba, llevaba con él, cronistas para que relaten sus grandes hazañas, y así dar comienzo a otra base del periodismo actual.¹⁹

En sus inicios el periodismo fue usado para inculcar las bases periodísticas inglesas y la moral conocida hasta entonces. Sin embargo su desarrollo en colonias españolas, se vio frustrada y alterada por los virreyes y sus creencias religiosas.²⁰ Desde este punto en adelante la distribución de los diarios se vio en conflicto, y empezaron los repartidores ambulantes, los cuales no evadían el pago de impuestos de la circulación periódica.

La sociedad antigua vio la necesidad de convertir a los diarios en un sistema de información accesible para todas las personas. Fue entonces

17Villamarín, José. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Ecuador: Radmandi.

18 Villamarín, José. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Ecuador: Radmandi.

19 Villamarín, José. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Ecuador: Radmandi.

20Barrera, Carlos. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España. Ariel.

que los impuestos disminuyeron y el periodismo avanzaba un paso en la libre expresión.

La libertad de la prensa se estrenó en España, con la creación de folletos, periódicos y publicaciones de distintas clases. Pese a varios limitantes presentados en aquella época como el valor de cada diario e impuestos en su circulación, estos fueron medios de formación, expresión pública y educación. Los semanarios, fueron otro producto divulgado por los medios de información, los cuales buscaban incrementar el valor cultural de la población, siendo estos complementos de los diarios distribuidos en cada población.²¹

Desde sus inicios, el periodismo fue reconocido por hacer un trabajo de investigación, recolección y filtro de información, para luego ser presentado a los lectores. El trabajo realizado en esta profesión es de acceso libre para toda la sociedad, siendo un profesional de renacimiento. Es en esta época cuando, las principales características del periodista y de su trabajo, salen a la luz, como son la regularidad de la información, el precio a pagar por cada diario, y la investigación a fondo realizada por cada profesional.²²

Las noticias que causaban controversia, fueron las que influyeron en los primeros trabajos periodísticos, las cuales se las plasmaban en cartas para luego, ser difundidas entre la sociedad, o entre los reinos. Sin

²¹Barrera, Carlos. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España. Ariel.

²²Barrera, Carlos. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España. Ariel.

embargo este trabajo investigativo era poco confiable, debido a que algunos de los voceros de las noticias, solo impartían sus conocimientos de boca a boca, sin tener estos asegurados sus fuentes.²³ Solo los actos que causaban opinión pública, afectaban a la sociedad o estaban directamente relacionados con el poder, salían a luz de las calles de aquel entonces, esto se impuso desde varios siglos atrás, siendo hasta ahora el centro de cada trabajo periodístico. El factor político, económico y social, dominante en el mundo de ayer y hoy.²⁴

En ese entonces, el mayor problema de almacenar tanta información, era realizarlo todo a mano, y que su uso sea de una sola vez. Es ahí, cuando Gutenberg, crea la imprenta, facilitando no solo el periodismo en todo el mundo, sino brindando un gran paso en la evolución en los inventos del hombre.²⁵

Luego de unos años cobra vida uno de los diarios con más renombre en la historia universal, LA GAZZETE, “que oscurece con su método y forma las tentativas anteriores, algunas de ellas alemanas, también notables.” Según, Rubén Gil, en su libro, Periodismo, Historia y teoría. Este diario era un documento del gobierno, que en poco tiempo había adquirido varios enemigos. El creador del LA GAZZETE, fue Théophraste Renaudot, considerado hoy en día como uno de los padres de la prensa; quien pese a la represión existente de aquellos años, quiso incorporar todas las formas existentes de comunicación, oponiéndose a todo aquel

23 Gil, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y teoría*. Barcelona España. Pág. 39

24 Barrera, Carlos. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España. Ariel. Pág. 27.

25 Gil, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y teoría*. Barcelona España. Pág. 43

que no estuviese de acuerdo.²⁶ En aquella época, nace además el primer periódico diario de todo el mundo, “The Daily Courant”, siendo este la evolución que necesitaba el periódico, Inglaterra fue el primer país en imponer la periodicidad en los diarios. No solo la periodicidad fue la innovación del este país, además una mujer era la editora y directora del diario, sin embargo esto se mantuvo en secreto por varios años.²⁷

Su misión era difundir noticias, la más relevante de aquel momento, con periodicidad y con imparcialidad, un lema que hasta ahora los diarios pretenden hacerlo: objetividad ante todo. Es en esta época, y hasta unos pocos años atrás cuando se implanta los diarios en Estados Unidos, pero estos tenían una periodicidad semanal y no diaria.²⁸ Hasta que llegó “London Universal Registred”, varias décadas después, el cual es el más conocido al nivel mundial, tal vez no por su primer nombre, sino por aquel que en 1788 lo cambió a “The Times.”

The Times, es la innovación del periodismo, tanto para el continente americano, como para todo el mundo. Globalizando ya desde sus inicios al planeta tierra con la información, tal vez demostrando pequeñas muestras, de que años después, la información sería tan extensa que necesitarían corresponsales alrededor de todo el mundo.²⁹ Este diario, desea siempre tener las primicias, tener la mejor tecnología en lo que a obtención de información se refiere. El periodismo ha tenido toda una

26 García, Pedro. (1994). *En torno a la libertad de empresa informativa*. Complutense. Pág. 62

27 Gil, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y teoría*. Barcelona España. Pág. 51

28 Barrera, Carlos. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España. Ariel. Pág. 65

29 Gil, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y teoría*. Barcelona España. Pág. 56

evolución a lo largo del siglo XIX y XX. Siendo esta profesión el ojo del huracán, en muchas ocasiones ha puesto a prueba a la creencia de quién ha querido impartirla. Pero esto solo ha logrado que el periodismo luche por sus ideales, imponga sus pensamientos y sea creador de corrientes ideológicas y periodísticas. En cualquier ámbito de la vida este es el verdadero orgullo de la profesión para seguir adelante ejerciendo e informando a la sociedad.³⁰

1.2 Objetivos del periodismo

La comunicación es un proceso que se manifiesta dentro del código genético de la especie humana, se presenta mucho antes de la aparición del lenguaje, ahora bien; conforme los años pasaron, la comunicación así como la humanidad evolucionó, ya no sólo se comunicaban entre los miembros de una tribu mediante símbolos pictóricos, posteriormente la comunicación empezó a difundir sucesos para que la *sociedad*, estuviese al tanto de los hechos que tomaban lugar dentro de su entorno. Como se explicó en el enunciado anterior, la comunicación apareció por la necesidad latente de la humanidad de saber lo que ocurre a su alrededor; el periodismo no es más que otra manera de comunicar al entorno lo que sucede dentro de él ; se destaca que el periodismo es una disciplina que publica información de interés e importancia a la sociedad durante una intermitencia periódica³¹, una de las características principales del

30 López Xosé. (2010). *La metamorfosis del periodismo, Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Comunicación social*. Pág. 85

31 Gil, Rubén. (1993). *Periodismo: historia y teoría*. Barcelona, España: Clie.

periodismo es renovarse permanentemente, por lo que esta disciplina debe seguir ciertos lineamientos y cumplir ciertos objetivos.

*Cabe destacar también que el periodista siente la necesidad moral de realizar el trabajo de acuerdo a unos requisitos de honestidad, imparcialidad e intelectualidad, fuera de toda razonable sospecha; es aquí cuando surge la necesidad personal de acudir a los principios éticos más unánimes de los códigos deontológicos de la profesión.*³²

Los objetivos del periodismo, valorando a esta profesión casi como una vocación ya que -como se ha mencionado antes- se debe ante todo a la sociedad antes que a una entidad empresarial, son:

- Buscar la verdad y transparencia en la sociedad.
- Poner la información a disposición de la mayor cantidad de personas, y en base a ello puedan elegir lo que consideren más adecuado, mejorando así el funcionamiento democrático de la sociedad.

Para poder entender los objetivos del periodismo como disciplina, primero hay que conocer los parámetros que salvaguardan a los periodistas que ejercen la profesión; por tanto a continuación se analizará el código de ética periodística de Ecuador de la Unión Nacional de Periodistas, para poder entender de manera integral el ejercicio de los periodistas.

³² Herrán, María Teresa (1991). *Ética para periodistas*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma

Se examinará tres enunciados que componen el código de ética periodística del Ecuador de la Unión Nacional de Periodistas: el primero, la relación existente entre el periodista y la comunidad, el segundo trata acerca del periodista y su ejercicio profesional mientras que el tercero y último enunciado a tratar es la relación del ejercicio periodístico con las relaciones internacionales.

2.1 El periodista y la comunidad

Esta sección del código de ética periodística busca desglosar los aspectos que un periodista debe tener en su ejercicio profesional con la comunidad. Pretende develar parámetros que guíen al comunicador a un correcto ejercicio profesional a la vez que protegen a la comunidad de recibir información incorrecta o tergiversada por parte del comunicador.

“Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna...

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.”³³

Rescatando los artículos primero y cuarto del código de ética periodística, se infiere que, el periodista ante todo debe informar a la sociedad de manera veraz y profesional evitando a toda costa la tergiversación de la información ya que la sociedad tiene el irrenunciable derecho de recibir información correcta y objetiva sobre los hechos. José Manuel Burgueño autor del libro *La invención en el periodismo informativo* sostiene en su obra que “*el principal propósito del periodismo es dar a los ciudadanos la*

³³ Piedra, Nelson. *Código de ética periodística en Ecuador*. Recuperado el 5 de noviembre del 2011 en <http://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>

información precisa y fiable que necesitan para desempeñar sus funciones en una sociedad libre”³⁴

Por lo que se puede apreciar, una de las funciones principales dentro del ejercicio profesional del periodista es ser leal a los acontecimientos que toman lugar dentro de la sociedad, para posteriormente brindar información fiel al entorno que le rodea.

2.2 El periodista y el ejercicio profesional

Los periodistas además de tener interacción permanente con la sociedad también tienen ciertos parámetros que cumplir en su disciplina profesional; ya que de manera similar al código de ética por el que se rigen los médicos, los periodistas tienen ciertas medidas que cumplir para un ejercicio exitoso de su profesión.

“Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

³⁴ Burgueño, José Manuel (2008). *La invención en el periodismo informativo*. Advisory Board, Primera edición. Página 25.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.”³⁵

Como conclusión se puede afirmar que los periodistas tienen estrecha obligación de proteger a sus respectivas fuentes ya que estas son las mismas que permiten al periodista a tener acceso a cierta información que, de lo contrario, no podría tener sin tener relación con sus fuentes. Un periodista en síntesis no puede publicar información que atenten contra la integridad de personas, instituciones o agrupaciones como lo dice el artículo 30 del presente código, además que a un periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en el cuál no haya tenido estrecha participación.

³⁵ Piedra, Nelson. *Código de ética periodística en Ecuador*. Recuperado el 5 de noviembre del 2011 en <http://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>

2.3 El periodista y las relaciones internacionales.

En los dos artículos a explicar posteriormente, se explica los parámetros que el periodista está obligado a cumplir en lo que se refiere al ámbito internacional.

“Artículo 42.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 43.- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista.”³⁶

Se infiere que un periodista está obligado a cumplir los acuerdos internacionales que estén en regla en la actualidad. El ejercicio periodístico debe luchar para la libertad de las naciones y contra toda forma de dictadura.

Por lo que se puede concluir que el periodismo busca la objetividad de la información para que una vez transmitida a la sociedad de manera ordenada y jerarquizada sea de utilidad para los lectores, para que posteriormente puedan desempeñarse libremente en su medio recibiendo información veraz y de calidad gracias a un periodismo responsable.³⁷

Para que el ejercicio periodístico se lleve a cabo de manera responsable, se debe tomar en cuenta que los periodistas a más de respetar los acuerdos internacionales que existen entre naciones al cubrir un hecho y plasmarlo en una noticia, reportaje o crónica; también deben crear redes

36 Piedra, Nelson. *Código de ética periodística en Ecuador*. Recuperado el 5 de noviembre del 2011 en <http://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>

37 Herrán, María Teresa (2005). *Ética para periodistas*. Norma, Primera edición. Página 191.

inter-gremiales de investigación a nivel internacional, lo que significa la organización de equipos periodísticos para proporcionar una información más completa y objetiva de la mejor manera posible.

Además se enfatiza que la cooperación internacional es parte importante del futuro del periodismo en el mundo.³⁸

1.3 Géneros periodísticos

A finales de 1850, varios diarios alrededor de todo el mundo usaban el telégrafo como el medio de información, más dinámico de aquella época. La noticia ya se la manejaba desde aquel entonces con la urgencia que hoy en todos los diarios del mundo se lo realiza. Según el libro *“Teoría de los géneros periodísticos”* Sin embargo, desde esa época, sin saber que los géneros periodísticos tarde o temprano aparecerían, empezaban a presentar sus primeras señales de vida. Benjamin Day, propietario de “New York Sun, empezó ese arduo trabajo, de enfatizar más las noticias locales que las internacionales, ya que estas podían crear un conocimiento más sensacionalista que humano, al preocuparse más por la vida de los demás que de ellos mismos.³⁹

Es así que los géneros ya serán conocidos luego de unas décadas, por relatar hechos o exponer comentarios sobre distintos actos que acogen a la sociedad, la noticia será derivada en más de una modalidad y se esparcirá por todo el mundo, creados los géneros por las necesidades

³⁸Benavides, José Luis. *Escribir en prensa*. Los Angeles, California. Pearson Prentice Hall

³⁹Gomis Lorenzo. (2008) *Teoría de los géneros periodísticos*. Editorial UOC

mismas que el mundo va presentando.⁴⁰ Ahora bien según Cesar Velásquez, coautor de *“Manual de géneros periodísticos”* Los géneros informativos no fueron creados gracias a una interrogante literaria, más bien se los creó para poder decodificar mejor el mensaje y de este, realizar un análisis sociológico de la información presentada por los periodistas.⁴¹ Gracias a esos días, la noticia cobró el nombre como tal de noticia, ya que no solo se relataban hechos políticos o económicos, sino, cualquier acontecimiento que produjera el interés de la sociedad. Lo que pretendía ahora la noticia, era abarcar todos los rangos sociales y toda la ciudadanía.⁴² En estos años el periodismo, dejó de lado el periodismo de opinión, para dar paso al periodismo explicativo, donde los comentarios pasan a un segundo plano y el relato de los hechos es lo más importante. Rubén gil, en su obra *“Periodismo historia y teoría”*, es a partir de 1950 que los géneros periodísticos salen a la luz pública, y unos de los pilares serán el reportaje y la crónica. Los hechos se los conocerá como *story* y los comentarios *comments*, y de esa forma, en los diarios se los citará antes de cualquier información emitida.⁴³ Los géneros periodísticos, claramente no se crean a partir de un tema, sino, de las reglas utilizadas en la redacción del mismo y la estructura que tiene, y estas dos características son las que ayudaran al receptor, a poder diferenciar a un género del otro.⁴⁴

40 Gil Ruben. (1993) *Periodismo historia y teoría*. Barcelona, España. Editorial CLIE.

41 Velásquez Cesar, Gutiérrez Liliana, Salcedo Alberto, Erney Jesús, Valderrama Jairo. (2005) *Manual de géneros periodísticos*. Colombia. ECOE Ediciones.

42 Velásquez Cesar, Gutiérrez Liliana, Salcedo Alberto, Erney Jesús, Valderrama Jairo. (2005) *Manual de géneros periodísticos*. Colombia. ECOE Ediciones.

43 Gil Ruben. (1993) *Periodismo historia y teoría*. Barcelona, España. Editorial CLIE.

44 Armentia José. (2008) *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, España. Ariel.

Luego de la aparición de los primeros géneros periodísticos, nuevos medios de comunicación nacieron, llegando con ellos nuevos métodos, para poder transmitir la información con las normas adecuadas y reglas establecidas por cada uno de ellos.

En la obra *“Fundamentos de periodismo impreso”*, se destaca que de esta manera el mensaje periodístico empezó a tener una evolución y fusión en la difusión del mensaje, siendo este escrito y visual, con fotografías, videos y demás material audiovisual que son utilizados de soporte en el momento de emitir todo tipo de información.

Los géneros periodísticos, son géneros lingüísticos, que usan varias modalidades para poder expresar, o contar la realidad al público.⁴⁵

Según Ana Atorresi, autora de *“Los géneros periodísticos”* los géneros poseen su derivación, que son informativos, los cuales cuentan o relatan hechos del diario vivir. A partir de esto se crea la noticia, la cual es la esencia de la redacción periodística, es la más sencilla, que cuenta con una pirámide para su construcción. De la noticia, obtenemos la nota informativa, que es utilizada para anunciar acontecimientos políticos más representativos que han sucedido o están por suceder, es una reseña histórica que pretende relatar un acontecimiento uniendo varios datos cronológicos.⁴⁶ Los de interpretación, son la crónica, que pretende contar el diario vivir, desde otro punto de vista, más cercano y viviendo el acontecimiento, el reportaje, entrevista y el documental. Los géneros de

45 Armentia José. (2008) *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, España. Ariel.

46 Atorresi Ana. *Los géneros periodísticos*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Colihue

opinión, pueden ser los que más causen controversia por su contenido, son la editorial, los artículos de opinión y el ensayo.⁴⁷

Los géneros periodísticos nacen propiamente de los medios impresos, por lo tanto, los medios como la televisión y radio, tienen sus géneros derivados de los impresos que no siempre tienen una clara adaptación, formándose híbridos de los géneros. Se debe acotar que el cambio de géneros impresos a audiovisuales, es arduo y nada fácil, es así que también se debe valorar el trabajo que realizan estos medios para poder estructurar y moldear su trabajo a los géneros periodísticos escritos.⁴⁸ Los medios audiovisuales, tal vez han dejado de lado el trabajo meramente informativo, y ahora entre sus deberes está el de entretener a sus receptores, por lo que es en esta ocasión que surgen dificultades en la estructuración de los géneros, un problema por el cual la prensa no atraviesa, ya que ellos solo tienen por interés informar a los lectores. El trabajo de la prensa es cada vez más investigativo y esto obliga a que los receptores sean más reflexivos con la información que adquieren.⁴⁹

1.3.1 La nota informativa.

Pretende informar sobre un hecho noticioso objetivamente, el periodista debe investigar, recolectar la información para luego estructurarla con los datos de mayor índole, siendo este hecho de gran transcendencia en la sociedad. Para llevar a cabo esta investigación existen preguntas claves que todo periodista deberá conocer, ¿qué?, ¿quién?,

47 El artículo y la columna (2009) La lectura de la prensa escrita en el aula. Fareso.

48 González Susana (1997) Periodismo de opinión y discurso. México. Trillas

49 Gil Ruben. (1993) Periodismo historia y teoría. Barcelona, España. Editorial CLIE.

¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, conociendo sus respuestas, el periodista obtendrá su nota informativa.⁵⁰

1.3.2 La crónica

Es una fórmula que se desarrolló como género en América Latina, relata un hecho en específico, creando un testimonio del mismo, los juicios valorativos están incluidos en este género, debido a que el cronista vive los acontecimientos para contarlos a partir de su punto de vista. Este género es notable que es un híbrido, debido a que está fusionando los hechos reales, con la interpretación del periodista. Gracias a las crónicas muchas noticias se pueden entender de una manera más sencilla, un ejemplo claro son los corresponsales de guerra.⁵¹

1.3.3 La entrevista

La entrevista pone en contacto al periodista y a un personaje público, tiene un interés por conocer la opinión de aquella persona. El trabajo del periodista en la entrevista es dejar que el entrevistado hable, no se sienta incómodo, sino al contrario, para que este proporcione la información que realmente se desea. Existen formas de entrevistar, como es el cronológico donde se puede encontrar preguntas y respuestas, o el que es muy parecido a un relato, porque

⁵⁰ González Susana (1997) *Periodismo de opinión y discurso*. México. Trillas

⁵¹ López Rafael, López Begoña. *La entrevista y la crónica*. OMAGRAF SL.

solo se presenta una conversación entre el emisor y receptor.⁵²

1.3.4 El reportaje

Este es un género narrativo, con el cual el periodista empieza a hacer su trabajo relatando todo lo que ve a su alrededor, obteniendo información hasta del último detalle, lugares, personas o de los mismos hechos que rodean al reportaje. El reportaje es mucho más minucioso que una nota informativa, su tiempo de investigación conlleva más de un día, tal vez pueda alcanzar semanas o meses. Es ya conocido que el reportaje pretende sacar a la luz todos esos datos de aquel hecho que hace historia y que no ha sido esclarecido hasta el momento de hacer el reportaje. Es otro híbrido ya que mezcla a la nota informativa, con la documentación, investigación de campo y entrevistas.⁵³

1.3.5 La editorial

La editorial transmite a sus receptores la opinión del medio acerca de un acontecimiento que este causando opinión pública, es el género que deja de lado la objetividad para transmitir su punto de vista y crear influencia en sus lectores. La editorial en su trabajo pretende que cada lector cree su propia opinión sobre el hecho noticioso, que puede

⁵² Velásquez Cesar, Gutiérrez Liliana, Salcedo Alberto, Erney Jesús, Valderrama Jairo. (2005) *Manual de géneros periodísticos*. Colombia. ECOE Ediciones.

⁵³ González Susana (1997) *Periodismo de opinión y discurso*. México. Trillas

analizarlo y a partir de varios datos obtenidos sea el quién decida a la final en que creer o no.⁵⁴

1.4 Historia de los medios de comunicación

Para poder entender la historia de los medios de comunicación, antes que nada hay que comprender lo que significa el término <<medio>>.

La palabra *medio* hace referencia al siguiente significado; “es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de datos.”⁵⁵

Entonces un medio de comunicación no es más que el canal por el que el público recibe indirectamente información. Hoy en día la sociedad está habituada a tener acceso a todo tipo de medios, ya sea radio, televisión, cine, prensa e internet. Pues bien, para hablar de los medios previamente mencionados hay que hacer una breve referencia a la aparición de cada uno de ellos.

Cabe mencionar que los medios de comunicación son herramientas que están en constante evolución, esto se debe a que la sociedad presenta diferentes necesidades progresivamente conforme pasan los años. Hoy en día la humanidad presenta una necesidad inherente de estar permanentemente comunicada en todo momento.

⁵⁴ González Susana (1997) *Periodismo de opinión y discurso*. México. Trillas

⁵⁵ Restrepo, Jairo. *Análisis de los procesos básicos en un sistema de telecomunicaciones*. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/>

A continuación se relatará cronológicamente la aparición de los distintos medios de comunicación:

1.4.1 Imprenta

La invención de la imprenta fue disputada entre los romanos que poseían ya, en el año 430 A.C, un tipo de sello de arcilla que plasmaba inscripciones sobre objetos de cerámica, ente los chinos que en el siglo XIV ya poseían el papel de arroz y entre los coreanos que aprovechándose de los conocimientos de la imprenta que ya habían realizado sus vecinos en China, inventaron un juego de sellos el cual es el muy similar a la imprenta moderna. Sin embargo el crédito por la invención de la imprenta moderna se lo lleva el alemán Johannes Gutenberg en el año de 1440.⁵⁶

El crédito de está invención, tomó lugar durante el siglo XIV cuando Gutenberg afirmó que podría realizar una copia de la Biblia en menos de la mitad del tiempo empleado por los monjes copistas, cabe destacar que en aquella época el clero era el encargado de realizar las copias de todo manuscrito, especialmente si fue encargo de reyes o miembros altos de la iglesia católica. Gutenberg, optó por emplear una estrategia distinta ya que empleó sellos de madera, amoldados a las letras del alfabeto, con bordes de hierro que posteriormente colocó en una prensa metálica que cumpliría la labor de dejar una impresión en el papel.⁵⁷

⁵⁶ *The University of Texas at Austin. The Gutenberg Bible. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en*

<http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/gutenberg/web/pgstns/01.html>

⁵⁷ *Idem.*

Johannes Gutenberg logró realizar 150 Biblias, cantidad que asombró a la sociedad de aquella época, ya que la entrega de un solo libro se podía llegar a postergar por años. Hoy en día no quedan ejemplares fieles de las denominadas *Biblias de Gutenberg*, únicamente existe un ejemplar en España.⁵⁸

La *Biblia de Gutenberg* no sólo fue el primer trabajo del alemán, sin duda también fue el más perfecto. Pero la Biblia no fue la única impresión de la época; escritos como el *Catholion*, diccionario del idioma latín muy reconocido en la tarda Edad Media, otros diccionarios latinos con los títulos de *Speculum*, *Speculum humanae salvationis*, además de algunos calendarios.

Tiempo después, en el año de 1472; la primera imprenta en Hungría apareció gracias al húngaro Andrés Hess, que fue el realizador de varios trabajos que corresponden a los títulos de *Cronica Hungarorum*, se refiere al título en castellano, *La crónica de los húngaros*, y el *Magnus Basilius: De legendis poëtis - Xenophon: Apologia Socratis* que no son otra cosa que dos obras griegas clásicas en un solo tomo.

La imprenta llegó a América una vez que la conquista española llegó a su fin. La publicación con el título de *Escala espiritual para subir al Cielo de San Juan Clímaco*, llegó a continente americano en el año 1532.

La invención de la imprenta fue transcendental para la humanidad; ya era posible plasmar el conocimiento e información en escritos, lo que

⁵⁸ The University of Texas at Austin. The Gutenberg Bible. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/gutenberg/web/pgstns/01.html>

facilitaba de gran manera la transmisión de la información. El conocimiento ya no estaba en manos de un círculo selecto, gracias a la imprenta leer y escribir no era un privilegio sino un derecho para la sociedad.

Elizabeth Lewisohn Eisenstein autora del libro, *La revolución de la imprenta en la edad moderna Europea*, afirma que “son escasos los inventos que han tenido el impacto que tuvo la imprenta en la humanidad; el arte de plasmar la información y producirla en mayor cantidad en menor tiempo posibilitó a que las naciones se unieran y que la educación sea accesible para muchos más”⁵⁹.

Actualmente la imprenta ha evolucionado de manera impresionante, la tecnología con la que se cuenta hoy en día permite grandes avances; la computadora, la industria y la producción a gran escala han permitido que la imprenta se expanda a nivel mundial.

1.4.2 Radio

La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de ondas de audio entre una frecuencia y otra, mediante la modulación de ondas electromagnéticas.⁶⁰

La radio tiene gran importancia ya que es una herramienta comunicacional que tiene acceso a los lugares más recónditos del

⁵⁹ Lewisohn Eisenstein, Elizabeth (1994). *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*. Akal, Segunda edición. Página 143.

⁶⁰ Beltrán, Luis Ramiro(1999). *Radiodifusión*. Servicios científicos. Turibalba Costa Rica. Segunda edición. Página 143

planeta, esto es gracias al alcance de las ondas electromagnéticas con las que trabaja.

Es difícil atribuir la invención de la radio a un solo sujeto ya que para que la radio surgiera, muchas personas estuvieron involucradas en el proceso.

En el cuadro esbozado a continuación, se expone cronológicamente los aportes que cada sujeto contribuyó en lo que se refiere a la radiodifusión.

Inventores de la radio

Inventores de la Radio			
Año	Persona	Profesión/ Nacionalidad	Aporte
1873	James Clerk Maxwell	Físico escocés	Formuló la teoría de las ondas electromagnéticas que son la base de la radiodifusión.
1888	Henrich Hertz	Físico alemán	Descubridor de las ondas de radio.
1894	Nikola Tesla	Ingeniero húngaro	Primera demostración de radio en público.
1895 - 1901	Guillermo Marconi	Ingeniero italiano	(1895) Construyó el primer sistema de radio. (1901) Logró enviar señales de radio a la otra orilla del océano Atlántico.
1902	Julio Cervera Baviera	Físico español	Logró resolver los percances de la telefonía sin hilos, lo que hoy en día se le conoce como radio.
1933	Edwin Armstrong	Inventor estadounidense	Descubrió un sistema de radio de alta calidad, las ondas (FM).

Ahora bien, la radio se desarrolló notoriamente en el año de 1920 ya que las primeras radios tanto informativas como de entretenimiento, que transmitían programas regulares, tomaron forma en países como Argentina y Estados Unidos.

Pero no es hasta el año de 1957, que la radio se transformó en un dispositivo portátil ya que era lo suficientemente pequeño, y su fuente de poder era ya una batería.

En la década de los años ´90, la radio también se benefició de los avances tecnológicos ya que la calidad de sonido tuvo una mejora drástica; gracias a que el sonido podía ser escuchado en **HD (High Definition)**, que en español significa – alta definición.

Sin embargo con la aparición de la televisión, siendo un medio audiovisual, la radio sufrió un declive en los años de 1960 y 1980; debido a que la sociedad optaba por ver y escuchar ya sea la información o entretenimiento y dado que la radio no contaba con imágenes, el ámbito radial perdió sintonía de sus oyentes.

1.4.3 Cine

Los inicios del cine datan en Francia, París en el año de 1895; los precursores en lo que se refiere al campo cinematográfico fueron los hermanos Lumiere; los cuáles presentaron una serie de imágenes documentales, que trataban de trabajadores saliendo de una fábrica y la polémica toma de un tren que parecía salirse de la pantalla para arrollar a los espectadores, los cuáles tomaron la imagen con mucho temor.

En el siglo XX, el campo cinematográfico evolucionó ya que pasó de ser una distracción de unos pocos a ser considerado un entretenimiento muy popular: Esto fue gracias a George Melies, pionero cinematográfico que utilizó gran variedad de recursos para crear imágenes fantásticas con ciertos efectos especiales, efectos un tanto rudimentarios, en comparación con los que la sociedad de hoy en día observa diariamente en la pantalla grande.

Es en esta época que se crean estudios fílmicos en Europa y Estados Unidos, ya que el cine comenzaba a ser una distracción muy popular. En este período se desarrollan la mayoría de géneros cinematográficos; como las historias de época, la ciencia ficción, documentales y las derivaciones de los mismos que se dan posteriormente. Cabe mencionar que aún no solucionaban el tema del sonido, por lo que el cine era acompañado de la música de un piano y de un relator, el cine de la época se denominaba el *cine mudo*.

El cine mudo tuvo un particular éxito en Estados Unidos, ya que al ser un país de migrantes; muchos de los cuales no hablaban el idioma inglés, no podían disfrutar de muchos entrenamientos. Sin embargo el cine mudo, al no tener sonido, unió a las diferentes nacionalidades que cohabitan en el país.

Ahora bien, el cine sonoro, no se desarrolló hasta 1902, debido a que el físico francés León Gaumont creó un sistema de sonorización para películas que presentó en el festival llevado a cabo en Francia, llamado Exposición Universal de París. La invención del cine sonoro representó un

gran cambio en la cinematografía, ya que la imagen perdió importancia, la movilidad de las imágenes pasó a segundo plano debido a que el diálogo de los actores y el sonido ocupó el primero lugar; esto ocasionó que muchos actores fracasaran en su carrera ya que no poseían habilidad alguna para los diálogos dentro del largometraje.

El cine que se puede apreciar hoy en día se desarrolló de una manera impresionante a lo que el cine era antes; los efectos especiales que contienen, el sonido que es producido dentro de la película, la calidad de imagen que se observa, todos estos factores son de una calidad asombrosa. La pantalla grande *“es el arte social de nuestro tiempo. Ello es debido a que en él no sólo se junta diversas artes hasta convertirlo en un arte total, sino también al interés y aceptación en cualquier parte del planeta y en personas de cualquier edad o condición.”*⁶¹

1.4.4 Televisión

La televisión es una herramienta comunicacional, que hace referencia a un sistema audiovisual que engloba audio e imágenes a la vez *que trabaja mediante un proceso que transmite y recepta imágenes en movimiento y sonido a la vez que emplea un mecanismo de difusión, transmisión que trabaja mediante ondas de radio o por redes de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.*⁶²

⁶¹ Ministerio de educación y ciencia.(2009) Educación no formal. Recuperado el 16 de noviembre del 2011. Página 26

⁶² Lloren, Vicente. (1995). Fundamentos tecnológicos de video y televisión. Ediciones Paidós e Iberica. Segunda edición. Página 129.

Es en 1884 cuando Paul Nipkow hizo un descubrimiento vital para el desarrollo de la televisión, esta invención corresponde al nombre del *disco de Nipkow*, pero la creación de la televisión a la que la sociedad está habituada hoy en día se la debe al descubrimiento de Vladimir Zworkyn y Philo Taylor Farnsworth, que descubrieron el iconoscopio, uno de las primeras cámaras de televisión.

Las primeras emisiones de televisión tuvieron lugar en Inglaterra por la cadena de televisión BBC en 1927, mientras que en Estados Unidos las primeras transmisiones de televisión tomaron lugar en el año de 1930. En ambos países se utilizaron sistemas mecánicos y dado que la televisión estaba apenas iniciando, las programaciones no eran transmitidas en un horario regular.

Años más tarde en 1957 se crea Eurovisión, un canal que enlaza a varios países de Europa mediante enlaces microondas

La producción de televisión se dio gracias a los avances tecnológicos que hicieron posible grabar las señales de audio y video. Lo que después evolucionó para dar paso a la creación de las cámaras ópticas con Zoom, que permitía la grabación de las noticias en el campo, por lo que se entiende que se abrió paso a las cámaras en el campo periodístico.

En 1948, Goldmark creó un sistema llamado *sistema secuencial de campos*. El éxito de esta invención fue tal que una gran cadena televisiva del mundo lo adquirió para sus transmisiones de TV.

La televisión tiene una gran importancia en la sociedad actual es por esto que *“es la actividad cotidiana más común, siendo una forma de cultura dominante dentro de las sociedades contemporáneas, la cultura de la <<virtualidad real>>”*. (Castells, 2002).

1.4.5 Internet

El internet no es otra cosa que una red de computadoras diseñada para permitir la comunicación entre usuarios de varias computadoras esto forma la infraestructura de la red principal con la que trabaja el internet.⁶³

Según María Aguiar autora del libro *Sociedad de la información y cultura mediática* sostiene que *“la internet no es una red de computadores: es una red de redes que utilizando un conjunto de protocolos denominados TCP/IP para comunicarse entre sí que deciden libremente comunicarse entre ellas para compartir recursos y por sobre todo información.”*⁶⁴

Desde 1950 importantes científicos y empresas multinacionales trabajaron en el desarrollo de la conexión virtual entre los usuarios de varios computadores; pero no es hasta el año de 1980 que se introduce el código que se hizo posible a la internet – **World Wide Web (www)**.

En la década de los años ´80s y ´90s el internet incrementó de gran manera su popularidad, pero la infraestructura con la que trabajaba el internet era en extremo desordenada; es por esto que muchas empresas e ingenieros informáticos procuraban crear formas que organicen a la red.

63 Licklider, Jack. *Simbiosis hombre - computadora*. Recuperado el 16 de noviembre en <http://groups.csail.mit.edu/medg/people/psz/Licklider.html>

64 Aguiar, María .(2003). *Sociedad de la información y cultura mediática*. Combyte, Segunda edición. Página 321

Proyectos de distinta índole comenzaron a hacerse conocer. La Universidad de McGill en 1990 creó el ordenador *Archie*, seguido casi inmediatamente por los ordenadores y buscadores WAIS y Gopher.

Ninguno de los esquemas mencionados anteriormente, cumplían con los parámetros necesarios para que los usuarios pudiesen encontrar los datos que estaban buscando dentro de una red con orden lógico. Es en el año de 1998 que el buscador más popular a nivel mundial es fundado; Google en base a un sistema que proporcionaba al usuario información jerarquizada por orden de relevancia.

Actualmente la sociedad vive en un mundo en donde el acceso a las nuevas tecnologías es interminable ya sea en televisión, radio, prensa o el internet. Este último ha ocasionado varios cambios en la interacción entre personas ya que el descubrimiento del internet ocasionó que las personas invierten gran cantidad de tiempo en lo que se refiere a *navegar* en la red; además que las redes sociales han cambiado la forma de conocer a nuevas personas.⁶⁵

1.5 Prensa

El término <<prensa>> se ajusta a varias definiciones inclusive aquella que la describe como *artefacto que deforma materiales mediante la aplicación de presión*⁶⁶, pero el presente enunciado tiene como propósito

65 Romero, Daniel. *Importancia del Internet en nuestra sociedad*. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.area123.com/2009/01/importancia-del-internet-en-nuestra-sociedad/>

66 Esteves, Albert. *La larga historia del prensado de metales*. Recuperado el 17 de noviembre del 2011 en <http://www.interempresas.net/MetalMecanica/Articulos/10544-La-larga-historia-del-prensado-de-metales.html>.

analizar los factores que han intervenido en la formación de la prensa escrita.

Con el término prensa escrita se hace referencia a las publicaciones impresas que se diferencian entre sí por la periodicidad que existen entre ellas; - los periódicos se publican diariamente, - las revistas se imprimen semanalmente y las revistas especializadas pueden llegar a imprimirse hasta una vez por mes.

Cabe mencionar que la prensa escrita fue el primer medio de comunicación de masas. Se menciona que la civilización romana implantó un escrito denominado *Acta Diurna*, publicación que contaba los eventos que se llevaban a cabo diariamente, también la civilización china en el año 713 A.C publicó una recopilación denominada *Noticias Mezcladas*, idea del gobierno de la época.

Sin embargo la prensa escrita no se popularizó hasta que el alemán Johannes Gutenberg creó la imprenta en el año 1456.

Es a mediados del siglo XIX cuando la prensa escrita toma fuerza ya que el inventor suizo Otto Mergenthaler crea el linotipo, que no es más que una máquina que moldea líneas enteras de letras mediante una prensa de plomo caliente. Años más tarde en Estados Unidos, el periódico *Los Angeles Times* es el primero en automatizar el linotipo lo que incrementa la productividad en un cuarenta por ciento.

En este período la prensa escrita experimenta un gran crecimiento ya que al incrementar el número de ejemplares, a su vez también aumenta el número de lectores. Al haber sido el primer medio de comunicación de masas; la prensa tuvo un papel muy importante en proporcionar información a la sociedad ya que años atrás este medio no contaba con la presencia de los medios multimedia y audiovisuales con los que el mundo actual cuenta. Por lo que la credibilidad en los lectores hacia la información publicada dentro de los diarios, tenía una casi absoluta. Los primeros periódicos a nivel mundial, en su mayoría se publicaron por primera vez en el siglo XVII. Como se puede apreciar en el cuadro contiguo.

Aparición de diarios

Diario	País	Año
Frankfurter Journal	Alemania	1615
Weekly News	Inglaterra	1622
La Gazzeta Publica	Italia	1640
Gaceta Semanal	España	1641
Post-och Inrikes Tidningar	Suecia	1645

Posteriormente a la creación de los primeros periódicos, la prensa escrita fue formándose de distinta manera, cambiaron su estructura informativa y las noticias que se publicaban eran en relación a las agencias estatales

de noticias que se convirtieron en los mediadores entre los periódicos y los gobiernos.

En sus inicios cuando el periodismo dejó de ser un *hobbie* y se transformó en una profesión, los periodistas se convirtieron en los encargados en la redacción de la información que se publicaba en los periódicos. Cabe destacar que los diarios anteriormente publicaban casi en su totalidad clasificados.

El costo de los periódicos se redujo considerablemente ya que el pilar de su financiamiento dejó de ser el precio de venta al público y pasó a ser los anunciantes; esto causó que el número de lectores aumentara aún más ya que el precio era más asequible para los posibles lectores. Es aquí en donde aparecieron las grandes empresas de prensa como: Bennet Pulitzer y Hearst.⁶⁷

Los periódicos pasaron de ser pequeñas publicaciones a grandes casas de poder que tenían la potestad de influir a masas. Por lo que durante la Primera Guerra Mundial, los periodistas redactaban propaganda favoreciendo a ciertos grupos de interés dentro de la sociedad y a ciertos ejércitos para mantener falsas ilusiones y vender más ejemplares, publicando lo que la sociedad en tiempos desesperados quería leer.

Sin embargo, en la Segunda Guerra Mundial, la responsabilidad social tomó forma por lo que el periódico estadounidense, *The Times* fue el precursor en realizar un análisis exhaustivo de los sucesos para que la

67 Gobierno Vasco. *Historia de la prensa escrita*. Recuperado el 25 de noviembre del 2011 en <http://www.hiru.com/medios-de-comunicacion/historia-de-la-prensa-escrita>

sociedad tomará una actitud responsable y analítica sobre los combates bélicos que ocurrían en la época.

Hoy en día la prensa escrita compite con varios medios; la radio, la televisión y el internet. Puede ser que se cumpla el pronóstico de María Elena Sanucci autora del libro *“Prensa escrita: procesos, transformaciones y configuraciones: un abordaje contrastivo de la prensa gráfica en el contexto de la videocultura”* que afirma que la prensa escrita no va a ser vista dentro de dos generaciones más, pero lo que es cierto es que los grandes diarios mundiales siguen imprimiendo ejemplares cada mañana.

De una u otra forma la prensa escrita es un medio de ilustración y educación que procura motivar la formación y expresión de la opinión, con los periódicos como principal vehículo de instrucción.

CAPÍTULO II

2. Agencias internacionales de noticias

2.1 Historia de las agencias internacionales de prensa

Casi a finales del siglo XIX el capitalismo pretendía extenderse por toda la sociedad; el cambio de un sistema sociopolítico izquierdista a una estructura social política derechista causó gran impacto en la sociedad. Esta transformación generó un sentido nacionalista además de causar un gran desarrollo técnico y de provocar una segunda revolución industrial con incidencia en sectores petroleros, eléctricos y grandes mejoras en lo que se refiere al campo del acero y productos químicos.⁶⁸

En definitiva este cambio sociopolítico promovía un cambio interno en los ciudadanos, que trataba de *“cambiar a todos los hombres a ese hombre nuevo que proclamaba el liberalismo.”*⁶⁹

El cambio a ese hombre nuevo que se menciona anteriormente va más allá que una transformación en el campo industrial sino que

⁶⁸ Barrera, Carlos (2004). *Historia del Periodismo Universal*. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 99
⁶⁹ Idem.

también se encuentra relacionado al ámbito educativo, cabe mencionar que la educación era muy deficiente hasta finales del siglo XVIII. Situación que generó que el Estado realice ciertas reformas dentro de la educación nacional. Al poner en regla las normativas previamente realizadas, el Fisco tuvo un choque de intereses con la Iglesia, que hasta el momento era la pieza que controlaba la mayor parte de los recursos del país.

Para el cambio a un nuevo sistema político era necesario que la educación vaya de la mano, del control informativo, que hasta ese entonces era controlado en su mayor parte por el Estado.

Dentro de este período los periodistas tuvieron una forma distinta de relacionarse con los poderes políticos a lo que se conoce hoy en día; ya que el Estado *“contemplaba a la prensa como un instrumento destinado a ir cambiando la mentalidad de los ciudadanos”*⁷⁰; Es por esta razón que se dice que en el siglo XIX tomó lugar la famosa *edad de oro de la prensa*, ya que el apoyo de los gobernantes hizo posible el negocio millonario de las grandes tiradas de diarios, además de la carencia de competencia que tenían los periódicos en aquel entonces, dado que la radio y la televisión aún no aparecían. Es aquí cuando las primeras agencias de prensa aparecieron, solo que en este periodo se denominaban agencias estatales, ya que eran las encargadas de brindar información de lo que acontecía dentro de los gobiernos de turno a los distintos diarios; esto no era más que una manera de

⁷⁰ Barrera, Carlos (2004). *Historia del Periodismo Universal*. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 100

mostrar lo que el Estado quería de los ciudadanos y así tener una estrecha relación con los periódicos que estaban tomando gran fuerza dentro de la sociedad.

En el desarrollo del periodismo intervienen varios factores, ya sean políticos-sociales, económicos o técnicos; pero definitivamente uno de los que más contribuyeron al desarrollo de esta disciplina informativa fue la mejora del nivel cultural y el proceso creciente de urbanización⁷¹.

Es decir desde una perspectiva económica el sector periodístico fue influido por la industrialización ya que contribuyó considerablemente a su proliferación, con esto se refiere a que la difusión de los diarios pudo alcanzar un número más grande de lectores. Mientras que, desde una perspectiva capitalista, el nuevo sistema liberalista, llevó a que se tomará el negocio informativo como una actividad empresarial más⁷².

Cabe mencionar que en esta etapa aparecieron los primeros magnates de prensa, además de que la ya mencionada industrialización generó mejoras técnicas en el ámbito de la impresión y de la distribución de los diarios, factores que impulsaron notablemente el negocio informativo.

Carlos Barrera, autor del libro *Historia del periodismo universal*, sostiene que las novedades en el ámbito periodístico no solo fueron

⁷¹ Idem.

⁷² Barrera, Carlos (2004). *Historia del Periodismo Universal*. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 100

técnicas sino también físicas ya que dentro de la presentación de las publicaciones se dispuso de más páginas, lo que dio cabida a la aparición de secciones diferenciadas con formatos más atractivos. Todo esto fue gracias al uso del color en titulares, fotografías y gráficos.

Además, el rol del periodista tuvo un mayor espectro, ya que la prensa se tornó en un actor político; transformación que permitió el nacimiento de ramas periodísticas como: la prensa de denuncia, el periodismo de defensa al público, que es una clase de periodismo social que llevaba a cabo campañas políticas desde una perspectiva propia e independiente sin ninguna relación a un grupo determinado⁷³.

Posteriormente el presidente norteamericano Theodore Roosevelt fue el pionero en organizar ruedas de prensa con informadores, su iniciativa fue reproducida por gobernantes de otros países.

Los cambios de tendencias políticas y sociales que estaban recorriendo todo el mundo en el siglo XIX, llevó a que los gobiernos de aquella época voltearan su interés a las primerizas agencias de prensa. Las mismas que en el siglo diecinueve, tenían otra imagen totalmente distinta a la que tenemos en la actualidad; dado que los gobernantes acudían a las agencias para que estas brinden al público una información partidista en circunstancias tan habituales como las guerras, la expansión colonial, la candidatura de un partido político, entre otras. Es por esto que las *empresas* o agencias de prensa, se

⁷³ Barrera, Carlos (2004). *Historia del Periodismo Universal*. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Pág 100

identificaron con los intereses del país al que pertenecía. Se deduce entonces que el flujo informativo estaba casi en su totalidad en manos del Estado.⁷⁴

Ahora bien, el predecesor de las agencias internacionales fue el francés, Charles Havas; en 1826 el parisino colaboraba con traducciones con varios diarios procedentes del extranjero. Años más tarde Havas, abrió una oficina, la cual estaba en un lugar céntrico, situado en medio de la Bolsa y del edificio de Correos, lugar en donde ofrecía noticias a los periódicos locales.

Posteriormente Havas se convirtió en un magnate de la información y para finales del año 1835 absorbió otras oficinas y ya exportaba habitualmente noticias al extranjero.

Para 1848 un gesto de hermandad entre judíos de la *raza Havas* tuvo gran trascendencia en el ámbito informativo. Wolff y Reuter por razones políticas tuvieron que abandonar su país de origen por lo que Havas los acogió. Pronto supieron ganarse la vida vendiendo noticias, En poco tiempo, en países vecinos a Francia, lanzaron sus primeros proyectos a algo que remotamente simulaba lo que vieron en París.

Wolff logró establecerse en Berlín en el año de 1849, posteriormente Reuter tras un intento fallido en Aquisgrán, ciudad al Sur de Alemania, se estableció en Londres en 1851.

⁷⁴ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 102

Pero la iniciativa no murió con la hermandad judía; pues en 1854 se creó la agencia Stefani en Italia, en 1865 se instituyó la agencia Fabra en España, también en 1866 nació la agencia danesa Ritzau y en el año de 1867 se fundó la agencia Korrbüro en el Imperio austrohúngaro.

Aunque las agencias internacionales hayan tenido un gran empuje en este periodo de tiempo, el servicio para los ciudadanos de clase media y media baja, lectores de los diarios, era inaccesible. Por lo que Havas llegó a un acuerdo con la Sociedad General de Anuncios en 1857, *“con el fin de que se pagaran con la inserción de publicidad los gastos de suscripción de las noticias de la agencia.”*⁷⁵

En el año 1859 ocurrió un acuerdo de gran importancia para el desarrollo de las agencias internacionales. Las tres grandes agencias de la época; Wolff, Reuter y Havas, trataban el acuerdo de asignación de áreas para procesar noticias. Acuerdo que asignaba zonas definidas a cada agencia, esto principalmente se hizo para evitar la competencia entre las agencias de prensa, pero a la vez se comprometieron en pasarse información y ayudarse cuando a la apertura de nuevas sedes.⁷⁶

Mientras que en América Occidental la recopilación de agencias de noticias funcionaba de una manera distinta. Desde el año 1811 se recopilaba noticias para el diario norteamericano, *Columbian Centinel*,

⁷⁵ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 102

⁷⁶ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 91

los empleados del periódico se acercaban a los botes antes que llegaran al puerto para preguntar *las buenas, nuevas*. Pero en mayo de 1848 seis directores de los diarios más importantes de Nueva York decidieron ensayar un método diferente para una más rápida recopilación de noticias. El acuerdo trataba de prestarse mutuamente ayuda para la obtención de información, siguiendo con el método de los botes y ya implementando el uso del telégrafo, siendo esta una manera mucho más barata. Es así, que por un consorcio periodístico de seis diarios nueva yorquinos, se formó la *Associated Press (AP)*

Pero no es hasta 1866 en donde se instala definitivamente el cable transatlántico, que conectaba Europa con Norte América. Por lo tanto la agencia norteamericana *Associated Press* envía a Londres un agente que cree lazos con las agencias europeas.

2.2 Objetivos de las agencias internacionales.

Las agencias internacionales de noticias son distinguidas como las grandes desconocidas, al estar presentes en los acontecimientos que rodean al mundo y ser prácticamente imperceptibles. Son el informante mundial que desea mantenerse en un bajo perfil.⁷⁷ Su trabajo es reconocido a nivel mundial ya sea por la presentación de la información o por sus primicias y corresponsales en varios países del mundo. La información emitida por las agencias internacionales de igual manera que los medios de cada país, tienen una división y designan un grupo

⁷⁷ Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), *La información internacional en el mundo hispano hablante*. Madrid, España. COMPLUTENSE.

determinado para cada caso en particular. Estas son las noticias especializadas, como las de economía, deporte o cultura y en varias ocasiones encontramos las noticias contadas en fotografías⁷⁸. Por tantos servicios que las agencias ofrecen al mundo entero, está en su deber contar con los equipos adecuados, para poder agilizar la emisión y recepción de cada mensaje, además de contar con una organización impecable.

En 1990, la EFE ⁷⁹ como un piloto, puso en práctica el trabajo de emisión y recepción de mensajes a través de un satélite, su resultado tuvo tal acogida que hasta el día de hoy es el pilar de cada agencia internacional.⁸⁰ Utilizar el satélite como su medio de comunicación global, ha mejorado la comunicación por cables interna, de corresponsal a la sede de la agencia internacional, el cual ahora es solo unidireccional.⁸¹ Este nuevo y mejorado servicio, dio pie a la creación de grandes agencias internacionales, sin embargo su supervivencia en el mercado puede ser muy costosa e impide que en la actualidad existan más grandes agencias informativas. Por motivo de sustentabilidad las agencias deben tener a más de un abonado, es decir, su trabajo no puede ser dirigido exclusivamente a la prensa o televisión, más bien acarrear todos los medios masivos posibles vendría a ser lo más conveniente.⁸² Para conseguir cumplir con todas las necesidades que cada medio masivo

⁷⁸Nieto Alfonso, Iglesias Francisco (1993), *La empresa informativa. España. Ariel Comunicación.*

⁷⁹Europa Press Ediciones

⁸⁰Nieto Alfonso, Iglesias Francisco (1993), *La empresa informativa. España. Ariel Comunicación.*

⁸¹León Patricia. (1993) *Los medios masivos y la agricultura. Costa Rica. Editorial IICA.*

⁸²Bodas José. (1994) *El mundo árabe y su imagen en los medios. Editorial Comunica.*

exige, cada agencia internacional debe ampliar su gama de servicios, por lo tanto su trabajo ofrece noticias, fotografías, información sonora, entre otros. Es gracias a las exigencias de cada medio masivo, que las agencias de noticias pueden ser cada vez más, especializadas, favoreciendo esto a su trabajo y su economía. Esta ardua labor conlleva a que estos grandes informantes del mundo creen filiales especializadas, para que mejoren y agilicen el proceso de la selección de la información y el proceso de la reelaboración de la misma.⁸³ Su trabajo debe ser confiable para el proceso de verificación de la sede y así crear más interactividad con los abonados.⁸⁴ Desde el día en que vio la luz la primera agencia de noticias, hasta hoy, que existen gigantes de la información, su labor se resume en encasillar información, veracidad y difusión de información, con una influencia y expansión impactante para el mundo.⁸⁵

El trabajo de cada agencia internacional, se ha visto alejado e independizado de los altos mandos de su país de origen, evitando de esta manera que la información sea manipulada o se la emita según los intereses de cada mandatario. Es una ideología, por la cual se lucha para que siga viva, y pueda ser un ejemplo a seguir para los distintos medios masivos de comunicación del mundo entero, empezando por los funcionarios y representantes de cada medio de comunicación. ⁸⁶Ahora que las agencias tienen un alcance global, se las debe aprovechar al

⁸³Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), *La información internacional en el mundo hispano hablante*. Madrid, España. COMPLUTENSE.

⁸⁴Bodas José. (1194) *El mundo árabe y su imagen en los medios*. Editorial Comunica

⁸⁵Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), *La información internacional en el mundo hispano hablante*. Madrid, España. COMPLUTENSE.

⁸⁶Novoa Eduardo (2001) *Derecho a la vida privada y libertad de información: un conflicto de derechos*. Mexico. Siglo Veintiuno editores.

máximo, con su información emitida, con varios puntos de vista, tales como sociales, culturales o incluso económicos, esto solo refuerza al conocimiento y trabajo de cada abonado que posee la agencia. Sin embargo las agencias internacionales, no deben dejar a un lado su base jurídica, esto implica su desempeño laboral, el respeto a la información que brindan a sus abonados, evitando de cualquier forma el abuso a la información, respetando el derecho y autoridad que tienen cada agencia sobre esta noticia .⁸⁷

El trabajo de estos gigantes de la información poco a poco fue evolucionando y uno de sus objetivos principales actualmente es poseer variedad y diversidad en su trabajo, de tal forma pueden aportar a todos los ámbitos de las sociedades, alcanzando lugares, que tal vez hasta han sido olvidados, de tal forma su trabajo es múltiple y justo, tanto en el proceso de investigación, como el de elaboración y principalmente en el de emisión.⁸⁸ Las agencias hacen su trabajo en países desarrollados y subdesarrollados, a la vez que los abonados de cada país, colaboran con ellos y se convierte todo en un principio occidental de trabajo, todos trabajan para todos, dejando de lado que alguno puede ser más importante que otro ⁸⁹ Para que todo el trabajo tenga concordancia, se debe seguir una cronología, acto que si se lo deja de lado, alteraría la realidad de los acontecimientos. Por lo tanto las agencias internacionales poseen profesionales especializados en cada tema a desarrollar, de igual

⁸⁷ Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), *La información internacional en el mundo hispano hablante*. Madrid, España. COMPLUTENSE.

⁸⁸ Novoa Eduardo (2001) *Derecho a la vida privada y libertad de información: un conflicto de derechos*. Mexico. Siglo Veintiuno editores.

⁸⁹ Nieto Andres. (2004). *Profesores de enseñanza secundaria. Administración de empresas*. España. Mad.

manera que los medios locales: es que contar con gente especializada solo mejora y supera el trabajo presentado.⁹⁰

Finalmente en 1875 se celebró otra reunión para repartirse las zonas de procesamiento de noticias, AP participó en esa reunión.⁹¹

2.3 Desarrollo y evolución de las agencias internacionales de prensa

El papel de las agencias de prensa pasó de estar estrechamente relacionado con el Estado a establecerse como una de las redes informativas más grandes a nivel mundial. En el libro de Carlos Barrera, Historia del periodismo universal, se observa que los inicios de las agencias y del periodismo en sí, se dio en su mayoría gracias al apoyo gubernamental, pero posteriormente el periodismo evolucionó; lo que causó que la estructura y papel de las agencias de prensa también lo hicieran.

Ahora bien, cabe destacar que en la década de los años cincuenta y sesenta el papel de fundador estaba estrechamente relacionado con el propietario; más en la década de los setenta las agencias de prensa adquirieron el carácter jurídico de sociedad anónima⁹².

⁹⁰ Novoa Eduardo (2001) *Derecho a la vida privada y libertad de información: un conflicto de derechos*. Mexico. Siglo Veintiuno editores.

⁹¹ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 90

⁹² Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 102

Este cambio de forma jurídica causó, así mismo, un gran cambio dentro de las agencias, ya que esto significaba la libertad de entrada a capitales particulares, gracias a esto surgieron las agencias *Havas Conseil S.A*, *Wolff's Continental Telegraph Company* y *Reuter's Telegram Company*. El capital particular era necesario ya que se hicieron grandes desembolsos en el desarrollo de las grandes redes internacionales para la creación de las agencias, por otro lado, los diferentes Estados también dieron una mano para la creación de estas redes informativas ya que subsidiaron las tarifas del uso de los medios de comunicación públicos, el telégrafo y el teléfono, a cambio de que las agencias dieran prioridad al poder fáctico en lo que se refiere a exclusivas.

Gracias al ingreso de capital a las agencias, diversificación y ampliación tanto a lo que su sede se refiere como al número de personas, las actividades que realizaban comenzaron a diversificarse notoriamente.

“(...) Como en el caso de Havas, que vendía publicidad junto con información, todas vieron la manera de poner en funcionamiento negocios para sacar más partido a la infraestructura que disponían y de ahí que alquilaran sus propias redes o llevaran encargos de transporte de productos (...)”⁹³

Para este punto las agencias de noticias ya habían tomado fuerza ya que los acuerdos y apoyo mutuo de las distintas empresas informativas,

⁹³ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 103

permitieron la repartición informativa internacional por parte de las agencias.

A pesar de que las tres agencias principales de Europa; Reuters, Wolff y Havas firmaron un acuerdo en 1875, los directores de las agencias tenían roces, ocasionados por la guerra franco-prusiana; lo que manifestó únicamente que las agencias preferían ponerse de parte de los intereses pertenecientes a su nación que defender el acuerdo tripartita que tenían entre ellas.

La guerra franco-prusiana causó graves malentendidos entre las tres agencias europeas, llegó a tal punto que se pensó en disolver el acuerdo firmado años atrás; pero no fue hasta 1890 que el tri-partido de agencias informativas incorporó también a la agencia vienesa Korrbüro para así alivianar tensiones entre el consorcio periodístico.

Por su parte en Estados Unidos, los diarios que integraban la Associated Press, tenían conflictos por la guerra de la Secesión, lo que originó que uno de los diarios que componían este consorcio se separe de los seis. Posteriormente la Associated Press Nueva York se disolvió y fue reemplazada por la Associated Press Illinois. La agencia periodística Associated Press Illinois es la más parecida a la **AP** que la sociedad conoce hoy por hoy.⁹⁴

Las agencias internacionales de prensa descubrieron nuevos instrumentos para plasmar la información; las fotografías y carteles se

⁹⁴ Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España. Página 103

implementaron para que de cierta forma, estos contribuyan a la evolución de los medios impresos.

La fotografía se incluyó a la actividad periodística en el año 1880, el primer diario que incorporó esta estrategia para atraer más lectores fue el *The New York Daily Graphic*, pero no es hasta 1897 que la fotografía como técnica es perfeccionada ya que otro diario neoyorquino mostraba en una fotografía lo que apenas había sucedido unas horas antes. Este periódico respondía al nombre de *The New York Tribune*. a partir de ese momento la concepción del ejercicio periodístico cambió ya que los lectores se incrementaron aún más, lo que ocasionó que la ciudadanía pidiera cada vez más información.

2.4 AFP

Los inicios de la agencia internacional de prensa llamada Agence France Presse emprende desde 1835 cuando el francés Charles Havas creó la primera agencia de noticias; como se lo menciona previamente el parisino ya había ideado la manera de negociar y exportar la información.⁹⁵ Cabe mencionar que Havas contó como empleados a Reuter y Wolff; ambos posteriormente fueron los fundadores de las principales agencias de noticias en Europa. Wolff en Alemania y Reuter en Inglaterra.

Agence Havas era el nombre con el que fundó Charles Havas la primera agencia internacional de noticias. Sin embargo durante la Segunda

⁹⁵ Agence France Presse. *Una agencia de prensa independiente*. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>

Guerra Mundial la ocupación nazi cambió el nombre de la agencia a l'Office Français d'Information pero en 1944 retorna a manos franceses y es aquí cuando se le da el nombre de Agence France Presse.⁹⁶

En los consecuentes años de la Segunda Guerra Mundial, la Agence France Presse ya estaba constituida como una empresa; por lo que se encargó de conformar su propia red de corresponsales a nivel mundial. Un dato interesante del desempeño de la agencia, es que uno de sus primeros periodistas fue el primero en informar la muerte del ex líder ruso Iósif Stalin.

La mayor parte del financiamiento de la agencia venia en su mayoría por las inserciones de publicidad en lo que respecta a la venta de información y también a los subsidios que proporcionaba el Estado a la construcción y difusión de la información; pero es en el año 1957 cuando el facto francés declara la independencia de la agencia hacia el fisco nacional.

Hasta 1982 las decisiones que tomaba la agencia provenían en su mayoría de la central de la agencia parisina, sin embargo se tomó la iniciativa de descentralizar la agencia y en ese mismo año se construyó la Agence France Presse en Hong Kong, se menciona de igual forma que cada región tiene su propio presupuesto, director administrativo y jefe de

⁹⁶ Agence France Presse. *Una agencia de prensa independiente*. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>

redacción. En septiembre de 2007, la Fundación AFP fue lanzada a fin de promover mayores estándares de periodismo a nivel mundial⁹⁷.

Mayormente el financiamiento de la agencia es la venta de los servicios que dispone. De todas maneras se destaca que el Estado francés tuvo el 40% del lucro de la agencia por los servicios que la misma prestó al Gobierno en el año 2004. En la página web oficial de la agencia francesa salta a la vista que el Estado francés es parte de la mesa de administración de la empresa, con voto sobresaliente en las discusiones que se refiere al presupuesto con el que se maneja la Agence France Presse. Sin embargo los periodistas que conforman la agencia afirman su total independencia dentro del ejercicio periodístico.

Dentro de un enunciado de la guía editorial de la agencia, se la describe como "*un organismo autónomo dotado de la personalidad civil y cuyo funcionamiento está asegurado siguiendo las reglas comerciales*". El ex presidente de la agencia Eric Giuly afirma que "la misión de la Agence France Presse es más clara que nunca y que sin importar que el Estado tenga vínculos con el presupuesto de la agencia el ejercicio de un periodismo responsable será siempre su prioridad."⁹⁸

La misión de la Agence France Presse es:

⁹⁷ Agence France Presse. *Una agencia de prensa independiente*. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>

⁹⁸ Eric Giuly. *Ex presidente de la AFP*. Recuperado el 7 de noviembre del 2011 en <http://dictionary.sensagent.com/eric+giuly/fr-fr/>

*"Investigar tanto en Francia como en el extranjero los elementos de información completa y objetiva" y de ponerla a la disposición del usuario."*⁹⁹

2.5 Reuters

Las agencias internacionales de noticias nacen a partir de la necesidad de los medios de comunicación, de estar informados globalmente, y de conseguir información constantemente. Así apareció la primera agencia en Francia, Havas en 1835, Charles Havas fue el creador, un banquero que luego de traducir varios años una columna en un diario francés, decide establecer un nuevo medio masivo de información, una agencia de noticias. Su modelo de trabajo, fue imitado por trabajadores de su agencia, en otros países del mundo, como fue la Agencia Wolf de Alemania, y Reuters de Gran Bretaña.¹⁰⁰

Reuters fue fundada por Paul Julis Reuters en Londres, una de sus primeras y grandes hazañas fue anunciar antes que cualquier otro diario, el asesinato de Abraham Lincoln. En 1870, entre Wolff, Havas y Reuters deciden tomar este paso de ser una gran comunión de información. Su agencia formó parte de la liga de la extensión de cables submarinos de comunicación entre Francia y Estados Unidos, lo cual favoreció al

⁹⁹ Agence France Presse. *Una agencia de prensa independiente*. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>

¹⁰⁰ Sabés Fernando, Verón José. (2009) *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*. Sevilla, España. Comunicación Social.

desarrollo de esta agencia, creando vínculos muy importantes y adquiriendo una base de información de mayor fuerza.¹⁰¹

Décadas más tarde Reuters se establece como una compañía, y en esa misma época, su información sobre los acontecimientos de la primera guerra mundial, fue primera antes que la del gobierno británico, situándola ya como un gigante de la información.¹⁰² Esta compañía desarrolla la transmisión de información a través de la radio hacia todo el mundo, y utilizando la técnica Morse a lo largo de toda Europa. Reuters, cada vez crecía más y evolucionaba como un medio de comunicación global.

En 1941, Reuters, pasa a formar parte de la estructura informativa británica, tratando de evitar la independencia informativa, que hasta ese entonces se había mantenido. Sin embargo Reuters luchó por defender sus principios, su integridad, e independencia en el trabajo que realizaba varios años.¹⁰³ Esto conllevó a que Reuters, años más tarde desarrollara el primer sistema de edición de video, dando un paso más en la tecnología y la evolución de la comunicación.¹⁰⁴ Esto no fue uno de sus mayores aportes de la sociedad, Reuters, también estableció el “mercado electrónico para la moneda extranjera”¹⁰⁵, abandonando el clásico cambio fijo que se manejaba hasta 1973 en el mundo. Reuters, después de varios años se la ve constituida como una de las agencias internacionales del mundo más representativas, y como tal creó una acción de fundadores,

¹⁰¹ Gil Rubén. (1993) *Periodismo Historia y Teoría*. Barcelona, España. Editorial CLIE.

¹⁰² http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1940_1890

¹⁰³ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1940_1890

¹⁰⁴ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1970_1960

¹⁰⁵ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1970_1960

Reuter Monitor Money Rates Service launched, an electronic marketplace for Foreign Exchange, a major world innovation.

para poder defender sus principios, como años atrás lo hizo con la prensa británica.¹⁰⁶ Luego una gran hazaña llegaría para esta agencia, ser el primer medio de comunicación en contar sobre la caída del muro de Berlín. Después de este acontecimiento Reuters ya estableció una oficina en Berlín.¹⁰⁷ No solo en estos años Reuters, fue destacada por su trabajo y por obtener noticias que los demás no lograban, desde sus inicio esta agencia de noticias fue un pilar para proveer la información a distintos lugares del mundo, y hasta algunos diarios de Estados Unidos dependían del trabajo que Reuters le podía proporcionar, o por lo menos cubrían la información que los diarios locales no se abastecían para lograrlo.¹⁰⁸

En esta última década Reuters ha conseguido nuevos logros, así como ha planteado nuevos objetivos, como fue el de expandirse más en el internet, creando así nuevos mercados de comunicación y ampliando las inversiones de la agencia. Además adquiere una nueva corporación de información "News Edge", elemento fundamental para obtener noticias globales a tiempo real. Sin dejar de lado, otro de los intereses de Reuters, el campo financiero, en conjunto con Microsoft, lanzan al mercado Reuters Messaging, sistema de mensajería que permite a las entidades financieras, estar en contacto con sus clientes y socios en cualquier momento.¹⁰⁹ Luego, continuando con su trabajo de comunicación, se trasladan a Canary Warf, donde todos los trabajadores de la agencia se establecen en un edificio y Reuters obtiene Action Images, agencia especializada en la fotografía de deportes, una necesidad que se debía

¹⁰⁶ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1990_1980

¹⁰⁷ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1990_1980

¹⁰⁸ Sassoon Donald, (2006) *Cultura el patrimonio común de los europeos*. Barcelona, España. Crítica SL.

¹⁰⁹ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#2000_present

satisfacer, debido a que, en cada área Reuters, pretende presentar su mejor trabajo técnico, para poder seguir evolucionando como empresa y agencia.¹¹⁰ En 2006, Reuters se abre campo en el ámbito virtual en Second Life, queriendo así posicionarse como un ofertante más de este mundo con casi un millón de habitantes, sin duda es un nuevo lugar donde ahora la agencia ya tiene renombre. Un mundo donde el periodismo aun no tenía pronunciamiento y que con la llegada del avatar Adam Reuter, se ha creado el periódico y revista de esta vida virtual.¹¹¹

Un avance más para la compañía, sin embargo para terminar con este gran trabajo de ser una gran agencia de noticias, anuncia en el 2009, su unión con la corporación Thomson, convirtiéndose en Thomson Reuters, creando así una alianza, que beneficiaría a las personas ofreciéndoles nuevos servicios en el desarrollo de la información.¹¹² Trust Law es un ejemplo de esto, es una lucha contra la corrupción y manipulación de información, brindando además un servicio de asistencia jurídica.¹¹³

Reuters ha atravesado por un largo camino, hasta poder lograr ser lo que es hoy en día. En la actualidad está presente en más de 90 países alrededor del mundo y su trabajo se lo encuentra en 20 idiomas diferentes. Por su larga trayectoria, y el trabajo que realizó Thomson por varias décadas, Reuters además de ser un gran medio de comunicación,

¹¹⁰ Hernández María. (2009) *Traducción y periodismo. Alemania. Peter Lang.*

¹¹¹ Heider Don. (2009) *Living Virtually, researching new worlds. New York. USA. Peter Lang Publishing.*

¹¹² http://thomsonreuters.com/about/company_history/#2000_present

¹¹³ http://thomsonreuters.com/about/company_history/#2000_present

también posee un alto nivel en el mercado de finanzas y este es el verdadero sustento de la compañía.¹¹⁴

2.6 Las agencias internacionales y sus abonados

Como previamente se ha establecido, el trabajo fundamental de las agencias es distribuir información del mundo hacia el mundo, gracias a la ayuda de corresponsales y a través de abonados en distintos países. Son los medios de comunicación globales que poseen un trabajo especializado desde varias décadas atrás.¹¹⁵

Las agencias internacionales así como poseen corresponsales en varios países del mundo para obtener información de los más recientes acontecimientos, cuentan con abonados, quienes reciben la información de las agencias para retransmitirla por sus propios medios locales.¹¹⁶ Sin embargo ningún trabajo emitido por los corresponsales puede dejar de pasar por el filtro que ejerce la central de la agencia, y así ser retransmitida la información a los abonados. Existe una gran variedad de agencias, como son las internacionales, las nacionales e inclusive las regionales, pero cada una tienen sus áreas de especialización, pretendiendo cubrir todos los ámbitos de información. No obstante se presentan casos de agencias q se especializan solo en una rama e la comunicación, y a sus abonado son se les envía, fotografías, resultados

¹¹⁴ <http://thomsonreuters.com/>

¹¹⁵ Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), *La información internacional en el mundo hispano hablante*. Madrid, España. COMPLUTENSE.

¹¹⁶ Novoa Eduardo (2001) *Derecho a la vida privada y libertad de información: un conflicto de derechos*. Mexico. Siglo Veintiuno editores.

de encuestas, entre otros trabajos de las agencias de noticias.¹¹⁷ Los abonados de las agencias, agradecen al trabajo del que son partícipes, debido a que las centrales ayudan a que varios lugares del mundo, se mantengan al tanto de los acontecimientos, a los que los medios locales no ha tenido acceso.¹¹⁸

En otras palabras, las agencias se convierten en empresas, y los abonados en sus clientes, pagando de igual forma por el servicio que reciben, debido a que son indispensables en el trabajo actual de periodismo. Está muy claro que no es nada fácil que cada medio de comunicación cuente con un corresponsal en cada rincón del mundo, así que deben valerse con el trabajo de las agencias.¹¹⁹

La trayectoria de varias décadas de las agencias de noticias hace que sus abonados confíen tenazmente en su trabajo, evitando así que pasen en el medio local por un nuevo filtro de información, es la confianza que se consigue por un trabajo veraz. Se ha visto que las agencias, emitan información directa a sus abonados sin pasar por las centrales regionales para que realicen el estudio de la información, viniendo directamente de central mayor.¹²⁰

El contacto que tengan las agencias con los abonados, y los corresponsales con las centrales, dependerá de la importancia que tenga el hecho sucedido. En el comienzo será una transmisión, pero si la noticia conlleva más de una emisión, la agencia prepara a su equipo para

¹¹⁷ Alonso Armando. (2006) *Enciclopedia de Periodismo*. Argentina. Valleta Ediciones.

¹¹⁸ Alonso Armando. (2006) *Enciclopedia de Periodismo*. Argentina. Valleta Ediciones.

¹¹⁹ Bodas José. (1994) *El mundo árabe y su imagen en los medios*. Editorial Comunica

¹²⁰ Gutiérrez Hugo (1974) *Información y Sociedad*. Fondo de cultura económica.

organizar un material de larga duración, el abonado tendrá conocimiento de esto, por lo tanto deberá preparar su parrilla de programación, para poder distribuir adecuadamente la información. El trabajo en esta ocasión se dividirá en avisos cada media hora, o como la agencia vea conveniente, y en informativos más duraderos, que proporcionen mayor información del acontecimiento.¹²¹

Las agencias han creado una clasificación dependiendo del trabajo que se vaya a emitir a sus abonados.

El primero es el flash, un acontecimiento de extrema urgencia, que siempre irá anticipado por la palabra flash. El segundo es el boletín, que es una extensión del flash pero irá citado con fecha y lugar. El que les sigue es Urgente, es la noticia ya resumida en al menos dos párrafos de extensión.¹²² El último en la clasificación de prioridades de la agencias es el avance, que pese a no tener un carácter tan importante como el urgente debe ser del conocimiento de la población, este puede ser emitido varias veces, y su extensión, es más de 3 párrafos claros y concisos. Asimismo las agencias del mismo modo que dividen sus informativos en prioridades, también lo hacen con las informaciones que son específicas. El previo, un avance de lo que puede pasar, es más un recordatorio para los abonados. Series previas, es un conjunto de datos, que se emiten como apoyo al contexto global de la nota informativa. Las previsiones, son anticipadas desde el inicio del día, son las de mayor importancia en la agencia de noticias, siendo profunda en su investigación. Resúmenes es

¹²¹ Hernández Francesco (2007) *Didáctica de la ciencias sociales, geográficas e historia. Barcelona, España. GRAÓ.*

¹²² González Elena, Bernabéu Natalia. (2008) *El periódico, La lectura del prensa escrita en el aula. CIDE*

el último clasificado en esta área de informaciones específicas, y es una nota informativa, que sintetiza la información obtenida a lo largo del día o de la noticia, informando cada vez más sobre un nuevo acontecimiento.¹²³ Actualmente las agencias dividen su trabajo en lo inicialmente redactado, sin embargo, cada día pueden aparecer nuevas clasificaciones, o dependerá además de la línea que maneje cada agencia, como es el caso de la EFE, que tiene otra división , pero de crítica, la cual puede ser o no optada por las demás agencias de noticias con sus abonados.¹²⁴

¹²³ *González Elena, Bernabéu Natalia. (2008) El periódico, La lectura del prensa escrita en el aula. CIDE*

¹²⁴ *1990. Información comercial Española. Ministerio de comercio.*

CAPITULO III

3.1 Reseña histórica de los diarios en Ecuador.

Resulta imposible hablar de la prensa ecuatoriana sin mencionar al ideólogo, médico, periodista y por sobre todo precursor de la independencia, Eugenio Espejo. De él no sólo se puede decir que fue reconocido por sus aportes médicos sino también por el gran talento que demostró dentro del ejercicio periodístico, siendo el primero en crear un diario en Ecuador en el año 1779 denominado el *Nuevo Luciano*, que era <<una obra de tesis en 2 hojas y 9 conversaciones eruditas para el estímulo de la literatura, que firmó como Xavier de Cía Apéstegui >>¹²⁵.

Se enfatiza en la creación del *Nuevo Luciano*, ya que aunque este haya tenido forma de un manuscrito, fue lo que más se asemejaba a un diario, en lo que se ajusta a la definición periodística, ya que mostraba una fuerte crítica al sistema educativo de la época.

¹²⁵ Pimentel, Rodolfo. *Eugenio Espejo*. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo3/e2.htm>

“(…) El Nuevo Luciano es un diálogo imaginario entre dos personajes imaginarios, el Dr. Miguel Murillo, médico pedante y conceptista y el Dr. Luis de Mera, ex jesuita ambateño, de luces, saber y prudencia. El diálogo fue escrito en imitación a los diálogos de Luciano de Samosata, aunque sin la gracia de este pues siendo su primera obra adoleció de estilo, se basó en la obra del padre José Francisco Isla, autor de Fray Gerundio de Campazas, y tuvo el valor de una ácida crítica al sistema educacional vigente, acusando a quienes debían hacer profesión de la sabiduría y vivían en la ignorancia (...)”¹²⁶

Posteriormente, Espejo adaptándose a todas las características de un visionario, redactó, lo que si fue un periódico en su totalidad el diario *Las primicias de la cultura de Quito*, del cual actualmente solo se cuenta con 7 números. A continuación se enumerará las obras periodísticas del quiteño Eugenio Espejo.

¹²⁶ Pimentel, Rodolfo. *Eugenio Espejo*. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo3/e2.htm>

Obras Eugenio Espejo	
Nombre	Año publicación
El nuevo Luciano	1779
Marco Porcio Catón	1780
La ciencia Blancardina	1780
El retrato de Golilla	1781
Reflexiones acerca de la viruela	1785
Defensa de los curas de Riobamba	1786
Representaciones al presidente Villalengua	1787
Discurso invitando a los quiteños a formar la escuela de la Concordia	1789
Primicias de la cultura de Quito	1792 ¹²⁷

Cabe mencionar que para poder contribuir con una apropiada reseña histórica de la prensa ecuatoriana, es preferible realizarlo de acuerdo a los gobiernos que ha tenido Ecuador. Es por esto que resulta dominante proporcionar una historia de los mandatos que ha tenido el país lo que proyectar la situación de la prensa de la época.

En 1832, durante el mandato del venezolano Juan José Flores, el periodismo no juega un papel crucial, el diario de más importancia de la época se denomina *Quiteño Libre*, creado por Francisco Hall y Pedro Moncayo, se destaca que el periódico tenía tendencia liberal, lo que iba en tendencia opuesta al régimen de la época.¹²⁸

¹²⁷ Realizado por Sofía Crespo y Estefanía Garrido. Basada en la información recuperada el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

¹²⁸ Comunicación e ideología. *La prensa escrita y su ideología*. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

En el gobierno de Gabriel García Moreno, la libertad de prensa se vio duramente coartada. Se destaca que dicho presidente gobernó amparado en la “Carta Negra”, constitución de la época que daba plenos poderes al Presidente de la República. El periodista que ejerció una campaña insaciable contra el régimen del presidente García Moreno fue Juan Montalvo en el año 1866, cuando Moreno fue asesinado, que publica el periódico *El Cosmopolita*.¹²⁹

En el año de 1895, durante el régimen *alfarista*; la prensa no fue la única beneficiada con este gobierno de tendencia liberal sino la cultural en general, ya que durante la presidencia de Eloy Alfaro la libertad de expresión y de prensa vieron una luz distinta. En seguida un cuadro en donde se expone los periódicos que surgieron en la época.

Periódicos creados durante la Presidencia de Eloy Alfaro. (1895-1924)	
Nombre	
El Telégrafo	
El Comercio	
El Día	
El Federalista	
La Democracia	
La Época	
El Tiempo	
El Constitucional	
El Diario de Quito ¹³⁰	

¹²⁹ Idem.

¹³⁰ Realizado por Sofía Crespo y Estefanía Garrido. Basada en la información recuperada el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

Años más tarde en la Costa ecuatoriana durante el gobierno del presidente Isidro Ayora, es fundado el diario *El Universo* por Ismael Pérez Pazmiño; periódico que hasta la actualidad es el diario más vendido dentro del periodismo nacional según lo indica el director de Últimas Noticias Jorge Ribadeneira.¹³¹

Durante el gobierno del presidente Bonifaz se publica por primera vez el diario *El Mercurio de Cuenca* el día 22 de octubre de 1924, bajo la dirección de José Sarmiento Abaad. Ribadeneira también enfatiza que el diario previamente nombrado es el que mayor número de lectores tiene en el austro ecuatoriano.¹³²

Dejando por un momento de lado a la cronología de los diarios ecuatorianos, se menciona también que durante el período de 1940 a 1960 el periodismo ecuatoriano tomó una estructura más definida, ya que se formó el gremio llamado UNP, Unión Nacional de Periodistas¹³³, cuyos fundadores primarios se destaca el fundador de la Casa de la Cultura Ecuatoriano, Benjamín Carrión; organismo que procura <<preservar, promover, fomentar, investigar, y difundir el arte, ciencia y patrimonio

¹³¹ Ribadeneira, Jorge. (2006). *El Comercio: 100 años de historia y testimonios*. Quito, Ecuador. Ediecuatorial.

¹³² Ribadeneira, Jorge. (2006). *El Comercio: 100 años de historia y testimonios*. Quito, Ecuador. Ediecuatorial.

¹³³ Comunicación e ideología. *La prensa escrita y su ideología*. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

cultural ecuatoriano, con la inserción social institucional, para el fortalecimiento de la identidad nacional.>>¹³⁴

Retomando la mención cronológica de los periódicos ecuatorianos se destaca los principales diarios de la prensa nacional, según hacen referencia las autoras del texto llamado *La prensa escrita y su ideología* Katherine Rivadeneira, Katherine Yépez y Soledad Yépez. A continuación un cuadro explicativo de los mismos:

Diarios principales nacionales		
Nombre	Año publicación	Ciudad
El Telégrafo	1884	Guayaquil
El Comercio	1906	Quito
El Universo	1921	Guayaquil
El Mercurio	1924	Cuenca
Últimas noticias	1938	Quito
La Tierra	1945	Quito
La Nación	1949	Guayaquil
El Ecuador	1955	Quito
El Tiempo	1965	Cuenca
Expreso	1969	Guayaquil
El Extra	1975	Guayaquil ¹³⁵

El periodista y locutor radial Ramiro Diez afirma que la prensa ecuatoriana tuvo un desarrollo acorde a la tendencia del gobierno de turno; durante los mandatos de tendencia liberal el periodismo tuvo un desarrollo crucial y

¹³⁴ Rodríguez, Marco Antonio. Misión y Visión CCE. Recuperado el 13 de febrero del 2012 en <http://cce.org.ec/index.php?id=28>.

¹³⁵ Realizado por Sofía Crespo y Estefanía Garrido. Basada en la información recuperada el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>

notorio, mientras que durante los regímenes conservadores los medios de comunicación fueron acallados.

Pero no es hasta el año 1906 en donde el diario en el que se centra esta tesis se funda, *El Comercio* fue el primer diario y el más importante periódico de la ciudad de Quito. Ribadeneira sostiene que *el periodismo quiteño tiene un antes y un después a raíz de la aparición de El Comercio*.¹³⁶

En el capítulo contiguo se profundizara en la aparición y reseña histórica del diario *El Comercio*.

3.2 El Comercio

Un periódico que fuera independiente de los partidos, fue base de “El Comercio”. Este ideal nació de los hermanos Mantilla, César y Carlos, que con su socio, Celiano Monge, el cual contaba con pocos sures, emprendieron este largo viaje y este sueño de ser como los países “adelantados”, como los decían ellos. Alejandro Mata, otro cofundador del diario “El Comercio”, cuyo papel fue muy importante para el desarrollo de esta nueva empresa, aportó con el capital necesario. Sin embargo era una tarea difícil, el mantener un periódico, todos los días del año, con el antecedente, de que varios diarios, semanarios y bisemanarios ya habían muerto.¹³⁷

¹³⁶Ribadeneira, Jorge. (2006). *El Comercio: 100 años de historia y testimonios*. Quito, Ecuador. Ediecuatorial.

¹³⁷ Ribadeneira Jorge, (2006) *El Comercio 100 años de historias y testimonios*. Ediecuatorial.

Ellos siguieron en la lucha, decidieron asesorarse con Estados Unidos, y desde su inicio, se dio el contacto con otro país, para que sea su fuente y su guía en el desarrollo del diario. National Paper & Type, confió en el sueño de estos ecuatorianos, y los ayudaron con las nuevas imprentas necesarias para comenzar la ardua labor. El primero de enero de 1906, “El Comercio” cobra vida para la ciudadanía quiteña, en conjunto con La Monona Leverless, una maquinaria de cama plana, que en sus inicios, solo conseguía imprimir dos páginas del diario, siendo notoria la necesidad de la impresión de “retiro”. Como era de esperarse de los primeros ejemplares, divididos en unos gratuitos para las principales tiendas de la ciudad y gente reconocida, y los otros de venta al público, muy pocos fueron vendidos.¹³⁸ El 1906 del Ecuador, empezaba con una nueva visión de desarrollo, no solo porque El Comercio, al fin había sido consolidado, el mismo año se instalaba el Banco del Pichincha, La Cámara de Comercio y Eloy Alfaro, volvía al poder, creando dudas y temor en los dueños de “El Comercio”, quienes habían presentado a su diario como liberal y despojado de los partidos políticos. Pero los fundadores de “El Comercio”, prepararon su presentación ante el gobierno de aquel entonces, presentándose como un diario, basado y esperanzado en el comercio del país, que sería el eje central de las redacciones del periódico, y sin dejar de lado la censura contra los errores, y el brindar mérito ante los aciertos del país.¹³⁹ El Comercio, se mantuvo imparcial ante los movimientos políticos de aquella época, ni alfarista, ni placista,

¹³⁸ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

¹³⁹ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

encontrando así, nuevos simpatizantes. Su segunda edición no fue sino hasta el final de ese mismo enero, pidiendo disculpas a los lectores en la primera plana y aclarando que su trabajo iría más allá del comercio, como se lo estableció antes, más bien el periódico iba a informar a la ciudadanía de las cosas de actualidad. El número 2 de El Comercio ya presento su columna “Social”, “Crónica”, tal vez una de las secciones más atractivas, la cual despertó interés entre los ciudadanos, un folleto donde se encontraba el trabajo del primer diario de Ecuador “Primicias de la Cultura de Quito”, era otro plus del diario. Los anuncios de comerciantes fueron visibles en esta segunda edición, 25 en su totalidad 10 más que en la primera. En ese entonces un periodista, debía ejercer la labor de reportero, editorialista, ciudadano y funcionario.¹⁴⁰

El Comercio, desde sus inicios busco un slogan, “Diario de la mañana”, el cual años más tarde fue alterado por “Edición de la mañana”, y a lado decía además “Diario Independiente”. Desde el 31 de mayo de 1910 se consolidó el cambio de “Diario Independiente, fundado en 1906”, como hasta ahora se lo conoce. Esto era necesario, tal vez para crear pertenencia a su diario, y que además sea recordado por estas breves palabras. Los años de inicio de El Comercio, fueron duros, creando expectativas de que tal vez moriría, y que pese a su campaña de ser independiente, trabajaba en contra del Eloy Alfaro, y era un simpatizante más de Leónidas Plaza. Sin embargo, cuando el trágico asesinato de los Alfaro y compañeros se suscitó en la capital Ecuatoriana, El Comercio, claramente evitó transmitir, los dilemas o la angustia de la ciudadanía,

¹⁴⁰ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

dejando de lado el sensacionalismo, para relatar lo sucedido objetivamente y despojándose de cualquier calificativo.¹⁴¹

Después de varios años, nuevas inquietudes aparecieron en el desarrollo de este diario, después de disputas presentadas en Esmeraldas, y no tener el alcance necesario para esta información, los dos hermanos Mantilla, ordenaron enviar de emergencia un corresponsal a esta tierra. En su edición especial de, el titular fue “Revolución en Esmeraldas”, creando un sinnúmero de comentarios entre los lectores, y dejando para la edición extra del diario, una explicación más profunda de los hechos. Un logro había sido alcanzado, pero otro incidente, ahora internacional sucedió en Europa, una masacre, la cual sucedió un 31 de Junio, y El Comercio lo publicó el 3 de Julio, sin duda alguna este atraso fue inadmisible para los editores, pero la tecnología de este entonces no permitía recibir la información extranjera más rápido.

Eso no fue un motivo para desalentarlos, más bien motivó a los periodistas a mantener cada vez mejor informado a los lectores y esforzarse por conseguir un trabajo que fuera no solo del agrado de los ciudadanos que seguían sus historias por medio de crónica, sino que los fundadores estuvieran a gusto con el desarrollo del diario. La relación del comercio con el exterior, con agencias internacionales de noticias, es histórica, según Santiago Piedra, jefe de redacción de la AFP, previamente se relata cómo, se asesoraron los hermanos Mantilla con Estados Unidos, para la impresión de los diarios, años más tarde ya existía el envío y recepción de información en Guayaquil, del mundo

¹⁴¹ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

exterior.¹⁴² Los hermanos Mantilla desde un inicio tuvieron muy claro el desarrollo del diario, corresponsales y agencias que los pudiera proveer de información a la cual ellos no tenían el alcance. Esto fue, y hasta ahora es una cooperación internacional de información, para conseguir hacer periodismo sin fronteras, sabiendo que lo que afecta a un país ajeno al nuestro, puede también ser de nuestro interés y afectarnos al mismo tiempo.¹⁴³

Así, después de 15 años de haberse inaugurado El Comercio, presentó otro avance, un salto tecnológico, el linotipo, el cual desalojó a los cajistas, y el trabajo de 6 personas en un día, el linotipo lo hacía en una hora.¹⁴⁴

El Comercio, mientras seguía creciendo y se iba formando, contaba con tan solo 8 páginas de información, con dos ediciones, la especial, y la extra, y sus titulares, que llenaban un cuarto de página, a diferencia, de lo que se puede encontrar en el tiempo presente. Sin duda, las noticias más relevantes, se encontraban en primera plana, para poder hacer noticia antes que su competencia más clara, El telégrafo, El día, y El universo.

¹⁴⁵ Los fundadores del diario, en conjunto con el equipo directivo, habían planteado la organización del diario, como en el resto del mundo se la presentaba, dejando el cuerpo principal y el de mayor transcendencia en primera plana, que en los años de inicio eran crónica y su columna social,

¹⁴² Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

¹⁴³ Benavides José Luis. *Escribir en Prensa*. Pearson Comunicación.

¹⁴⁴ Hoyos Juan José. (2000) *La pasión de contar.. Universidad de Antioquia*

¹⁴⁵ Ribadeneira Jorge, (2006) El Comercio 100 años de historias y testimonios. Ediecuatorial.

esto actualmente se lo conoce como el cuerpo noticioso del día.¹⁴⁶ En ese entonces contaban con ocho páginas de edición en la cuales no existían la variedad de suplementos informativos que se encuentran en las páginas de El Comercio, en el tiempo Presente.

El Comercio, contaba con su equipo directivo, Carlos Mantilla, director, Carlos mantilla hijo subdirector, jefe de información Gerardo Chiriboga, y el resto del equipo eran los periodistas y redactores. Ese sueño que había iniciado con 400 ejemplares, luego de 50 años, ya imprimían hasta 38000 ejemplares, así es como poco a poco El Comercio, con lucha y esfuerzo llegaba a ser lo que es hoy en día, fundando además Ultimas Noticias y Radio Quito.¹⁴⁷

Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo de *El Comercio*, informa que en el periódico desde sus inicios la construcción informativa de las noticias, fue la conocida mundialmente pirámide invertida, y que los hermanos Mantilla se asesoraron con países, que ya trabajaban varios años con diarios para saber cómo elegir la información más elemental y como debían estar organizados los diarios. La pirámide invertida se cree que cobró vida en la guerra de Secesión Norteamericana, cuando los corresponsales podían enviar solamente un párrafo de sus crónicas, y así se iba conformando la noticia, siendo esta técnica casi una obligación para las agencias de noticias y medio impresos.¹⁴⁸ El Comercio, optó esta técnica de periodismo y redacción, escribiendo textos que en sus primeros

¹⁴⁶ Clauso Raúl (2007) *Cómo se construyen las noticias*. Buenos Aires, Argentina. *La crujía*

¹⁴⁷ Ribadeneira Jorge, (2006) *El Comercio 100 años de historias y testimonios*. Ediecuatorial.

¹⁴⁸ Díaz Javier, (2003) *Manual de redacción ciberperiodística*. España. Ariel

párrafos se podría leer lo más importante, y dejando los datos de menor transcendencia, pero igual necesarios para la noticia, al final. Para los redactores de hace 100 años del diario El Comercio, como para los actuales, utilizar el esquema de la pirámide invertida, es una opción adecuada de presentar los hechos, exponiendo lo más importante en el primer párrafo y presentando un declive de información en el resto de la noticia, según Santiago Piedra, jefe de redacción de la AFP. El periodista puede optar por armar su nota como él decida, además de que tiene varios recursos para estructurarla. La nota puede ir en orden cronológico, redactando los hechos acordes van sucediendo; en tensión creciente, relatando el desenlace al final de la noticia, un esquema homérico, siendo la nota fuerte al principio y al final, o presentar los hechos un orden decreciente que vendría a ser la pirámide invertida.¹⁴⁹ Décadas atrás el diario contaba con pocas hojas de información, ahora son varias páginas que necesitan de su respectiva numeración para ser identificadas cuyas secciones son, Información General, Política, Economía, Quito, Sucesos, Cultura, Sociedad, Ecuador, Deportes, Construir, Agromar, Mundo, Lunes Deportivo, Ciencia y Tecnología y Entretenimiento.¹⁵⁰ Los suplementos de información que se encuentran en el diario, son de carácter explicativo, la información no contiene ese valor informativo que la actualidad noticiosa sí, por lo tanto la construcción de la noticia, podría variar de la estructura de *pirámide invertida*, o cambiar dependiendo del manual de redacción que cada medio escrito posea, según Richard Cortez.

¹⁴⁹ Armentia José Ignacio (2003) Fundamentos de Periodismo impreso. Barcelona, España. Ariel

¹⁵⁰ Diario El Comercio

En la primea página del diario, o conocida también como tapa, se resume a los lectores lo principal del contenido entero del diario, de ese día. Es visible, la jerarquización de las notas de cada periodista, así como las fotografías, ilustraciones o infografías¹⁵¹. Los títulos, son otras variables de jerarquización, sus dimensiones brindan un valor informativo de importancia de cada noticia.¹⁵²

Richard Cortez, comenta que las páginas dos y tres, son las designadas para las noticias más importantes, para el despliegue y continuación de la tapa, en ocasiones, las páginas continuas pueden ser alteradas para que la información de estas primeras páginas continúe. En las secciones restantes se hablará de la actualidad nacional, política, economía, deportes, internacionales, entre otros. En el momento que se ha decidido implementar una sección en el diario, se la debe respetar en el tiempo de estadía de la misma, ya que esto crea identificación de los lectores, y formaliza su interés con el diario en el momento de buscar los temas de preferencia.¹⁵³

Richard Cortez, sostiene que las plazas de publicidad en el diario pueden variar, ellos pueden tener clientes por varios años, y por ende tendrán preferencia ante nuevos interesados en los espacios publicitarios. Es relevante destacar la importancia de la publicidad en medios gráficos, quizá esta sea el mayor ingreso para diarios.¹⁵⁴ Los redactores, deben limitar las noticas a los espacios de fotografías, infografías y aun más a

¹⁵¹ Clauso Raúl (2007) *Cómo se construyen las noticias*. Buenos Aires, Argentina. *La crujía*

¹⁵² Barrére Bernard (1982) *Metodología de la historia de la prensa española*. España. XXI Editores

¹⁵³ Reid Ellen (2002) *Fidelidad en la red*. Bogotá, Colombia. Norma

¹⁵⁴ Boland Lucrecia (2007) *Funciones de la administración*. Argentina. REUN

los espacios designados para publicidad. Existe la consideración de que los avisos deben estar ubicados bajo cierto criterio dentro de la distribución de la página, sin embargo la ubicación de cada publicidad ya dependerá de la mesa de edición y diagramación.¹⁵⁵ Los espacios de avisos se dividen en dos mitades del diario, los anuncios que generan ingresos al periódico se los ubica en la primera mitad del diario, así como los *auto anuncios*, que son suscripciones, o un suplemento del mismo grupo El Comercio, se los coloca en la segunda mitad del diario.¹⁵⁶

Entre todos los medios informativos se presenta la información circular, que es un complemento de relato de sucesos, entre radio, televisión y prensa, o tal vez se lo describe mejor como la baja diferenciación entre el trabajo informativo que presenta cada medio, todos dependen o utilizan los mismos elementos para comunicar. Lo que se espera de esto es la imitación entre los distintos medios, que la comunicación sea similar y lo que diferencie a un medio del otro en cuanto a informar se refiere, sea muy leve, y solo los periodistas puedan ser conscientes de esto, mientras que a los receptores solo se les creará la interrogante de saber de dónde obtienen toda la información que día a día reciben.¹⁵⁷

El Comercio, tiene un equipo de trabajo, de cientos de periodistas que día a día trabajan para que la ciudadanía esté informada. Además de poseer periodistas en la capital del Ecuador, poseen una gran red de corresponsalía a nivel nacional, para poder obtener toda la información

¹⁵⁵ Clauso Raúl (2007) *Cómo se construyen las noticias*. Buenos Aires, Argentina. *La crujía*

¹⁵⁶ Benavides José Luis. *Escribir en Prensa*. Pearson Comunicación.

¹⁵⁷ Cardoso Gustavo (2008). *Los medios en la sociedad en red*. Barcelona, España. *El ciervo*.

transcendental del momento¹⁵⁸, sin embargo existe un paso en el momento de adquisición de información y redacción de la noticia, que quizás muchos de los lectores no conocen.

Existe un proceso de acercamiento de los medios hacia la realidad, y como se construye la noticia a partir de ese evento. Los periodistas para hacer su nota necesitan o estar presentes en el lugar o precisan del contacto directo con las fuentes, estas pueden ser oficiales o privadas:

- Entrevistas.
- Ruedas de prensa.
- Estudios.
- Información de archivo.
- Internet.
- Denuncias de protagonistas
- Agencias de noticias.

Estos podrían estar clasificados como todos los posibles orígenes para la construcción adecuada de una noticia. Es así que la carencia de cumplir con una nota periodística en estos días, es simplemente por exceso de trabajo del periodista u ociosidad. Además es necesario enfatizar que ningún periodista puede escribir su nota, sin antes conocer los antecedentes de la misma, pese al reconocimiento que el mismo tenga, o

¹⁵⁸ Alexander Martínez, director AFP Ecuador

que tan fiable sea su trayectoria, esta no puede ser suficiente para llenar este vacío informativo.¹⁵⁹

El Comercio cuenta con varios agentes que les provee de información para la construcción informativa del diario, las agencias de noticias son quizás uno de los elementos más importantes. El trabajo de las mismas es informar a los periodistas, a los medios y no al público directamente. Las agencias trabajan para proveer de información a los diarios y si una persona natural desea adquirir su información, debe suscribirse para poder contar con este servicio¹⁶⁰.

3.3 El Comercio y su relación con agencias internacionales de prensa

Es clave el papel que juegan las agencias para el desarrollo de la prensa mundial, ya que como se lo habían mencionado anteriormente, las agencias internacionales de prensa tienen como función primordial proporcionar información de los acontecimientos internacionales, a los distintos medios con los que mantiene una relación laboral. Se destaca que la agencia de prensa recoge información de la red de corresponsales con los que cuenta a nivel mundial, para después enviarlo a su respectiva central; en donde toda la información que es enviada por sus corresponsales es tratada para después ser enviada a los medios con los que trabaja, no solo medios escritos sino también, radios, revistas,

¹⁵⁹ Clauso Raúl (2007) *Cómo se construyen las noticias*. Buenos Aires, Argentina. *La crujía*

¹⁶⁰ Cutlip Scott (2006) *Manual de Relaciones públicas eficaces*. New Jersey, USA. Gestión 2000

televisión y medios multimedia, Ahora bien los servicios que proporcionan las agencias de prensa no se limitan únicamente al texto, sino también van de un rango de fotografías, videos e infografías, que son un soporte grafico que aporta con datos estadísticos, cifras o ubicaciones geográficas.¹⁶¹

Se destaca que las agencias de prensa no prestan sus servicios únicamente a medios escritos ya que desde la aparición de los diversos medios multimedia, como los *smartphones* y la masificación del internet; la inmediatez que ha generado en los lectores ha ido incrementando progresivamente, es por esto que tanto los medios locales como las agencias de prensa han procurado cubrir esas necesidades enviando textos informativos cortos en donde se le informe al lector instantáneamente, razón que condujo a las agencias a mantener relaciones laborales con medios audiovisuales y medios multimedia, específicamente con periódicos virtuales como lo manifiesta Eduardo García Gil, corresponsal en inglés de la agencia internacional de prensa Reuters.

Ahora bien, es preciso entender que las agencias de prensa son un recurso informativo que provee información internacional a los diarios locales que no cuentan con una red de corresponsales tan extensiva como ellos por cuestiones de costos. Richard Cortez manifiesta que *para mantener un corresponsal freelance en NY, está establecido un valor por cada nota 150 USD-200 USD, si produce un promedio de dos notas por*

¹⁶¹ García, Pedro. 1990. *El idioma español en las agencias de prensa*. Madrid, España. Fundación Ruipérez.

semana, se habla de alrededor de 300 dólares a la semana, o 1200 al mes por ocho notas mensuales, lo que gana aquí un coordinador de área.

Lo que lleva a preguntarse cómo el diario El Comercio, cuya primera publicación fue en el año de 1906, ya contaba con textos informativos de lo ocurrido en el exterior, tomando en cuenta que la red de corresponsales del diario en aquel entonces apenas se estaba integrando.

Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo del diario El Comercio, comenta que el periódico ya contaba con nexos con las agencias internacionales de prensa; como es el caso de la agencia de prensa llamada UPI¹⁶², *United Press International*, agencia de prensa estadounidense. Jorge Ribadeneira, uno de los periodistas más antiguos del diario, fue corresponsal de la agencia UPI a sus 17 años de edad, siendo esta la primera agencia de prensa con la que el periódico tuvo relación. **(Ver imagen contigua)**

¹⁶² United Press International. *UPI*. Recuperado el 24 de febrero del 2012 en http://es.wikipedia.org/wiki/United_Press_International

Ejemplar *El Comercio* del año 1906 – Cable, últimas noticias.



Cortez afirma que la relación del diario *El Comercio* con las agencias de prensa comenzó desde su fundación ya que los servicios que proveen las agencias internacionales de prensa fueron y son un complemento para el desarrollo periodístico mundial.

La relación que mantiene el diario con las agencias de prensa, es una relación netamente comercial. Pedro Dazan, Jefe Administrativo de la Redacción de *El Comercio* hace referencia a que el nexo del diario con la agencia es manejado por contratos, los cuales se pueden renovar cada año, cada dos años o se renuevan inmediatamente, todo depende del caso de la agencia de la que se habla.

Dazan destaca también cuáles son las agencias con las que el diario tiene relación. De las que recibe servicio de información, específicamente texto, está la agencia inglesa Reuters, la agencia francesa AFP, DPA la

agencia alemana y por último la agencia de prensa italiana, ANSA. Complementando al testimonio de Pedro Dazan, el coeditor de la sección Mundo Richard Cortez, sostiene que *“también El Comercio cuenta con un freelance en Madrid, es un corresponsal al que se le paga por obra pero no tiene exclusividad con nosotros, otro corresponsal freelance en Nueva York; y corresponsales en Buenos Aires y en Bogotá, ellos si tienen exclusividad con el diario, ya que están en rol de pagos”*

Conociendo ya cuáles son las agencias con las que *El Comercio* tiene relación, se debe conocer también que los contratos no son iguales. Dazan se refiere con esto a que cada agencia se maneja con un tipo de contrato distinto a las demás, citando sus palabras durante la entrevista, manifiesta que *“Tenemos contrato con algunas agencias de noticias, pero únicamente con dos de ellas tenemos contratos completos, tanto de texto como de fotos y en ciertos casos infografías. De la Agence France Presse tenemos servicio de texto, fotos e infografías y con la otra agencia que contamos con un contrato completo es con Reuters, texto, fotos e infografías.”*

No obstante las agencias de prensa, tienen precios diferenciados, ya que como lo indica Richard Cortez no es lo mismo negociar con el periódico *New York Times* o el *Chicago Times* que negociar con *El Comercio*, así como también no es lo mismo negociar con *El Mercurio*, *El Tiempo* de Cuenca o en su caso *El Hoy*.

Por su parte el jefe administrativo de redacción, Pedro Dazan, manifiesta también que además de las agencias de noticias DPA, AFP, Reuters y

ANSA, existen también dos agencias que suministran servicios de información de distinta manera al diario El Comercio. Estas son la agencia italiana IPS, que se encarga de enviar más artículos que notas y la agencia de prensa americana McClatchy Tribune cuya función principal con El Comercio es abastecerlo de ilustraciones e infografías.

Con la única agencia que El Comercio no tiene relación es con la agencia de prensa española EFE. Richard Cortez sostiene que << esta agencia tiene la particularidad de que cuando redacta sus temas sí piensa en el lector latinoamericano y en el lector español, que muchos de ellos tienen una posición de migrantes. Entonces se puede decir que el enfoque que tiene EFE es un poco más latino americanizado, para que la gente lo entienda de mejor manera ya que mide los contenidos para que los lectores entiendan el mensaje con mayor claridad. Además que EFE cuenta con una buena proyección de corresponsales. Los diarios nacionales que trabajan con esta agencia española son El Universo, El Expreso y El Hoy, este aspecto nos golpea como periódico, ya que nosotros no lo hacemos >>

La transmisión de información de las agencias de prensa hacia al diario El Comercio es por vía satelital, el satélite lo envía una base de datos, tanto de texto como de fotografías. <<El programa editorial que lo maneja, que próximamente lo vamos a cambiar es el GN-3, según lo manifiesta Richard Cortez, permite por un lado hacer diseño a los diseñadores, fotografía a los fotógrafos y a los periodistas permite manejar las fotos y los textos. Posteriormente se va a una ventana donde pones **P (Pictures)** o **W (Word)** para que posteriormente salga toda la información en línea>>

Cabe mencionar que el periódico *El Comercio*, a más de contar con corresponsales “freelance”, corresponsales de nómina y trabajar con agencias de prensa también es miembro de la asociación Grupos de Diarios de América **(GDA)**. Asociación que aglutina a los principales periódicos de Latinoamérica, cubriendo un territorio de Estados Unidos hasta Argentina, en total son 25 periódicos que tienen este convenio y que pueden hacer uso de información e intercambio de información como lo manifiesta Cortez.

Cortez también expone una situación en donde se pudo apreciar las ventajas de pertenecer a esta asociación. Fue durante el conflicto libio, ya que *El Comercio* de Ecuador no tenía corresponsal en Libia, de tal manera que *El Comercio* de Lima desplazó a su corresponsal de Egipto y lo mando a Libia. Por su lado *El Universal* de México, envió personal exclusivamente a donde se desarrollaba el conflicto con Gadafi, de tal manera que *El Comercio* siendo miembro de la GDA tuvo facilidad para acceder a la información.

Se puede entonces concluir que las agencias de prensa son un complemento para registrar los acontecimientos a nivel mundial.

Cortez hace mención a que *El Comercio* cuenta con una gran red de corresponsales nacionales. Cuenta con oficinas regionales; en Guayaquil, en Cuenca, Ambato, Santo Domingo e Imbabura. Corresponsales en Coca, Esmeraldas y Tulcán.

Por ende la agencia internacional es la visión externa de lo que pasa en el mundo. Cortez sostiene que hace 20 años atrás, el concepto de la

agencia de prensa era prácticamente incuestionable. Pero hoy en día con todos los medios multimedia que existen; como twitter, facebook, y periódicos en línea, que tienen infinidad de propósitos; la agencia se convirtió en la ayuda, en el insumo de información de lo que pasa en el mundo, pero no el único.

Dazan comenta que es innegable la facilidad que proporcionan las agencias para obtener información, texto y fotografías de lo que sucede en el exterior. Los contratos AFP- Reuters son como sellos de calidad ya que son agencias que tienen una trayectoria de muchos años.

3.4 Relación Comercio AFP- Reuters

Las agencias de noticias se encargan de proveer información a sus abonados en distintos países del mundo, donde los medios locales no pueden tener el acceso necesario. Tal es el caso del diario El Comercio, el cual necesita información acerca de los sucesos internacionales, pero no puede tener corresponsales propios en todos los países del mundo.¹⁶³

En ese momento, intervienen la agencias de noticias, El comercio ha hecho un convenio con ellos, su relación es histórica y a continuación se explica detalladamente la relación que mantiene El comercio con la AFP (Agence France Presse).

Alexander Martínez, director de la AFP, en Ecuador, nos comenta que la agencia mantiene una relación básicamente comercial con El Comercio,

¹⁶³ Clauso Raúl (2007) *Cómo se construyen las noticias. Buenos Aires, Argentina. La crujía*

en la que provee de servicios informativos al diario, los cuales pueden ser de texto, fotografías, infografías y en un futuro están planeando proveerles de video para su página web. La AFP vende paquetes informativos al diario, y para eventos importantes, tales como el mundial de futbol o los juegos olímpicos, se les ofrece los mismos paquetes informativos pero con una información adicional, con un plus para las notas. Es claro que los periódicos no cuentan con una red de corresponsales como la AFP, tampoco esa es su intención, por más esfuerzo que realicen, el trabajo no será el mismo que de una AFP, Reuters o AP. AFP, agencia mundial de noticias garantiza su presencia alrededor del mundo, con más de 2900 colaboradores en 165 países del mundo. Su enfoque es muy general, cubriendo actualidad política, coyuntura económica, deportiva, social. Así, el diario El Comercio, se complementará con Reuters que tienen un enfoque claramente económico.

Richard Cortez, previamente comentó acerca de cómo se estructuraba el acontecimiento internacional, cómo ellos utilizan distintas notas de diversas agencias de noticias, para estructurar la noticia que se publicará en el Ecuador. Alexander Martínez, Director de la AFP, explica que existen periódicos que trabajan con más de tres agencias, como es el caso del El Comercio. El editor de internacionales, debe recoger la información de todas las agencias publicadas en el servidor, y crear su noticia a partir de esto. Otro caso podría ser que escogen la noticia que llega primero de la agencia que sea, o deciden hacer su nota de la agencia que ellos consideren sea más fiable. Para la AFP, no existe

inconveniente con que se mezclen los contenidos con las notas de otra agencia, ya que cada uno vende sus servicios. Como fue en el caso de Libia, El Comercio, combinó la información enviada de AFP desde la ONU, con la de Reuters que fue desde Trípoli.

El proceso de información siempre es sobre fuentes propias, nos relata Santiago Piedra, Jefe de redacción de la AFP, en Ecuador, ya pasó la época en que los medios de comunicación, y sobre todos periódicos y radios, eran fuente para las agencias, por la información que generaban localmente, y una agencia no tenía el alcance a estos hechos. Ahora con los nuevos mecanismos de información, todo es más fácil incluso para acudir a fuentes directas, como un contacto telefónico, o un boletín de prensa recibido por correo electrónico. Así funciona en todo el mundo, cada cliente en el Ecuador, como es El Comercio, El Universo, La Hora, entre otros, reciben la información a un servidor que la AFP les proporciona, a través de una antena, todo es recepción satelital, explica Javier Casares, responsable técnico de la AFP, para el Ecuador.

En el pasado, la información se entregaba por paquetes, la oficina de la AFP, sí tenía contacto directo con sus clientes en el Ecuador, ahora ya no es así; todo se genera por la recepción de antenas que la misma agencia instala a sus clientes. Ahora todo se hace vía internet, se recibe todo en una mesa de información, y posteriormente se la envía a París, para un sistema de catalogación y almacenamiento de información, tanto lo que la central envía, como la que recibe. Después de este proceso se envía todo a Houston, en Estados Unidos, para que la información sea traspasada a los satélites. AFP cuenta con 16 satélites actualmente, a través de este

medio se hace el reenvío de la información hacia los clientes. Esa señal se captura en las antenas parabólicas de cada abonado, hacia un hardware codificado propiamente de la agencia, y pasa luego a un sistema donde se estructura la información, por temas, y por lo que necesite el cliente en ese momento.

Es notorio como la prensa ecuatoriana se ha modernizado, pretende tal vez ir a la par con las agencias, es más ágil, antes no se daba por cuestión de tecnología, como es claro el ejemplo, de que no muchas décadas atrás El Comercio dejó de utilizar los linotipos para armar sus notas. Así mismo como es el proceso de armar las notas en la agencia y en medios locales no es muy distinto, comenta Santiago Piedra, jefe de redacción, “nosotros basamos nuestro trabajo en el principio de la pirámide invertida”. Cada agencia tiene su propio estilo de redacción, no hay un formato único para todas las agencias, cada quién lo va actualizando de acuerdo a sus necesidades o de acuerdo a las necesidades de sus clientes. Alexander Martínez, expone que AFP, se ha acostumbrado a utilizar muchos “quotes” o citas, básicamente en los párrafos de corbata, y segundos párrafos que refuercen lo que se dice en el primer párrafo, esto especifican los manuales de redacción de la Agence France Presse. Toda la información emitida en las oficinas de Latinoamérica, se envía a Montevideo, cuando Montevideo cierra aproximadamente a eso de las 11 pm, AFP Ecuador, envía a la oficina de Washington, hasta las 3 am ellos mantienen un horario extendido. Esto sucede con todos los textos, imágenes e infografías que se producen, además tienen subjefatura regional que es Colombia, acota Pablo

Cozzaglio, fotógrafo de AFP, en Ecuador. Ellos reportan todo a Montevideo, donde se encuentra el editor principal de español, igual que el director de fotos.

Ahora bien, algo que sí diferencia los medios locales de las agencias, es que la competencia entre agencias no existe, lo que sí se encuentra presente es la exclusividad o primicia de cada agencia de prensa. Si AFP, consigue una exclusiva, no tomarán ni minutos para que Reuters o AP, este publicando lo mismo. No es como antes que no se podía conocer el trabajo de la competencia. En Internet se puede tener un claro seguimiento de otras agencias en tan solo unos segundos. Hay algo que siempre ha caracterizado el trabajo de las agencias internacionales y es el balance que debe haber entre rapidez y calidad. En la agencia no pueden ir estas dos cosas por separado. Las agencias siempre han ofrecido servicios on-line, más allá de que treinta años atrás no hubiera las mismas tecnologías, han sido medios que informan conforme van sucediendo los hechos. Ahora solo se ha acortado más las brechas, pero siempre han informado sobre la marcha. El desafío de una agencia es siempre encontrar ese balance. Esto les ha acercando cada vez más a otros medios conforme avanzan la tecnología, las agencias siempre toman previsiones ante medios locales para salir primero si es algo con relevancia internacional. Además se han destacado por tratar, según ellos mismos afirman, de mantenerse objetivos, y esto brinda renombre a su trabajo y a quienes forman parte de ella.

Pablo Cozzaglio, fotógrafo de AFP, cuenta que ejercer su profesión en la agencia, es complicado, debido a que la fotografía es subjetiva y que a la

vez maneja un perfil semiótico mucho más intenso que el texto de las agencias. La fotografía periodística se maneja como testigo certero de lo que ha sucedido, y toda esta historia, empezó a partir de la segunda guerra mundial ya que en ese entonces no existía manipulación de la imagen, como ahora se puede dar por los avances tecnológicos y la era digital. Cabe recalcar que si en una agencia descubren que se ha manipulado alguna fotografía publicada, el actor de esto será despedido inmediatamente, y a la par se le creará una reputación, la cual podría terminar con la carrera del fotógrafo. El fotógrafo entiende que la gente que va a mirar unaq fotografía, no está en el mismo país y que ésta no puede ser sobrentendida. La imagen tiene un “caption” o título, que es una guía o un plus de información pero el éxito de la fotografía es que la persona entienda la imagen sin necesidad de leer este título En las agencias de Ecuador no se hacen fotos todos los días, solo se hacen coberturas de eventos que realmente sean importantes para la comunidad internacional. En la fotografía de agencia siempre se deben manejar muy buenos referentes, entre ellos, referentes de lugar, pues de alguna manera se debe especificar en la fotografía que el suceso es Ecuador. En el trabajo de un diario local, como de El Comercio, el periodista observa cómo se van creando los resultados con la información que se construye, al contrario que en la agencia: el periodista no influye en el resultado de la nota, el fotógrafo produce las imágenes lo mejor que puede y luego se las ve publicadas. Existe un nivel que se debe respetar el directorio de la agencia es muy exigente, son muy altos los niveles de

calidad que exigen; por lo que se debe entregar fotografías que vayan acorde a los parámetros que exigen.

Todo el trabajo realizado por la agencia debe ir directo a la mesa de edición, los editores miran y comprueban, que todo esté acorde a sus objetivos informativos, después de ese proceso se rebota la información al servidor, y se envía a los clientes, explica Alexander Martínez. Cuando existe un acontecimiento muy relevante, en el Ecuador y es de trascendencia internacional, AFP debe cubrirlo cumpliendo con todos los parámetros de exigencia de la agencia; con la diferencia de que *El Comercio* posee 14 fotógrafos; mientras que AFP solo cuenta con dos fotógrafos en el país y su información irá para todo el mundo y no sólo al medio local como en el caso de El Comercio.

El trabajo interno de una agencia es muy distinto a lo que es un trabajo en un medio local, los tiempos son fundamentales, se trabaja con otros horarios de cierre. A las agencias de noticias se les evalúa los impactos semana a semana, en base a cuantas de sus notas, fotos o videos han sido publicadas en el mundo entero. El trabajo en una agencia tiene una presión mucho mayor, que en un diario local, si se envía una imagen 5 minutos tarde, simplemente esta no saldrá, y el gran éxito que podría haber obtenido, se quedará en el olvido. Esa es la dinámica de la agencia que la diferencia de medios locales.

Dentro de una agencia de prensa se debe pedir autorización, para cualquier idea de trabajo que un corresponsal proponga, se tiene cierta libertad para hacer las notas, no se publica lo que el periodista quiere, solo lo que la mesa de edición decida. Tal vez sonará riguroso el trabajo

de la agencia, sin embargo esto ha llevado a que sea, entre varias cosas, la menos tendenciosa de todas; con esto se hace referencia a que la agencia de prensa procura brindar una perspectiva lo más globalizada posible. Es una estructura sin fines de lucro que no es ni pública, ni privada, que pertenece al estado pero no al gobierno. Siempre se ha caracterizado por tener mucha independencia, y criticar a los gobiernos franceses. La France Presse es más autónoma, la edición se va por la rigurosidad y calidad, pero no por la tendencia.

Otra agencia con la que trabaja y está suscrito El Comercio es Reuters, que ahora se llama Thomson Reuters, por la fusión realizada la década anterior. Pese a que es una agencia más especializada en lo que a que economía se trata, brinda información de todo el mundo. A continuación se explicará la relación que mantiene la agencia con el diario.

En la oficina de Reuters, localizada en la capital del Ecuador, se escriben notas sobre el país, para emitir a la oficina principal de la agencia, que serán los acontecimientos del Ecuador transcendentales para el mundo exterior. Eduardo García, corresponsal de Reuters en el Ecuador, comenta que la emisión de noticias ecuatorianas hacia la agencia puede variar dependiendo del año, o bien puede ser que se requiera implementar cambios por la demanda de los lectores. En la oficina de Quito, se escriben notas sobre política, economía, entre otros, para el mundo exterior, sin embargo en ocasiones ni los medios locales han conseguido esta información y es entonces cuando El Comercio acude a utilizar las notas de Reuters. En ese momento se convierte una carrera entre los medios locales y Reuters por saber quiénes serán los primeros.

Reuters la central, se encarga de enviar cualquier información a sus clientes, en este caso El Comercio tiene acceso a la terminal, que funciona de manera parecida a cualquier explorador a la vez el editor de Ecuador puede buscar la nota sobre el tema que necesite; cabe mencionarse que existen un sinnúmero de códigos para lograr esta búsqueda. El Comercio, paga cierta cantidad de dinero por ese servicio, y ya dependerá del diario si publica o no las notas que las agencias les envíen. Existen paquetes de información, pueden ser notas: solo en español, o solo en inglés, o quizás solo les interese tener información sobre Latinoamérica, que sin dudar será más económico que un global.

Reuters, es una agencia conocida por centrarse en la economía, sin embargo Eduardo García afirma que pese a eso, la agencia no se puede olvidar de los demás sucesos, ya que todo va de la mano. Es conocido, que entre las agencias existe una carrera por ser el primero en emitir la información, recalca Eduardo, un pensamiento distinto de lo que AFP considera es el trabajo de las agencias. A todos los corresponsales de Reuters, se les evalúa si son o no los primeros en obtener la primicia, al final de cada mes se publican las estadísticas de cuantas veces obtuvieron la exclusiva. Además se deben tomar en cuenta ciertas variables; el lugar de emisión de la noticia, la primicia << ser los primeros>> pero siempre está presente la dirigencia para ser los mejores. Reuters es un organismo que continuamente está cambiando, y saber cuál es el enfoque ahora o como será en cinco años, es muy difícil ya que este siempre presentará ajustes en su trabajo. Más aun con la fusión con Thomson, la dinámica de la agencia fue alterada claramente, y el grupo

de trabajo ha variado, dejando de lado los anteriores líderes de la agencia. La iniciativa de este año, es conseguir noticias nuevas y diferentes, sin dejar de lado las tradicionales. Reuters ofrece además del servicio ya conocido de las agencias, está promocionando su trabajo multimedia, y es posible que próximamente firme con un canal local para brindar sus servicios de televisión.

El trabajo periodístico de un diario al trabajo periodístico dentro de la televisión varia, así como el crédito que se les da a las agencias. *El Comercio* utiliza información de las agencias, lo publica, si un canal usa imágenes de Reuters, no es necesario que informe su fuente de información. Las agencias de noticias, brindan varios servicios a sus abonados en cada país, debido a que los medios locales no cuentan con un grupo de corresponsales para poder adquirir la información, Reuters brinda a *El Comercio*, cobertura global, inmediatez, adherencia a los estándares periodísticos, tradicionalismo al momento de escribir las notas, para que la noticia se limite a informar. Gracias a esto *El Comercio*, puede profundizar en las notas enviadas por las agencias, las cuales no tienen el tiempo para realizarlo, debido a su rutina de trabajo inmediata, afirman sus empleados.

CAPÍTULO IV

4. La construcción informativa del diario “El Comercio” mediante las agencias internacionales de noticias AFP y Reuters. Caso: conflicto libia

4.1 Construcción informativa del diario El Comercio en base a AFP y Reuters acerca del conflicto libio

“Lo que pedimos es imparcialidad, creatividad y un poco más de aproximación al hecho, esos son los requisitos para que la información sea publicada en el diario”, así lo manifiesta Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo del diario El Comercio. Estos parámetros no se aplican únicamente para los periodistas que trabajan dentro del diario, sino también a la información que es recibida por entidades externas, ya sea de los diarios que pertenecen a la GDA (*Grupo de Diarios de América*), por corresponsales o sea enviada por agencias de prensa ya que El Comercio tiene una guía editorial de tendencia moderada a la cual

regirse, por lo que no puede publicar información sesgada, según lo manifiesta el articulista del diario Jorge Ribadeneira.¹⁶⁴

El diario trabaja con una elección cuidadosa de agencias de prensa. Como se lo había mencionado anteriormente *El Comercio* trabaja con cuatro agencias, las cuales son: ANSA, DPA, Reuters y AFP. Richard Cortez afirma que cada una de estas agencias son las más representativas a nivel mundial; ya sea que estas agencias aporten con texto, fotos o infografías, no dejan de ser datos periodísticos de calidad los que envían a los medios de comunicación con los que mantienen contratos.

Cada agencia, así como cada periódico, tiene su enfoque. Si bien es cierto, que las agencias de prensa son reconocidas por su imparcialidad, cada una de ellas da más énfasis a un aspecto noticioso¹⁶⁵. Por ejemplo, en el caso de la Agence France Press o AFP, que es la agencia con más antigüedad, esta se distingue por brindar contextualización informativa.

“El valor adicional de AFP, es que mientras va desarrollándose la noticia, no se conforman solo con enviar la información del hecho principal. Sino que comienzan a mandar notas analíticas dos o tres horas después que haya tomado lugar la noticia” sostiene Cortez.

¹⁶⁴ Ribadeneira, Jorge. (2006). *El Comercio: 100 años de historia y testimonios*. Quito, Ecuador. Ediecuadorial.

¹⁶⁵ Villamarín, José. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Ecuador: Radmandí.

Cortez explica también que <<Las notas analíticas son aquellas que le dan contexto a las cosas, esto definitivamente es un valor agregado ya que proporcionan al lector los **por qué** se desarrollaron los hechos>>

Mientras que la agencia de prensa Reuters, tiene un enfoque más dirigido al impacto económico que tienen los acontecimientos en el mundo, ya que la principal función de Reuters es proveer información a los mercados financieros.¹⁶⁶ Es por esto que Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo se manifiesta de la siguiente manera con respecto a la perspectiva de la agencia inglesa <<Reuters, además de brindar la parte “dura” del periodismo, tiene una visión mucho más enfocada en lo económico. Tiene una versión lo más objetiva posible; a diferencia de la AFP que sigue siendo noticioso pero que después se permite enviar notas analíticas que, como lo dije anteriormente, consientan a la contextualización del hecho.>>

Para un medio de comunicación, en este caso, para *El Comercio* es un tema delicado armar la información internacional con las versiones proporcionadas por las agencias de prensa. Ya que cuando toman una versión de una agencia, esta tiene que complementarse con la visión de otra; considerando que este diario se basa en, por lo menos , dos agencias de prensa para construir una nota informativa.

“Cuando uno comienza a mezclar el hecho noticioso con la interpretación de lo que sucede ya se tienen ciertas licencias para dar a entender a la gente el porqué de los hechos”, así lo afirma Richard Cortez, haciendo

¹⁶⁶ *Reuters, Latam*. The business of information. Recuperado el 12 de marzo del 2012 en <http://about.reuters.com/latam/>

referencia al hecho de cómo el diario toma las distintas versiones de las agencias para armar una noticia.

“Para todo ser humano, la cosa más interesante del mundo es él mismo y, luego todo aquello que lo rodea física o mentalmente: su trabajo, su salud y su dinero, su hogar y su familia, sus amigos y socios, su club y su iglesia, sus entretenimientos, costumbres y diversiones. El periodista, por lo tanto, se afana constantemente por ligar las vidas de otras personas a las de sus lectores, para construir puentes que unan sus respectivas experiencias, esperanzas y ambiciones.”¹⁶⁷

Centrándose en el tema Libia, Cortez manifiesta que “*El Comercio* tuvo que dar proximidad al hecho, ya que es un tema demasiado ajeno para el contexto nacional. Primero se tiene que ver cuáles son los antecedentes y como se puede relacionar a la idiosincrasia ecuatoriana con el tema. La pregunta que nos realizamos como periódico fue: **¿Cuál fue la primera aproximación del tema Libia para los ecuatorianos?** Esto fue, la visita de Correa a Medio Oriente ya que por casualidad se encontró con Gadafi en la carpa vecina. De tal manera que el tema de Muammar el Gadafi volvió a la vitrina de dos o tres generaciones de ecuatorianos atrás. Hay que recordar que el líder libio estuvo desde la década de los ´70 en el poder, gente que tenía 25 años en aquel entonces, gente que ahora tiene 50 o 60 años. Generaciones que hasta el día de hoy tienen el referente de

¹⁶⁷ Warren, Carl. (1989). *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona, España. Harper and Row Publishers Inc. Pág 23

Gadafi. Por lo que vuelve el tema de Gadafi, a raíz de su encuentro fortuito con Correa.”

Cortez también argumenta que << posteriormente vino lo que se denomina *primavera árabe*, que comenzó en Túnez cuando un vendedor ambulante se peleó con un policía municipal. Después otros países árabes le siguieron; Egipto (...) en fin fue como un efecto dominó. Hoy por hoy se está dando en Siria, en Yemen. >>

Ya teniendo presente el antecedente de cómo llegó el tema de Libia a la sociedad ecuatoriana, la pregunta que uno se debe hacer es de ¿qué manera *El Comercio* abordó el conflicto libio? Pues bien según el testimonio de Cortez, el diario se acercó este particular de la manera más imparcial posible. Esto lo afirma con las siguientes palabras << Ya teníamos el antecedente de lo que significó Túnez y de lo que representó Egipto; con el valor agregado que el tema de Libia fue ya traído para los ecuatorianos unos meses antes, con la visita de Correa; por lo que ya se tenía un punto de partida para comenzar a estructurar informativamente el tema de Libia. >>

En lo que se refiere a la priorización informativa que tuvo el diario *El Comercio*, Richard Cortez afirma que “se dio prioridad a las agencias de prensa ya que agencias por lo general te ofrecen imparcialidad.”

Pero además de la proximidad del tema, otro tópico que se debe tomar en cuenta es la inmediatez con la que se publica una noticia. Cortez afirma que “a veces por la vorágine del día, el manejo de la información es más rápido que en un día normal; se tiene que subir textos o fotos

permanentemente, para el (*lector*) que este siguiéndonos por web este también informado para pensar después en el papel.”

Pero lo que se debe tener en cuenta en todo momento, tanto para la estructuración de la noticia, o para la publicación de la misma según Cortez es que <<tanto lo que se publica en la página web como en el papel, tiene que estar sometido a una proceso de revisión y un filtro de control. >>

Ya teniendo claro que la proximidad y la inmediatez son factores determinantes¹⁶⁸ en la construcción informativa de los hechos internacionales del diario *El Comercio*, se hace nuevamente un acercamiento a las agencias de prensa. Cortez sostiene que para una estructuración completa de una nota informativa se debe “complementar un tema noticioso con dos o tres agencias, especialmente cuando estas aportan puntos de vistas que se complementan los unos a los otros. Me explico mejor, las noticias son las mismas, pero lo que difiere es el tratamiento analítico. Resulta entonces que el corresponsal o los corresponsales de las agencias fortalecen a las corresponsalías que tienes”

Por lo que se hace énfasis nuevamente en el distinto manejo analítico de cada agencia. Anteriormente se mencionó que la Agence France Presse tiende a contextualizar el hecho noticioso, mientras que Reuters procura brindar el aspecto económico de los sucesos informativos, lo que lleva a la pregunta de cuál perspectiva debe tener prioridad.

¹⁶⁸ Warren, Carl. (1989). *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona, España. Harper and Row Publishers Inc.

Cortez responde a esta interrogante alegando lo siguiente << jerarquizamos la información por las diferencias que tienen los distintos puntos de vista de una agencia con relación a la otra. Se toma el valor agregado de cada agencia para que se haga más complementaria la información. Toda la información que enriquezca la noticia, el hecho, es lo que se prioriza; es una suma de contenidos. >>

No obstante, se debe tomar en cuenta que el conflicto de Libia no era un tema que se mantenía constante sino por el contrario tenía sus altos y bajos. Por lo que hace que la continuidad que le dio *El Comercio*, se haya visto afectada en ciertos meses ya que como lo manifiesta nuevamente el coeditor del diario << también había que sacar otros temas (...). Está bien que sea Gadafi y Libia, pero los lectores también querían saber si pasa algo en Colombia, si pasa algo en Perú o en Colombia, en fin que registremos la información un poco más despegadamente. Nuevamente hay que tomar en cuenta la inmediatez de la gente, lo que tenga más cercanía con el lector; ya que siendo un lector ecuatoriano este va a tener más cercanía con la idiosincrasia latinoamericana que con lo suceda en el Medio Oriente. >>

Para finalizar, la estructuración informativa que tuvo *El Comercio* respecto al caso del conflicto Libia fue una suma de factores; tanto de inmediatez como de proximidad y por supuesto de complementación de la información brindada por agencias de prensa, entre las que resaltan la Agence France Presse y Reuters. Pero también de contextualización, por lo que cabe mencionar que este factor va estrechamente ligado a los hábitos del lector. Cortez finaliza el tema alegando que << los factores

tienen que irse midiendo, se comienza a ver lo que era noticia e información y se enlistan los hechos. Pensábamos en el lector del día domingo; en la rutina que este tiene; se levanta más tarde, va a misa, coge el periódico, pero recién cuando está en la casa recién lo abre. Por lo que se decidió manejar la noticia entre semana y los temas analíticos, más de contexto, más reportaje, más informes de sábado a domingo. >>

Es importante destacar que la construcción informativa del diario con respecto a este caso, fue un compendio de aspectos: indiscutiblemente se tomó en cuenta la proximidad y la inmediatez que demanda el lector para estar informado, pero más que nada se priorizó la información y la óptica que tanto Reuters como AFP brindan, adicionalmente se realizó un análisis de los hábitos de los lectores que encajan en el grupo objetivo de *El Comercio*, ya que esto hizo posible que el diario supiera cómo manejar las notas informativas y las notas que contextualizaban el caso de estudio.

4.2 Antecedentes de la construcción informativa del diario “El Comercio” mediante las agencias internacionales de noticias AFP y Reuters. Caso: conflicto libia.

Previamente se ha realizado un estudio, investigando el trabajo de construcción noticiosa internacional que realiza “El Comercio”, a partir de la información que recibe de las agencias internacionales AFP y Reuters. El trabajo se ha basado en conocer primeramente la base del periodismo

desde sus inicios, y como llegó hasta el Ecuador. Además fue inevitable tener una referencia de la labor de las agencias internacionales, siguiendo a fondo su incorporación a los medios de comunicación, y cómo es la investigación que realizan ahora en el mundo entero.

El Comercio, existe en el Ecuador desde 1906, y su trabajo desde su apertura estuvo asesorado por agencias internacionales de noticias, las cuales ya llevaban decenas de años en el campo del periodismo.

Hoy El Comercio, su construcción informativa de la sección MUNDO, la realiza con la colaboración de las agencias internacionales, AFP, Reuters, ANSA, y DPA. La recepción de la información es satelital, dejando de lado la interacción de las oficinas de las agencias en la ciudad de Quito con el diario, y limitando el trabajo, exclusivamente a los satélites.

Para conocer más a fondo el trabajo del diario en conjunto con las agencias, el tema de estudio fue el conflicto de Libia y el final del gobierno de Gadafi, a continuación se presenta la ficha utilizada para realizar el análisis cuantitativo y cualitativo de la investigación.

A continuación se presenta la ficha para analizar los ejemplares del diario El Comercio, conflicto Libia.

TITULO DE LA NOTA	
FECHA DE LA NOTA:	
TEMAS DE COYUNTURA:	

1)

ACTORES	
GOBIERNO DE GADAFI	
REBELDES	
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	

2)

FUENTES NOMBRADAS	

3)

VISION DE ACTORES	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO
GOBIERNO DE GADAFI			
REBELDES			
CONTRAPARTE INTERNACIONAL			

4)

AGENCIAS UTILIZADAS	
ANSA	
REUTERS	
AFP	
DPA	
TRIPOLI	

5)

ACTORES MÁS FOTOGRAFIADOS	
GOBIERNO DE GADAFI	
REBELDES	
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	

6)

ESRUCTURA NOTICIA	
PIRAMIDE INVERTIDA	
YUNQUE	
PIRAMIDE	

7)

LEAD CUMPLE CON LAS 5 PREGUNTAS W	
SI	
NO	

8)

CONTEXTUALIZACION NOTICIOSA	
SI	
NO	

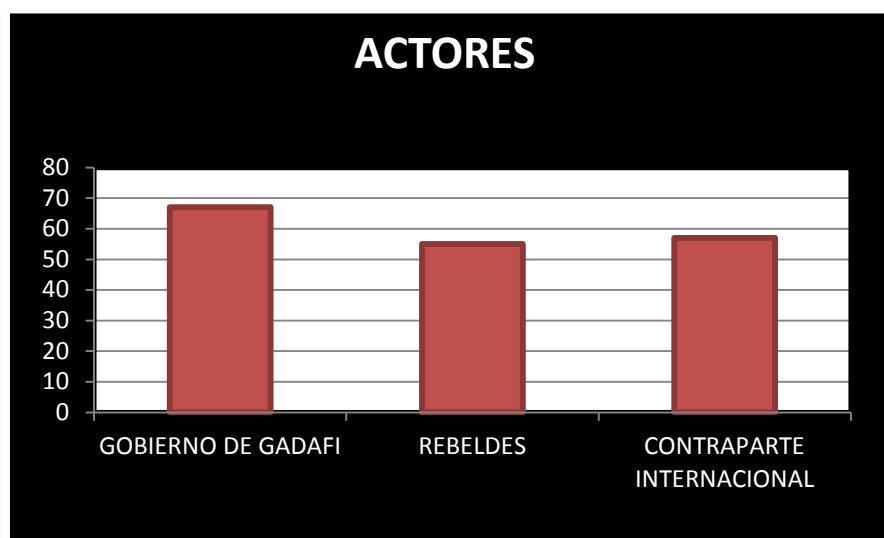
Las variables expuestas han sido seleccionadas a partir de un estudio de al menos 270 ejemplares del diario El Comercio, desde el mes de Febrero de 2011 hasta Octubre del mismo año. Solo 69 ejemplares presentaron información y continuidad del hecho utilizando el trabajo de las agencias determinadas previamente AFP y Reuters.

4.3 Análisis y resultados cuantitativos y cualitativos del diario “El Comercio”, Caso: Conflicto Libia mediante AFP y Reuters

Luego de haber sido identificadas las variables para el análisis de la investigación, a continuación se expone cuáles han sido los datos obtenidos de los 69 ejemplares analizados del comercio, considerando la construcción de la noticia, del caso Libia con las agencias AFP y Reuters. Entre las variables se podrán identificar:

- Los actores, que más relevancia o interés causaron a los redactores de Mundo de El Comercio.
- Las fuentes nombradas en la nota y en su estructura, participes o no del gobierno, actores internacionales.

- La visión que El Comercio expresó a través de sus notas, acerca de los actores más relevantes del caso de Libia.
 - Las agencias de noticias seleccionadas para la producción de la noticia.
 - Los actores más fotografiados en el conflicto Libia, y a quiénes más manejó El Comercio.
 - La construcción de la noticia, cual fueron los parámetros de cuerpo y fondo de la elaboración.
 -
- 1) Los actores que intervinieron e influenciaron en la construcción de la noticia.



GOBIERNO DE GADAFI	67
REBELDES	55
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	57

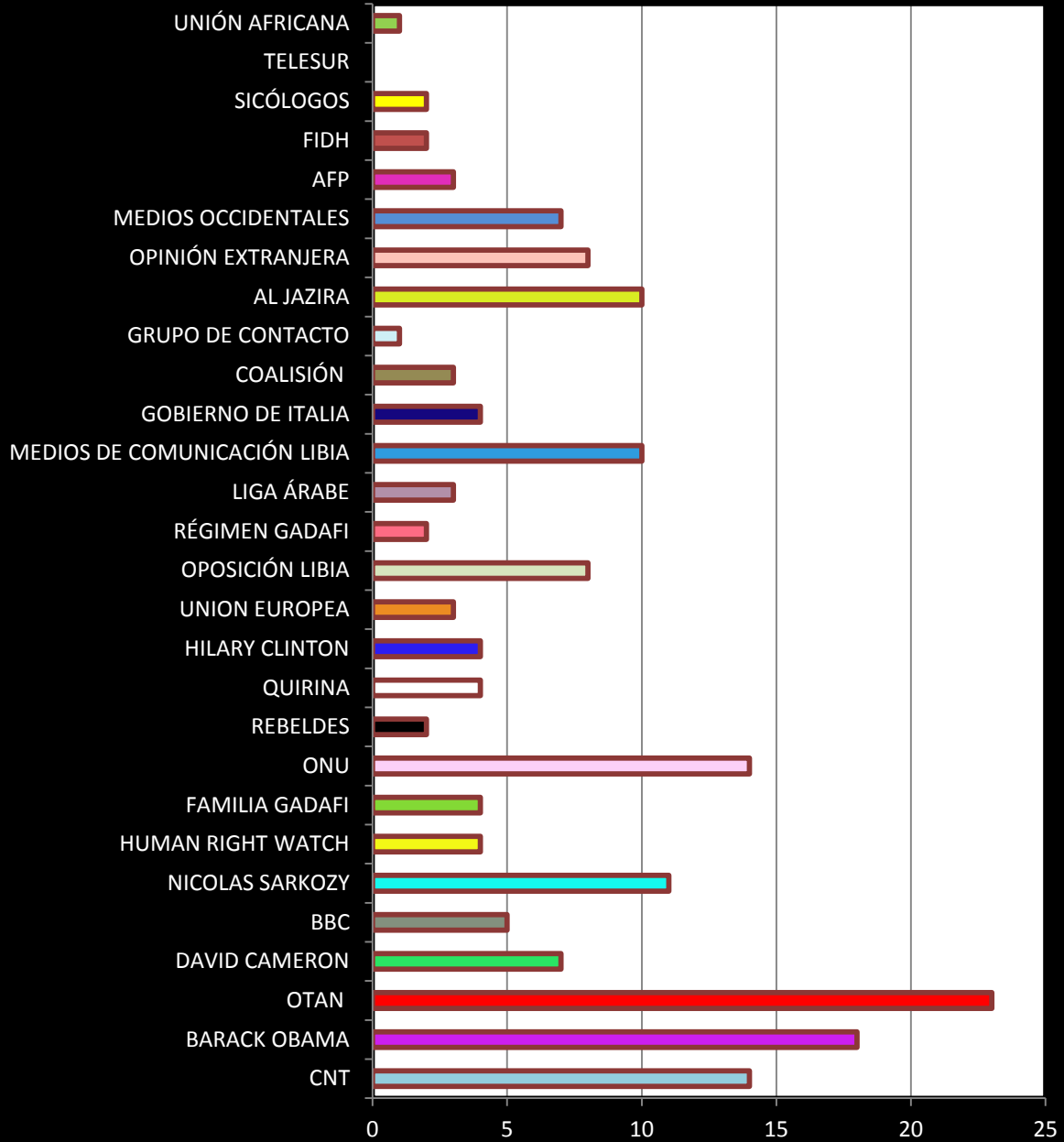
Este cuadro expone los actores de los que más se habla en la noticia; se refiere a que ellos son los principales involucrados en el conflicto libio.

El gobierno de Gadafi, el actor más representativo en la revuelta de Libia, en el que se incluye no solo a la familia ex gobernante, sino, al grupo de apoyo del gobierno con Gadafi, y todo aquellos que eran homólogos con sus acciones. De igual forma la contra parte internacional, se presentó como el segundo actor más nombrado, figuras públicas extranjeras y organizaciones mundiales, en varias ocasiones fueron mencionadas y destacadas como actores, directamente influenciables en el conflicto. En último lugar se expone al grupo de Rebeldes, que solo pretendía liberar a su país a un régimen de más de cuatro décadas.

Sin embargo en el tratamiento de la información, según José Velásquez, Gerente Nacional de Noticias, de Teleamazonas, los diarios emiten información sesgada al medio que más influencia tiene en la comunicación internacional, quizás, pueda ser Estados Unidos.

- 2) Las fuentes nombradas en la nota y en su estructura, participes o no del gobierno, o actores internacionales.

FUENTES NOMBRADAS



GRUPO DE CONTACTO	1
TELESUR	1
UNIÓN AFRICANA	1
FIDH	2
REBELDES	2
RÉGIMEN GADAFI	2
SICÓLOGOS	2
AFP	3
COALISIÓN	3
LIGA ÁRABE	3
UNION EUROPEA	3
FAMILIA GADAFI	4
GOBIERNO DE ITALIA	4
HILARY CLINTON	4
HUMAN RIGHT WATCH	4
QUIRINA	4
BBC	5
DAVID CAMERON, PRIMER MINISTRO INGLÉS	7
MEDIOS OCCIDENTALES	7
OPINIÓN EXTRANJERA	8
OPOSICIÓN LIBIA	8
AL JAZIRA	10
MEDIOS DE COMUNICACIÓN LIBIA	10
NICOLAS SARKOZY	11
CONSEJO NACIONAL DE TRANSICIÓN	14
ONU	14
BARACK OBAMA	18
OTAN	23

El gráfico expuesto, muestra las fuentes informativas más utilizadas en las notas informativas publicadas por el diario *El Comercio* recopiladas por la *Agence France Presse* y Reuters. Estas son las fuentes que contextualizan de mejor manera el conflicto que se desarrolló en Libia.

Este cuadro explica a profundidad el anterior; pretende hacer referencia a todos los organismos, personalidades y medios que se nombraron durante el conflicto libio; aparte de los tres actores principales; el régimen de Muammar el Gadafi, los rebeldes y la contraparte internacional.

Esta variable se incorporó a la ficha de análisis cuantitativa con el propósito de conocer la frecuencia con la que las fuentes aparecían con respecto al conflicto libio; actores que no entran dentro de los tres actores principales como la OTAN, Muammar el Gadafi o los rebeldes. Sino figuras públicas, medios de comunicación de Medio Oriente u occidentales; organizaciones no gubernamentales, en fin representantes que hicieron algún tipo de declaración o fueron nombradas durante el desarrollo de este conflicto.

Declaraciones de medios de comunicación.-

Realizando el análisis respectivo del gráfico se puede ver que los medios de comunicación que se nombraron durante el conflicto libio, son en su mayoría pertenecientes al Medio Oriente y los libios. Al Jazira, la cadena de televisión satelital en lengua árabe¹⁶⁹ es nombrada un total de diez veces, de igual manera los medios de comunicación libios hicieron declaraciones por el mismo número de veces. Por lo que se deduce que los medios de comunicación de la zona estuvieron pendientes del conflicto y podían aportar informativamente con su postura frente al conflicto del país africano.

Esto, evidentemente, permitió una mejor contextualización informativa, ya que proporcionó información acerca de la posición que mantuvieron los medios orientales con respecto al conflicto libio.

Ahora bien, al tratar la frecuencia en la que únicamente los medios de comunicación occidentales se hicieron presentes se puede observar que

¹⁶⁹ Al Jazeera. In depth. Recuperado el 16 de marzo del 2012 en <http://www.aljazeera.com/>

fueron en menos ocasiones que en relación a los medios orientales. Los medios occidentales tienen siete ocasiones en las que se los nombró con relación al conflicto libio, por cuestiones de importancia y relevancia la cadena de televisión inglesa, BBC es nombrada individualmente, esta tiene cinco apariciones tratando el conflicto libio. La *Agence France Presse*, también se la toma en cuenta como actor individual, ya que, siendo una agencia de noticias, también dio declaraciones con respecto al tema; la AFP aparece un total de tres veces. Mientras que la cadena de televisión latinoamericana Telesur aparece por una sola vez.

Eric Samson, corresponsal en Ecuador de Reporteros sin Fronteras hace referencia al sesgo que los medios de comunicación pueden llegar a tener con respecto a un tema. Samson manifiesta que *“algunos medios tuvieron una visión sesgada y otros no. De lo que yo he leído en los medios; lo que he visto más sesgado era opiniones de figuras públicas, personalidades.”*

Por lo que se puede concluir que los medios de comunicación que cubrieron el conflicto libio, brindaron una perspectiva completa y lo más objetiva posible con respecto al tema; otro tema es cuando las personalidades se pronuncian de una manera sesgada hacia sus creencia políticas o religiosas.

Opinión de gobiernos extranjeros.-

Por su parte, analizando las declaraciones de las figuras públicas en el ámbito político, se puede apreciar que el presidente de Estados Unidos, Barack Obama es el que más presente ha estado durante el conflicto del país africano, ya que cuenta con dieciocho apariciones; nótese que

Estados Unidos en la época contaba con la presidencia provisional de la OTAN (Organización del tratado del Atlántico Norte) y además, durante una sesión del Consejo de Seguridad fue el primer país en autorizar la intromisión armada dentro de Libia.¹⁷⁰

Seguido inmediatamente por el presidente francés Nicolas Sarkozy, con un total de once declaraciones; se destaca que Sarkozy jugó un papel fundamental en el conflicto libio, ya que fue el primer mandatario que reconoció al Consejo Nacional de Transición en Libia como un régimen legítimo.¹⁷¹

David Cameron, el primer Ministro inglés, es la segunda figura política en manifestarse con respecto al conflicto libio. Cameron aparece un total de siete veces en las notas informativas; lo que demostró que el gobierno inglés estaba atento al conflicto libio.

También la secretaria del gobierno de Estados Unidos, Hillary Clinton tiene un total de cuatro apariciones, Clinton jugó un papel fundamental dentro del conflicto del país africano ya que constantemente manifestó que la única manera que los rebeldes de Libia iban a tener una retirada pacífica era si Muammar el Gadafi renunciaba al cargo¹⁷².

¹⁷⁰ Vega, Enrique. *La estrategia de la OTAN en Libia*. Recuperado el 17 de marzo del 2012 en <http://www.publico.es/internacional/372462/la-estrategia-de-la-otan-en-libia>

¹⁷¹ África Mía. *Libia: se amplía el reconocimiento al CNT*. Recuperado el 16 de marzo en <http://hablemosdeafrika.blogspot.com/2011/09/libia-se-amplia-reconocimiento-al-cnt.html>

¹⁷² El Mundo. *Ocho meses de insurrección y guerra en Libia*. Recuperado el 16 de marzo en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/24/internacional/1298567656.html>

Por último, en lo que se refiere a declaraciones de gobiernos extranjeros, el gobierno italiano, país que mantenía colonias en Libia, aparece cuatro veces defendiendo la postura que Gadafi debe retirarse del poder para prevenir una guerra civil.¹⁷³

Samson nuevamente hace referencia a la diferencia que existe entre una cobertura de un conflicto a una cobertura de prensa regular ya que “básicamente la disponibilidad de las fuentes en Trípoli son las que el gobierno permitió (...)”. Por lo que se deduce que los corresponsales encargados de la cobertura en Libia, tuvieron que complementar los hechos con varias declaraciones de figuras públicas para que el lector pueda tener acceso a una información completa del problema.

Declaraciones de organizaciones no gubernamentales y bloques de poder.-

La OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte), organización internacional de carácter militar, fue el organismo que más cantidad de veces fue nombrada en las notas informativas del diario *El Comercio* con respecto al conflicto libio, siendo esta la encargada de la intervención en este país. La OTAN tuvo un total de veinte y tres participaciones, tomando en cuenta que su secretario general, Anders Fogh Rasmussen es su representante oficial. De igual manera tratando el tema de que Gadafi renuncie al poder, para así salvaguardar la seguridad del pueblo libio.

¹⁷³ El Comercio. *Tenemos el derecho de matar a Gadafi: CNT libio*. Recuperado el 16 de marzo en http://www.elcomercio.com/mundo/derecho-matar-Gadafi-CNT-libio_0_545945491.html

Después de la OTAN, se nombra las ONU (Organización de Naciones Unidas), un total de catorce veces, manifestando ya sea la retirada del poder de Muammar el Gadafi o mostrando su total desapruebo a las acciones que tomo el primer mandatario libio en contra de los rebeldes.

La Unión Europea (UE) y la Coalición, se hicieron presentes un total de tres veces afirmando que la única manera posible de que Libia vea la paz es con la renuncia de Muammar el Gadafi. Pero por su parte la Coalición estaba ya manifestando que debía haber una intervención por parte de la OTAN para procurar acallar a las fuerzas de Gadafi, que ya habían arremetido contra su pueblo.

Al igual que la UE; la Liga Árabe se manifestó tres veces mostrando su preocupación por el pueblo libio.

Organizaciones como: la Unión Africana, la Federación Internacional de Derechos Humanos (FIDH) y Human Rights Watch, tienen pocas apariciones. Pero aun así se pronunciaron sobre el tema, lo que demostró interés por el conflicto en el país africano.

Bloques libios.-

El Consejo Nacional de Transición libio, gobierno provisional que se creó durante las manifestaciones en Libia, se manifestó un total de catorce veces, realizando declaraciones acerca de la línea defensiva y ofensiva de los rebeldes, afirmando que Gadafi no puede seguir más en el poder, ya que de lo contrario la integridad del pueblo libio se vería afectado por completo.

En lo que respecta a la familia de Gadafi, especialmente su hijo Saif al Islam hizo varias declaraciones, acerca de contrarrestar a los grupos rebeldes mediante medidas bélicas. Y por último testimonios de los generales encargados de la línea defensiva de los rebeldes rindieron declaraciones dos veces.

De tal manera que se puede decir que *El Comercio*, tuvo una estructuración completa de fuentes, a través de la información recibida por las agencias de noticias AFP y Reuters. Ya que, a más de que los tres actores principales del conflicto libio tuvieron frecuentes apariciones, se observa también que hubo un gran contraste de fuentes; lo que lleva a una mejor comprensión del conflicto en el país africano.

Al hablar de la accesibilidad de fuentes que tuvieron los corresponsales en Libia durante el desarrollo del conflicto, Eric Samson, Corresponsal de Reporteros sin Fronteras para Ecuador, sostiene que *“fue una cobertura en un tiempo de guerra, en un país de guerra interna y externa. Siendo entonces una situación de conflicto y en ese escenario de guerra el trabajo para todos los periodistas sean de agencias o de donde sean, es complicado.”*

Durante una cobertura de guerra las situaciones de los corresponsales varían ya que estos se ven limitados a lo que el gobierno o las autoridades del país anfitrión estén dispuestos a mostrar. Samson sostiene que *“los periodistas de agencias y los demás que se encontraban en Trípoli, mientras Gadafi aún estaba en el poder, estaban con limitaciones bastante fuertes, porque básicamente estaban ubicados*

en un hotel en el centro de la capital y se desplazaban donde las autoridades libias les permitían ir. Las autoridades eran las encargadas de organizar las salidas.”

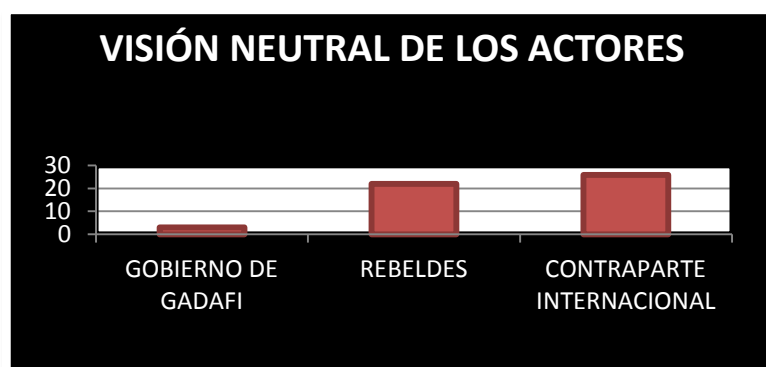
Aun así, Samson, corresponsal de Reporteros sin fronteras afirma que muchos aspectos del conflicto en Libia se mantuvieron en las sombras “en el caso libio, fue muy difícil identificar quienes eran los líderes de la rebelión, pero la composición del comité era casi desconocida. Todavía existen muchas dudas sobre quién era quién, había unos nombres importantes, pero muchos no quisieron dar su nombre, ya sea por cuestiones de seguridad porque así se sentían más protegidos; otros porque no querían identificarse porque eran islamistas puros y duros. Eso pudo haber podido mermar la ayuda que brindaron algunos países de Occidente, fue la dificultad de muchos de los líderes de la rebelión que no eran identificables porque no querían, a veces no se podía contactar a la gente porque no se sabía exactamente quienes eran, lo que dificulta el esclarecimiento de algunos aspectos”

Por ende se concluye que una cobertura informativa de un país en época de guerra es diferente que una cobertura donde todo se desarrolla normalmente, las fuentes a las que los periodistas tienen acceso son aquellas que las autoridades del régimen permiten y específicamente en el caso de Libia, el Consejo Nacional de Transición no hubo líderes establecidos ya que cambiaban permanentemente. Es por esto que las fuentes nombradas, no necesariamente daban declaraciones directamente al medio, sino más bien que se pronunciaban con respecto al tema.

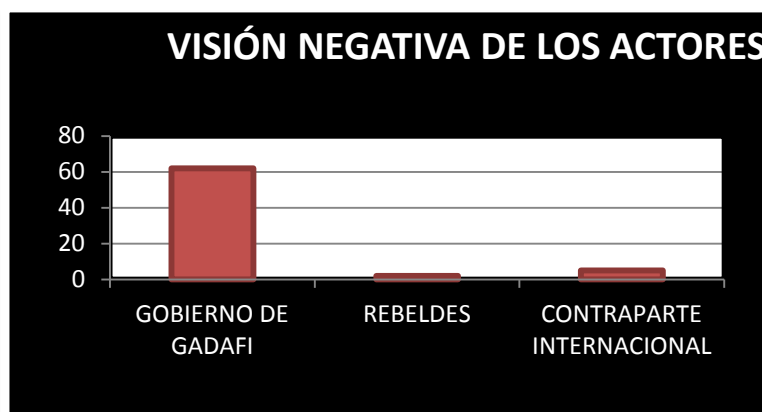
- 3) La visión que El Comercio expresó a través de sus notas, acerca de los actores más relevantes del caso de Libia.



GOBIERNO DE GADAFI	0
REBELDES	36
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	28



GOBIERNO DE GADAFI	3
REBELDES	22
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	26



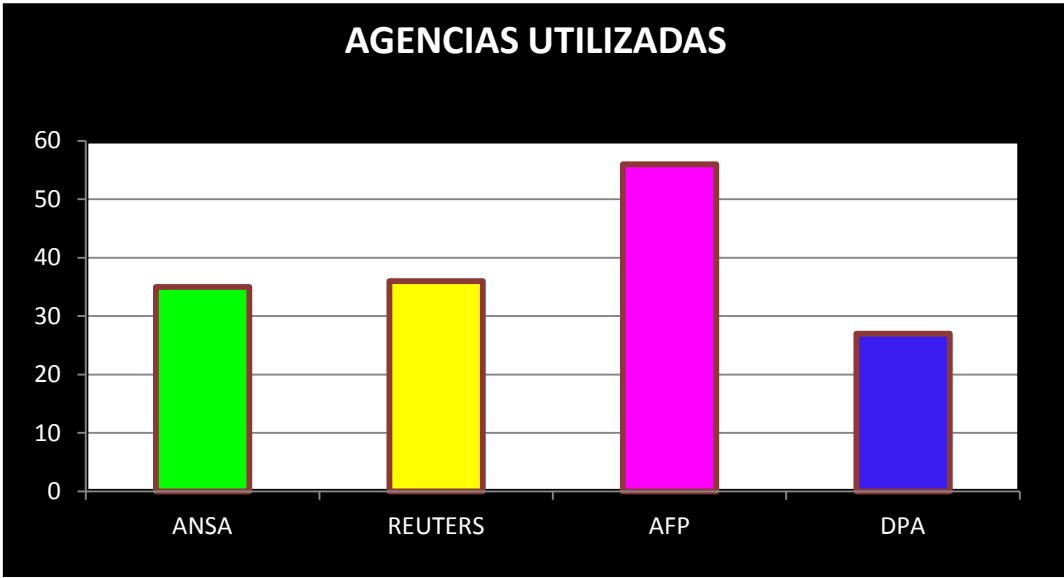
GOBIERNO DE GADAFI	62
REBELDES	2
CONTRAPARTE INTERNACIONAL	5

Previamente se ha destacado la actuación de los Rebeldes en el Caso Libia, pretendiendo liberar su nación y como tal El Comercio, presentó un trabajo en el que este grupo, pese a los actos de discordia que se presentaron, siempre desearon lo mejor para su país. Desde el Inicio el diario destacó la labor de los rebeldes. De igual manera la contraparte internacional, fue destacada por los redactores, como un apoyo para ellos, además de, reiteradas veces, nombrar el soporte que estas brindaban para la liberación de Libia. La visión que presentaron del gobierno de Gadafi, fue negativa, dejando muy pocas veces sus notas neutrales acerca del trabajo de los ex líderes libios, y repetidas veces, se pudo observar y valorar, la negativa hacia todos los hechos presentados en las diversas notas a lo largo del conflicto.

Según José Velásquez, los diarios no pretenden evitar la objetividad para transmitir la información, sin embargo si se presentan favoritismos, es

simplemente debido al alcance que tienen a las fuentes de información, en este caso intentar llegar a la familia Gadafi era muy difícil, así que las fuentes más cercanas se convirtieron en rebeldes y la contraparte internacional, que brindaban información para contextualizar el conflicto de Libia.

4) Las agencias de noticias seleccionadas para la producción de la noticia.



ANSA	35
REUTERS	36
AFP	56
DPA	27

Este grafico muestra las agencias de prensa más utilizadas en lo que respecta a la construcción informativa del periódico, *El Comercio*. Con los resultados de estas barras numéricas se pretende saber cuáles fueron las agencias de prensa más utilizadas por el diario para construir las notas informativas

La agencia italiana de prensa, ANSA; contribuyó informativamente un total de treinta y cinco veces en la construcción de las notas informativas de *El Comercio*. Esto debido a que la agencia tenía un corresponsal radicado en la zona y que contaba con fácil acceso para cubrir el tema. Y siendo que el diario ecuatoriano mantiene un contrato con la agencia italiana, este pudo acceder a la información proporcionada por ANSA.

Mientras que la agencia británica Reuters, contribuyó treinta y seis veces con información para la construcción informativa del conflicto libio. Nótese además que esta agencia es conocida por su gran espectro de corresponsales y por proporcionar una visión económica de lo que está sucediendo¹⁷⁴. Por ende Reuters aportó la misma cantidad de veces para las notas informativas de *El Comercio*, durante los nueve meses de conflicto libio.

La agencia alemana, DPA, cuenta con veinte y siete apariciones en lo que se refiere a aportes informativos para la estructuración de notas del diario quiteño. Esta es la agencia que menos aportes tiene con relación a las demás. En todo caso DPA, aportó con contextualización de los hechos para que el lector tenga una idea formada de lo que sucedía durante el conflicto.

Pero la agencia de prensa que gana en lo que se refiere a número de aportes al diario *El Comercio*, es la agencia francesa Agence France Presse (AFP) que cuenta con un total de cincuenta y seis apariciones. Como se mencionó anteriormente, la AFP es una agencia de prensa que

¹⁷⁴ Reuters. Home. Recuperado el 16 de marzo en <http://www.reuters.com/>

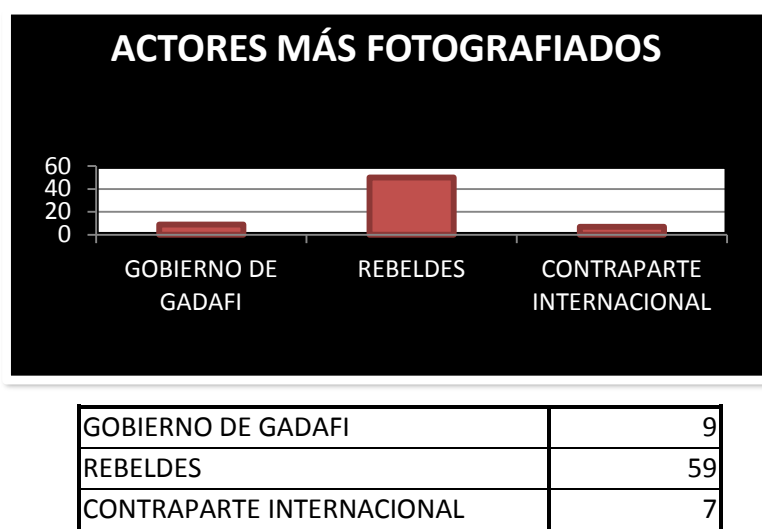
se distingue por contextualizar los hechos después de brindar información con respecto al tema puesto que cuenta con una amplia red de corresponsales, lo que permitió tener acceso directo a las fuentes para contextualizar los hechos. Se destaca también que el diario *El Comercio*, priorizó la información brindada por la agencia francesa debido a que ésta aportaba con información completa y detallada acerca del conflicto, lo que ocasionaba que el lector tenga una noción más completa de lo que estaba sucediendo.

Al referirse a agencias internacionales de prensa, Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo del diario *El Comercio*, sostuvo que estas son como *un sello de calidad* dentro del ámbito periodístico. Es innegable que son un recurso preciado para el desarrollo del periodismo ya que las agencias de prensa cuentan con una extensa red de corresponsales lo que hace que las coberturas internacionales, especialmente para los medios locales, sean de más fácil acceso.

Samson sostiene que “*las agencias van en conjunto con los medios, que los medios occidentales, tienen un sesgo. Algunas personalidades piensan que las agencias de prensa occidentales como AFP, AP obedecen al imperio, a mi me parece que es una visión simplificadora, yo creo que hay egocentrismo en ese pensamiento. Por supuesto que las agencias también van a tomar en cuenta el contexto de sus países respectivos pero yo veo a los corresponsales de ciertas agencias de prensa que son muy profesionales.*”

Para concluir Samsom añade que *“si bien tu puedes encontrar problemas de línea editorial en las agencias occidentales, creo que hay una tradición de ejercicio de periodismo independiente mucho más sólida y condiciones que nos permiten defender algo de libertad editorial”*

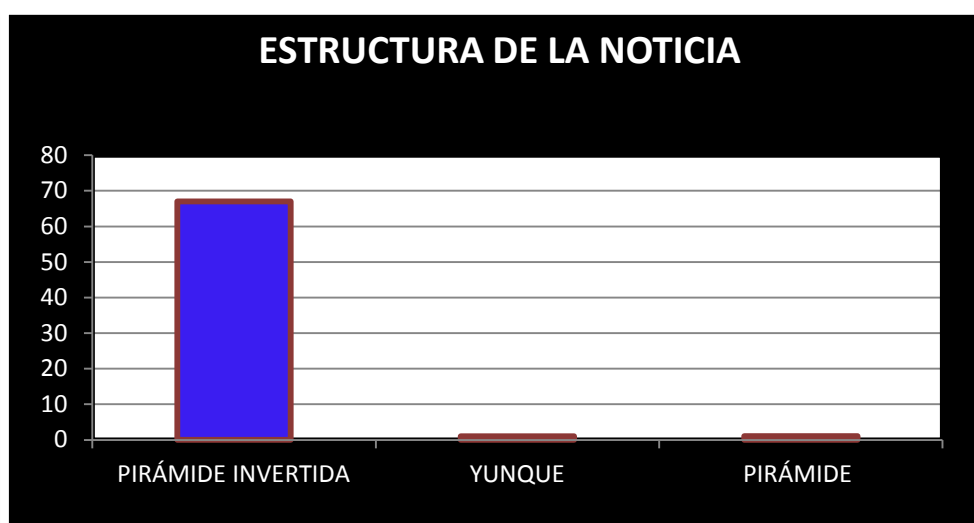
- 5) Los actores más fotografiados en el conflicto Libia, y a quiénes mas manejó El Comercio.



Los rebeldes, en aproximadamente casi todas las publicaciones del gobierno de Gadafi, fueron visibles, expresando su labor de liberación, los grafitis que ellos realizaban, o las grandes congregaciones que alcanzaban. Su imágenes, podían contener ira, muy diferente de lo que se pudo observar en las imágenes del gobierno de Gadafi, que se mostraba serenidad por parte de los partidarios. El Comercio en su estructura noticiosa, prefirió recalcar las imágenes más impactantes, y quizás más vendedoras: los Rebeldes.

De igual manera José Velásquez asegura que los actores más fotografiados son el resultado que un corresponsal obtiene de acercarse al conflicto, y de cuáles son los actores más factibles para ser fotografiados o entrevistados.

- 6) La construcción de la noticia, cuáles fueron los parámetros de de estructuración.



PIRÁMIDE INVERTIDA	67
YUNQUE	1
PIRÁMIDE	1

Para entender esta variable, primero hay que estar al tanto lo que significa las tres estructuras de noticias que se mencionan en el grafico; pirámide invertida, yunque y pirámide.

Pirámide invertida es una manera de redactar, que procura colocar los datos de más importancia primero y los de menos relevancia en la parte inferior; es la manera más común de redactar periodísticamente, ya que al

tomar en cuenta que los lectores no dedican gran cantidad de tiempo en lo respecta leer el periódico.

Como se puede apreciar, *El Comercio* ni las agencias de prensa (Agence France Presse y Reuters) son la excepción a esta manera de redacción; ya que casi la totalidad de notas informativas están redactadas bajo el concepto de pirámide invertida. Mientras que solo dos notas cuentan con la estructura de *yunque* y de *pirámide*.

Según Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo del diario *El Comercio*, la estructura de *yunque*, es una manera de redactar que intenta colocar los datos de más trascendencia primero, en el medio coloca datos sin mucha relevancia y por último cierra la con datos importantes; y la estructura de pirámide procura colocar los datos es un orden ascendente, con esto me refiero a colocar los datos de menos a más importantes. Se destaca que esta manera de estructurar la noticia, no es muy común por el mismo hecho que los lectores no se *enganchan* con la nota informativa con datos sin relevancia.

Se deduce que *El Comercio* y las agencias, redactan siguiendo la estructura de *pirámide invertida* las notas informativas, justamente para que el lector lea primero los datos importantes y tenga continuidad con la lectura de la noticia.

Cortez sostiene que el diario *El Comercio* tiene una priorización de información definida, dice que “jerarquizamos la información por las

diferencias que tienen los distintos puntos de vista de una agencia con relación a la otra. Se toma el valor agregado de cada agencia para que se haga más complementaria la información. Toda la información que enriquezca a la noticia al hecho es lo que se prioriza; es una suma de contenidos.”

- 7) La construcción de la noticia, y si el lead cumple con las 5 preguntas o W's en sus siglas en inglés, ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo? y ¿Dónde?.



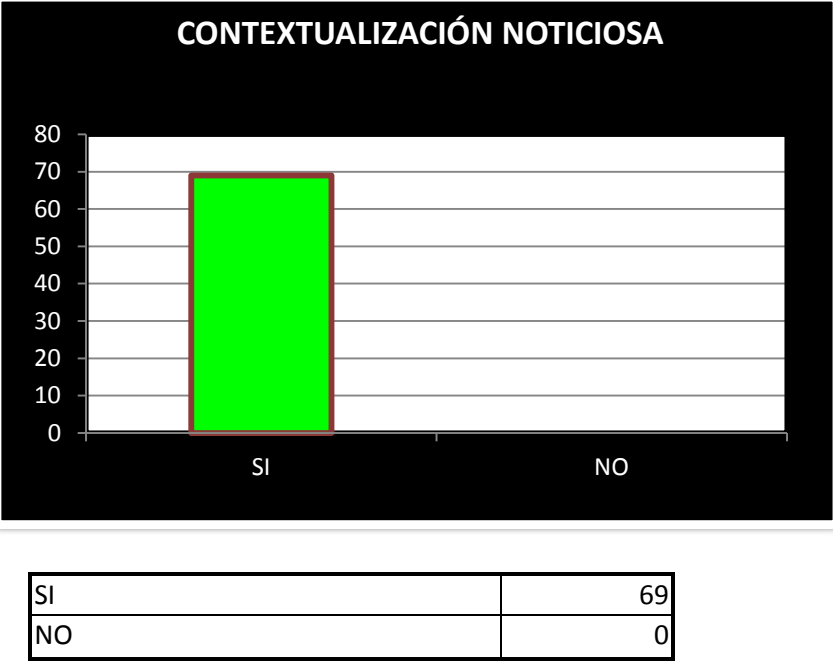
SI	63
NO	6

Para la organización de la noticia, son necesarias contestar las 5 preguntas “W” (por sus siglas en inglés); la explicación se localiza en *lead*, el cual será o no el párrafo vendedor de la noticia y lo que promueva la lectura del resto del texto. El Comercio, en pocos ejemplares no incluyó

exitosamente las cinco preguntas establecidas en el *lead*, por el contrario, estas fueron resueltas en el cuerpo de la noticia.

Se puede decir entonces que en ciertos casos *El Comercio*, simplificó la información, ya que no dio el adelanto respectivo en el *lead*, sino que lo desarrolló en el cuerpo de la noticia; de tal manera se puede decir que utilizó una visión reductora del fenómeno. Samson, corresponsal de Reporteros sin Fronteras asevera que *“necesariamente la prensa va a focalizarse sobre un aspecto, por lo que va a dejar algunos elementos de contexto fuera, porque no tenemos el espacio ni el tiempo necesario. Entonces en ese sentido los medios y las agencias a veces se focalizan sobre una cierta línea, simplificando demasiado la información.”*

8) Se expone o no una contextualización noticiosa del conflicto.



Contextualizar significa aportar con datos previos al lector del porqué sucedió un hecho, dar los precedentes necesarios para que se pueda tener una noción completa del tema que se está tratando. Ahora bien, el diario *El Comercio*, en absolutamente todas sus notas informativas relacionadas con el conflicto libio, ya sea con textos proporcionados por la AFP, Reuters, ANSA o DPA aporta con datos que sirven al lector para contextualizar el tema. Esto es un aspecto importante en lo que respecta al ámbito periodístico, ya que envuelve al lector en una ola de datos que le permiten conocer las razones de por qué sucede lo que sucede.

Por su lado Eric Samson, corresponsal de Reporteros sin Fronteras afirma que *“pienso que el problema de las agencias sería esa visión simplificada o esa manera de leer a un país a través de un lente muy estrecho. Por eso la necesidad de variar de agencias y de variar de fuentes. Corresponsales propios en los países que realmente necesitas y redes sociales y llamar a la gente y tener la mayor variedad posible.”*

Para finalizar Samson sostiene que los medios de comunicación deben contar con varios *“proveedores de información”* para que estos puedan brindar información completa *“creo que los medios deberían tener la inteligencia de hacerlo bien, en el sentido de no solo depender de una fuente, ya sea de agencias o de prensa latina. Ahí si me parecería bastante prudente tener AP, AFP o EFE, tener distintas agencias ya que por más que cueste un poco más, ocasiona que varíen las fuentes a nivel de agencias para tener distintos puntos de vista, trabajar mucho sobre redes sociales porque se pueden hacer muchas cosas por teléfono y mantener corresponsales en los países claves.”*

CAPÍTULO V

5.1 Validación de hipótesis

En el inicio de esta investigación la hipótesis planteada fue que las agencias de prensa Agence France Presse y Reuters son insumos periodísticos viables para la construcción informativa del diario El Comercio, en lo que se refiere al conflicto de Libia, al finalizar este documento se establece que es verídica la hipótesis planteada, ya que las agencias de noticias tanto Reuters como AFP, ayudan a la construcción informativa del diario el comercio en el ámbito internacional, además de colaborar en el desarrollo interno del medio informativo, y continuamente ser un valor agregado que mejora el trabajo de comunicación.

Las agencias internacionales desde sus inicios fueron plateadas para mejorar la comunicación global, y su objetivo era conseguir que todas las regiones del planeta estén conectadas de la manera más eficaz y eficiente posible, gracias a su servicio de corresponsales. En su trabajo Reuters y AFP fomentan este objetivo de información global, y poco a poco El Comercio se ha contagiado de las metas más grandes de las agencias de las agencias, pretendiendo expandir su campo de corresponsales por todo el Ecuador y en un futuro poder contar con distintos delegados en varios países del mundo.

5.2 Conclusiones

- El Comercio, continuamente planteó equilibrio en la información que brindaba sobre los actores más representativos en el conflicto Libia, destacando en ocasiones, evidentemente al ex gobierno. Sin embargo en su construcción de la noticia, no existieron favoritismos en los actores, sino que como se lo planteó anteriormente, la cercanía y la accesibilidad a ciertas fuentes fue más fácil que de otras lo que ocasionó la construcción equitativa pero no necesariamente igualitaria para las tres partes. Sin embargo hay que recalcar, que si bien o mal el régimen de Muammar Gadafi cometió actos de violencia contra su propia población y al momento de informar estos sucesos ya sea de parte de medios de comunicación de Medio Oriente o medios de comunicación occidentales o agencias de prensa, es inevitable que los lectores tengan una percepción negativa con respecto a estos hechos.
- En lo que se refiere al uso de fuentes por parte del diario *E/ Comercio* y por parte de las agencias de prensa Agence France Presse y Reuters se puede ver que el uso de fuentes intenta ser completo. Ya que además de colocar las perspectivas de los actores principales; como es el caso de la contraparte

internacional, Muammar el Gadafi y los rebeldes del conflicto libio, el diario también las complementa con diversos testimonios de otras partes involucradas. Lo que proporciona al lector una visión completa de los hechos.

- La visión de los redactores del Comercio, quizás estos se desviaron de la neutralidad del conflicto, y plantearon la negativa del gobierno de Gadafi, y en contadas veces de la contraparte internacional. La visión que tuvieron de los Rebeldes fue un continuo favoritismo, dejando de lado todo lo que acarrearía la lucha del pueblo, que se debió plantear y presentar a los lectores: una información neutral. Según José Velásquez, Gerente Nacional de noticias de Teleamazonas, afirma que *“muchas veces los periodistas se van al lado ganador o el que ellos consideran que podría serlo. Si existe un conflicto entre policías y manifestantes, los periodistas recurren al lado de la policía ya que si algo sucediera es más fácil enterarse del lado de policía; y en la guerra sucede de la misma manera.”* Se puede deducir que esto fue lo que ocurrió en el conflicto de Libia, ya que los medios vieron que la posición de los rebeldes tenía más probabilidades de triunfar. Sin embargo, como afirma Richard Cortez, coeditor de la sección Mundo del diario *El Comercio* trató el tema de la proximidad de los hechos que tiene que manejarse dentro de un periódico. Esto significa más que nada, relacionar al grupo de lectores objetivos con el tema que se está hablando, para que estos sientan cercanía al tema. *El Comercio*, como lo explica Cortez, manejó muy bien

este aspecto ya que contextualizo al lector acerca de la relación que tiene Libia con Ecuador

- Los actores más fotografiados, por su llamativa acción fueron los rebeldes, y el intento de neutralidad quedó intacta. La continuidad de la noticia, no brindaba una igualdad al Gobierno de Gadafi, cómo a la contra parte internacional. Ellos fueron quienes estuvieron involucrados en el conflicto tanto como los rebeldes, y no se les brindó prioridad en imagen, pese a que en la noticia, a los rebeldes no se los mencionaba.
- Cabe mencionar que las agencias internacionales de prensa; Agence France Presse y Reuters, son agencias de muchos años de trayectoria, lo que implica que en el ámbito periodístico, como lo afirma Richard Cortez, se las vea como sellos de calidad. Esto se debe tanto a la red de corresponsales con las que estas cuentan y por su manera de redactar los hechos lo más objetivamente posible.
- La construcción noticiosa, brindó un trabajo de fondo, contestando las 5 preguntas que siempre crearán el interés por la noticia. El desarrollo de cada nota presentada mantenía esta continuidad en de elaboración de cada noticia.
- La sociedad se encuentra en una época en donde la comunicación se ha vuelto inmediata, la gente tiene contacto con el mundo permanentemente y espera estar informada de manera constante

sobre los sucesos que ocurren a su alrededor. Twitter, Facebook, los *smartphones* son medios de comunicación que permiten que esto suceda. Por lo que ahora saber lo que pasa en otro lado del mundo es posible solo mirando a la cuenta de cualquiera de los medios citados anteriormente; las agencias de prensa no son vitales en lo que se refiere a enterarse de los hechos, pero sí son fundamentales en lo que respecta a la imparcialidad y objetividad con la que relatan los hechos, lo que lleva a deducir que son piezas claves para la redacción de los sucesos internacionales y para la credibilidad del diario que las publica. Se puede decir entonces que la información a través de redes sociales posee una visión reducida del hecho en comparación a una investigación más profunda que realiza el diario *El Comercio*, debido a que utilizan más de una fuente para poder crear así una nota completa.

- Al ver los resultados que muestran la frecuencia en que las agencias de prensa contribuyeron para la construcción de las notas informativas del conflicto libio, se puede apreciar que las agencias más utilizadas son la Reuters y la Agence France Presse (AFP), lo que demuestra que estas agencias de prensa, estuvieron presentes en el desarrollo del conflicto; lo que les colocó en una posición privilegiada para los medios locales; ya que, como es el caso de *El Comercio*, este siempre va a optar por una agencia que haya tenido cercanía con el hecho noticioso.
- En el análisis cualitativo se observa que *El Comercio*, tiene una responsable contextualización de los hechos. Como lo explicó

Cortez, el diario piensa en sus lectores, con esto se hace referencia al hecho que siempre se tiene que contextualizar al lector, para que este tenga una idea formada del hecho, *El Comercio* no asume que los lectores ya fueron informados con respecto a un aspecto del tema; constantemente lo vuelven a mencionar para que en el caso de que el lector no leyó el diario esa semana, sepa porque las cosas desembocaron de esa manera.

- Cumpliendo con el objetivo general de la presente tesis, el mismo que es << conocer el proceso de construcción informativa del diario “El Comercio” por medio de las agencias de prensa internacionales AFP y Reuters>>, se puede concluir que el periódico sigue una línea de complementación y de contraste al combinar la información recibida por parte de las agencias de prensa, lo que lleva al lector a una mejor contextualización.
- Al hablar de la relación que mantienen la AFP y Reuters con su abonado *El Comercio*, se manifiesta que la relación que tienen ambas partes es un asunto netamente comercial. Esta relación se maneja por varios tipos de contratos, en donde el abonado-cliente puede recibir texto, fotos o infografías. Todo esto por vía satelital.
- Tanto la Reuters y la Agence France Presse, son agencias de prensa que cuentan con una gran proyección de corresponsales alrededor del mundo. Es por esto que para estas dos agencias de prensa, la obtención de información es más fácil, ya que cuentan con contacto directo hacia las fuentes implicadas. Por lo que se

sostiene que las agencias de prensa al recopilar información del conflicto libio, lo hicieron de manera inmediata ya que ambas agencias tenían corresponsales radicados en la zona o cerca del área de conflicto.

- Las agencias de prensa internacionales, específicamente la Agence France Presse y la Reuters han sido vitales en lo que se refiere a la construcción informativa de sucesos internacionales para el diario quiteño *El Comercio* ya que estas aportan con la información principal para que, después, el diario, siendo su abonado, arme la noticia acorde a su guía editorial; se puede decir entonces que hay un indudable esfuerzo de profesionalismo en las agencias que se ha replicado al país, siendo así una buena escuela que las agencias de prensa hayan dejado su huella y eso es lo que se ha comprobado en el caso del diario *El Comercio*.
- La mayoría de autores coinciden en que el periodismo debe procurar ser lo más *objetivo* posible; después de todas las entrevistas realizadas tanto a corresponsales de la AFP, Reuters, *El Comercio*, Teleamazonas y corresponsal de Reporteros sin Fronteras, se ha determinado que por más que un periodista busque ampliar fuentes, las notas no dejan de ser una versión, pero hay que tener la mejor versión posible.

- Eric Samson, corresponsal de *Reporteros sin Fronteras* sostiene – respecto a la conclusión anterior- que el esfuerzo de los corresponsales de las agencias de prensa no está en duda, pero que en ciertas ocasiones, como en el conflicto libio la accesibilidad de los periodistas se ve coartada ya que estos se movilizan únicamente a donde el gobierno local les permite. Por ende se concluye que por más que exista un esfuerzo noticioso por parte de las agencias, la información no deja de ser limitada.
- Este trabajo es un punto de partida para nuevos análisis periodísticos, ya que este sienta una precedente que muestra el proceso de obtención de la información, específicamente de las notas internacionales; debido a que a la construcción de notas nacionales difiere mucho de la construcción internacional de los hechos. Esta investigación saca a relucir el desarrollo que ha tenido el diario el comercio a lo largo de los años en la construcción internacional, además se conoce de los paquetes informativos que y como los reconstruyen transmitirlos en su medio local.

5.3 Recomendaciones

- Destacando nuevamente el hecho que la sociedad de hoy en día está expuesta a una cantidad masiva de medios de comunicación y redes sociales que permiten que la comunicación sea inmediata; se considera adecuado dar importancia a la información que se publica en el portal web de *El Comercio*. Es irrefutable el hecho que la información mostrada en la web puede ganar la primicia mucho antes que lo publicado en el papel. Durante el desarrollo del conflicto libio los lectores web de *El Comercio* habrían tenido información de una manera más rápida si se hubiera priorizado este aspecto.
- Por su parte, como se lo mencionó anteriormente la contextualización del diario *El Comercio*, es adecuada ya que constantemente publica las razones del “por qué” (pregunta esencial en varios esquemas noticiosos). En el caso del conflicto libio, se desarrollaba la situación de esa manera. Ahora bien, debido a la prioridad a otros asuntos que tenían más proximidad con la sociedad ecuatoriana, este diario no dio continuidad al conflicto Libia. En los nueve meses que duró el conflicto existieron temporadas largas en que el diario dejó de publicar información con respecto al tema. Es recomendable que se mantenga continuidad en la noticia para que los lectores sigan una línea de lectura completa.

- Al realizar el análisis de los actores más fotografiados durante el conflicto libio, los rebeldes tuvieron un número bastante más alto que la contraparte internacional y el régimen de Gadafi. Se considera que sería apropiado fotografiar a los actores involucrados en un conflicto de una manera más equitativa, ya que así se estaría mostrando al lector las imágenes de todas las partes involucradas.
- Se recomienda a los estudiantes de comunicación que se informen más sobre el trabajo que realizan las agencias internacionales de noticias, ya que estas pueden brindar una perspectiva globalizada de los acontecimientos mundiales, y su instrucción será útil para el desarrollo profesional de los estudiantes.
- En vista de que el diario quiteño *El Comercio*, no cuenta con el presupuesto necesario para tener una proyección de corresponsales tan grande como las de las agencias de prensa, este cuenta con la colaboración de agencias como ANSA, DPA, AFP y Reuters; exceptuando la agencia española EFE. Por lo que se recomienda que el diario cuente con los paquetes informativos de EFE ya que estos aportarían con una visión cercana de los migrantes ecuatorianos en España.

ANEXOS

6.1 Entrevistas

A continuación se presentan las entrevistas realizadas a los diferentes actores involucrados en el desarrollo de esta investigación.

Entrevista

Pablo Cozzaglio

Fotógrafo corresponsal AFP, sede Quito

La AFP, envía toda su información a París?

No, toda la información emitida por la oficinas de Latinoamérica, se envía a Montevideo, cuando Montevideo cierra aproximadamente a eso de las 11 pm, nosotros enviamos a Washington, hasta las 3 am ellos tienen un horario extendido. Esto sucede en foto y video, en texto tenemos una subjefatura regional que es Colombia, en Colombia hay un jefe para Ecuador y Colombia.

Ellos reportan todo a Montevideo, donde se encuentra el editor principal de español, igual que director de fotos, todos son franceses.

¿Cómo es tomar fotografías en un conflicto bélico, a diferencia de un conflicto local, como lo maneja la agencia y un diario?

Bueno es complicado, ya que la fotografía es más subjetiva, pero al mismo tiempo maneja un perfil de comunicación, un perfil semiótico mucho más fuerte que el texto. Sobre todo la fotografía periodística tiene un poder que el texto no tiene. El texto depende mucho de quien lo escribe, por eso las agencias internacionales tenemos tanta fama, por mantenernos objetivos, y te da tanto renombre ser parte de la agencia, sin embargo los fotógrafos no, son las fotos más bien las que se conocen, porque la imagen foto periodística, tiene un valor como testigo certero de lo que sucede, todo esto empezó a partir de la segunda guerra mundial, porque en esa época no había manipulación de la imagen, después cuando realmente gana fuerza la fotografía, fue en conflicto de Vietnam,

enviando fotógrafos reconocidos, y mostrando que en verdad eso fue una masacre, algo que el gobierno de estados unidos quería ocultar.

Ahora la fotografía se ha desprestigiado un poco por el photoshop y la era digital, sin embargo concursos como el Word press photo, picture of the year, best photo journalism, todos mantiene lo de la ética fotográfica.

Si en la agencia descubren que has manipulado una fotografía, no solo te botan de la agencia, además se crea aun gran conflicto, publicando en nombre del fotógrafo, acabando con su carrera fotográfica, sin importar los grandes logros que este haya obtenido por su trabajo.

La fotografía al igual que todos los parámetros informativos de la agencia, tiene que tener en mente, que la gente que va a mirar esto, no está en el mismo país, no puede contar con la información que encuentra en el texto, claro una fotografía tiene un caption, pero el éxito de la fotografía es que la persona entiende la imagen sin necesidad de leer el caption, que es una guía o un plus de información, sin embargo lo importante está en la fotografía, sino, porque haces una foto.

¿Cómo fotógrafo, tienes la misma relevancia tu nombre trabajando en un diario local, o en una agencia internacional?

Antes de trabajar en la AFP, trabajaba en un medio local con un gran puesto, y lo deje por empezar en AFP como freelance, por justamente el nombre que te da una agencia. Trabaje mucho tiempo en El Hoy, y es otro tipo de trabajo, primero tienes una cotidianeidad, trabajando todos los días, haciendo fotos todos los días, aquí en la agencia, no se hacen fotos todos los días, solo cubrimos eventos que realmente sean importantes para la comunidad internacional, como declaraciones de ministros, al menos que estén muy vinculados con temas de interés internacional. Siempre hay que mirar la información, como si uno estuviera en otro país. En la fotografía de agencia siempre debes manejar muy buenos referentes, referentes de lugar, de alguna manera debes decir en la fotografía esto es de Ecuador.

Aquí en diarios locales la gente es muy costumbrista, es más los diarios aún siguen siendo regionalistas, el más nacional es El Comercio.

En el trabajo del diario local, tú vas viendo cómo se van creando los resultados con la información que tu construyes, a lo contrario en la agencia, uno no tienen nada que ver con los resultados, uno produce las imágenes lo mejor que puedes y luego las ves publicadas. Claro que eso es muy gratificante, ya que sabes que tus fotos han sido publicadas en todos los diarios del mundo. Hemos tenido nuestros momentos de gloria, pero no es que uno lo decide.

Las agencias se cuidan mucho, y tienen un nivel más de periodismo, por eso para un periodista es un éxito entrar a una agencia, uno gana mucho mejor de fuera de las agencias, y para un fotógrafo a veces es hasta mejor que para un periodista. Existe un nivel que tienes que respetar, lo que los jefes indiquen, sin embargo mis fotos las ve mi editor que está en Montevideo, todo el contacto es por teléfono, son muy exigentes, muy altos los niveles de calidad, debes hacer buenas fotografías.

Todo trabajo de todo el mundo, si conocer lo de París, texto, imagen, video o infografía debe ir directo a la mesa de edición, ellos miran, comprueban, que todo esté bien, y recién ahí lo rebotan al servidor, y se les envía a los clientes.

Hay una dirección de emergencia, que solo los de la AFP tenemos contacto, y es para poder subir directamente la información. Pero es algo que se use, con situaciones, comparables a lo del 11 de setiembre, terremotos, situaciones que no puedas comunicarte con la mesa de edición, claro que eso es jugarle tu trabajo, subiendo información directamente al servidor sin la autorización de los editores, y sin tener una buena justificación.

El trabajo de agencia es muy distinto a lo que es un trabajo en un medio local, los tiempos son fundamentales, uno trabaja con otros horarios de cierre, tienes que tomar en consideración muchas más variables. Los diarios quieren cerrar siempre lo antes posible, para ahorrar gastos, para tener un sistema de distribución más eficiente, cuando están esperando los diarios una nota del extranjero, estos diarios están suscritos a Reuters, AP y AFP, son las tres agencias más grandes de noticias. A nosotros nos evalúan los impactos semana a semana, cuantas de nuestras fotos han sido publicadas en el mundo entero. Shinwa agencia

de prensa china es la más grande del mundo, solo la gente que trabaja en china, es mucho mayor que cualquier agencia conocida.

Continuando, como se ejecuta el trabajo de las agencias, es con una presión mucho mayor, si envías la imagen 5 minutos tarde, simplemente esta no sale, y tu gran foto quedara para el olvido. Esa es la dinámica de la agencia que se diferencia de medios locales.

¿Qué te den mayor reconocimiento en una agencia es más fácil que en un medio local?

No, ya que en un diario local, uno propone los trabajos, y quizás tus jefes lo acepten, son más asequibles, siendo yo un fotógrafo de freelance.

En una agencia, debes pedir autorización, tiene cierta libertad para hacer tus notas, no se publica lo que tú quieres, solo lo que ellos quieren, pasando previamente por la mesa de edición.

¿Existe alguna diferencia entre las fotografías que toma la AFP y Reuters?

No, todas las agencias o las tres mas grandes se pelean por el Word press photo, la Reuters tiene una cultura más grande de perfeccionismo, predicaban que todos sus fotógrafos tenían un gran nivel, que habían ganado tantos premios, y estuvo por encima de las demás unos años, más que anda por la presión que ejercían por los medios que les daban, por los equipos que les daban, y las posibilidades de viajar que les daban, porque eso es muy importante. Ahora las tres agencias se encuentran en las mismas condiciones.

AFP es la menos tendenciosa de todas, es una estructura rara, sin fines de lucro, ni pública ni privada, que pertenece al estado pero no al gobierno. Siempre se ha caracterizado por tener mucha independencia, y criticar a los gobiernos franceses. La France Presse es mucho más libre, la edición se va por la rigurosidad y calidad, pero no por la tendencia.

Cuando existe un acontecimiento muy relevante, aquí en el Ecuador y es de transcendencia internacional, nosotros debemos cubrirlos, con la diferencia de que el Comercio posee 14 fotógrafos, y nosotros somos dos, y esto es para todo el mundo.

El comercio si respeta, el nombre del fotógrafo, en cuanto a su trabajo, citando en la imagen el autor y la agencia de donde pertenece.

Entrevista

Richard Cortez

Coeditor de la Sección Mundo diario “El Comercio”

El gran valor de AFP es que tiene mucha coyuntura, está ahí tanto en lo que es información, como en lo que es fotografías. Ahora ellos están dando otros servicios adicionales incorporándole video, infografías y notas para web.

El valor adicional que ellos tienen, es que sobre la marcha, mientras va desarrollándose la noticia, no solo se conforman con enviar la información, la coyuntura, ya comienzan a mandar dos o tres horas después que haya sucedido el hecho, comienzan a mandar notas un poco más analíticas. ¿Qué significa notas analíticas? Son aquellas que le dan contexto a las cosas, definitivamente es un valor agregado. Le proporcionan al lector los **porqués** se desarrollaron estas cosas.

Entonces le dan contexto, recogen lo que el protagonista dijo hace 5 días, hace un año; a su vez mandan infografías, cronologías. Con infografías me refiero a que es un soporte grafico que aporta con datos estadísticos, cifras o ubicaciones geográficas.

Por su parte Reuters, además de brindar *la parte gringa del periodismo*, tiene una visión mucho más enfocada en lo económico. Con la versión gringa del periodismo me refiero a que casi no cuenta con ningún objetivo, tiene una versión lo más objetiva posible. A diferencia de la AFP que sigue siendo noticioso pero después se permite mandar notas más analíticas que consientan a la contextualización del hecho.

En lo que respecta al caso de Libia, hay una diferenciación. Ustedes deben entender la información que dan los medios, lo que les están dando noticiosamente (que es el hecho tal cual) no es la verdad. Es el hecho como lo ve y procurando verlo de la manera más objetiva posible. Todo es relativo.

Lo que pedimos es imparcialidad, creatividad y un poco más de aproximación al hecho, esos son los requisitos que pedimos a los periodistas de aquí.

Cuando uno comienza a mezclar el hecho noticioso con la interpretación de lo que sucede ya se tienen ciertas licencias para dar a entender a la gente por qué se dan las cosas. Esas es la gran diferencia, a veces nos equivocamos, hacemos trabajos de dos o tres meses que con un simple error puede dejar de ser publicado. (Puede darse esos casos de interpretación)

Al momento en que nosotros; primero un tema demasiado ajeno para el contexto del país. Primero se tiene que ver cuáles son los antecedentes y como se puede relacionar a la idiosincrasia del país. ¿Cuál fue la primera aproximación del tema Libia para los ecuatorianos? La visita de Correa a Medio Oriente y por casualidad se encuentra con Gadafi en la carpa vecina.

De tal manera que el tema de Gadafi volvió a la vitrina de dos o tres generaciones de ecuatorianos atrás. Porque Muammar Gadafi tuvo desde los ´70 en el poder, gente que tenía 25 años en aquel entonces, gente que ahora tiene 50 o 60 años. Generaciones que hasta el día de hoy tienen el referente de Gadafi; ya sea con las bombas, todo lo que el financió. Los de Alfaro Vive, 10 o 15 cabezas se fueron a entrenar a Libia. Estamos hablando a finales de los ´80. Por lo que vuelve el tema de Gadafi a raíz de su encuentro fortuito con Correa.

Entonces ahí viene lo que se refiere a la primavera árabe. Comenzó en Túnez cuando un vendedor ambulante se peleó con un policía municipal. Después otros países árabes le siguieron; Egipto... en fin fue como un efecto dominó. Ahora se está dando en Siria en Yemen.

Un poco cual es la idea, primero hacer el registro del hecho. Nosotros tenemos como Comercio, servicio de información (texto; noticias) de Reuters, AFP, DPA(alemana), ANSA (italiana). Aparte contamos con un freelance en Madrid, es un corresponsal al que se le paga por obra pero no tiene exclusividad con nosotros, otro freelance en Nueva York. Y corresponsales en Bs. Aires y Bogotá, ellos si tienen exclusividad con El Comercio, están en rol en nómina.

Este antecedente te digo porque ellos de una u otra forma, también nos colaboraron con temas sobre el tema Libia, acuérdate que Argentina, dada toda su historia,, Bs. Aires por ser un puerto atlántico tiene bastante migración judía, árabe española, vasca y todo lo demás. Entonces allá hay bastante pluriculturalidad, siendo una capital metrópolis, es por esto que nosotros pedíamos alguna información del *Instituto Árabe Argentino*, el corresponsal hablaba con el presidente y le preguntábamos del tema Libia.

Estas son las fuentes o suministros de información para *El Comercio* en lo que respecta a temas internacionales.

En fotos, no tenemos EFE ni en textos ni en fotos, esta agencia tiene la particularidad de ser española, cuando redacta sus temas si piensa en el lector latinoamericano y en el lector español, que muchos de ellos son migrantes latinoamericanos. Entonces se puede decir que el enfoque que tiene EFE es un poco más latino americanizado, para que la gente entienda y le dé más contexto.

Mides los contenidos para que la gente entienda el mensaje, eso si preocupa EFE y tiene también una buena proyección de corresponsales. El Universo, El Expreso y El Hoy, nos golpean porque ellos cuentan con EFE y nosotros no tenemos esta agencia.

En fotos solo trabajamos con dos agencias, con Reuters y AFP, nada más. Ellos son nuestro suministro de fotografías e infografías.

Y aparte tenemos servicio de caricaturitas internacionales y servicio de infografías de otras fuentes.

¿Cómo abordamos nosotros como El Comercio el tema de Libia?

Había ya el antecedente de Túnez y el antecedente de Egipto, se menciona que este tema fue sobre la marcha, nosotros nos dimos cuenta, fue definitivamente un efecto dómينو. Ya teníamos el antecedente de lo que signífico Túnez y de lo que signífico Egipto; con el valor agregado que el tema de Libia fue ya traído para los ecuatorianos unos meses antes, con la visita de Correa.

Lo que se priorizó en la información, las agencias por lo general siempre te ofrecen imparcialidad, por lo general. A veces por la vorágine del día, el manejo de la información hay que estar subiendo cosas a la web, para el

que este siguiéndonos por web este también informado pensar después en el papel. Ocasionalmente haces una pequeña edición y botas toda la información que te llega. Pero todo lo que se publica tanto en la página web como en el papel TIENE QUE HABER UN PROCESO DE REVISION. Tiene que haber un filtro de control.

Por más inmediatez que tengas, siempre tienes que revisar. Siempre tiene que existir un control, porque a veces por la inmediatez se pueden permitir errores en las publicaciones.

Teniendo en cuenta el filtro de información, nosotros teníamos que mandar información tanto para la web como para el papel.

La información que AFP y Reuters nos envía, nosotros recibimos acá todo por vía satélite, el satélite lo envía una base de datos, tanto de texto como de fotografías. El programa editorial que lo maneja, que próximamente lo vamos a cambiar es el GN-3, permite por un lado hacer diseño a los diseñadores fotografía a los fotógrafos y a los periodistas nos permite manejar las fotos y los textos. Posteriormente se va a una ventana donde pones P(Pictures) o W (Word) y pones línea para que posteriormente salga toda la información de línea.

Complementamos un tema noticioso con dos o tres agencias, cuando estas aportan puntos de vistas que se complementan los unos a los otros. Me explico mejor, las noticias son las mismas, pero acuérdate de ese aspecto del tratamiento analítico. Resulta entonces que el corresponsal o los corresponsales las agencias fortalecen a las corresponsalías que tienes, entonces por un lado di tu – el corresponsal de AFP antes de irse a la rueda de prensa de Palacio paso por el Ministerio de Defensa, el corresponsal de Reuters fue directo de su oficina a la rueda de prensa. Entonces cuando la AFP manda su despacho, adicionalmente a lo que vio junto con lo de Reuters, manda lo que él habló o lo que él vio en el Ministerio de Defensa.

Jerarquizamos la información por las diferencias que tienen los distintos puntos de vista de una agencia con relación a la otra. Se toma el valor agregado de cada agencia para que se haga más complementaria la información. Toda la información que enriquezca a la noticia al hecho es lo que se prioriza; es una suma de contenidos.

Y también tienes que ver el momento, si uno observa todo lo que fue la cobertura de Libia, esta tuvo; subía, bajaba, subía bajaba.

Que Gadafi ya estaba en manos de los rebeldes, que las tropas de Gadafi venían y lo rescataban de los rebeldes, hasta que hubo el asalto, ya hubo la participación de la gente de la OTAN, después otra vez que cayó. Por último que le arrinconaron en su ciudad natal y lo tomaron preso en la alcantarilla.

Todo eso tienes que ir midiendo, se comienza a ver todo lo que era noticia e información al principio: hecho, hecho, hecho. Pensábamos en el lector del día domingo, que tú el domingo te levantas más tarde, va a misa, coge el periódico, pero recién cuando está en la casa recién lo abre. Manejar la noticia entre semana y los temas analíticos, más de contexto, más reportaje, más informes de sábado a domingo, el fin de semana.

Tienes que pensar que tú no tomas un periódico de lunes a sábado, de lunes a viernes ni por casualidad un periódico. Resulta que tú algo oíste de Libia, te gustaría saber que pasó. Entonces se proporciona una nota que no necesitaste leer toda la semana y ya te dan el contexto.

Es por esto que se aprovecha para la gran nota el día domingo, para darles todo el contexto posible a los lectores.

También hay que tomar muy en cuenta que la gente lee menos con tantos medios multimedia e inmediatez.

Para recapitular, la información que era del día; esto pasa en Sirte, esto pasa en Trípoli, esto dijo Gadafi, esto dijo la oposición, se formó el Consejo Nacional de Transición, todo lo que iba siendo noticia, se iba registrando y las pausas de los reportajes de fines de semana, se bajaba un poco la información, se bajaba un poco el contenido. Pero también había que sacar otros temas, que el lector quería estar al tanto. Está bien que sea Gadafi y Libia, ya que te gustaría saber si pasa algo en Colombia, si pasa algo en Perú que registremos la información un poco más despegadamente. HAY QUE TOMAR EN CUENTA LA INMEDIATEZ DE LA GENTE, me refiero a lo que tiene más cercanía con el lector, por lo que siendo un lector ecuatoriano va a tener más cercanía con la idiosincrasia latinoamericana que con lo suceda en el Medio Oriente.

Un ejemplo; Colombia, Perú, Venezuela, Bolivia por el contacto político más cercano con nuestro gobierno.

Hubo un despliegue en política, centrándose en todo lo que fue la visita de Correa a Libia, el área judicial hizo todo lo que significó Libia para los *alfaros*, ya que 10 o 12 cabezas de Alfaro Vive Carajo tuvieron su entrenamiento en Libia.

Es como cualquier servicio que tú tienes, que tú necesitas, son paquetes que ellos te ofrecen. Pueden ser paquetes de fotografías y texto. Se negocia anualmente, se establecen montos. Las agencias de lo que tenemos entendido, tienen precios diferenciados, porque me imagino que no es lo mismo negociar con Mercedes Benz que con la Hyundai, si ellos ofrecen al NY Times o al Chicago Times, no es lo mismo que negociar con El Comercio, por lo que no es lo mismo negociar con El Mercurio o El Tiempo de Cuenca, El Hoy.

Nosotros tenemos un archivo de fotos, queremos comprar una foto para tenerlo individualmente tiene un precio, pero tiene un precio distinto en el caso que se quiera producirlo en masa.

Son contratos anuales, en función de esos montos se da el servicio de texto, fotos, infografía, videografía aparte del trabajo de los corresponsales. La ventaja de tener un corresponsal, no necesariamente en donde se está produciendo el hecho sino lugares como NY, Bs. Aires y Bogotá. Por ejemplo mientras daba el fenómeno de lo que sucedía con Uribe, la mala relación con Correa, lo de la incursión que hubo; por todo lo nombrado anteriormente se volvió una plaza clave para el periódico, entonces la ventaja que tienes al tener un corresponsal o un *freelance* es que te da su visión.

La garantía es que lo que él te dice, tiene mucho de verdad, además tiene otro lado que los hechos noticiosos. Tiene un valor adicional, siempre tener un plus. Es tener otras visiones del conflicto que está sucediendo.

Es costos que no va a tener una red de corresponsales semejante a las que tienen las agencias de prensa, solo piensa que al corresponsal *freelance* de NY pero necesitábamos tener a alguien en NY, el se establece que va a ganar por cada nota 150 USD-200 USD por nota, que sea un promedio de dos notas por semana, se habla de un promedio de

300 dólares a la semana, son 1200 al mes. Lo que gana aquí un coordinador de área. Por seis notas al mes.

La corresponsal que se fue primero a Washington por su antigüedad, hizo carrera en El Comercio, tenía un sueldo de unos 3500-3800 USD. Pero la diferencia de producción y de enfoque de las notas era espectacular.

Es todo un proceso para un corresponsal establecer una red de corresponsales. El Comercio no lo tiene primero por costos y más que nada no determina nuestras prioridades noticiosas, tenemos *freelance* en NY, *freelance* en Madrid, tierra muy cercana para la gente, muy de migración. Colombia por inmediatez y Bs. Aires nos aporta una visión más europea en el continente latinoamericano.

Yo creo que son un complemento para registrar lo que pasa a nivel en el mundo, desarrollo no, porque eso lo hacemos nosotros. Te doy el otro lado de la moneda, tenemos una red de corresponsales nacionales, tenemos oficinas regionales; en Guayaquil, en Cuenca, Ambato, Sto Domingo, Imbabura. Corresponsales en Coca, Esmeraldas, Tulcán. La agencia internacional es la visión externa de lo que pasa en el mundo. Si me preguntabas hace 20 años atrás, lo que era la agencia era LO QUE TE DECIA LA AGENCIA y eso era. Hecho absoluto. Pero ahora con todo lo que tienes; twitter, facebook, medios multimedia con infinidad de propósitos, es la ayuda, es el insumo de información de lo que pasa en el mundo pero también tienes los otros recursos. Es un insumo para complementar la información del periódico. Te da información de lo que sucede.

Te da facilidad para tener información, texto, fotografía de lo que sucede afuera. Los contratos AFP- Reuters son como sellos de calidad. Son agencias que tienen su trayectoria.

Tenemos el servicio de IPS, (*International Press Service*) menos transnacional, más independiente, visión fresca de las cosas, más izquierdista, son temas que tienen que ver con la coyuntura y lectura.

GDA (Grupos de Diarios de América) Miembros que aglutina a los principales periódicos de Latinoamérica, desde USA hasta Argentina, son 25 periódicos que tiene este convenio que pueden hacer uso de información e intercambio de información.

En Libia, no había corresponsal pero El Comercio de Lima desplazo a su corresponsal de Egipto y lo mando a Libia. El Universal de México, mando personal exclusivamente personal a Libia, como estamos dentro de GDA tenemos esa facilidad de acceder a esa información.

Desde la aparición del diario El Comercio, este diario ha tenido relación con las agencias de prensa. Jorge Ribadeneira, entró al diario a la edad de 17-18 años el corresponsal de UPI, agencia gringa. Desde que hubo periodismo, desde que hubo información de cable, los primero Comercio de 1906 ya tienen despachos internacionales.

Hay un concepto más de generación de información, son 5 años de diferencia y son estudiantes totalmente distintos, por la tecnología que manejan. Que cada vez aparecen audiencias que necesitan acceso inmediato a la información, entonces lo que ha visto el diario es que nos tenemos que ir apuntalando no solo a lo que respecta a un manejo más multimedia de la información.

No solo en el sentido de la cobertura, sino en el sentido de tiempos. Tenemos que manejarla información del día a día, minuto a minuto. La nueva estructura que tiene el periódico

Información para tabletas, para la televisión para smartphones en el cual la gente pueda tener información inmediata. Inmediatez y sobre todo cobertura multimedia.

Está diseñando un grupo catalán de arquitectos.

Entrevista

Pedro Dazan

Jefe Administrativo de la Redacción diario "El Comercio"

Con las agencias de noticias, tenemos contrato con algunas. Pero con dos de ellas tenemos contratos completos, tanto de texto como de fotos. De la Agence France Presse, tenemos infografías. Con la otra que tenemos contrato completo es con Reuters, tenemos textos y fotos.

También tenemos servicios de otras agencias ANSA - italiana, la DPA- alemana, la IPS- Italia que más que notas manda artículos.

También tenemos otros servicios básicos de noticias contratados, McClatchy Tribune, te da servicio de infografías, ilustraciones. es agencia americana.

Algunos contratos son de un año, otros de dos años y algunos automáticamente se renuevan. Depende de cada caso. Por lo general las agencias intentan mantener acuerdos de largo plazo, los contratos se siguen actualizando continuamente.

Entrevista

Alexander Martínez

Director Agence France Presse, sede Quito

¿Cuál es la relación de la AFP y el diario El Comercio?

La relación que mantienen AFP, con el comercio, es básicamente comercial en la que ellos les proveen de servicios informativos al periódico, estos son de texto de foto, infografías, están en camino de proveer también videos para su página web.

Coberturas especiales, o hechos trascendentales, como el de la FIFA, juegos olímpicos que venden paquetes informativos especiales que contienen, información adicional a los hilos ya mantenidos previamente.

El comercio acude mayormente a AFP. ¿Por qué ellos no cuentan con corresponsales en todo el mundo?

Los periódicos no tienen una red como la de AFP, que es una agencia mundial de noticias y garantiza su presencia alrededor del mundo, cuenta con 2900 colaboradores de 80 diarios diferentes en 165 países, un diario local por más esfuerzo que haga, no va ser igual que el trabajo de una agencia internacional.

Ni su interés es ser una red mundial de información.

El enfoque de AFP es muy general, cubrimos actualidad política, la coyuntura económica, deportiva y social, y se complementan con Reuters que es enfoque claramente económico.

Por eso podemos ver que el diario combina lo que es AFP y Reuters?

Hay periódicos que trabajan con más de tres agencias, actualmente El comercio, esta con AFP, Reuters, ANSA, PA. Un editor que se tome su tiempo recoge la información de todas las agencias y a partir de eso crea su noticia. O puede ser el caso que recibe la información en un servidor, y escoge la noticia que llega primero, otros consideran que es más fiable AFP Y Reuters, y arma una nota con esa.

Para Uds. no existe inconveniente que se mezcle la información de las dos agencias?

No, para nada, primero lo que hace cada agencia es vender sus servicios, por como el tema de Libia, si nosotros tuvimos contacto con la ONU y la resolución ese día y Reuters envía información acerca de lo que sucede en Trípoli se combina la información.

Cómo procesan la información y luego como llega a los clientes?

La producción de la información siempre es sobre fuentes propias, ya paso la época en que los medios de comunicación y sobre todo los periódicos y radios, eran fuente para las agencias, antes del internet, las agencias trabajaban sobre periódicos, sobre la información que generaban los periódicos, por los diarios, como es el caso del comercio a nivel internacional no tiene corresponsales en 165 países o todos los países del mundo., pero localmente El comercio si tiene la capacidad de tener corresponsales en todas las provincias, y algunos casos varios corresponsales en provincias.

Como los periódicos para entonces tenían una amplia red nacional de cobertura era una fuente de información para las agencias y es en general, no únicamente para la AFP. Ahora con los nuevos mecanismos de información todos es más fácil incluso para acudir a fuentes directas. Si un corresponsal, hablando de un periodista de agencia internacional, sino puede acudir a la fuente es mucho más fácil, incluso ubicarle telefónicamente o recibir por correo electrónico una versión de la fuente o un boletín de prensa. Así funciona en todo el mundo. Cada cliente de nosotros, El comercio, El universo, El diario Hoy, La hora, Radio Quito, ellos reciben la información en un servidor que nosotros le instalamos, reciben la información a través de una antena, recepción satelital. Bueno eso se hacía en el pasado, ahora la agencia corresponsal en Quito no tiene que hacer eso directamente con los clientes, antes era hasta por mano, con mimógrafo, se les entregaba en un paquete, un sobre que contenía la información del día. Ahora es a través de antenas q las agencias instala a cada cliente.

¿Cuántos años de relación ustedes como AFP, mantienen con el diario el comercio?

La relación es histórica.

¿Con cuántos clientes trabajan en el Ecuador?

En total tenemos unos 15 clientes, entre periódicos, radio, sitios de internet, trabajamos con radio Quito que es parte del grupo El comercio.

Como agencia AFP, como ven como es la prensa ecuatoriana, a lo que era 50 años atrás?

La prensa ecuatoriana, pues se ha ido modernizando obviamente, un poco más ágil, antes no se daba esto por cuestión de equipos de tecnología, no son muchas décadas atrás, que quizás algunos periódicos debían levantar las noticias con linotipos, cogiendo letra por letra, armando la noticia. La época del plomo.

¿Las agencias internacionales tienen un esquema de once puntos para construir la información?

Para armar nosotros la información, basamos nuestro trabajo en el principio de la pirámide invertida, la información mas importante, en el lead, en el párrafo introductor, luego se va desarrollando en orden jerarquico, y todas la afirmaciones echas en el primer párrafo deben ser desarrolladas en el cuerpo de la nota, ninguna idea puede quedar suelta. Cada agencia tiene su propio estilo de redacción, no hay un formato único para todas las agencias, cada agencia lo va actualizando de acuerdo a sus necesidades o de acuerdo a las necesidades de sus clientes. Pero en general en el periodismo, sea local, internacional, prensa escrita o televisión, las normas básicas de periodismo, pirámide invertida, el primer párrafo con las w questions.

Lo de los once puntos puede ser relativo, porque si uno se pondría enumerar podrían se 15 o 10, otras agencias decir no son 5 puntos, puede ser once características destacadas en el proceso de cada agencia.

AFP, se ha acostumbrado a utilizar muchos quotes integros, básicamente en los párrafos de corbata, segundo párrafos que refuercen lo que se dice en el primer párrafo. Esto es lo que dice los manuales de redacción de la France Presse.

¿Cuál es el objetivo de la AFP, ser los primeros o ser los mejores?

Eso de la competencia, no existe en la agencias, porque a la final, una cosa es la competencia y otra es la exclusividad, de alguna manera ambas cosas están ligadas. Si AFP consigue una declaración directa de una fuente y sacamos la información por delante, lo que toma el tiempo de que otra agencia reacciones ante eso, son segundos o unos cuantos minutos. No es como antes que otra agencia no podía saber nuestro trabajo, actualmente uno puede ingresar a la página web y saber el acontecimiento sobre un país, y todas las agencias de noticias que han emitido información al respecto. Prácticamente estas monitoreando y sabes lo que la competencia está escribiendo.

Hay algo que siempre ha caracterizado el trabajo de las agencias internacionales y es el balance que debe haber entre rapidez y calidad. En la agencia no pueden ir estas dos cosas por separado. Por las agencias siempre hemos sido servicios on line, más allá que treinta años atrás no hubieran las mismas tecnologías, hemos sido medios que informamos conforme van sucediendo los hechos. Ahora que se hayan acortados más las brechas, es cierto, pero siempre hemos informado sobre la marcha. El desafío de una agencia es siempre encontrar ese balance. Esto nos ha ido acercando cada vez más a otros medios conforme avanzan las tecnologías, las agencias siempre tomamos previsiones ante medios locales para salir primero si es algo con relevancia internacional.

Antes de que existan las agencias de prensa, como los periódicos nacionales tenían acceso a la información internacional?

Los primeros acercamientos a los países de regiones cercanas, a información internacional, fue a través de corresponsales, claro que no podían enviar la información tan rápido esta se la hacía por avión.

Entrevista

Eric Samson

Corresponsal de Reporteros sin Fronteras para Ecuador.

Coordinador de la carrera de periodismo multimedia del colegio de comunicación y artes contemporáneas de la USFQ.

ACCESIBILIDAD DE LAS FUENTES

Fuentes que contextualizan a la noticia más no dan declaraciones directas.

Yo creo que hay que ver, cada caso es diferente. Esa es una cobertura en un tiempo de guerra, en un país de guerra interna y externa. Oficialmente no lleva ese nombre, ya que era una operación avalada por las Naciones Unidas para proteger a los civiles, con bombardeos aéreos; entonces era una situación de conflicto y en esas situaciones de conflicto el trabajo para todos los periodistas sean de agencias o de donde sean, es complicado.

Por ejemplo Las salidas, era para ver los muertos, los asesinados por los bombardeos de la OTAN ; van donde el gobierno quería que vayan con testigos preparados pagados, porque los periodistas no tenían la libertad de andar por la capital, de hacer lo que querían. Algunos trataron de escapar, algunos trataron de ver algunas fuentes disfrazadas en el hotel, pero básicamente la disponibilidad de las fuentes ahí en Trípoli son las que el gobierno dejó, fueron fuentes oficiales. Entonces si han faltado muchas fuentes no fue por mala voluntad, porque no tenían acceso porque no se les dejaba salir del hotel. Esa limitación que han tocado todas las agencias, de ahí la importancia que tienen para nosotros el complemento de las redes sociales, por eso el interés que sea en Egipto, Irán, Cuba, de dominar las redes sociales. Porque eso en este momento, como estamos en esa situación, esas redes sociales permiten recibir algo de fuentes que estarían vedadas o que son imposibles de acceder, Por eso creo que en Trípoli mismo, esto fue una de las limitaciones.

En las fotografías la libertad era más amplia, hay más libertad de movimiento, con los riesgos que eso amerita. Por eso en las fotografías había más posibilidad de ver distintas fuentes.

En el caso libio, fue muy difícil identificar quienes eran los líderes de la rebelión, pero la composición del comité era casi desconocida. Todavía existen muchas dudas sobre quien era quien, había unos nombres importantes, pero muchos no quisieron dar su nombre, ya sea por cuestiones de seguridad porque así se sentían más protegidos otros porque no querían identificarse porque eran islamistas puros y duros. Eso pudo haber podido mermar la ayuda que brindaron algunos países de Occidente, fue la dificultad muchos de los líderes de la rebelión no eran identificables porque no querían, a veces no se podía contactar a la gente porque no se sabía exactamente quienes eran. Pero yo creo que si hubo más libertad en ese aspecto, tomando en cuenta todas las limitaciones que existían en ese país. En las zonas no controladas por el gobierno, yo creo que si hubo acceso a un poco más de gente.

Manipulación de la información por medios occidentales

Yo creo que algunos medios tuvieron una visión sesgada y otros no. De lo que yo he leído en los medios,; lo que he visto más sesgado era opiniones de figuras públicas (personalidades). XXXXXX, filósofo moderno que se ha involucrado bastante de lado de los líderes, ha empujado para que Francia intervenga, el está clarísimo alado de los rebeldes.

Entonces algunos de los personajes que intervinieron, inclusive como expertos, en el conflicto libio tenían opiniones sesgadas, yo he leído en los artículos que chequeo regularmente Le Monde, Le XXXXX, etc, Le XXXX, defiende una posición bien definida ya que tenía una posición bien alienada con el gobierno de Sarkozy, he leído en muchos periódicos artículos en donde se preguntaban acerca de quiénes eran los rebeldes, ¿estamos aquí abriendo el camino a los islamistas puros y duros? Van a perder las mujeres avances que si se perdieron en la época de Gadafi, yo he visto artículos ponían en duda la pertinencia de la intervención occidental, he leído cosas variadas; las agencias es un poco difícil para mí decir porque a veces en los periódicos de Francia no se utiliza tanto el

“telex de agencia” entero, se lo utiliza como un elemento adicional. A veces sí, a veces está firmado AFP o lo que sea. Los telex de AFP, AP, Reuters sirven como base para que alguien más reescriba todo eso, para que haga como un collage con los elementos de los enviados especiales también y con todo eso se arma una nota; y después de eso de distintos elementos que proviene de la agencia, que proviene del corresponsal que proviene de fuentes a veces el periódico no te da ese detalle. Tú lees el resultado que proviene de una multitud de autores por eso es difícil juzgar de la pertinencia de cobertura de una agencia para hacer eso habría que ver el telex mandado por la agencia antes de que los medios lo modifiquen lo reescriban, Eso sí es algo que no siempre tenemos acceso, menos aún los lectores.

Lo que si les podría decir y ese es el caso de Ecuador, y eso es un problema para el periodismo en general hay una cierta visión sesgada de los países. Nuestros editores en París o Canadá, en donde sea. Sesgada en el sentido que los editores tienen una visión sesgada acerca de lo que es un país, con lo mucho o poco que conocen de ese país tienen una cierta visión. Por ejemplo, América Latina durante mucho tiempo era el continente de las repúblicas bananeras y se caen los gobiernos, había una visión bastante basada sobre la crisis. Habían países que pasaban de crisis en crisis entonces era una visión que no correspondía en su totalidad a la realidad pero que hace que sea difícil de cambiar ya que los editores en París tienen su visión ya formada del país.

A veces hay una cierta visión reductora que viene en esencia de lo que hacemos, mandamos artículos pequeños, mandamos un telex pequeño, un telex no es un libro. Si quieres preguntarme la visión más compleja, más completa sobre la complejidad de la situación, un artículo no es lo que te conviene, un artículo se focaliza sobre un episodio de violencia, un problema más delimitado. Pero yo creo que en muchos casos hay una visión que a veces cuesta al corresponsal hacer entender al editor que la situación cambió.

Pero yo no sé si sea cuestión de agencias, si los medios en general no tienen un marco de lectura. Y cuesta a los corresponsales hacer entender a los lectores y al editor que el problema es más complejo. Las noticias

por internet tienen esa visión reductora pero no sé si es un problema de agencia, creo que es un problema de muchos medios.

Las agencias van en conjunto con los medios, para conocer...muchos de los medios dicen que las agencias occidentales, tienen un sesgo mío, ya que yo trabajo para un medio de comunicación occidental, sé que no todo el mundo estará de acuerdo con este sesgo. Algunas personalidades piensan que las agencias de prensa occidentales como AFP, AP obedecen al imperio, a mi me parece que es una visión simplificadora, yo creo que hay un egocentrismo. Por supuesto que las agencias también van a tomar en cuenta el contexto de sus países respectivos pero yo veo a los corresponsales que están acá son muy profesionales. Por ejemplo durante la guerra del CENEPa había una obligación absoluta de no caer en el favoritismo a favor de la posición del Ecuador o de Perú, había instructivos muy severos, muy estrictos de no favorecer al país en el cual tu vives.g

Recientemente he visto las agencias de noticias de países como Cuba, países en donde la libertad de expresión no existe ahí si tú puedes encontrar un sesgo evidente. Prensa Latina sacó la noticia en donde decía que reporteros sin fronteras había sido expulsado de la UNESCO y lo hicieron justamente dos días antes de que *Reporteros sin Fronteras*, por lo cual yo soy corresponsal aquí en el país, mande un balance anual sobre los países predadores del internet y obviamente Cuba está radicado como un país que no tiene libertad de internet ni es ninguna parte.

Si bien tu puedes encontrar problemas de línea editorial en las agencias occidentales, norteamericanos. Creo que hay una tradición de ejercicio de periodismo independiente mucho más sólida y condiciones que nos permiten defender algo de libertad editorial, mucho más que en un país donde no existe libertad de expresión como Cuba, donde simplemente sino estás de acuerdo vas a tener problemas gravísimos. Entonces yo creo que en ese sentido los que dicen que los medios y las agencias de prensa deben tener una visión así tal cual. Yo tendría mucho más confianza en los contenidos del telex de una agencia como AFP, AP o EFE que en cualquier cosa que venga de prensa latina y que sea político. Si es algún tema que no sea político que no consista en defender o atacar

yo creo que todas las agencias van a hacer bien su trabajo pero algunas agencias que obedecen a líneas editoriales, obviamente están más que controladas. Yo creo que un medio debería hacer lo que hace bien por ejemplo todo lo que es internacional es complicado; la cobertura internacional te cuesta más. Tener una red de corresponsales como ellos son muy costosos, aunque depende también porque hay muchos corresponsales independientes, de los que se les paga por nota, pero igual es una red fuerte no es tan simple.

Me parece que los medios que no tienen recursos de utilizar o de crear la red propia, debería utilizar los servicios de agencias. Más vale utilizar gente que lo hace bien que tu tratar de hacerlo tú mismo y mal. Entonces me parece que en ese sentido las agencias son un apoyo vital para la mayoría de los periódicos que no pueden mantener corresponsales propios. Yo creo que los medios deberían tener la inteligencia de hacerlo bien, en el sentido de no solo depender de una fuente, ya sea de agencias o de prensa latina. Ahí si me parecería bastante prudente tener AP, AFP o EFE y tener prensa latina. Tener distintas agencias por más que cueste un poco más, pero si varían las fuentes a nivel de agencias para tener distintos puntos de vista, trabajar mucho sobre redes sociales porque se pueden hacer muchas cosas por teléfono y mantener corresponsales en los países claves.

Una vez más hay maneras de lectura, yo creo que es muy importante que los medios sean eso parte de nuestro trabajo tratar de ir más allá. El medio por esencia simplifica, si yo te doy una cuartilla, dos cuartos de página para hablar de algo es solamente eso si tu realmente quieres hacerme entender acerca de algo ni siquiera si te doy una página, tendría que escribir un libro para realmente ir a fondo y eso no corresponde.

Necesariamente la prensa va a focalizarse sobre un aspecto va a dejar algunos elementos de contexto fuera, porque no tenemos el espacio el tiempo. Entonces en ese sentido los medios y las agencias a veces se focalizan sobre una cierta línea, simplifican demasiado. A veces lo hacen porque los editores tienen una visión simplista sobre lo que es la realidad. Yo creo que el problema de las agencias sería esa visión simplificada o esa manera de leer a un país a través de un lente muy estrecho. Por eso la

necesidad de variar de agencias y de variar de fuentes. Corresponsales propios en los países que realmente necesitas y redes sociales y llamar a la gente y tener la mayor variedad posible.

Entrevista

José Velásquez

Gerente Nacional de Noticias Teleamazonas

Muchas veces los periodistas se van al lado ganador o al que creen que así lo será. Sí existe un conflicto entre policías y manifestantes, los periodistas recorren al lado de la policía, si algo sucediera es más fácil enterarse del lado de ellos, y en la guerra sucede de la misma manera, es la forma en que las agencias de noticias trabajan.

La prensa internacional cuando fue el conflicto de Ecuador – Perú, todo optaron por el lado peruano, por tanto sigilo y hermetismo. En caso del conflicto de Libia fue igual.

El mayor generador de noticias posiblemente es Estados Unidos y si ellos tiene algo que decir y si hay información que proviene del pentágono de la CIA, la información será sesgada..

Sin embargo no es intencional, pero es la información que hay.

Uno principio de las noticias es la tendencia de la postura que tomas por el lado que consideras que va a ganar, segundo por un tema de flujo de información. Terminas de igual forma alineándote, y tercero será muy difícil llegar a la fuente principal que es Gadaffi o su familia, a si que los periodistas terminan yéndose al lado que les va a dar información...

¿Cómo se crea el balance en esta situación?

Con entrevistas, con un enviado especial, quizás manejarse por las redes sociales.. Pero ahí viene el otro tema de recursos, significa plata, los corresponsales el equipo que manejan y la disponibilidad de tiempo.

Como tienes recursos ilimitados no terminas haciendo lo más fácil pero si lo que te complique menos. En este tipo de coberturas es cuando un medio debe invertir el dinero suficiente, y por la información recibida mantenerlo no será muy costoso, pero también existen los que trabajan de freelance.

France Presse y Reuters son las agencias más baratas, en el sentido del paquete de información que te brindan, fotografías, infografías, página web, texto, y el valor que cobran.

Por el trabajo que han mantenido estos años, AFP quizás brinda una información mucho más balanceada que la de Reuters la cual se enfoca mucho más en el ámbito económico.

Otro punto importante es la contextualización de la información, tanto las agencias como medios debemos contextualizar al lugar de los hechos para que los lectores consigan entender mejor la noticia.

Lo que se debe realizar, es trasladar la historia para los lectores de esta región, cabos que se puedan atar. Es una especie de efecto dominó, las historias si son muy lejanas hay que acercarlas. Si no posees el dinero para mandar un corresponsal, haz que un experto en tu región te explique más a fondo del problema que está sucediendo.

Otra manera de contextualizar es como pautas a la información y en qué lugar de tu parrilla, o el que sección de tu diario, en que página irá localizada la noticia... que le pones y cuando le pones.... Todo este proceso debe ir de la mano de la objetividad, y sucederá que también se presente la subjetividad.

Te puedes acercar a la información por diferentes medios de comunicación, como los diarios de América... quizás ellos poseen la información que uno no la tiene y tienen acceso a la investigación porque pertenecen a la misma línea mediática.

6.2 Fichas de análisis

A continuación se presentan las fichas de análisis de los 69 ejemplares del diario *El Comercio*, que informaron acerca del conflicto Libia, desde Febrero hasta Octubre de 2011

6.3 Ejemplares diario “El Comercio”

Estos son las copias de los ejemplares de El Comercio, del año de su primera edición 1906, desde un inicio este medio de comunicación se involucró con agentes internacionales para desarrollar su trabajo.

6.4 Extracto diario “El Comercio”

En las siguientes hojas se exponen un extracto de información del diario El Comercio, del conflicto Libia, que nunca salió publicado en el periódico, sin embargo es un banco de información que almacena el medio de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar, María .(2003). Sociedad de la información y cultura mediática. Combyte, Segunda edición.
- Alberto Dalla (2000). Lenguajes periodísticos. Ariel. Segunda Edición
- Alonso Armando. (2006) Enciclopedia de Periodismo. Argentina. Valleta Ediciones.
- Armentia José. (2008) Fundamentos de periodismo impreso. Barcelona, España. Ariel.
- Atorresi Ana. Los géneros periodísticos. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Colihue
- Barrera, Carlos (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel Comunicación, Primera Edición. Barcelona, España.
- Barrére Bernard (1982) Metodología de la historia de la prensa española. España. XXI Editores
- Beltrán, Luis Ramiro(1999). Radiodifusión. Servicios científicos. Turibalba Costa Rica. Segunda edición.
- Benavides José Luis. Escribir en Prensa. Pearson Comunicación.
- Bodas José. (1194) El mundo árabe y su imagen en los medios. Editorial Comunica
- Boland Lucrecia (2007) Funciones de la administración. Argentina. REUN
- Burgueño, José Manuel (2008). La invención en el periodismo informativo .Advisory Board, Primera edición.
- Clauso Raúl (2007) Cómo se construyen las noticias. Buenos Aires, Argentina. La crujía
- Cutlip Scott (2006) Manual de Relaciones públicas eficaces. New Jersey, USA. Gestión 2000

- Díaz Javier, (2003) Manual de redacción ciberperiodística. España. Ariel
- El artículo y la columna (2009) La lectura de la prensa escrita en el aula. Fareso.
- García, Pedro. 1990. El idioma español en las agencias de prensa. Madrid, España. Fundación Ruipérez.
- Gil, Rubén. (1993). Periodismo, Historia y teoría. Barcelona España.
- Gomis Lorenzo. (2008) Teoría de los géneros periodísticos. Editorial UOC
- González Elena, Bernabéu Natalia. (2008) El periódico, La lectura del prensa escrita en el aula. CIDE
- González Susana (1997) Periodismo de opinión y discurso. México. Trillas
- Gutiérrez Hugo (1974) Información y Sociedad. Fondo de cultura económica
- Heider Don. (2009) Living Virtually, researching new worlds. New York. USA. Peter Lang Publishing.
- Hernández Francesco (2007) Didáctica de la ciencias sociales, geográficas e historia. Barcelona, España. GRAÓ.
- Hernández María. (2009) Traducción y periodismo. Alemania. Peter Lang.
- Herrán, María Teresa (1991). Ética para periodistas. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma
- Hoyos Juan José. (2000) La pasión de contar.. Universidad de Antioquia
- León Patricia. (1993) Los medios masivos y la agricultura. Costa Rica. Editorial IICA.
- Lewisohn Eisenstein, Elizabeth (1994). La revolución de la imprenta en la edad moderna europea. Akal, Segunda edición.

- Lloren, Vicente. (1995). Fundamentos tecnológicos de video y televisión. Ediciones Paidós e Iberica. Segunda edición.
- López Rafael, López Begoña. La entrevista y la crónica. OMAGRAF SL.
- López Xosé. (2010). La metamorfosis del periodismo, Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Comunicación social.
- Nieto Alfonso, Iglesias Francisco (1993), La empresa informativa. España. Ariel Comunicación.
- Nieto Andres. (2004). Profesores de enenanzasecundaria.Administracionde empresas. Espana. Mad.
- Novoa Eduardo (2001) Derecho a la vida privada y libertad de informacion: unconflicto de derechos. Mexico. SigloVeintiunoeditores.
- Palomares Alfonso, Reigosa Carlos (1995), La información internacional en el mundo hispano hablante. Madrid, España. COMPLUTENSE.
- Reid Ellen (2002) Fidelidad en la red. Bogotá, Colombia. Norma
- Ribadeneira, Jorge. (2006). El Comercio: 100 años de historia y testimonios. Quito, Ecuador. Ediecuatorial.
- Rodriguez, Marco Antonio. Misión y Visión CCE. Recuperado el 13 de febrero del 2012 en <http://cce.org.ec/index.php?id=28>.
- Sabés Fernando, Verón José. (2009) La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo. Sevilla, España. Comunicación Social.
- Sassoon Donald, (2006) Cultura el patrimonio común de los europeos. Barcelona, España. Crítica SL.
- Velásquez Cesar, Gutiérrez Liliana , Salcedo Alberto, Erney Jesús, Valderrama Jairo.
- (2005) Manual de géneros periodísticos. Colombia. ECOE Ediciones.
- Velásquez Cesar, Gutiérrez Liliana , Salcedo Alberto, Erney Jesús, Valderrama Jairo.

- Villamarín, José. (1997). Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo. Quito, Ecuador: Radmandi.
- Warren, Carl. (1989). Géneros periodísticos informativos. Barcelona, España. Harper and Row Publishers Inc
- Agence France Presse. Una agencia de prensa independiente. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>
- Agence France Presse. Una agencia de prensa independiente. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>
http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1990_1980
- África Mía. Libia: se amplía el reconocimiento al CNT. Recuperado el 16 de marzo en <http://hablemosdeafrica.blogspot.com/2011/09/libia-se-amplia-reconocimiento-al-cnt.html>
- Agence France Presse. Una agencia de prensa independiente. Recuperado el 7 de diciembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/content/afp/nuestra-historia>
- Comunicación e ideología. La prensa escrita y su ideología. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>
- Comunicación e ideología. La prensa escrita y su ideología. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/2008/11/historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html>
- El Comercio. Tenemos el derecho de matar a Gadafi: CNT libio. Recuperado el 16 de marzo en http://www.elcomercio.com/mundo/derecho-matar-Gadafi-CNT-libio_0_545945491.html
- El Mundo. Ocho meses de insurrección y guerra en Libia. Recuperado el 16 de marzo en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/24/internacional/1298567656.html>
- Eric Giuly. Ex presidente de la AFP. Recuperado el 7 de noviembre del 2011 en <http://dictionary.sensagent.com/eric+giuly/fr-fr/>

- Esteves, Albert. La larga historia del prensado de metales. Recuperado el 17 de noviembre del 2011 en <http://www.interempresas.net/MetalMecanica/Articulos/10544-La-larga-historia-del-prensado-de-metales.html>.
- Gobierno Vasco. Historia de la prensa escrita. Recuperado el 25 de noviembre del 2011 en <http://www.hiru.com/medios-de-comunicacion/historia-de-la-prensa-escrita>
- <http://thomsonreuters.com/>
http://thomsonreuters.com/about/company_history/#1970_1960
 Reuter Monitor Money Rates Service launched, an electronic marketplace for Foreign Exchange, a major world innovation.
- http://thomsonreuters.com/about/company_history/#2000_present
- <http://victorsolano.com/definiciones-de-comunicacion/>
- <http://www.ansa.it/>
- <http://www.ap.org/>
- <http://www.creas.org/recursos/archivosdoc/pubcreas/comorg.pdf>
- <http://www.dpa.de/>
- <http://www.dyn.com.ar>
- <http://www.lusa.pt/default.aspx?page=home>
- <http://www.upi.com/>
- Karen Whitehill King(2011). Kleppner Publicidad.
- Piedra, Nelson. Código de ética periodística en Ecuador. Recuperado el 5 de noviembre del 2011 en <http://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>
- Pimentel, Rodolfo. Eugenio Espejo. Recuperado el 8 de febrero del 2012 en <http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo3/e2.htm>

- Restrepo, Jairo. Análisis de los procesos básicos en un sistema de telecomunicaciones . Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.afp.com/afpcom/es/>
- Reuters. Home. Recuperado el 16 de marzo en <http://www.reuters.com/>
- Romero, Daniel. Importancia del Internet en nuestra sociedad. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.area123.com/2009/01/importancia-del-internet-en-nuestra-sociedad/>
- The University of Texas at Austin.The Gutenberg Bible. Recuperado el 16 de noviembre del 2011 en <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/gutenberg/web/pgstns/01.html>
- United Press International. UPI. Recuperado el 24 de febrero del 2012 en http://es.wikipedia.org/wiki/United_Press_International
- Vega, Enrique. La estrategia de la OTAN en Libia. Recuperado el 17 de marzo del 2012 en <http://www.publico.es/internacional/372462/la-estrategia-de-la-otan-en-libia>