



51A
1-9

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES
(UNITED PRESS INTERNATIONAL)

T E S I S

Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

p r e s e n t a :

MARIA LINA AMADO AGUILAR

TESIS DONADA POR
D. C. B. - UNAM

México, D. F.

1990

6758



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N T R O D U C C I O N

La materia "Agencias Informativas Internacionales" ha sido, según el presente programa de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación, excluida como tema de estudio.

Esta materia, existente en el programa de estudios de la antes llamada carrera de Licenciado en Periodismo y Ciencias de la Información, era impartida por el profesor Oscar Kauffman Parra, - - quién laboraba en la Agencia Informativa Internacional The Associated Press.

Kauffman Parra nos enseñó toda la operación y mecanismo de los teletipos; supimos por él cómo se envía y cómo se recibe una noticia en una Agencia Informativa Internacional y los mecanismos de la Agencia, la cual funcionaba en un piso del mismo edificio del periódico Excelsior, en Paseo de la Reforma.

Aprendimos cómo perforar la cinta de una noticia, cómo manejar y escoger los eventos noticiosos dignos de enviar al exterior en los teletipos.

Me pareció interesante esa clase-práctica, por la trascendencia que tienen las Agencias Informativas Internacionales que divulgan sus noticias al periodismo escrito, televisado y radial, ya por canales convencionales o por el moderno satélite, a todas partes del mundo.

El periodismo internacional es el más ampliamente difundido, ya que una noticia de un periódico, de una emisora de radio o de televisión llega a una audiencia limitada a la ciudad o al país donde tiene su base, mientras que las noticias de las Agencias Informativas Internacionales se distribuyen a una multitud de países simultáneamente.

En este trabajo no me dedicaré al estudio de todas las existentes como en la materia de Agencias Informativas Internacionales, puesto que son muy numerosas y la mayoría de ellas tienen una personalidad propia como: Agence France Press de Francia (AFP), la Reuter de la Gran Bretaña, la Tass de la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS), The Associated Press (AP) de los Estados Unidos de Norteamérica, la Deutsche Press Agentur (DPA) de Alemania Federal, la Empresa Fotográfica Española (EFE) de España, por mencionar algunas.

Estudiaré a la United Press International (UPI), por ser la Agencia Informativa Internacional que más conozco y aquella con la que más contacto he tenido en materia de información y que varios corresponsales, directores y gerentes han con vivido conmigo en México, Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, América Latina y Europa.

La investigación que realizo constituye un conjunto de vivencias combinadas con datos históricos de la fundación, organización, desarrollo y funcionamiento de la Agencia United Press International; así como un estudio del trabajo que realizan sus corresponsales.

CAPITULO I

AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES

1.1- Definición.

Una Agencia Informativa Internacional es, - como su nombre lo indica, una compañía periodística internacional que tiene oficinas en todo el mundo, que se intercomunican en una central. En el caso de la United Press International la Oficina Central está ubicada en Nueva York. Ahí las noticias que acontecen en cada país, y que son recopiladas por corresponsales extranjeros de las oficinas de UPI en, por ejemplo: México, Holanda, Londres, Estados Unidos, Argentina, Rusia, Japón y todos los demás países del mundo, van de inmediato, al momento de suceder, a la central cabeza de computadora que está en la oficina central de Nueva York, para distribuirse a todos los rincones del globo, aún - al mismo país donde ocurrió la noticia.

La United Press International tiene oficinas periodísticas en 81 países del mundo, algunas de ellas completamente automatizadas con computadoras; otras trabajan aún con los tradicionales teletipos.

La característica fundamental de las Agencias Informativas Internacionales es que no tienen publicaciones propias, no dan noticias directas al público, sino que recogen noticias de todo el mundo y las distribuyen a publicaciones o emisoras de radio y televisión que sí dan servicio directo al público.

La razón de la existencia de las Agencias - Informativas Internacionales es clara: Ningún periódico individual, con la posible excepción de algunos periódicos prominentes como el New York Times de EE.UU., o Le Monde de París y algunos otros, ni emisoras de radio y televisión, ni aún las grandes cadenas, pueden permitirse el lujo, por razones fundamentalmente económicas, de destacarse como responsables en todas partes del mundo desde donde quieren recabar información. La única forma de mantener informada a su audiencia de lo que ocurre en su ciudad, país, región o en el mundo entero es la de suscribirse a una o más agencias informativas - internacionales.

En donde se vuelve difícil ofrecer una definición a la pregunta ¿Qué es una agencia informativa o qué es una agencia informativa internacional? es en el campo de acción y en los propósitos o fines de las mismas. Ahí existe una divergencia de ideas y es donde se pueden conseguir respuestas diferentes.

Hay agencias de noticias locales, regionales, internacionales y las que operan a escala mundial. Hay agencias que se dedican exclusivamente a divulgar noticias de su patria en otros países, como por ejemplo la United States Information Service (USIS).

Hay agencias regionales, como LATIN y CANA, que limitan su campo de acción, respectivamente a la América Latina y al Caribe de habla inglesa y se esfuerzan únicamente para cubrir esas regiones. Para la información de fuera de su área necesitan-

de una agencia informativa internacional con un campo de acción más amplio; en el caso de ambas, - la Reuter de la Gran Bretaña es la que les suministra ese servicio noticioso.

Otras son oficiales, en esta categoría caen la USIS de los Estados Unidos de Norteamérica, - Agence France Press (AFP), cuyo cliente principal en cada país donde opera es la Embajada de Francia y la Tass de la URSS.

Hay cooperativas que simplemente dividen - sus costos de operación entre sus miembros o sus - asociados, como por ejemplo The Associated Press - (AP) o la ya mencionada CANA. Y por último, existen agencias noticiosas que son empresas privadas con fines de lucro. La United Press International es la única agencia de noticias de las grandes que corresponde a esa definición, pero también se puede considerar como tal a New York Times News Service, que distribuye a escala casi mundial los reportajes exclusivos de ese gran rotativo.

Existe gran divergencia en los campos de acción, métodos de operación y propósitos de cada - una de las agencias informativas que existen en el mundo. El elemento fundamental que las une es que recogen noticias y las distribuyen como un servicio secundario a los organismos que informan directamente al público.

Las Agencias Informativas Internacionales - consideran al mundo entero como su campo de acción y su meta principal es tener corresponsales en to-

dos los países del globo. Trabajan noticias de toda índole; políticas, deportivas, información general, noticias económicas, de espectáculos, y además tienen servicios fotográficos en color y blanco y negro; audio a voz viva para noticiéros radiales; películas y videotapes noticiosos para televisión y cine; reportajes especiales, tiras cómicas, columnas, crucigramas y caricaturas, entre otros temas.

1.2 El Corresponsal Extranjero

Para ser corresponsal extranjero se requiere: una educación general amplia, un interés vivo de lo que pasa en el mundo, una adaptabilidad a circunstancias a veces extrañas, idealmente la dominación de uno o más idiomas extranjeros y el hecho de haber trabajado durante algunos años en la sede central de la agencia. Ahí el corresponsal prospecto aprende y es entrenado en todo el movimiento general de una Agencia Informativa Internacional y evalúa, después de este movimiento, la relativa importancia de una noticia con otra.

Algunos periodistas que sienten vocación por la corresponsalía extranjera, descubren en su primera misión en el exterior que no tienen la adaptabilidad requerida para vivir en un mundo distinto o convivir con gente de una cultura diferente, y fracasan, aunque pueden ser excelentes periodistas en su propia ciudad.

Otros empiezan como corresponsales locales, aprenden la técnica con gran facilidad y son exitosos en la tarea de informar bien y de explicar al exterior lo que pasa en su área de responsabilidad.

No existen limitaciones de: sexo, edad, nacionalidad, ni de educación o clase social para el buen corresponsal extranjero.

Corresponsal extranjero es el nombre con el cual se designa al periodista que trabaja en una - Agencia Informativa Internacional.

Trabajan en un lugar que no conocen a fondo, por lo menos al principio de su gestión, y tienen la obligación de estudiar cada uno de los movimientos sociológicos, políticos y económicos del país a donde se les traslada.

El estudio sobre su próximo país de trabajo se inicia desde mucho antes de su traslado, aunque algunas veces se les envía de un día para otro, - según las circunstancias y, tienen que aprender sobre la marcha.

Conocer ese nuevo país, primero por referencia geográfica después por referencia social, educacional, demográfica, política, clase de gobierno, gabinetes y funciones de cada dependencia, - la economía actual del país, sus riquezas, sus mayores producciones y proyecciones, sus metas, en fin todos y cada uno de los detalles que son necesarios para vivir y escribir sobre los acontecimientos que ocurren en un país que es el objeto primordial de su trabajo.

Al ser trasladado a su nuevo destino, lo primero hace el correspondiente extranjero es relacionarse e informarse y como complemento, visitar todo el país, todas las ciudades de importancia, -- aparte de su capital, hasta los lugares más apartados e inaccesibles.

1.2.1.- Expedición en el Amazonas:

Ejemplo de lo que he mencionado es una aventura que nos sucedió a mi esposo, también correspondiente, a nuestra pequeña hija de dos años.

Nos gusta viajar por los Países en que estamos, ya sea trabajando o de vacaciones; explorar y conocer los lugares más apartados.

LETICIA, COLOMBIA --

Leticia es el lugar más apartado de Colombia, pero al mismo tiempo es el punto en el que -- sus fronteras se unen a las del extenso Brasil y -- de Perú. Ahí, en un punto del río Amazonas, los -- tres países se unen.

Se decía que a Leticia llegaba mucha gente de otros países y que de ahí se emprendían viajes por el Amazonas rumbo a las ciudades de Manaus y -- Belem en el Brasil e Iquitos en el Perú, además de la experiencia que significa ver al Amazonas al -- pleno centro de su enorme caudal.

Volamos a Leticia, que queda a más de 1,500 kilómetros de Bogotá, capital de Colombia, y cuyo-

clima es caluroso en extremo.

Una pequeña plaza cívica y su diminuto puer-
to ribereño se encuentran en el centro de Leticia.
Hay artesanías exóticas y se pueden comprar hasta
loros vivos de colores llamativos y monos salva-
jes, así mismo pieles de serpientes, hamacas y bol-
sos de piel de tigrillo. El comercio de las tres na-
ciones por el río, el turismo y la poca pesca es de
lo que se vive en Leticia. No hay agricultura, ya-
que cualquier pedazo de tierra que se le extrae a
la selva se vuelve a cubrir con la densa vegeta-
ción en cuestión de días. La gente viaja a Bogotá
en avión y de ahí cargan canastas de legumbres y
frutas como tesoros para poder almacenar en sus des-
pensas. Hay poca gente, y reducida cantidad de
agua se capta de las lluvias. El agua del Amazonas
es demasiado lodosa y no es potable. Luz solamente
hay por las noches y no hay comida suficiente para
los locales y los turistas que llegan; uno se tie-
ne que conformar con cualquier cosa.

Para cruzar el Amazonas había tres lanchos---
nes con diez turistas cada uno, aunque la capaci-
dad era para siete personas. Iban bajos, el río es
ancho y la corriente es fuerte. Después de unos
cuantos sobresaltos, las lanchas llegaron a la
frontera de Perú, un poblado llamado Ramón Casti-
lla, muy pobre, con casas de pilotes altos, ya que
en el verano, el Amazonas crece hasta diez metros
sobre el nivel habitual.

Eran cinco casas sobre palos y en ellos se-
encontraban muchos monos salvajes colgados. Pero
había servicio de correo y restaurante en las con-

diciones más rústicas de Sur Amércia. Ahí pudimos tomar un refresco y darnos el lujo de mandar postales de Macchu Pichu, Lima y Cuzco, con estampillas peruanas sin haber llegado a esos lugares.

Después recorrimos una parte del Amazonas, - el paisaje era hermoso, el atardecer apacible y la vegetación exuberante de las orillas enmarcaba el caudal amazónico.

Los lanchones viajaban bajos, razón por la que uno de ellos se detuvo, pues el motor se paró de repente. Nuestro lanchón y el restante pararon para ayudar al del motor averiado, que al fin caminó y regresamos todos a Leticia.

El paso a Brasil era por carretera, visible mente ese país es más progresista que Colombia y Perú. En Tabatinga hay una base militar con casa y facilidades para los soldados brasileños, ahí no había mucho que ver y solamente mandamos unas postales de Brasil.

Al día siguiente, muy temprano, nos preparamos para una excursión por el Amazonas visitando varias aldeas, la de los indios Ticuna y la de los indios Yagua, además de la Isla de los Monos.

El viaje hacia la aldea de los Ticuna empezó tranquilo, en el lanchón íbamos mi esposo, nuestra pequeña hija de 2 años, dos turistas suizos, - el guía, un pequeño de unos 12 años que le ayudaba a guiar la lancha, y yo.

Era un lanchón con capacidad para siete per

sonas, con techo de paja y motor. El sol brillaba y hacía resaltar la belleza del Río Amazonas y sus paisajes selváticos.

De repente, el lanchón encalló con unos troncos y se sacudió fuertemente. La vegetación había crecido mucho desde la semana anterior cuando el guía había hecho la misma excursión y tapaba el camino, que era un canal secundario del Amazonas. No pudimos seguir en el lanchón porque el camino estaba cubierto de árboles y ramas y tuvimos que bajarnos y caminar hacia esa aldea. El paso fué a través una selva amazónica virgen, un camino jamás pisado por el hombre, lleno de arbustos con espinas, arañas, quizás víboras, y toda clase de insectos. Las ramas nos herían al cruzar, era imposible defenderse de tantos insectos.

Al cruzar un tronco de árbol que se interpone en nuestro camino, lo encontramos cubierto de hormigas, las cuales, al sólo pisar levemente el tronco, subieron a gran velocidad hasta nuestros brazos y tardamos en quitárnoslas de encima; picaban terriblemente.

Continuamos luchando con la yerba, los troncos y los insectos. Parecía no terminar el camino.

Al fin llegamos a un riachuelo de unos 12 metros de ancho; unos indígenas estaban lavando ropa en un lanchón hecho del tronco de un árbol. Se lo pedimos prestado y cruzamos esa rama amazónica y llegamos a la aldea de los Ticuna, que es muy primitiva con casas sobre troncos en donde los indios trabajan pintando telas con dibujos de anima-

les, como tigres y guacamayas, con colores muy llamativos. Tenían una pequeña escuela.

Los indígenas adultos y pequeños nos miraban de soslayo y hablaban de nosotros: Un perro - llevaba amarrado en el lomo a un pequeño changuito y trataba de quitárselo de encima, haciendo - - reír a los niños.

Al regresar, quisimos cortar camino yendo - en el lanchón de tronco de árbol río abajo para - llegar a nuestra lancha. Nos subimos y a los dos - minutos la lancha zozobró por nuestro peso. Mi esposo tomó a nuestra hija; yo, desesperada, salté - del agua, pero mi esposo y mi pequeña se volvieron a zambullir. Sentí la desesperación más grande de mi vida, ya que visiblemente se encontraban en una parte profunda y la corriente era fuerte. Mi esposo, Pieter, luchó con la corriente y pudo salir - con Linita a la superficie. Ella lloró y salimos - los tres en un escollo lodoso.

Los dos turistas suizos se dedicaron a sacar las cosas que todos llevábamos. En la desesperación, uno de ellos cruzó los 12 metros del río - para pasar al otro lado. La parte donde se volcó - la lancha era más amplia y profunda, pero la parte central de la entrada de la aldea tenía un piso de piedras que él cruzó.

Todos le seguimos caminando nerviosos y agitados por lo que acababa de suceder y sin pensar, - siquiera, en la existencia de la piranhas, que viven y pululan en las aguas del Río Amazonas y devoran a sus víctimas en materia de segundos. El agua

me llegaba hasta la barbilla y el guía pasó en hombros a Linita.

Recorrimos la misma selva de regreso, pero ya no nos pareció como al principio, tan escabrosa, pues el susto de la lancha y pensar que en las piranhas ocupó nuestro pensamiento. Todos íbamos en silencio, caminando.

La excursión continuó y nuestra escala siguiente fue la visita a la aldea de los indios Yagua, donde las mujeres y los aldeanos tan primitivos aún transitan semi-desnudos.

Una de las indígenas llegó hasta nuestra lancha llevando un cargamento que llevaríamos a Leticia. Ella iba vestida solamente con un pequeño taparrabo y la parte superior descubierta. Un aldeano vestido de civil, o sea como cualquier gente, ya que ellos también visten con taparrabo, subió a la lancha con nosotros, pues iba a Leticia, y el peso fue mayor.

Hubo un alto más en la isla de los Monos. - Vimos animales salvajes como tigrillos, micos y jabalíes. Pronto regresamos a la lancha, pues ya se acercaba la noche y la corriente se ponía fuerte. - Al subir a la lancha, el Amazonas nos avisó que estaba creciendo con un oleaje inusitado que subió a la lancha.

Flavio, el guía de nuestra excursión, un joven de unos 25 años, recién casado (tenía un bebé de seis meses), era muy entusiasta en este tipo de trabajo "turístico". Me dijo, además, que estaba muy-

camarado, pues hacía un par de días. Había sufrido un ataque al corazón y casi moría.

El regreso se inició y la noche nos cayó - sin una luz en la embarcación. Nos dimos prisa hasta donde se pudo. De repente, la balsa chocó con un tronco en la oscuridad y zozobramos en medio de la noche ...

Gracias a que Flavio pudo controlar la embarcación seguimos nuestro camino. La oscuridad era profunda, las luces de Leticia aún no se divisaban. - Yo, abrazando a Linita, empecé a contarle como fue el nacimiento de Jesús, el pequeño niño, que, como ella, es inocente y dulce, de pronto, las pequeñas luces de Leticia se agrandaron casi sorpresivamente y llegamos.

CAPITULO 2

EL PERIODISMO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES:

2.1 Periodismo de escala internacional. (W. Manchester).

El ideal de una Agencia Informativa Internacional como hemos dicho es el de abarcar al mundo entero en sus planes informativos, aunque actualmente ninguna agencia tiene oficinas en la totalidad del mundo; esa es la meta a seguir.

Esto no quiere decir que una agencia no consiga la información requerida, ya que además de los corresponsales propios cuenta con colaboradores locales, escucha informes de radio, lee la prensa local, habla con diplomáticos extranjeros destacados y entrevista a los viajeros que llegan desde el país donde no se tienen oficinas permanentes y propias.

La política, economía, sociología, deportes, espectáculos son actividades que se desarrollan en todo el mundo y la opinión pública busca actualmente estar informada de lo que ocurre en su país, en el vecino y en la parte más remota y lejana del globo terráqueo y una agencia informativa internacional aspira a cubrir esta exigencia.

Una Agencia Informativa Internacional no informa directamente al público, existen filtros de los periódicos y emisoras de radio y televisión, que son sus clientes y que, a su criterio, pueden o no divulgar los despachos del corresponsal a su-

público.

Por ejemplo, mientras unos periódicos pueden elegir ejercer autocensura sobre determinado despacho y no publicarlo, otros países los publican libre y gustosamente, como el caso de Venezuela que exige a los corresponsales extranjeros que informen sobre las verdades más duras.

Las noticias de escala internacional son ya parte de la vida diaria del ciudadano actual: una catástrofe, la situación internacional, las Olimpíadas, la conquista del espacio, la estabilidad monetaria, el mercado de valores, etcétera, son transmitidos en forma instantánea por teléfono, télex, telégrafo, televisión o radio, y el ciudadano de todos los rincones del mundo se interesa en todo lo que pasa.

En su libro: "Muerte de un Presidente" William Manchester dramatiza la noticia, de escala internacional, más grande del mundo en la década de los sesentas.

Su descripción narrativa es fluída e interesante y mantiene la atención del lector, además de que el tema sigue siendo, después de 16 años, interesante y apasionante: "El asesinato de John F. Kennedy", nos relata con lujo de detalles las acciones que en ese momento realizaron los protagonistas de esa tragedia y se agiliza al narrar en forma en que un corresponsal de la UPI en Dallas fue el primer periodista que dió información sobre los hechos y al describir las acciones que la prensa en general desarrolló durante esos sucesos.

La acción se realizó, el asesinato se consumió y a esto siguió la locura completa.

El automóvil de Kennedy llevaba la tragedia, la muerte, la noticia. Y, en el siguiente ... Ni allí, ni siquiera allí, podía existir un santuario donde no pudieran entrar los medios de difusión, señala William Manchester. Y continúa ... El único sonido que se escuchaba en este automóvil era el sistema radiofónico. Un locutor conseguía recuperar el aliento y empezaba a dar pequeños fragmentos de información. Era todavía muy poca cosa, pero no se hablaba de estallidos de tubos de escape, ni de petardos. Se hablaba de tiros de fusil.

La fuente de la que el locutor sacaba sus noticias era el coche de la Prensa de Kilduff. El auto de la prensa, que marchaba sexto en la fila y el último de la parte de la caravana que se había destacado, rozaba casi al parachoques del coche anterior a él, cuando iniciaron la subida por la rampa de la autopista. Pasado el "Trade Mart", empezaron a perder terreno zigzagueaban peligrosamente, el conductor hacía todo lo posible para mantenerse en la carretera: conducía encerrado en una furiosa agitación que se desarrollaba dentro del automóvil.

Merriman Smith se apoderó del radioteléfono cuando todavía estaban en Elm Street. La oficina de la United Press International en Dallas le oyó gritar: "Han hecho tres disparos contra el Presidente Kennedy en el Distrito Comercial de Dallas".

Smith no era un periodista tan astuto como parecía. A pesar de su gran experiencia en materia de armas creyó que los disparos de la plaza eran de arma automática, y en un mensaje posterior los identificó como "explosiones"; pero su agilidad como informador era notable. El primer boletín estaba en la oficina y en el teletipo de UPI a las 12.34, dos minutos antes de que el coche del presidente llegara al hospital Pakland. Antes que los testigos presenciales del atentado hubieran podido darse cuenta de lo que realmente había sucedido, la noticia había sido transmitida ya a todo el mundo. Para aquellos que tenían tendencia a creer todo lo que oían y leían, la cifra "tres" tenía de este modo la sanción de autoridad y muchos que habían estado en la plaza y que habían creído escuchar solamente dos disparos, hicieron luego la oportuna corrección en su memoria.

De los cinco pasajeros que iban en el coche, Kilduff, Baskin y Clark de la ABC, no podían hacer nada hasta que el vehículo se detuviera. Smith y Jacke Bell, de Associated Press, eran otra clase de informadores. Trabajaban en los servicios telegráficos de Agencia; medían su tiempo por segundos. La veterana de Smith le proporcionó un claro triunfo, el mayor de su carrera; cuanto más tiempo pudiera mantener a Bell sin comunicarse con el centro de AP, mayor sería su ventaja. Por ello siguió hablando. Dictó una noticia, otra noticia, tres, cuatro. Bell se levantó indignado desde el asiento de atrás y pidió el radioteléfono. Smith se negó a cedérselo. Insistía en que el telefonista de Dallas le leyera lo que había dictado. Los cables tendidos a lo largo de la carretera, decía, podían

haber interferido su transmisión. Nadie se dejó en gañar por esto. Todos los que estaban en el coche oían sonar la voz del telefonista de la UPI. La conexión era perfecta. Bell, rojo de ira y gritando, trató de arrebatarse el teléfono, Smith lo sujetó entre sus rodillas y se acurrucó bajo el tablero de mandos, y Bell, gritando ferozmente, pegaba al conductor y a Kilduff.

"¿Qué edificio es ese tan grande que hay ahí?"; preguntó Kilduff al conductor. "Parkland Hospital", contestó el conductor.

Smith entregó el radioteléfono a Bell y en ese momento se estropeó.

El SS 100 X se estacionó frente a la puerta con la parte de atrás arrimada al edificio. Los otros cinco coches se colocaron como pudieron en la pista circular que había delante del hospital.

Se abrieron las puertas. Smith apresó de un brazo a Clint Hill. "¿Cómo está el Presidente?", le preguntó. Hill lanzó un juramento y le contestó gritando: "Ha muerto Smitty".

Smith, que era moreno y tenía aspecto de pirata, se precipitó hacia adentro. A la izquierda del pasillo un empleado estaba clasificando fichas en el cuarto del cajero del departamento de urgencias. Se abalanzó sobre la mesa y cogió el teléfono. "¿Cómo se hace para llamar afuera?", preguntó. "Pues ... pues marque el nueve y luego el número. El marcó el nueve y luego el número de teléfono de la UPI y comunicó a su agencia lo que había dicho-

Hill.

Clark, de la ABC, encontró un segundo teléfono en el lugar donde estaba la oficina del "banco de sangre" para transfusiones y trataba de hallar un tercer aparato. Pero la guerra de segundos del servicio de agencia de noticias había pasado a ser de minutos y la AP quedaba muy retrasada. Bell se acercó a Ken O'Donnell, que no podía hablar. Luego, cuando dió con un teléfono en recepción y consiguió comunicar con su oficina de Dallas, la breve información que transmitió quedó horriblemente alterada por el telefonista, que estaba muy afectado. En el teletipo "Kenneth O'Donnell "pasó a ser Kennet o's 9,3"; Bloodstained" (manchado de sangre) fue traducido como blood stainezaacrb, - - thing, y "he lady "estaba tendido" fue transcrito dramáticamente como " he laaaaaaa".

Esto no era si no el principio. Durante toda la tarde la AP fue una fuente de equivocaciones y de informaciones inexactas. Dos momentos culminantes de esta serie de errores se produjeron a la una y dieciocho minutos hora centro, cuando la AP pasó una información no confirmada que decía que Lyndon Johnson había sido "herido gravemente", y a las 2.14 cuando los teletipos de la AP comunicaron que "un agente del Servicio Secreto y un policia de Dallas fueron alcanzados y muertos hoy a cierta distancia del lugar donde fue asesinado el Presidente Kennedy". Ello parecía justificar la teoría de un complot preparado. No se rectificaron estas informaciones hasta las 3.33. Inevitablemente, los comentarios tendían a aumentar los errores.

Johnson poco después bajó de su auto frotándose un brazo (este gesto, fue presenciado por una persona, fue la base de la información de que Lyndon había sido herido), y se encontró de pronto rodeado y llevado por cinco agentes, núcleo de su futura guardia personal de la Casa Blanca.

Por otra parte y minutos después la Prensa se convirtió en el grupo más dócil, sorprendentemente; su presencia asustó a Jack Price, director del hospital, quién señaló al jefe de relaciones públicas del hospital y les llevó a las aulas 101 y 102 al otro lado del edificio, donde la mayor parte de ellos esperó pacientemente la información. (No mostraban egoísmo. Tenían su grupo de Prensa y la experiencia les enseñaba que, si se quedaban juntos hasta que apareciera un Secretario de Prensa, ninguno de ellos se quedaría sin información).

La crisis telefónica conectó en las dos horas siguientes llamadas de Australia, Francia, México, Inglaterra, Venezuela todas las llamadas interurbanas eran urgentes y todo el mundo parecía tener derecho de preferencia. "Además los boletines de la UPI estimulaban a los chiflados de todo el mundo", dice el autor.

A la una y veintitrés minutos la UPI identificó al padre Huber e informó que "había administrado los últimos sacramentos de la Iglesia al Presidente". Segue las palabras que el padre pronunció.

A la una y treinta y dos minutos, la agencia AP, o sea la Associated Press, divulgó la noti

cia: "Dos sacerdotes estaban con el presidente y afirman que ha muerto a consecuencia de los disparos de fusil". El padre Thompson no había dicho nada y tampoco habían hablado de disparos.

Ya en la parroquia de la Santísima Trinidad, el padre Huber abrió un volumen encuadernado en piel negra, en cuyo lomo había una inscripción con letras de oro: "Registro de últimos sacramentos". Las páginas estaban cuadrículadas y con títulos en letra de imprenta, igual que un libro de contabilidad. En la columna de la fecha escribió: "22-11-53"; en la del nombre escribió: "Pres. - - John Kennedy"; en la de residencia: "Parkland Hospital"; administrado: "absolución condicionada, extremaunción, bendición apostólica". La última columna a la derecha llevaba el título "Observaciones". Normalmente se dejaba en blanco, pero él pensó que en esta ocasión requería al menos una observación. Pensó lo que podía escribir y finalmente puso: "Asesinado en el Dallas Centro".

Nadie había pensado en apagar la radio del convertible del vicepresidente y cuando Tom Wicker, del New York Times, pasó junto al coche vacío, se vio sorprendido por una voz que decía, maquinalmente: "Ha muerto el presidente de los Estados Unidos. Repito: acaba de anunciarse que el Presidente de los Estados Unidos ha muerto". Wicker cruzó una verja y llamó a Sidey: "Hugh el Presidente ha muerto. Acaba de decirlo la radio. No sé quién lo ha dicho, pero me ha parecido una noticia oficial".

Sidey bajó la cabeza. No podía hablar. Wicker corrió hacia la sala de Prensa.

La noticia no se había confirmado oficialmente y la información de un sacerdote desconocido no era definitiva. Sin embargo no podía aplazarse indefinidamente la declaración. Era la una y cuarto de la tarde. Un cuarto de hora antes, los médicos habían declarado que John F. Kennedy había muerto y, aunque la indiscreción del padre Huber no se conocía en el departamento de urgencias del hospital, apenas podía causar sorpresa. No podía mantenerse por más tiempo el secreto. Dentro del departamento de casos graves había habido demasiada gente.

Kilduff buscó a Ken O'Donnell y le preguntó: "¿Ha muerto verdad?" O'Donnell lo confirmó con un gesto. "Es terrible que me tenga que dirigir a usted en este momento para una cosa así," dijo Kilduff, "pero el mundo tiene que saber que el Presidente Kennedy ha muerto". Ken dijo: "¿No se ha difundido doavía?" "No, no se lo he dicho a la Prensa". "Pues tendrá usted que anunciárselo. Hágalo. Pero consúltelo antes con Lyndon Johnson".

Un agente condujo a Kilduff a través de la blanca selva del departamento de casos leves. Después de girar por última vez a la derecha. Kilduff vio las anchas espaldas del sucesor constitucional de Kennedy. Se aclaró la garganta y dijo: "Señor Presidente".

Era la primera que alguien se dirigía de este modo a Johnson. Se volvió y, según lo que Kilduff recordaba más tarde, "Me miró como si fuera el pato Donald".

Kilduff le pidió permiso para hacer una de--

claración oficial, Johnson denegó con la cabeza. - "No. Espere. No sabemos si se trata o no de un com plot comunista. Es mejor que yo salga de aquí y - vuelva al avión. ¿Están preparados para sacarme de aquí?".

El Servicio Secreto estaba preparado ya y - él lo sabía, pero quería estar seguro de salir de Parkland antes que se informara a los periodistas. A la una y veinte minutos Kilduff habló de nuevo - con Johnson y le dijo: "Voy a hacer el anuncio ofi cial tan pronto como salga usted".

"Sí", indicó Johnson. "Tan pronto como yo - me marche, anuncia usted el fallecimiento".

Kilduff salió con él por la puerta de urgencia. En cuanto estuvieron fuera, los periodistas - cayeron sobre ellos: "¿Qué pueden decirnos?". Ba-- jando la cabeza, Kilduff se abrió camino entre los informadores y cruzó sobre el césped hacia las aulas 101 y 102. Creía estar solo, Ted Clifton estaba con él; al volver a entrar en el extremo del - hospital Merriman Smith y Jack Bell, corresponsa-- les de UPI a AP acababan de dejar sus preciosos - aparatos telefónicos. Ahora, dándose cuenta de que había noticias inminentes, se agolparon alrededor de él pidiéndole aclaraciones. Kilduff no permitió que lo sonsacaran. Siguió denegando obstinadamente con la cabeza y repitiendo que no diría nada antes de la conferencia de Prensa.

A la una y treinta y tres minutos dijo: "El Presidente John F. Kennedy..."

"Un Momento", gritó un fotógrafo, y se oyó el chasquido de la cámara.

"El Presidente John F. Kennedy ha muerto - aproximadamente a la una del mediodía de hoy, hora Centro, en la ciudad de Dallas".

Los periodistas se precipitaron hacia afuera. Los corresponsales de las Agencias Informativas Internacionales salieron también. Geilich, empleado administrativo del Parkland tuvo que echarse a un lado para que no le atropellaran. A Geilich le recordaron los periodistas de las películas, que salen disparados en busca de los teléfonos más próximos. Desgraciadamente para ellos, los teléfonos no estaban tan próximos. Los que había ahí no podían utilizarse. Las líneas de salida están enteramente bloqueadas. Smith y Bell trataron de hacer funcionar la embrollada centralilla. Fue en vano y una mujer llegó antes que ellos. Virginia Payette, antigua periodista que se había casado con el director de la Agencia UPI de la localidad, metió una ficha en el teléfono público del segundo piso. A la una y treinta y cinco minutos, los teletipos de la UPI difundieron la noticia a todo el mundo:

El Presidente ha Muerto.

"Ha muerto", siguió diciendo Kilduff, "de una herida causada en el cerebro por una bala de fusil. No tengo más detalles respecto al asesinato del Presidente. La señora Kennedy no ha sido alcanzada. Recibió heridas el gobernador Connally, el Vicepresidente no fue herido".

Wicker inició una pregunta acerca del juramento que tenía que prestar Johnson y se le quebró la voz. Comprendiendo el sentido de la pregunta, - Kilduff trató de contestarla, quedo mudo. Sin embargo el tema parecía demasiado importante para dejarlo de lado y se levantó otro corresponsal: "¿Ha jurado ya el cargo el Vicepresidente?". "No, Se ha marchado", contestó Kilduff.

Posteriormente los periodistas solicitaban ver al médico Mac Perry y otros tres médicos acudieron a la conferencia de Prensa. La escena fue de manicomio -señala Manchester- los resultados fueron desastrosos, ya que ninguno de los doctores, incluido Perry, había examinado de un modo completo al Presidente. Ello se debía a que increíblemente no habían dado la vuelta al cuerpo y no habían visto la parte posterior de la cabeza. A ellos les parecía que uno de los disparos había venido de la parte delantera. No puede criticarse a los periodistas que sacaron esa conclusión: no vieron el cadáver. Perry, que lo había visto, era la única - - fuente posible de información.

La Prensa dividió acertadamente los acontecimientos en dos principales partes: el asesinato y la sucesión.

Posteriormente empezaron a hacer preguntas sobre el nuevo Presidente, que desde hacía una hora tenía el cargo, el era Lyndon Baines Johnson.

En 1963, cuando el tiempo de alarma ante un ataque de proyectiles nucleares de la Unión Soviética había quedado reducido a menos de un cuarto -

de hora, era intolerable que se produjera un vacío presidencial. No debía producirse solución de continuidad y el hecho de que existiera debe atribuirse a las personas, no a la ley del país. El asesinato más brutal de la historia americana parecía ser el principal suceso de aquel viernes. Arrolló a todo el mundo y a la nación.

2.2 Obstáculos y Riesgos

En algunos países, los periodistas son parte del aparato oficial, en otros, se ejercen dictaduras militares tan duras que el periodista independiente corre riesgos, como: encarcelamiento, deportación, desaparición y aún muerte, como el caso de Pedro Joaquín Chamorro, director del diario "La Prensa" de Managua, Nicaragua, y opositor del régimen de los Somoza. Por una razón u otra, lo que se publica y se divulga por los medios locales de comunicación, es censurado, autocensurado o controlado.

El corresponsal extranjero también está sujeto a deportación, pero las probabilidades de encarcelamiento, desaparición y muerte son más remotas ya que las repercusiones internacionales serían mayores si algo le pasara.

La forma más simple de auto-protección de esos gobiernos es la de negar la solicitud de visa al corresponsal. Cosa que no lo pueden hacer cuando el periodista acude a cubrir un congreso o alguna visita de un estadista a ese país.

Una vez dentro del país, el corresponsal extranjero puede encontrar avisos amistosos acerca de sus escritos y algunas veces hasta asaltos físicos. Esto no sólo ocurre en países autoritarios; ha ocurrido en países muy democráticos.

"Asalto y secuestro son ahora los peligros más graves para un corresponsal", según el Instituto Internacional de Prensa con base en Zurich, Suiza. 2

El mismo instituto señala saber de cinco secuestros de periodistas en países no comunistas, amenazas de bombas y asaltos en otros 25 países.

Los países comunistas también rechazan muchas solicitudes de visas, y en Estados Unidos de Norteamérica, el Canadá y Europa Occidental han habido secuestros y detenciones, aunque en estos últimos datos del Instituto Internacional de Prensa no se especifica si se trató de reporteros locales o de corresponsales extranjeros.

Los obstáculos en Estados Unidos generalmente son legales, como restricciones en la cobertura de juicios, legislaturas teniendo sesiones a puertas cerradas, o agencias y departamentos del gobierno tratando de retener archivos; en esos casos hay remedios legales, ya que la libertad de prensa está garantizada en "la Primera Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, que estipula que nin--

gún funcionario ni ninguna agencia o dependencia - del gobierno federal, estatal o local, ni ninguna legislatura, puede, en forma alguna, tomar medidas en contra de la libertad de expresión". 3

Muchos países en desarrollo se quejan de - que los servicios noticiosos internacionales dan - informes negativos de sus países. Dicen que no se reporta nada de sus áreas y las noticias se concentran en catástrofes, críticas políticas y material sensacionalista.

Hay algunas razones para aceptar que estas afirmaciones son ciertas. La United Press International afirma que ella corre sus propios gastos - por ser una empresa privada. Realizar algunas veces reportajes en lugares inaccesibles y difíciles de llegar cuesta bastante dinero y peligra también la seguridad del corresponsal, quien algunas veces inocentemente incursiona en una zona que él cree pintoresca del país que visita. Resulta a veces ser una zona insalubre con posibles contaminaciones y enfermedades o peligros en las vías de comunicación.

Algunas veces el corresponsal tiene que - adaptarse a los espacios limitados de un periódico o de una emisora de radio o televisión y ni el corresponsal, ni la misma agencia pueden controlar - la idea de cientos de editores seleccionando sus - noticias del servicio noticioso de las agencias.

3. Frank Thayer, Legal Control of the Press, New York, 1956.

Las agencias recogen notas positivas y constructivas en su servicio total, pero un editor de periódico o de noticiero de radio o televisión escogerá de entre un reporte serio o de economía de un país y una catástrofe en otro, ésta última. Los críticos sacan conclusiones de los periódicos o de lo que se oye por la radio o televisión, no de los servicios totales diarios de las agencias.

Cuba y la República Popular China han, consistentemente, ignorado solicitudes, tanto por parte de United Press International como por parte de The Associated Press, para abrir oficinas respectivas en la Habana y en Pekín, aunque estos dos países sí han dejado entrar a corresponsales de dichas agencias en misiones especiales acompañando a políticos norteamericanos o canadienses en sus respectivas giras.

Africa es el continente más difícil para la cobertura noticiosa internacional. Algunos países rechazan las solicitudes de visa y otros simplemente ignoran cartas y cables sobre el particular.

En la América Latina, el gobierno del Perú expulsó a dos gerentes consecutivos de The Associated Press. En Montevideo, Uruguay, fue detenido en una investigación sobre sobornos pagados a los empleados de la compañía de teléfonos el gerente de la United Press International, quien al negar estas imputaciones y ser puesto en libertad, le fueron cortados los sistemas de comunicaciones de su oficina.

En el país asiático de Birmania, se niegan sistemáticamente las solicitudes de visas de los corresponsales extranjeros y existe una ley que prohíbe a locales ser corresponsales de una agencia informativa internacional.

En Haití, los periodistas locales tienen temor a colaborar con las agencias informativas internacionales, ya que en el pasado ha habido casos de apresamientos y desapariciones.

Los corresponsales de las Agencias Informativas Internacionales en Moscú tienen problemas para salir de la capital Rusa y a veces tienen que esperar meses en trámites burocráticos para un simple paseo fuera de la ciudad.

Ninguna Agencia Informativa Internacional se ha atrevido a destacar un corresponsal a Ugan--da, el país del dictador africano Idi Amín, a - - quién se le imputan cientos de miles de asesinatos de negros, asiáticos y blancos.

Otras veces se niega o se dificulta el acceso a las vfas de comunicación al corresponsal.

Algunos Corresponsales extranjeros han sido expulsados de países por razones injustificadas, - ya sea por los gobiernos autorcráticos o por su- - puestas democracias.

2.3.- Infiltración y manipuleo noticioso.

Aunque mi tesis no versa en ello, cabe decir que es indispensable hacer un juicio de valor del punto de vista del derecho popular a la información, ya que es una necesidad del hombre el estar informado, saber lo que pasa en su país y en el extranjero; el intercambio de información, de conocimiento e ideas es la supervivencia de una sociedad.

En la actualidad mecanizada y tecnológica, la información camina muy rápidamente, ya que la impresión y copiado de la misma se realiza a gran velocidad, y el teléfono, telégrafo, télex, televisión y radio transmiten instantáneamente los sucesos que ocurren de un continente a otro: una catástrofe, la situación internacional, las Olimpiadas, la conquista del espacio, los cambios de moneda en el mercado de valores, son ya parte de la vida diaria del ciudadano actual.

Aunque esto no corresponde a la realidad de los países llamados subdesarrollados, ya que, a diferencia de lo que ocurre en los países industrializados, los medios de información se concentran en las áreas urbanas. Por otro lado, el desarrollo de los medios de información ha sido precario en éstos países.

La información tiene un papel muy importante, pues difunde toda clase de noticias: económicas, políticas y sociales que interesan a los ciudadanos, ya que por esa información forman sus opiniones.

Para algunos teóricos de la información, en la actualidad los medios de información no cumplen con esa función; señalan con razón que generalmente esos medios (empresas periodísticas, radiodifusoras, así como la televisión) responden a intereses económicos y políticos particulares muy concretos, ya que los propietarios, empresarios y administradores públicos o privados de estos medios, - son los que dictan la política a seguir en sus ediciones, y por tanto buscan llevar a sus lectores - y espectadores hacia sus puntos de vista, posiciones políticas e intereses particulares, que en la gran mayoría de los casos no coinciden con el interés de la sociedad.

Se dice también que muchas veces la presentación de noticias se hace en forma disociada y - con comentarios tendenciosos conformes a la línea editorial de los medios, y que éstos más que informar a la sociedad, la desorientan, desinforman y manipulan.

Camilo Taufic afirma, en su libro "Periodismo y lucha de clases" que: las noticias son mandatos; el periodismo, es una forma de dirección social. Hasta nuestras conversaciones personales se proyectan como una sutil influencia sobre el medio circundante. Se informa, en definitiva (se escribe, habla o exhibe una película), para dirigir.

No siempre se logra, la información determina las decisiones de quienes la reciben sólo cuando éstos la aceptan, y lo grave es que en la sociedad contemporánea se perfecciona hasta límites inauditos los medios para imponer esta aceptación,

mientras paralelamente disminuyen y se anulan las defensas de quienes deben concederla. Podemos ser dirigidos por la Prensa, sin advertirlo. Y no existe en ningún diario la información por la información; se informa para orientar en determinado sentido a las distintas clases y capas de la sociedad, y con el propósito de que esa orientación llegue a expresarse en acciones determinadas".

Por otro lado Herbert Schiller señala en su libro "Comunicación de masas e imperialismo yanqui" que: "Las naciones pobres de Africa, Asia y Latinoamérica sufren muchas dificultades y que aún les espera otro gran problema. El aparato informativo ahora disponible para las naciones es mucho más que una instrumentación vistosa. Aplicado con suficiente inteligencia llega a ser el motor de gran fuerza progresiva en el proceso de desarrollo. Si se desconocen los efectos sociales positivos de las comunicaciones de masas es únicamente porque tales aplicaciones no se han llevado a cabo en ningún sitio hasta la fecha.

Más aparente es el carácter negativo de las imágenes electrónicas introducidas en las comunidades más pobres del mundo. Mientras que la influencia de la difusión como servicio público apenas se percibe, una avalancha de material comercial está invadiendo la tierra. E incluso ahora, parece estar funcionando a escala internacional la ley cultural de Gresham, según la cual los productos sociales de menor valor gozan de la máxima circulación. En intercambio continental de productos que ahora están surgiendo está respaldado, en gran parte por el comercialismo occidental que hasta aho

ra no se ha preocupado de la disparidad de niveles económicos entre las diferentes naciones, ni de - que existe dicha diferencia respecto a sus necesidades en materia de comunicaciones.

Es preciso prestar una atención muy seria a la mecánica responsable de extender toda esta sensibilidad cultural por el mundo, así como las posibilidades de disminuir la corriente y reducir los daños que causa.

La televisión de EE.UU. está adaptada exclusivamente a satisfacer las exigencias comerciales de los fabricantes de productos de consumo que patrocinan y financian la programación. El contenido de los programas está concebido especialmente para asegurar y mantener a las masas de espectadores en una esclavitud de las delicias del consumo.

Los recursos gastados en productos de consumo en los países pobres representan materiales que podrían ser destinados a la educación y expansión económica.

Los medios de comunicación podrían ser de gran ayuda para la realización de estos objetivos, si desempeñaran un papel educativo. Si los objetivos de programación coincidieran con los objetivos de desarrollo de la nación, se darían máximas prioridades a las campañas masivas de alfabetización, a programas de formación profesional y a honestos foros para la discusión pública. En las nuevas naciones, si se identificara y aceptara la responsabilidad de la difusión, haría falta un trastocamiento total de la función de los medios de difu--

sión.

Infiltración:

Al escuchar las palabras Agencias Informativas Internacionales o corresponsales extranjeros, - hay quién piensa en infiltraciones políticas o informaciones secretas.

Quizá alguno de los integrantes de una Agencia, una persona oscura o destacada lleve dos personalidades sin que sus compañeros y jefes tengan algún conocimiento de ello.

Estos personajes existen en las redacciones, tal vez, o en las agencias informativas internacionales, las universidades, los partidos políticos o en las grandes empresas, pero son eso: gentes indeseables que serían repudiados por sus compañeros - de descubrirse el hecho. Serían repudiados y sobre todo despedidos y no podrían trabajar nuevamente, - ni podrían conseguir otro trabajo en ninguna empresa respetable. Nunca se sabe quiénes son, ni por qué trabajan en esa categoría de misterio o infiltración.

A las dos grandes agencias informativas internacionales que tienen sus bases en Nueva York, - Estados Unidos de Norteamérica, la United Press International (UPI) y The Associated Press (AP), - les ha preocupado crecientemente en los últimos años la posibilidad de que entre sus corresponsales extranjeros se pudiera encontrar alguna gente del Central Intelligence Agency, la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos, más co

nocida como la CIA.

Esa preocupación se incrementó especialmente desde que se hicieron las revelaciones de un subcomité del Senado de los Estados Unidos, dedicado a investigar los asuntos turbios de la inteligencia norteamericana.

Funcionarios de la CIA llegaron a declarar en testimonio jurado ante ese comité que en los años 1940 y 1950, al colmo de la guerra fría entre el Mundo Occidental y el bloque comunista, se valieron de los servicios de algunos reporteros norteamericanos enviados al exterior con una doble misión.

Sin embargo, la CIA, hasta el momento, se ha negado a revelar tales nombres, arguyendo en defensa de su posición, que revelar los nombres de los reporteros, tal vez aún activos, que trabajaron en el servicio de inteligencia en la década de los '50, sería aplicar las normas sumamente moralistas de la época de los '70 a actividades de veinte años atrás, y eso sería poco justo para los involucrados.

La única satisfacción, si así se puede llamar, que ha conseguido la United Press International del servicio de inteligencia, es una afirmación categórica por parte del director de turno de la CIA que actualmente la agencia de espionaje no está utilizando los servicios de ningún empleado de la United Press International o de The Associated Press y hasta el momento nadie ha podido demostrar lo contrario de esa afirmación.

Otro ejemplo de la suma preocupación de las agencias informativas internacionales de que su personal no colabore con los servicios de inteligencia ocurrió durante la famosa ocupación del pueblo de Wounded Knee en el norte de los Estados Unidos por parte de indios militantes. Durante el juicio posterior que se hizo a los líderes indios, surgió el hecho de que un fotógrafo de The Associated Press, al entrar y salir al pueblo ocupado, había intercambiado información con agentes del Federal Bureau of Investigation (FBI) quienes tenían rodeado el pueblo indio.

Al enterarse de tales hechos, los directivos de The Associated Press inmediatamente y fulminantemente despidieron al fotógrafo en cuestión. Sin embargo, hay que agregar que el fotógrafo posteriormente ganó un juicio por el restablecimiento de su puesto en The Associated Press, con sueldos caídos, por las gestiones realizadas por el sindicato que le protegía, al alegarse que la información que él había suministrado a los agentes del FBI era de poco valor y que una charla amable con los cercadores del FBI era indispensable para poder pasar al pueblo indio y así poder realizar su trabajo.

La división entre ser agente de los servicios de inteligencia o simplemente hacer lo necesario para ganar acceso a los sitios donde se desarrolla la noticia, es una línea muy fina y veces difícil de definir.

De todos modos, el incidente demuestra la preocupación de las agencias informativas internacionales por la posible infiltración de los servi-

cios de inteligencia en su medio.

Otro hecho que demuestra que las agencias - informativas internacionales sí han podido ganar - la confianza de grupos políticos de toda índole es que particularmente en la América Latina grupos - guerrilleros u otras organizaciones clandestinas - a menudo escogen a las oficinas locales de las - - agencias informativas internacionales como el punto a donde ellos envían comunicados clandestinos, - como son sus exigencias en un caso de secuestro, - aparentemente sin temor de que con ello se entreguen a las manos de las autoridades locales.

Al otro lado en la guerra fría, si es que - aún existe en estos tiempos de distensión, frecuen - temente ha habido la sospecha de que los correspon - sales de la agencia Tass, y de los periódicos Prav - da e Izvestia de Moscú, o de la cadena radial rusa, sean en realidad agentes de la KGB, el equivalente ruso de la CIA.

Tal vez estas sospechas tendrían aún más - fundamento, ya que a menudo cuando surge un escán - dalo de espionaje en algún país de Europa Occiden - tal y se expulsa a un determinado número de rusos - de ese país, ha habido casos en los que entre los - expulsados figura algún corresponsal ruso.

2.4 Asignaciones Especiales.

Cuando algo importante ocurre, como una gi - ra del presidente de los Estados Unidos de Nortea - mérica por países latinoamericanos, el Medio Orien -

te, Europa u otras áreas del mundo, una gira del - Presidente cubano Fidel Castro Ruz por los plan- - tios de la isla caribeña de Jamaica, o un campeona - to mundial de futbol, o Juegos Olímpicos en algún - país, la United Press International, como todas - las agencias informativas internacionales, cuentan con redactores especializados que toman cargo del - asunto. Los corresponsales permanentemente destaca - dos ahí son relegados a un plan de ayuda a estos - redactores especializados.

Se escoge el personal más capacitado para - cada una de una de las noticias a trabajar. Estos - redactores no son especialistas esperando turno pa - ra estas eventualidades; son ellos mismos corres - ponsales extranjeros en otros países con los cua - les se cuenta cuando el trabajo así lo necesita en determinado país.

En las copas mundiales de Futbol, Juegos - Olímpicos, Panamericanos, Centroamericanos y del - Caribe, Asiáticos, Africanos y Europeos, la United Press International generalmente envía un equipo - de redactores veteranos reunidos a todas partes - del mundo.

Cuando se trata de un evento de importancia para el Hemisferio Occidental, se envían dos equi - pos especializados: uno para redactar el informe - en inglés para los Estados Unidos, Canadá, el Cari - be de habla inglesa, Europa, el Medio Oriente, - - Africa, Asia y Oceanía, y el otro equipo para el - servicio en castellano para la América Latina.

Tales eventos especiales representan una pe

sada carga financiera para una agencia noticiosa - internacional, ya que el costo de los viáticos de los corresponsales, las instalaciones especiales y las comunicaciones fácilmente puede ascender a - - unos 200.000 dólares norteamericanos en el caso de un evento de un mes de duración, como el reciente Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Argentina.

La agencia tiene los mismos ingresos según las tarifas fijas mensuales o semanales que pagan los suscriptores a la agencia, pero es la obligación de la agencia cubrir bien tales grandes eventos, sin escatimar costos. La cobertura de estos eventos, por lo tanto, se tiene que planear y presupuestar desde mucho tiempo atrás.

Por ejemplo, el Campeonato Mundial de Fútbol de 1978 en Argentina se distribuyó entre cinco ciudades subse-des. En cada una de estas ciudades, - la United Press International tuvo que destacar un redactor para el servicio en inglés, y uno para el servicio en castellano, además por lo menos tres - fotógrafos, uno en cada portería y el tercero para trabajar en el laboratorio fotográfico, revelar y transmitir las primeras fotos del partido, aún antes de finalizar el primer tiempo.

Por la urgencia e importancia de la información, no se puede trabajar con novatos en esas tareas. El equipo de la United Press International - tiene que funcionar en esas ocasiones como una máquina bien aceiteada en que cada pieza sabe exactamente la tarea que le corresponde.

Las personas que trabajan en esas misiones tienen que tener nervios de acero. Al dictar por teléfono, desde las graderías de un estadio argentino a la oficina central el desarrollo y el comentario del partido mientras que 100,000 enardecidos fanáticos gritan con todo su entusiasmo, el redactor realiza una tarea poco envidiable.

Pero a veces el mejor corresponsal puede quedar momentáneamente incomunicado y perdido. Se dió el caso del corresponsal de la United Press International que cubrió la gira del Presidente cubano Fidel Castro Ruz por Jamaica en el mes de octubre de 1977, que al bajar de su habitación en el Hotel Holiday Inn de Montego Bay para ir a una gran concentración donde Fidel Castro iba hablar ante una multitud de 100,000 personas, se quedó atrapado en un ascensor junto con una docena de guardaespaldas cubanos, todos ellos fuertemente armados.

El corresponsal llegó tarde a la concentración, pero también así lo hicieron los guardaespaldas de Fidel.

2.5 Logs, Convenciones y Premios

El Log es una publicación interna de la United Press International en la cual se informa sobre cada oficina en los distintos países del mundo.

Además de dar una información al mismo personal sobre sus compañeros en el extranjero; hace Ratings de publicaciones comparando la United - -

Press International con la competencia.

Si por ejemplo una noticia de la UPI se publica una mañana en 18 de los más importantes diarios de los Estados Unidos y la misma noticia, por así decirlo, es dada por la competencia la A.P. a solamente siete periódicos, el resultado es que la United Press International ganó los Logs 18-7.

Los logs son de mucha importancia para los corresponsales extranjeros que ven catalogada la noticia importante que trabajaron y quizá su publicación a ocho columnas en los mejores periódicos del mundo, como el New York Times, el Washington Post, el London Daily Mirror, el China Mail de Hong Kong o el Mainichi Shinbum, de Tokyo.

Los logs de la United Press International dan una cuenta diaria entre The Associated Press y United Press International en los Estados Unidos y otra en la América Latina, entre UPI, AP, la Agence France Presse (AFP), EFE, Latín, DPA, etc.

En los Estados Unidos, la UPI compara unos 25 periódicos diarios de centros metropolitanos grandes, tanto para matutinos como para vespertinos, que subscriben a ambos servicios, AP y UPI para saber si uno de esos periódicos utilizó la versión de AP, la de UPI, la de su propio corresponsal, o ninguna de ellos.

La competencia es muy fuerte entre los dos gigantes de las agencias informativas internacionales y está manifiesta en este control estricto y diario. Los corresponsales, en sus respectivos

campos de acción, viven en una anticipación y hasta temor de cómo saldrán los logs sobre su labor - al día siguiente. Una victoria, de por ejemplo, - 22-0 entre esos 25 periódicos principales, es un laurel para el corresponsal que trabajó la noticia del cual él nunca se olvidará y espera que sus superiores tampoco; pero aún una victoria estrecha - de 7-5 en esa guerra diaria causa gran alegría en la oficina que tuvo a su cargo la información. Y - una derrota por igual o mayor margen causa tristeza y solemnes promesas para hacerlo mejor en la - próxima ocasión y hasta rebasar a la competencia.

Para el servicio en castellano para la América Latina, se hacen cómputos semejantes con la - variación de que en la mayoría de los casos tam- - bién se incluyen las publicaciones de otras agen- - cías que son factores importantes en esta área del mundo, como la AFP, y a veces la EFE y la Latín.

Se da el caso extremo de corresponsales que ya finalizaron su día de labores y están en descanso en sus casas, pero hablan a la oficina por teléfono para preguntar cómo resultaron los logs de - una historia o noticia que ellos trabajaron. Parece que no pueden dormir tranquilamente hasta que - sepan cómo hicieron contra la competencia.

The Associated Press también lleva una espe- cie de log similar, nada más que su cómputo es diferente. Ellos indican si ganaron o perdieron una noticia determinada diciendo que cierto porcentaje de los periódicos que ellos escrutinan, publicó su propia versión, mientras que el restante porcenta- je se valió de la versión de la competencia, es de

cir de la UPI. Sin embargo, la AP también incluye en su cómputo periódicos que sólo subscriben a su propio servicio, donde no hay competencia, y eso a veces infla la cuenta a su favor.

La AFP también lleva un cómputo similar, - que ellos llaman su "control interno".

Otra clase de log es una publicación interna de la United Press International por medio de - la cual el personal de una misma organización ex- - tentida por todo el mundo, se mantiene informado - de los movimientos de personal, noticias persona- - les y cosas internas. Esto les anima, ya que les - gusta leerlo y además, hablar de los logs de noti- - cias a escala internacional les entusiasma. Habla- - también de cosas personales como las vacaciones ma- - ravillosas que fulanito dió con su esposa al de- - sierto del Sahara o del bebé que tuvo la pareja.

Aparte del log central que se edita en Nue- - va York, varias regiones editan su propio log, el - latinoamericano, el asiático y el europeo que en- - tran en más detalles sobre lo que ocurrió en su re- - gión. También se cuentan anécdotas y experiencias - periodísticas que tal vez sirvan de utilidad para - otras oficinas y se hacen indicaciones sobre cam- - bios en el estilo, errores recientes o nuevas di- - rectrices para el aprendizaje común.

2.5.2. Convenciones

Dentro de las actividades de la agencia in- - formativa internacional United Press International

hay una importante convención anual, en la cual se invita a los directores y propietarios de las publicaciones que son los suscriptores de sus varios servicios noticiosos para platicar con ellos durante varios días de los medios noticiosos, las comunicaciones y las necesidades de sus suscriptores, así como los nuevos servicios que se pueden prestar.

Asimismo, son invitados oradores destacados para hablar de los acontecimientos mundiales o de las situaciones políticas en el país sede de la convención.

La última convención de esta naturaleza, llamada United Press International Editors and Publishers Conference (EDICON), realizada en Dorado, Puerto Rico, en el mes de octubre de 1977, la invitada y oradora de honor era Rosalynn Carter, la primera dama de los Estados Unidos, entre otros destacados e importantes personajes.

Para la United Press International, esa convención representa una de las más importantes autopromociones que realiza durante el año. Una persona en la casa matriz de Nueva York está dedicada todo el año exclusivamente a planear esa convención: enviar invitaciones, insistir en la asistencia de los oradores participantes y todos los demás invitados.

Para la United Press International estas convenciones de la UPI Editors and Publishers Conference (EDICON) también representan un esfuerzo importante en su campaña comercial de ventas. Personal especializado estrecha lazos con clientes pa

ra continuar suministrando los servicios noticiosos, fotográficos y otros que reciba el cliente; - también se pueden vender nuevos servicios o aumentar las tarifas. Pero la United Press International se empeña siempre para que el programa oficial de la convención sea un evento noticioso auténtico por la calidad de los oradores y panelistas invitados.

Tanto es así, que la principal competidora de la United Press International, The Associated Press, tiene que enviar a sus propios reporteros - a cubrir los principales discursos y no puede darse el lujo de ignorar el evento o ausentarse.

The Associated Press hace convenciones similares y además; la United Press International envía una misión de alto nivel a otras convenciones del medio noticioso, como son reuniones anuales de la American Newspaper Publishers Association - (ANPA), donde habitualmente la UPI patrocina un desayuno y la AP un almuerzo, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y otros organismos similares. En esas reuniones, tanto la United Press International como The Associated Press usualmente montan stands en que se demuestran los últimos adelantos en tecnología o los nuevos servicios que están disponibles para los suscriptores prospectos y además se desarrolla en los pasillos una actividad promocional y comercial de ventas.

2.5.3. Premios

Periodistas destacados, así como fotógrafos que trabajan en la United Press International han obtenido premios de periodismo y de fotografía internacionalmente reconocidos como: el Pulitzer, el premio Marfa Moors Cabot, los varios premios de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), entre otros.

Varias veces el premio Pulitzer de fotografía noticiosa ha sido ganado por integrantes de la United Press International. En 1961, el japonés Yasushi Nagao ganó el primer premio Pulitzer para la United Press International por su dramática foto del asesinato del jefe del partido socialista japonés Asanuma. Esa foto fue distribuida a todo el mundo por la United Press International.

Este año de 1978 el premio Pulitzer de fotografía noticiosa fue equivocadamente otorgado a un integrante de la United Press International, aunque el premio solamente cambió de manos a otro fotógrafo de la misma agencia.

La foto premiada fue tomada en la ciudad de Indianápolis en los Estados Unidos de Norteamérica durante un drama de rehenes en que un hombre de dudosa estabilidad mental tomó como rehén a un transeunte inocente, le apuntó un rifle a la cabeza y amenazó matarlo si no se cumplían las exigencias increíbles del individuo.

La foto mostró tensión y drama y fue una excelente ilustración del dicho que "una foto vale -

mil palabras".

Inicialmente fue premiado por la foto el gerente de fotografía de la oficina de la United - - Press International en Indianápolis, quién él mismo había estado presente durante el desarrollo del drama y posteriormente coordinó la edición y la - transmisión de sus propias fotos y varias otras - provenientes de colaboradores eventuales al servicio de la United Press International.

Como en el momento de la transmisión hubo - presiones de tiempo y había en el laboratorio foto - gráfico muchos rollos y negativos, el gerente de - fotografía inicialmente creyó que la placa dramáti - ca era de él. Pero cuando la foto se republicó des - pués del anuncio de la premiación del comité Pulit - zer, un colaborador eventual reclamó la foto como - suya. El vicepresidente de fotografía de la United Press International, el Sr. F.W. Lyon, se trasladó a la ciudad de Indianápolis, realizó una investiga - ción personal del caso y comprobó que el colabora - dor eventual tenía la razón.

La United Press International aclaró poste - riormente que se trataba de un error honesto y que de todas formas, la foto la había transmitido la - United Press International exclusivamente. Con ta - les explicaciones, el comité Pulitzer decidió qui - tarle el premio al gerente de fotografía de la Uni - ted Press International en Indianápolis y otorgár - selo al colaborador eventual, siempre dando crédi - to a la United Press International por haber trans - mitido la foto mundialmente.

Aunque todo el mundo estaba de acuerdo en - que era un error honesto y accidental, el gerente renunció, diciendo que su eficacia como representante de la United Press International fue dañada irreparablemente, aclarando él que era una decisión netamente personal.

CAPITULO 3

Fundación y Desarrollo

(de la United Press International)

3.1 Orígenes

Varios periódicos de los Estados Unidos fueron fundados por E.W. Scripps y se llamaron, fusionados, Periódicos Scripps-McRea. La misma cadena - existe hasta la fecha bajo el nombre de Scripps-Howard Newspapers, ya que E.W. Scripps y Jack Howard unieron sus publicaciones. Howard aún vive retirado en la Florida, mientras que Scripps ya falleció.

En el año 1900, Scripps organizó en el Medio Oeste de los Estados Unidos de Norteamérica - una agencia noticiosa llamada la Scripps-McRea - - Press Association.

La idea que él tenía nació de su experiencia en la materia informativa.

E.W. Scripps no se conformó con informar lo que pasaba en el Medio Oeste de los Estados Unidos y organizó otra agencia en la costa del Pacífico - del país. Esta otra agencia nacional se llamó News Association, en la Costa del Pacífico.

En 1906, E.W. Scripps se fue al Este, que tenía muchas noticias por encontrarse ahí ciudades grandes como Nueva York, Boston, Filadelfia y Washington, D.C., entre otras. Ahí puso otra agencia nacional, Publishers Press.

Las agencias trabajaron magníficamente compaginándose y abarcando un ámbito noticioso nacional. E.W. Scripps pensó en fusionar a las tres y - de ahí nació la United Press Associations, como se conocía entonces.

La fecha oficial de su inauguración fue el 21 de Junio de 1907. La agencia UPA comenzó a trabajar muy fuertemente en momentos que el panoramamundial noticioso estaba dominado por The Associated Press en los Estados Unidos de Norteamérica y por subsidiarias de varios gobiernos en otras partes del mundo.

En su competencia con la alianza monopolista, la United Press estableció dos principios en la operación de las agencias de noticias. Uno fue que la organización de noticias podía cubrir las noticias del mundo independientemente; la segunda fue que los periódicos de cualquier país podían comprar estas noticias. Como resultado de esto, la United Press se convirtió en la primera agencia norteamericana de noticias que servía en Europa, la América Latina y el Lejano Oriente. Al mismo tiempo, estableció sus propias oficinas con su personal correspondiente instruido para reportar las noticias objetivamente, sin ningún prejuicio político.

La agencia United Press Associations tomó mucha fuerza en los Estados Unidos, al grado que - Reuter, que entonces dominaba la organización europea de noticias, invitó a UPI a unirse a ella en - 1912.

La UPA rechazó la invitación, pues ello significaba que tendría que tomar todas las medidas de distribución de paquetes noticiosos que tenían las agencias europeas, atándose con esto al cartel de noticias internacional que tenía dividido entre sí el mundo en esa época. No fue hasta 1934 que el cartel cediera la idea de tratar de retener sus esferas de influencia.

La expansión de la United Press Associations comenzó pronto y sirvió a 369 periódicos en los Estados Unidos de Norteamérica en 1909 y sus noticias fueron a Europa a través de la agencia inglesa Exchange Telegraph. UPA también tenía servicio de cable con Nippon Dempo, una agencia japonesa.

3.2 La United Press en la América Latina

La entrada de la United Press en la América Latina, dando servicio a los periódicos de esta región, resultó de la situación existente durante la Primera Guerra Mundial.

Los periódicos latinoamericanos dependían del grupo de las agencias internacionales que se habían dividido al mundo en las zonas de influencia.

La América Latina pertenecía a Havas, la agencia noticiosa francesa, el antecesor de la Agence France Presse (AFP), que enviaba a los periódicos de Argentina, Brasil y Chile información muy escasa, partidaria y de un solo aspecto.

Havas tenían un monopolio completo en esa zona de la América Latina, según un acuerdo entre esta agencia francesa y las agencias internacionales de Inglaterra, Alemania, Rusia y The Associated Press de los Estados Unidos de Norteamérica. Tenían un acuerdo de no invadir los caminos de la "competencia".

Pero el interés informativo crecía en los países de la América del Sur y Havas no satisfacía esas necesidades.

"En 1916, la United Press empezó operaciones en la América Latina, sirviendo a La Nación de Buenos Aires. Poco tiempo después, algunos periódicos chilenos y brasileños requirieron los servicios de la UP. En 1918, La Prensa de Buenos Aires se convirtió en el principal cliente de la UP." 3

Poco a poco, los demás países latinoamericanos solicitaron los servicios informativos de la United Press y se extendió en esos territorios.

En Chile, el periódico El Mercurio era el pionero entre los clientes; en Brasil el suscriptor principal era el Jornal do Brasil, y en Colombia, El Tiempo de Bogotá contrató los servicios de la United Press poco después que La Prensa de Buenos Aires, seguido de cerca por El Colombiano de Medellín, y El Espectador, todos ellos aún suscriptores importantes de la agencia.

El factor primordial en la expansión de la United Press por la América del Sur fue el deseo por parte de los periódicos sudamericanos de obte-

ner información objetiva, equilibrada y balanceada sobre la Primera Guerra Mundial, que la agencia oficial francesa Havas no podía proporcionar por ser dependencia del gobierno francés, que era uno de los contrincantes en el conflicto bélico al lado de los aliados. Para obtener información sobre ambos lados en esta guerra que afectó profundamente al continente sudamericano, los periódicos recurrían a la United Press, que tenía, por lo menos al principio de la guerra, más acceso a las fuentes de información alemanas, austriacas y turcas. Hay que recordar que los Estados Unidos de Norteamérica entró en la Primera Guerra Mundial solo en su fase final.

La United Press fue la causa principal, con mucho enojo de parte del bloque noticioso tradicional compuesto por las potencias noticiosas del mundo, que se fueran desmoronando sus grandes monopolios territoriales de noticias. La fuerza del cartel declinó paulatinamente y fue en el año de 1934 que formalmente dejaron su idea de dividirse el territorio y se independizaron en la búsqueda y en competencia para poder distribuir sus noticias y ganar simpatías por el camino difícil de la competencia, la objetividad y la veracidad.

Al terminar la Primera Guerra Mundial empezó el servicio directo de la United Press a Europa. En 1921, sus primeros clientes en las ciudades alemanas de Colonia y Frankfurt y Viena en Austria.

Poco a poco, la United Press ganaba nuevos territorios y ponía innovaciones en el servicio internacional. Una de estas innovaciones fue la de

dar líneas de crédito a sus corresponsales. Introdujo también grandes entrevistas a personajes ilustres, intercaló el reportaje especial y exclusivo como parte del servicio diario, enseñó a sus corresponsales a escribir directamente a la gente con términos de la gente y sus reportajes fueron penetrantes. También en campo de radio destacó, ya que las presiones de la competencia eran muy fuertes.

Al iniciarse la Segunda Guerra Mundial en 1939, la United Press tenía 1,715 periódicos y estaciones de radio como clientes en 52 países. Eran 486 periódicos fuera de los Estados Unidos; de ellos, 194 eran periódicos de los países que participaron en la guerra, lo cual le costó estos clientes a la United Press. Pero antes de terminar la guerra en 1944, la United Press tenía un total de 543 periódicos europeos además de recuperar los 194 de los países en guerra.

En 1951, la United Press puso el teletipo en las oficinas de sus suscriptores, empezando a mandar información a los teletipos por líneas fijas, en vez de por cable o telegrama, como se acostumbraba anteriormente.

En 1952, se inauguraron los servicios de películas filmadas para las estaciones de televisión y el de las fotografías noticiosas, principalmente para los diarios, pero también para la televisión, usando equipo manual.

3.3 UPA-UPI

Posteriormente, en el año de 1958, y después de que la United Press Associations había cumplido 50 años de existencia ya trabajando a escala internacional con muchos clientes en el mundo, fue cuando la United Press compró a la International News Service (INS), entonces propiedad de la Hearst Corporation, fundada por el magnate periodístico Randolph Hearst, abuelo de la famosa víctima de secuestro o guerrillera urbana Patricia Hearst.

La United Press compró a la International News Service, heredó a todos sus clientes, pero despidió a la mayoría de su personal, que quedó en la calle. Sin embargo, oficialmente, en el lenguaje de las corporaciones, la transacción se llamó una fusión, y a partir de ese momento, la United Press se conoció oficialmente como la United Press International (UPI), la "I" agregada de "International" siendo la única forma en que aún sobrevive la desafortunada International News Service.

Algunos de los más antiguos clientes de la United Press, aún 20 años después de la llamada fusión, se niegan a reconocer el cambio de nombre y La Prensa de Buenos Aires siguen publicando los despachos de UPI solo con las siglas "UP".

Ahora, en sus 71 años de vida, la United Press International sirve a 7,079 suscriptores en el mundo. De ellos, 2,246 clientes están fuera de los Estados Unidos de Norteamérica. Esta cifra incluye a más de 30 agencias nacionales, las cuales-

informan a su vez a otros miles de periódicos, revistas, y emisoras de radio y televisión.

En los Estados Unidos, los clientes de la - United Press International son 1,134 periódicos y otras publicaciones, y además, 3,699 emisoras de - radio o televisión.

CAPITULO 4

Relaciones de la United Press International Con Otras Agencias Informativas

4.1 Relaciones Profesionales

A pesar de la competencia fuerte que existe entre las agencias informativas internacionales, - hay asuntos en los cuales las agencias pueden bregar mejor en común, como son las relaciones entre agencias y gobiernos. Cuando por ejemplo éstos últimos declaran cierta medida sobre agencias informativas internacionales, esto afecta a todas las agencias informativas igualmente y no a solo una de ellas. En estos casos, se mantienen relaciones, a menudo a través de asociaciones de corresponsales extranjeros.

En México funciona la Asociación de Corresponsales Extranjeros en México (ACEM), que tiene su sede en la Calle Roma # 49, en Colombia existe la Asociación de Periodistas Extranjeros (APE), en Puerto Rico se reúne regularmente la Overseas - Press Club of Puerto Rico, y en la mayoría de los demás países latinoamericanos existen entidades similares, que a veces elevan su protesta en común contra alguna medida gubernamental o expresan sus preocupaciones sobre algún tema que afecta a todo el medio.

Otra actividad profesional de las asociaciones de corresponsales extranjeros es la de organizar comidas periódicas en las que invitan a un orador importante que por lo general es un personaje que está en la noticia y ahí la entrevistan y pla-

tican más cercana y cómodamente con él. Pueden, incluso, invitar al presidente el país donde están - o a altos funcionarios del gabinete del mismo, a - figuras de la oposición política, a distinguidos--visitantes en el país y a distintas personalidades.

Son ellos mismos, los corresponsales extranjeros, que organizan estas reuniones. Por lo general, un presidente de la república, por ejemplo, - no dispone de tiempo suficiente para dar entrevistas exclusivas a una sola agencia informativa in--ternacional, pero sí puede acceder a una invita--ción por parte de una asociación de corresponsales extranjeros a la cual pertenecen los representan--tes de la gran mayoría o todas las agencias. El - presidente que accede a tal invitación también evita jugar favoritismos.

Estas reuniones-noticias son útiles para - los corresponsales en cuanto a las relaciones y al conocimiento de funcionarios y otros grandes perso--najes sobre quienes tengan que escribir casi dia--riamente. Del punto de vista del corresponsal, in--formación compartida con la competencia es mejor - que ninguna información.

Las conferencias de prensa para los medios--locales de información a menudo no les sirven a - los corresponsales extranjeros, por varias razones. En primer lugar, la asistencia numerosa de la prensa local hace un intercambio sobre temas profundos, casi imposible y tal vez más importante, es el hecho de que los corresponsales extranjeros tienen - otras preguntas, otras inquietudes, sobre lo que - es noticia en el exterior, que no necesariamente-

es lo mismo que gana los títulos grandes en los periódicos locales,

También existe otro tipo de relaciones, netamente comerciales, entre la United Press International, y otras agencias. En este tipo de relación, la United Press International vende su informe íntegro a una agencia más pequeña y ella, a su vez, distribuye las noticias de UPI a sus clientes como si fueran sus propias.

Este tipo de contratos tienen ventajas para ambas partes, ya que la agencia pequeña no tiene personal para cubrir el mundo entero y se protege de lo que ocurre con el servicio de la United Press International, mientras que la UPI, a su vez, se ahorra los esfuerzos de vender y distribuir los servicios noticiosos y fotográficos a cada uno de los clientes de la agencia pequeña. Claro está que la agencia pequeña que adquiere los servicios de la United Press International para usarlos y redistribuirlos a sus clientes tiene que pagar una tarifa mucho mayor que como si fuera un cliente individual.

Especialmente en Europa, han florecido este tipo de relaciones entre la United Press International y agencias nacionales, hasta tal grado que la Agence France Presse ya compró el servicio fotográfico de la United Press International. La Agence France Presse (AFP) y la United Press International (UPI) están en una lucha competitiva de noticias en la América Latina, pero a pesar de ello, adquirió de la United Press International sus servicios fotográficos en París y distribuye, dentro-

de Francia, las fotos de UPI como si fueran suyas.

También se da el caso en Holanda, por ejemplo, donde la agencia nacional Algemeen Nederlands Persbureau, el buró de prensa universal holandés - conocido por sus iniciales como ANP, tiene los ser vi ci os de la United Press International, tanto de noticias como de fotografías, y redistribuye de - ello a sus clientes dentro de Holanda lo que les - parece conveniente. Pero hay periódicos clientes - de la ANP que de todos modos contratan los ser vi ci os de la United Press International, pues no con fi an en la selección que se hace del material de - la United Press International en las oficinas cen - trales de su agencia nacional, que tiene su sede - en la ciudad de La Haya.

Sin embargo, la competencia entre la United Press International y The Associated Press es tal - que ninguna de las dos jamás pensaría en adquirir - los servicios de la otra, ni en noticias, fotogra - fías o informes de voz para rá di o.

Eso no quiere decir que no se entere la una de lo que hace la otra. Los clientes de la United - Press International reclaman inmediatamente si The Associated Press tiene una nota o fotografía y vi - ceversa, y no se escatima ni costos, ni esfuerzos, para poder ofrecer a los clientes la misma in for ma ci ón escrita o gráfica que ofreció la competencia - dentro del menor tiempo posible.

En un evento grande como una Serie Mundial - de Beisbol, Campeonato de Futbol Mundial, un in ten to de asesinato a un presidente, un desastre natu -

ral de proporciones mayores, es un gran acierto - cuando una información gráfica o escrita pueda ser entregada aun dos o tres minutos antes de la competencia.

En su primer servicio a Europa, la United--Press International envió su información a través de otra agencia europea, The Exchange Telegraph, - agencia informativa internacional británica y su - primer cliente en el Lejano Oriente fue Nippon Demopo, que después fue Domei, antecesor de Kyodo, la principal de las agencias japonesas y a la cual la United Press International actualmente sigue en - viando sus noticias, después de una interrupción - en el suministro de los servicios causada por la - Segunda Guerra Mundial.

La United Press International sirve a agencias informativas internacionales del mismo modo - que lo hace a periódicos o emisoras de radio o televisión.

En total tiene servicio o alguna relación - informativa con 39 agencias informativas en todo - el mundo y tendrá con muchas más. Cada agencia, ya sea de primer orden, ya sea pequeña, tiene que estudiar las bases y los servicios que requiere. La United Press International, con sus servicios y comunicación ultramodernos, a veces resulta indispensable para agencias nacionales.

La United Press International, en su oficina central, ha recibido la visita de varios representantes de medios de información del mundo entero. Representantes de agencias informativas, perió

dicos, cadenas de televisión, empresas cinematográficas, emisoras de radio, oficinas de información de gobiernos, o grandes empresas, que están interesados en la cobertura internacional de noticias, - en sus movimientos, y en las nuevas técnicas de comunicación.

Proximamente, la United Press International platicará con una firma que proyecta hacer una - - agencia informativa internacional para el rico - - país petrolero de Saudi Arabia en el Medio Oriente. Se está instruyendo a sus representantes quienes - han visitado la central de la United Press International en Nueva York y han recibido por muchos - - tiempos sus servicios, no solo de la United Press-International, sino de todas las agencias informativas internacionales. Pero a ellos les agradó el sistema de trabajo de la United Press International y quieren que sea esta agencia la que instruya a sus próximos corresponsales extranjeros.

La United Press International está dispuesta a ayudar a todos los países que lo deseen en -- sus proyectos de la idea de organizar en su país -- una agencia informativa internacional, que como -- ellos, viajen por todo el mundo e informen las noticias de importancia mundial.

Los consultores de la United Press International dan desde avisos informales, como consejos - en conversaciones casuales, pero también pueden - ayudar profesionalmente, si el mencionado país desea verdaderamente y ya tiene todos los preparativos necesarios para poner en marcha una agencia in - formativa internacional. En este caso es ya un ser

vicio profesional y la United Press International selecciona para ello a sus consultores especializados y los manda al país interesado para ayudar en el desarrollo y aplicar los implementos necesarios para la organización de la nueva agencia.

Estos servicios profesionales tendrán que ser pagados debidamente; no así una plática general de orientación respecto a la complicada organización de la nueva instalación de una agencia informativa internacional completa.

La United Press International también aceptará a los corresponsables extranjeros de esa nueva agencia para períodos de entrenamiento en cualquier oficina del mundo o en la central de Nueva York.

4.2 Relaciones Sociales

La relación entre agencias informativas internacionales es bastante estrecha en materia de compañerismo. Ese compañerismo no se extiende a tal grado que haya intercambio de información; esto sería erróneo.

La relación amistosa existe siempre en todos y cada uno de los miembros de las agencias informativas internacionales.

En todos los países que van, se agrupan en clubes como el club de corresponsales extranjeros. Ese lugar es la sede en la cual se reúnen socialmente corresponsales de todas las agencias, inter-

cambian opiniones, platican las noticias y reciben o despiden a los nuevos corresponsales que llegan al país o que salen del mismo para trabajar a otro, lejano o cercano. Para ello organizan reuniones sociales.

Estos clubes también realizan actividades de descanso, deportivas o sociales.

Los integrantes del club de corresponsales y sus familias pueden ir a algunas excursiones que ellos mismos organizan, días de campo, fiestas navideñas o de otra índole, y torneos de ajedrez, bridge, tenis, entre otras actividades.

4.3 Lista de agencias informativas internacionales

Esta no es una lista completa de las agencias informativas internacionales que existen en el mundo entero, ya que existen muchas que son prácticamente desconocidas en estas partes del orbe y tiene un campo de acción muy limitado.

En ésta se incluyen a las 39 agencias con las que la United Press International tiene alguna relación:

1. United Press International (UPI), Nueva York, - Estados Unidos de Norteamérica. Privada.
2. The Associated Press (AP), Nueva York, Estados Unidos de Norteamérica. Cooperativa.
3. Agence France Press (AFP), París, Francia. Oficial.

4. Reuter Ltd., Londres, Gran Bretaña. S. Oficial.
5. Tass, Moscú, Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas. Oficial.
6. Deutsche Press Agentur (DPA), Hamburgo, Alemania Occidental. Semi Oficial.
7. Empresa Fotográfica Española (EFE), Madrid, España. Semi Oficial.
8. LATIN, cooperativa latinoamericana.
9. Kyodo News Agency, Tokio, Japón.
10. Prensa Latina (PL), La Habana, Cuba.
11. ANSA, Roma, Italia.
12. Algemeen Nederlands Persbureau (ANP), La Haya, Holanda.
13. ANA, Atenas, Grecia.
14. Inter Press Service (IPS), Roma, Italia.
15. Hsinhua, New China News Agency (NCNA) o Agen-
cia de Noticias de la Nueva China, Pekín, Repú-
blica Popular China.
16. New York Times News Service (NYTNS), Nueva - -
York, Estados Unidos de Norteamérica. Privada.
17. Canadian Press (CP), Toronto, Canadá. Privada.
18. TELAM, Buenos Aires, Argentina. Militar.
19. Caribbean News Agency (CANA), Bridgetown, Bar-
bados.
20. Notimex, Noticias Mexicanas, México, D.F., Mé-
xico.

21. Asociación de Editores de los Estados (AEE), - México, D.F., México.
22. Press Association (PA), Londres, Gran Bretaña.
23. Agencia Centro-Americana de Noticias (ACAN), - Panamá, República de Panamá.
24. Tanjug, Belgrado, Yugoslavia.
25. PAP, Varsovia, Polonia.
26. ADN, Berlín Oriental, Alemania Oriental.
27. Jiji News Agency, Tokio, Japón.
28. Sun Telephoto, Tokio, Japón.
29. Orient Press, Seul, Corea del Sur.
30. Central News Agency of China (CNA), Taipei, - Taiwan (China Nacionalista).
31. ANDP, Lisboa, Portugal.
32. Noticias Argentinas (NA), Buenos Aires, Argentina.
33. MAP, Rabat, Marruecos.
34. Surinaams Nieuws Agentschap (Surinam News Agency - SNA), Paramaribo, Surinam.
35. Agerpress, Bucarest, Rumanía.
36. THA, Ankara, Turquía.
37. APS, Argel, Argelia.
38. BELGA, Bruselas, Bélgica.
39. ITIM, Jerusalem, Israel.
40. Iraqi News Agency (INA), Bagdad, Iraq.

41. Middle East News Agency (MENA), El Cairo, Egipto.
42. Wafa, Palestinian News Agency, Beirut, Líbano.
43. Yedioth, Tel Aviv, Israel.
44. Press Trust of India (PTI), Nueva Delhi, India.
45. Press Trust of Pakistan (PTK), Karachi, Pakistán.
46. Fairchild News Service (FNS), Nueva York, Estados Unidos de Norteamérica.
47. Gemini News Service, Londres, Gran Bretaña.
48. Copley News Service (CNS), San Diego, California, Estados Unidos de Norteamérica.
49. Kenyan News Agency (KNA), Nairobi, Kenya.
50. MTI, Budapest, Hungría.
51. Saudi Press Agency, Riyadh, Saudi Arabia.
52. CAF, Varsovia, Polonia.
53. CTK, Praga, Checoslovaquia.
54. Agencia Mexicana de Noticias (AMEX), México, - D.F., México.
55. INFORMEX, México, D.F., México.
56. BBS, Dacca, Bangladesh.
57. PARS, Tehrán, Irán.
58. NTB, Oslo, Noruega.
59. NAB, Rangún, Birmania.
60. Antara, Djakarta, Indonesia.

61. Qatar News Agency, El Manamá, Qatar.
62. SANA, Damasco, Syria.
63. KUNA, Kuwait, Kuwait.
64. TAP, Tunes, Tunes.
65. SUNA, Khartoum, Sudan.
66. Australian Associated Press (AAP), Sydney, Aus
tralia.

CAPITULO 5

Organización de la United Press International

5.1 Administración

Existen 177 oficinas, en todo el mundo, de la United Press International, 96 de ellas están en los Estados Unidos de Norteamérica y 81 en el extranjero. Tienen un personal de 1,823, de los cuales 1,243 trabajan en los Estados Unidos y 578 en el extranjero. La mayoría del personal es extranjero, tanto en los Estados Unidos como afuera. Se estima que 11 millones de palabras y cerca de 200 fotografías se transmiten en los Estados Unidos y fuera del país cada día.

Operan más de 2 millones de circuitos y canales transmitiendo noticias y fotografías a todos los continentes en cosa de minutos.

La central de la computación en Nueva York interconecta todas las oficinas y suscriptores en los Estados Unidos de Norteamérica, el Canadá, el Caribe, la América Latina, así como todas las oficinas y los suscriptores en el mundo entero.

Como resultado de eso, cualquier oficina del mundo puede mandar noticias directamente a cualquier otra oficina, y a veces hasta a un suscriptor individual.

El servicio fotográfico sirve a 1,400 periódicos, revistas y estaciones de televisión a las que manda su material por tierra, cable, radioseña

les de alta frecuencia o por satélite a distintos puntos del mundo.

En noticias filmadas, la subsidiaria UPITN, que depende de la UPI, sirve a Noticias Televisadas Independientes de la Gran Bretaña, que también tiene intereses en esta subsidiaria, junto con la Global Communications Corporation. La compañía sirve a más de 120 estaciones de televisión y cadenas en más de 70 países, así como la American Broadcasting Corporation (ABC), y la National Broadcasting Corporation (NBC), dos de las tres cadenas más importantes de los Estados Unidos de Norteamérica.

En las comunicaciones, hoy millones de palabras pasan a través de los océanos a velocidades desde 45 hasta 1,200 palabras por minuto via cable o satélite. Noticias de todas las oficinas del mundo viajan a Nueva York por computadora a diversas partes de los Estados Unidos de Norteamérica y al resto del mundo. Cada oficina responsable de la cobertura noticiosa en su área codifica su material para que llegue al cerebro electrónico de la oficina central en Nueva York y ahí las mesas de redacción internacional, extranjera y la latinoamericana editan y redactan las noticias para que salgan nuevamente a sus últimos destinos.

La mesa de redacción extranjera se sigue llamando la mesa de "cables", un nombre que es una reliquia de los tiempos cuando la información del exterior se recibía en Nueva York por medio de cables o telegramas. La tarea del personal destacado en esta mesa de redacción es la de planear,

editar, re-escribir, a veces traducir, uniformizar, recortar o alargar las noticias del exterior para el consumo doméstico en los Estados Unidos de Norteamérica por parte de los clientes en ese país. - Para facilitar la labor de los editores de los periódicos clientes, cada día se hace una selección de las 15 ó 20 notas principales del día, que se incluyen en lo que se llama el programa para matutinos y se dedica la mayoría del esfuerzo a pulir y enfocar esas noticias principales, entre las cuales figurarán diariamente un promedio de 5 ó 6 provenientes del exterior. Esto se hace dos veces al día, una vez para periódicos matutinos a las 12 - del día, hora de Nueva York, y la otra para periódicos vespertinos, a la medianoche, también hora - de la zona del este de los Estados Unidos.

La mesa de redacción internacional es todo lo inverso de la mesa extranjera. Mientras que la mesa extranjera procesa la información de otros - continentes para el consumo doméstico dentro de - los Estados Unidos, la mesa internacional elabora el informe desde el hemisferio occidental para los otros continentes, como Europa, el Medio Oriente, - Africa, Asia y Oceanía.

La mesa internacional codifica las noticias para que lleguen a sus áreas de interés a través - de otras computadoras en las subcentrales de Lon- - dres y Hong Kong, la primera para Europa, el Me- - dio Oriente y Africa y la segunda para Asia y Ocea- - nía.

La mesa de redacción latinoamericana cumple básicamente dos funciones. En primer lugar recibe-

desde la América Latina información en castellano. La re-edita, la pule, la recorta o la agranda, la perfecciona y la vuelve a enviar por satélite a la América Latina, donde la reciben los suscriptores de la United Press International por teletipo. La segunda función es la de seleccionar de otras partes del mundo y traducir al español las noticias de más interés para la América Latina y de incorporarlas al servicio latinoamericano. Tal como los otros servicios, el servicio latinoamericano opera las 24 horas del día, pero en contraste con los servicios domésticos dentro de los Estados Unidos, el servicio latinoamericano es un servicio unificado, es decir, que contiene noticias políticas, de información general, deportivas, económicas, etc., mientras que en los Estados Unidos, el servicio general, el servicio deportivo y el servicio económico existen por aparte.

El servicio latinoamericano trae un gran volumen de noticias de la región por las cuales existe poco interés en otras partes del mundo y sólo una parte de esas noticias se envían en inglés a los otros continentes.

Un total de 7,079 suscriptores en 92 países, y miles más por las 39 agencias nacionales y otros organismos noticiosos que redistribuyen el material de la United Press International a sus clientes, reciben los servicios noticiosos de la UPI cada día.

El dueño principal de esta organización noticiosa es la E.W. Scripps Corporation. Esta, a su vez, posee otras cadenas como los Scripps-Howard -

Newspapers, el World Almanac y la Scripps-Howard - Broadcasting Company.

La organización administrativa de la United Press International ubicada en 220 East 42nd Street, New York, N.Y. 10017, Estados Unidos de Norteamérica, está encabezada por el presidente y jefe ejecutivo Roderick W. Beaton, electo en 1972- después de varias asignaciones en los Estados Unidos y el exterior. Beaton inició su carrera dentro de la United Press International en 1948 como reportero.

Robert E. Page es vice presidente y gerente general, H.L. Stevenson es vice presidente y editor en jefe, Frank Tremaine es vice presidente y supervisor de operaciones internacionales.

Tremaine tiene a su cargo a Julius B. Humi, vice presidente y gerente general para Europa, el Medio Oriente y Africa. Albert E. Kaff es el vicepresidente y gerente general para Asia, mientras que Claude Hippeau es el vice presidente y gerente general para la América Latina y el Caribe.

Stevenson, el editor en jefe, tiene a su cargo, el gerente editor (managing editor), el editor extranjero, Walter Logan, quién a su vez es jefe del editor internacional, Gerald Loughran, y el editor latinoamericano, Enrique Durand. También depende de Stevenson el vice presidente y gerente de la oficina en Washington, D.C., capital de los Estados Unidos, donde se producen la mayoría de las noticias políticas.

Dentro de la United Press International - existen además de los departamentos mencionados, el departamento de fotografía encabezado por el vicepresidente F.W. Lyon, el departamento de servicios para radio encabezado por el vicepresidente Frank W. Beatty, el departamento de comunicaciones, encabezado por James Darr, el de mercadeo doméstico, - el de contabilidad, personal y supervisión de oficinas.

El servicio de audio para emisoras de radio iniciado en 1958 sirve a más de 900 estaciones de radio. El hilo noticioso de cable-televisión sirve a 311 cable-sistemas y fue iniciado en 1973.

El Unistox es un servicio que da las cotizaciones del mercado de valores. Datanews es un servicio a alta velocidad que transmite gran volumen de noticias a 1,200 palabras por minuto, iniciado en 1972.

La información a los barcos en alta mar - - se transmite por señales de radio manejadas por -- las compañías de comunicaciones ITT o RCA se llama Ocean Press y también es redactada por personal de la United Press International.

También existe el departamento de fotos comerciales, llamado Compix, que se encarga de conseguir fotos comerciales y por asignación especial - fuera del servicio normal.

El servicio Unicom, uno de los más novedosos dentro del panorama total, está basado en la ciudad de Kansas City y sirve a la comunidad inter

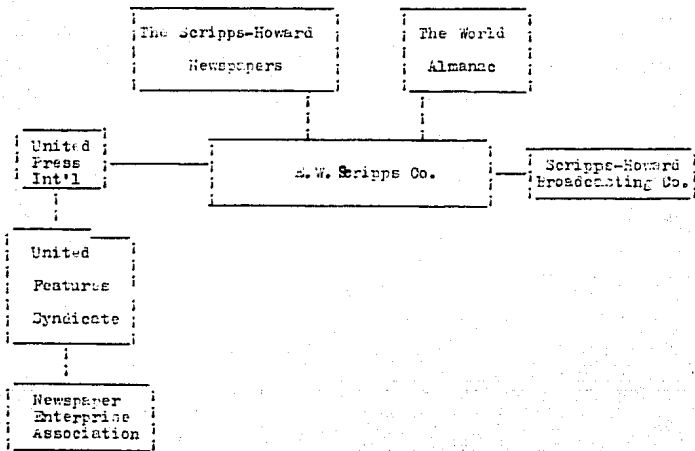
nacional de negocios con información especializada sobre precios de materias primas, noticias financieras y otras. El nombre completo de este servicio, iniciado en 1977, es United Press International Commodities Service.

5.2 Organigramas

A continuación incluyo una serie de organigramas que he preparado para representar la administración y organización interna de la United - - Press International.

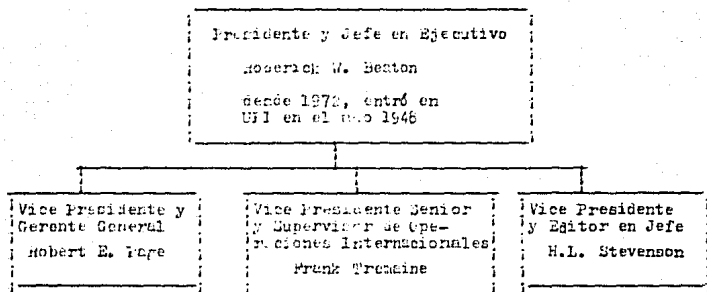
Organigrama # 1

5.2.1. Proprietarios



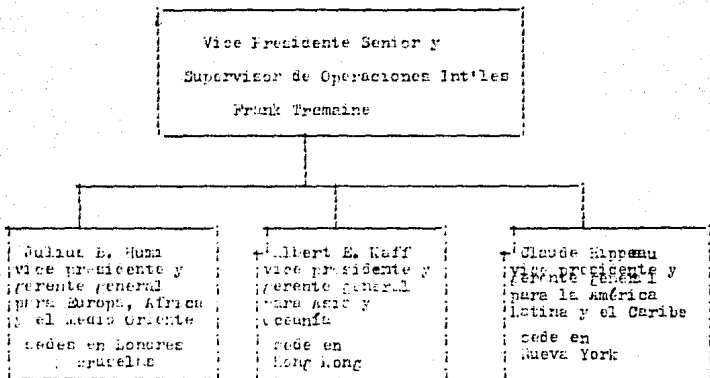
Organigrama / 2

1.1.2. Directores



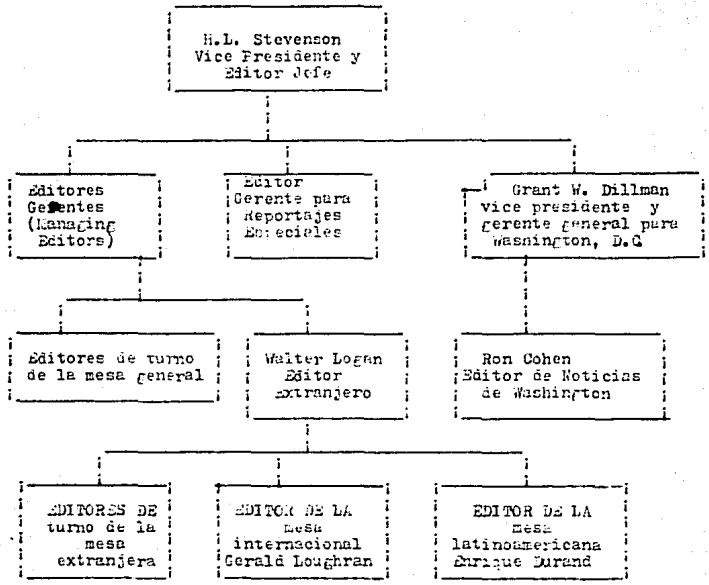
Organigrama # 3

5.2.3. Ejecutivos internacionales



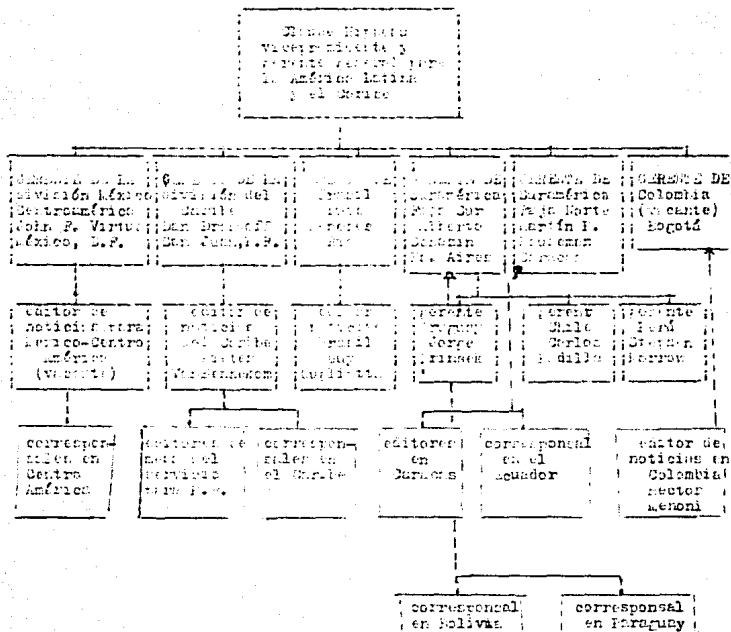
Organigrama #4

5.2.4. Editores de noticias



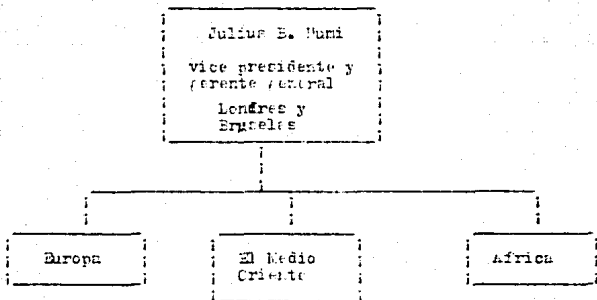
Organigrama 2

1.2.3. División en la América Latina



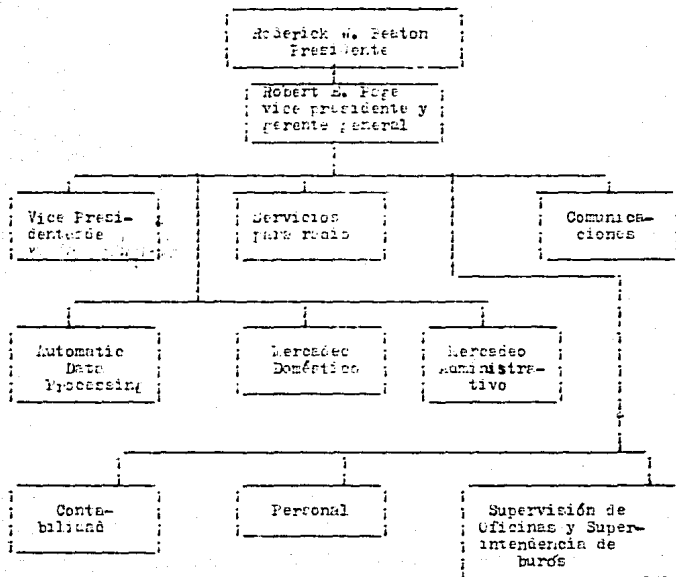
Organigrama 6

5.2.6. División Europa



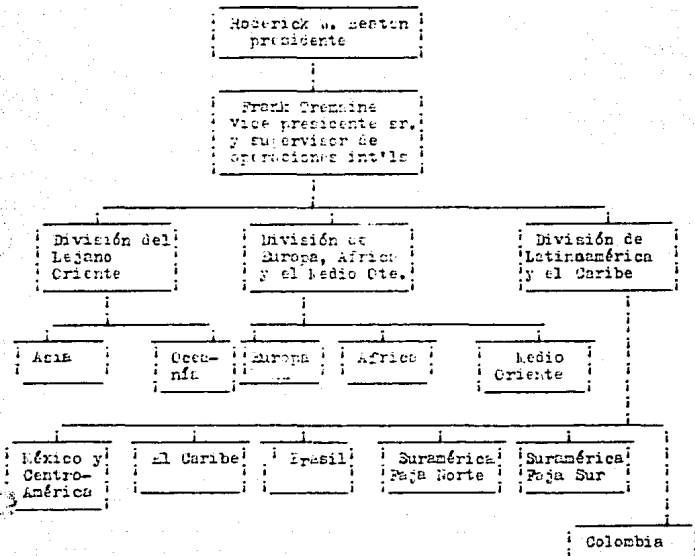
Organigrama # 7

5.2.7. Organización Administrativa



Organigrama # 8

5.2.8. Divisionales Internacionales



CAPITULO 6

Equipos y Comunicaciones

6.1 Una visita a la central.

Una visita a la oficina central de la United Press International en el barrio de Manhattan de la ciudad de Nueva York es verdaderamente algo recomendable para todo estudiante de periodismo del mundo enteró.

Ubicado en el 220 East 42nd Street, New York, N.Y. 10017, en el centro mismo de Manhattan y a unos pasos del edificio de las Naciones Unidas, el 12vo piso del edificio del New York Daily News está dedicado a esta moderna central de computación electrónica.

Los escritorios de los redactores no tienen ya máquinas de escribir, sino pantallas parecidas a las de televisión, en las cuales el artículo aparece en la pantalla en letras de color verde con fondo oscuro, que hace que esa luz no afecte a los ojos del redactor, quién pasa de 7 a 8 horas diarias constantemente viendo el aparato.

Esta combinación de televisión y máquina de escribir no es otra cosa que una terminal de computadora, lo más avanzado en el sistema de comunicación periodística.

Su nombre es Video Display Terminal (VDT),-

y sus características se describen más adelante.

En la antigua época, una central de una - - agencia noticiosa era un local casi tan ruidoso como una fábrica de la industria pesada con cientos-de teletipos haciendo ruido, rollos de papel en el suelo regados, máquinas de escribir sonando también y muchos redactores nerviosos fumando cigarrillos- y tirando los desechos al piso. La impresión que - uno se llevaba era de una central ruidosa, desorganizada y sucia y eso era hace menos de una década.

Actualmente, la oficina central de la Uni-ted Press International no podría estar más lejana de esa imagen. Donde había máquinas de escribir manejadas por periodistas nerviosos que tocaban las-teclas con gran fuerza, ahora hay VDTs, cuyas te-clas no hacen el menor ruido. Donde antes había teletipos ruidosos que vibraban bajo la fuerza del - movimiento de sus canastas de letras, ahora hay teletipos modernos Extel que son apenas del tamaño - de una pequeña cajita y hacen un ruidito apenas - perceptible. Donde antes había piso de piedra o - plástico relleno de cenizas y polvo, ahora hay una alfombra limpia cuya superficie es mantenida con - aspiradoras diariamente. No es que la United Press International se preocupe tanto por el ambiente higiénico donde trabajan los redactores; más le preocupan las máquinas. La razón de la alfombra es que absorbe el polvo y las suciedades del aire que po-drían dañar a los VDTs.

Entrar a la central de la United Press In-ternational para un periodista o visitante que la-concibió antes es, pues, como entrar a una película

ciencia-ficción; el silencio y la limpieza del lugar son asombrosos. Ya no hay papeles por todas partes, ya que la información que busca el redactor puede ser llamada en instantes a las pantallas de los VDT y es más fácil buscarla así que en archivos voluminosos de papel o en rollos de teletipo.

Existe una mesa, llamada la mesa de control, donde un ingeniero se sienta ante un despliegue gigantesco de luces intermitentes que indican cuales circuitos funcionan normalmente y cuáles tienen averías. Se parece a la mesa que aparece en la película de ciencia-ficción Guerra de las Galaxias (Star Wars).

6.2 Los VDTs y el IS&R

Los Video Display Terminals (VDT) son los instrumentos de trabajo de los redactores. Como dijimos antes, están sustituyendo a las máquinas de escribir, el papel, las cintas perforadas y los operadores que hacían las cintas. Una pantalla del tipo de la televisión en cuya base se encuentra un teclado parecido a, pero más simple que, una máquina de escribir hace actualmente el trabajo. El escrito aparece en la pantalla, ahí se rehace, se alarga, se recorta, se cambia, y se puede, y una vez finalizada, mediante unos códigos de computadora, se envía a su destino.

Los VDTs tienen un aditamento singular, un pequeño puntito, que recuerda a las pantallas de video que se usan para los juegos electrónicos, co

mo la pantalla de televisión de tenis que consta de dos puntitos. Los VDTs tienen solamente uno, que se llama el "cursor", que es el más activo en la pantalla.

Este diminuto punto borra una palabra mal escrita, poniéndola correctamente; si sobraron letras y el renglón y espacios quedaron desajustados, el puntito cursor ajusta el renglón automáticamente. Si un párrafo no le agradó al redactor y lo quiere borrar, mediante el cursor puede hacerse de saparecer. Si el redactor quiere pasar un párrafo que estaba al final del artículo hasta el principio del mismo, con el pequeño punto lo puede hacer, y vice-versa. El trabajo de edición es perfecto en esta pantalla.

El VDT tiene una memoria de 48 horas y puede mostrar en su pantalla noticias del día de ayer, o puede buscar en el archivo alguna nota pasada que se le solicite. Puede también, en forma casi instantánea, comunicar mensajes escritos en la pantalla a países cercanos o lejanos, en Canadá o en Oceanía, mediante la codificación correcta de computadora que escoge el canal de transmisión deseado. Claro está, si el redactor se equivoca al poner las codificaciones para los canales de transmisión, el mensaje puede llegar a Israel en vez de a Australia, o a México en vez de Miami, casos que se dan con cierta frecuencia.

El VDT informa al redactor de qué oficina llegó una noticia a la oficina central en Nueva York, le dice de cuantas palabras consiste y le indica cuántos minutos serán necesarios para enviar-

la a los clientes por determinado circuito. Asimismo puede informar al redactor en cualquier momento qué noticia está saliendo a los clientes en un circuito determinado y cuántas noticias más ya editadas están esperando salir por el mismo circuito.

Si el redactor descubre por ese procedimiento que hay una "fila" de noticias esperando salir que tomarían dos horas para transmitirse, y si él tiene bajo sus manos una noticia más urgente, el redactor puede, mediante la pantalla del VDT, asignar a la noticia urgente una clave de prioridad más alta que las noticias que están esperando su turno y de esa forma, el despacho urgente salta a la cabeza de la fila en vez de colocarse al final.

Las prioridades son: "f" para flash, que rompe cualquier noticia; "b" para boletín, que rompe una noticia ordinaria, pero no un urgente; "u" para urgente; "m" para mensaje de prioridad, "o" para ordinario. También hay variedades de prioridades, como "mp" para mensaje de prioridad que sale antes de un "m" o mensaje normal; y "op" --ordinario con prioridad -- que va antes de "o" normal.

Si se transmite un flash o boletín que rompe los circuitos, después de la transmisión del material urgente la computadora reanudará la transmisión del resto de la noticia que quedó cortada. La pantalla del VDT da hasta la hora del día e indica con precisión cuántos despachos se han recibido, hasta el momento de cualquier oficina del mundo, los temas de las noticias y lo hace igual con los circuitos que salen a los clientes; de esa manera el redactor localiza en materia de segundos cual--

quier noticia que tiene que ser actualizada, corregida o adicionada.

La computadora de la cual todos los VDT son terminales y a cuyo cerebro electrónico los VDTs - tienen acceso, se llama el sistema de IS&R, o Information Storage and Retrieval, que en castellano se traduciría algo así como el sistema de meter y sacar información. La actividad en sí de esta gran computadora es la de recibir, editar y redistribuir las noticias que ocurren en el mundo y de enviar y procesar los mensajes entre oficinas.

Este sistema empezó en el año de 1968 bajo la dirección de James Darr, vice presidente de desarrollo de sistemas de comunicaciones de la United Press International. Inicialmente, este sistema de manejar la información electrónicamente que revolucionó el medio noticioso se limitó a la oficina central en Nueva York. Posteriormente, en Bruselas, la capital de Bélgica y la sede del Mercado Común Europeo, instaló otra computadora de menor talla que manejaba las informaciones de Europa, Africa y el Medio Oriente, y en Hong Kong instaló otra parecida para Asia y Oceanía, ambas conectadas a la oficina central de Nueva York,

Este sistema es económico y práctico y por esa razón la United Press International lo está instalando internacionalmente. La automatización, como se sabe, reduce la fuerza de mano de obra y resulta en ahorros significativos para la empresa privada y en este caso se tuvo que prescindir de cientos de operadores, que anteriormente hacían la perforación en cintas de todas las noticias o men-

sajes que se movían por los circuitos de la United Press International. Además se ahorra papel, cuyo costo está ascendiendo cada día más.

La computadora además realiza muchas tareas manuales y menesteres que anteriormente tenían que hacer los redactores, como tener que asignar un número a cada despacho de cada circuito, la tarea de archivar, y otras similares. El teclado de las terminales de la computadora es más fácil para manejar que el teclado de una máquina de escribir -- el toque es más ligero, los cambios de renglón se hacen automáticamente y no manualmente y las correcciones son más fáciles el redactor gasta menos tiempo en tareas menesteres y tiene más tiempo a lo fundamental de su tarea: escribir bien. Se aumenta, pues, la productividad del trabajador de la industria de noticias.

En el mes de marzo de 1972, salió la línea IS&R internacional y se completó su instalación en agosto del mismo año; 42 VDTs fueron instalados en Nueva York, Washington y Chicago y se puso una sala de redacción completamente electrónica en estas tres ciudades.

El proyecto regional dentro de la unión norteamericana fue terminado en el mes de Julio de 1975, fecha en la cual todas las oficinas en los Estados Unidos de Norteamérica fueron dotadas con salas de redacción electrónicas.

Otros 500 VDTs han sido instalados hasta la fecha en los Estados Unidos, Canadá, México y Euro

pa y próximamente se hará la automatización en algunas oficinas de la América del Sur. El costo de estas instalaciones fue de 12 millones de dólares norteamericanos y el sistema puede mejorar hasta - 15 millones de palabras al día. La memoria de la computadora se extiende hasta 48 horas. Las noticias irán a cintas magnéticas a la medianoche del segundo día para el archivo permanente.

6.3 Satélite

Históricamente, el primer medio de comunicación que utilizó la United Press International para recibir y transmitir sus noticias fue el sistema de ".-" (dot-and-dash, o punto y raya) de la clave Morse, que era el único medio de comunicación disponible cuando nació la United Press International en 1907. En 1930, se introdujo el Teletypewriter, que escribía solo en mayúsculas y en 1950, le siguió el teletipo ya dotado con una canasta de letras tanto de mayúsculas como minúsculas.

Con este sistema se utilizaron operadores teletipistas para picar cinta y mandar a la sala de redacción las noticias picadas.

En 1960 ocurrió la primera automatización del sistema mandando listas completas del mercado de valores con las cotizaciones diarias de las acciones de las grandes compañías norteamericanas y extranjeras. Este fue el primer servicio de esta clase y fué llamado Unistox.

Como se sabe, la comunicación es la más rá-

pida y nítida y puede llegar a ser la más económica. Después de que los rusos mandaron en 1958 el primer Sputnik al espacio, se descubrió que los satélites artificiales que giran alrededor de la tierra sirven para la comunicación. Una señal enviada al espacio, al rebotar de nuevo hasta la tierra - desde el satélite, puede llegar a distintas partes del orbe terrestre. La comunicación por este medio es más rápida y no hay ninguna interferencia atmosférica, ya que el satélite está arriba de la atmósfera de la tierra. También hay menos averías y desgastes que en los canales convencionales. Anteriormente se usaba el cable submarino, la línea terrestre, o la señal de radio; pero en las décadas de los años 1960 y 1970, se iba haciendo cada vez más obvio que las agencias informativas internacionales tuvieran que recurrir al satélite para seguir la marcha de la revolución tecnológica.

Sin embargo, el costo del uso del satélite es, y sigue siendo, muy elevado. La comunicación controlada por los gobiernos no está al alcance de cualquiera.

Por lo general, el gobierno pone las únicas estaciones terrestres que captan las señales rebotadas desde el espacio por el satélite y los usuarios tienen que pagar tarifas muy altas por su uso. En los Estados Unidos de Norteamérica, el gobierno da licencias a las compañías de comunicaciones, como son la ITT, la RCA o la WUI, para construir sus propias estaciones terrestres para recibir las señales de satélite, pero en virtud de estas licencias, las compañías de comunicación también se convirtieron en monopolistas al estilo de los gobier-

nos en otros países y ponían los precios por el uso del satélite a su antojo.

El satélite recibe señales de todo tipo y las rebota a donde haya una estación terrestre de recepción. Estas señales pueden ser de teletipo, audio, televisión, télex, teléfono, etc.

Para combatir los altos costos en los Estados Unidos de Norteamérica, se comenzaron en el año de 1977 experimentos con un pequeño disco terrestre que cumplía todas las funciones de la recepción del satélite.

El primer experimento demostró que las noticias, ya sea transmitidas a velocidad convencional o a la velocidad de Dataspeed a 1,200 palabras por minuto, las fotografías y las señales de audio pueden ser recibidas en platillos de 1.80 metros de diámetro.

Teóricamente, cualquier empresa o persona puede montar un disco para captar señales de satélite en su techo e indudablemente, muchos periódicos o emisoras de radio o televisión quisieran instalar tal disco para evitar el pago mensual de las tarifas elevadas a los gobiernos o las compañías de comunicaciones. Sin embargo, el disco sigue siendo ilegal hasta la fecha en todas partes del mundo.

Después, a estos experimentos de 1977, se unieron The Associated Press y la American Newspaper Publishers Association, descubriendo que los servicios de la United Press International y de

The Associated Press podían ser recibidas simultáneamente en ese platillo, el costo del cual se estima en unos 5,000 dólares norteamericanos.

La United Press International y otras organizaciones están buscando el permiso de la Comisión Federal de Comunicaciones, conocida como FCC por sus iniciales en inglés, para poner ese sistema en operación en los Estados Unidos. Si se acepta el disco ahí, se ahorrarán millones de dólares anualmente en el costo de las comunicaciones y sería de esperarse que el disco también se legalizaría en otras partes del mundo.

Este receptor tan pequeño y económico es tan práctico que si el gobierno da permiso a las agencias informativas, periódicos, estaciones de radio y televisión para usarlo, serían beneficiados todos estos organismos.

Por lo general, un circuito internacional telegráfico por satélite para transmitir noticias las 24 horas al día cuesta 2,000 dólares norteamericanos mensuales, 1,000 dólares para subir la señal al espacio, y otros 1,000 para bajarla a la tierra de nuevo en el lugar deseado, más los costos de las líneas locales telefónicas entre las estaciones terrestres y las salas de redacción del que transmite y del que recibe.

En los Estados Unidos de Norteamérica y en Inglaterra, las compañías privadas Radio Corporation of America (RCA) y International Telegraph and Telephone Co. (ITT), así como la Cable and Wireless de la Gran Bretaña habían ofrecido una ven-

taja a la industria noticiosa al ofrecer canales - telegráficos a la mitad del precio normal comercial a la tarifa especial de Press Bulletin Service (PBS). Pero la mayoría de las naciones lo rechazó, bloqueando la posibilidad del intercambio noticioso económico.

6.4 Unifax II

En 1975, la United Press International saca un nuevo concepto de transmisión de fotografías - llamado Unifax II. Este proceso ha sido perfeccionado durante los últimos tres años. Es completamente automático y saca buenas fotos en papel seco, - listo para la publicación.

Anteriormente, los periódicos, revistas y - emisoras de televisión recibían las señales para - fotos en un negativo que se tenía que enviar al laboratorio para su revelación.

Actualmente con el Unifax II, las fotos se reciben ya listas en un rollo de papel similar a - un rollo de teletipo a gran ahorro de costos de mano de obra, de químicos y de tiempo.

Las fotos que se incorporan al servicio fotográfico de la United Press International, ya sea el servicio doméstico de los Estados Unidos de Norteamérica, el servicio latinoamericano, europeo o asiático, pueden originar en cualquier sitio del mundo donde hay un aparato transmisor. El aparato-transmisor que utiliza la United Press International fue desarrollado en sus propios laboratorios -

localizados en la población de Hackensack, Nueva Jersey, al otro lado del Río Hudson de Manhattan. Se llama 16-S y es un aparato portátil que puede ser trasladado fácilmente a cualquier sitio del mundo donde hay un teléfono y transmitir desde ahí.

El aparato 16-S tiene un rollo en que se pone la foto. Luego va corriendo un ojo electrónico a lo largo y ancho de la fotografía y la máquina convierte lo que ve el ojo electrónico en un tono audible que puede ser transmitido por línea telefónica. Por ejemplo, el ojo electrónico ve una parte blanca en la foto y la máquina la convierte en un tono muy alto, mientras que el negro se convierte en un tono muy bajo y hay una infinidad de tonos de gris en medio de estos extremos que se convierten en tonos ligeramente más altos o bajos.

Al ser recibida la foto simultáneamente en los miles de receptores Unifax II instalados en las oficinas de los clientes de la United Press International, el mecanismo del Unifax II los tonos audibles de la línea telefónica en áreas de blanco, grises y negro que conjuntamente reconstituyen la foto original con muy poca pérdida de calidad y contraste.

6.5 Obstáculos en las comunicaciones

La transmisión de las noticias de las agencias informativas internacionales a suscriptores en algunos países tiene problemas que pueden ser técnicos, económicos o políticos.

Hay países en Africa, la América Latina y - Asia que no tienen vías de comunicación con sus ve- - cinos. Ellos pueden eficientemente recibir noti- - cias de países distantes por satélite o cable, pe- - ro no de sus vecinos.

Aun donde existen buenas comunicaciones, - son muy caras para pequeños periódicos y difusoras de radio y televisión. Por ejemplo, la United - - Press International transmite sus noticias a Caracas, Venezuela, por satélite y el costo de la receptora cercana a la capital venezolana, aunque no es bara - to, se puede compartir entre varios suscriptores - en la ciudad de Caracas. Pero el costo de líneas - de teletipo a ciudades de la provincia es muy caro y no está al alcance de la mayoría de los periódicos en estas ciudades secundarias donde no hay con quien compartir los costos.

Algunos países de la América Latina no per- - miten a las agencias informativas internacionales - distribuir noticias que sean producidas en sus pro - pios territorios. En la mayoría de los países de - la América Latina, la United Press International, - tanto como las otras agencias informativas interna - cionales, tienen que utilizar entidades gubernamen - tales para las transmisiones de sus noticias al ex - terior, así que el gobierno dispone de las facili - dades técnicas para leer lo que sale al exterior - antes de que la nota siquiera llegue a la central - de la United Press International o sea rebotada de nuevo hacia la América Latina.

Algunos gobiernos autoritarios no permiten - que la United Press International entregue sus no -

ticias directamente a periódicos y estaciones de radio o televisión dentro de sus territorios. Estos gobiernos obligan a la United Press International y a las otras agencias informativas internacionales a entregar su informe a una agencia nacional oficial o a una oficina de información del gobierno. En estos casos, en lo general el servicio es editado según el gusto del gobierno y solamente noticias aprobadas se redistribuyen a los periódicos y emisoras para su divulgación.

CAPITULO 7

El Libro de Estilo

Se acaba de editar, en un esfuerzo semi-con junto, entre la United Press International y The - Associated Press, un nuevo libro de estilo, que - reemplaza y actualiza a los anteriores libros de - estilo, toma en cuenta los últimos desarrollos del idioma inglés y actualiza algunas normas. Es de es perarse que este nuevo libro de estilo se convier- ta en la Biblia nueva del periodismo norteamerica- no.

Dos destacados redactores, Bobby Ray Miller, editor de noticias en la mesa de información general de la United Press International, y otro de - The Associated Press, trabajaron en colaboración - durante dos años para realizar este trabajo acadé- mico de recopilación, que resulta ser ahora una - combinación de diccionario, enciclopedia y libro - de gramática y etiqueta, el cual, la mayoría de -- los periodistas tendrán que consultar repetidas ve ces para satisfacer sus dudas.

Ambas agencias internacionales, a pesar de su eterna lucha competitiva, se unieron por la con veniencia de los clientes de ambas agencias y se - unificaron para hacer este libro de estilo, ya que también tienen clientes comunes y es mejor para es tos clientes que no haya grandes divergencias de - estilo entre las dos más grandes agencias informa- tivas internacionales.

Claro está que el libro de estilo no es - - en su totalidad cooperativo entre ambas agencias,-

pues sigue habiendo divergencias de estilo entre las dos. Por ejemplo, en cuanto a eventos deportivos que tienen nexos con alguna firma comercial, como el torneo de tenis de damas Virginia Slims, The Associated Press se muestra reacia a la mención de firmas comerciales y no quiere dar publicidad, en estos casos, a la compañía patrocinadora. Por el contrario, la United Press International afirma que si ese es el nombre del evento y todo el mundo lo conoce como tal, debe quedarse así.

El libro de estilo, en sus dos versiones, la de la United Press International y la de The Associated Press, con divergencias menores entre las dos, está también de venta al público y la demanda ha sido grande y se han tenido que volver a imprimir varios tirajes adicionales para satisfacer el clamor del público y del medio noticioso por alguna norma de uniformidad.

Los periódicos actualmente se tienen que adaptar al estilo de las dos agencias internacionales grandes ya que con los sistemas de composición automática, no pueden fácilmente hacer cambios en la información que reciben por parte de las agencias. Y para mayor conformidad dentro de sus propias páginas, mejor también adaptan el estilo de su información local al estilo de las agencias.

Es de esperarse que las mismas presiones para la uniformidad de estilo se harán sentir en la América Latina prontamente, ya que la United Press International acaba de introducir para la América Latina también el sistema de transmisión de noticias apta para la composición automática en cinta.

de seis niveles, que incluye aún los tildes, las diéresis y los acentos, además de las mayúsculas. - Los ahorros de mano de obra, tiempo y material, - con este sistema, son tan enormes que muchos periódicos no podrán resistir la tentación de adaptarse a él. En ese caso, tampoco podrán hacer cambios de estilo en la información de las agencias informativas y tarde o temprano, conformarán el estilo de sus reportajes locales al de las agencias internacionales.

CAPITULO 8Oficinas de la United Press International
en el Mundo.

La siguiente es una lista de las principales oficinas de la United Press International en los Estados Unidos de Norteamérica y en el resto del mundo.

En los Estados Unidos:

Nueva York, oficina central (world headquarters)

Centros Regionales de Noticias:

Boston

Washington, D.C.

Pittsburgh

Colombus, Ohio,

Atlanta

Dallas

Chicago (también central del servicio para radio)

San Francisco.

Oficinas en el exterior:

1. Ottawa Suite 711 National Press Building 150.
2. Montreal Suite 1475, 550 Sherbrook St. West.
3. Toronto 171 Yonge St.
4. Vancouver Pacific Press Bldg. 1465 West 7th Av.
5. México, D.F. Morelos 110-1107 Méx. D.F.
6. Panamá Colaborador.
7. Guatemala Colaborador.
8. El Salvador Colaborador.
9. Managua Colaborador.
10. Tegucigalpa Colaborador.

11. San José, Costa Rica Colaborador.
12. San Juan, Puerto Rico 164 Av. Ponce de León.
13. Santo Domingo Colaborador.
14. Carlotte Amalie, Islas Vírgenes Estadouniden--
ses Colaborador.
15. Caracas Residencias Avilanes, Penhouse.
16. Maracaibo Colaborador.
17. Bogotá Carrera 5 16-14 of. 502.
18. Quito Colaborador.
19. Lima Jirón Puno 271 - 601.
20. La Paz Casilla de Correo 12-19.
21. Santiago de Chile Calle Nataniel 47 piso 9.
22. Buenos Aires Av. Belgrado 271 - 1092.
23. Montevideo Av. 18 de Julio 1224 piso 2.
24. Asunción Presidente Franco 787.
25. Río de Janeiro Av. Brasil 500 piso 6.
26. Sao Paulo Rua Major Quedenho 28.
27. Brasilia Colaborador.
28. Londres ITN. house 48 Well Street.
29. Dublin Stringer.
30. La Haya Parkstraat 32 Haya Holland
31. Bruselas 34 Rue de la Loi 1040 Bruselas.
32. París 2 Rue des Ilatiens París 75009.
33. Estocolmo Sveavegen 13-15 Estocolmo.
34. Bonn Heuss Allee 2 - 10.
35. Frankfurt Brasilestrasse 33-37.
36. Hamburgo
37. Berlín
38. Madrid Edificio de EFE Esproceda 32.
39. Lisboa 4th piso Praca Alegria 38.
40. Roma Via Della Dataria 94, Roma 00187.
41. Zurich Sumatrasteig 3, 8006 Zurich, Suiza.
42. Ginebra
43. Copenhague
44. Oslo

45. Helsinki
46. Viena Operringhof 1/E 620 a 1010
47. Varsovia
48. Belgrado
49. Bucarest
50. Atenas Valooritu 12 Atenas 134.
51. Moscú Apt 67-68 Kutuzovsky.
52. Leningrado
53. Beirut
54. Tel Aviv 138 Patahtikva Road.
55. Jerusalem 16 Hagdud Kaivri
56. El Cairo 4 Sharia Elovi
57. Nairobi
58. Johannessburgo 111 Comissioner Street 16th piso.
69. Ciudad del Cabo
60. Rabat Stringer.
61. Istanbul Kurucesme Cad. 18-20.
62. Tehran 11 Iranyad Street Malek.
63. Nueva Delhi
64. Bangkok U Chuliang B. 2 piso 968.
65. Singapur Suit 69-B Raffless.
66. Kuala Lumpur
67. Djakarta
68. Manila Yutivo Investment Company piso 2.
69. Taipei Central News Agency 209 Sungkiang Tiwan.
70. Seul Orient Press 188 Congjin Dong Jongro-Ku.
71. Tokio Palaceside B. 1-1-1-Hitotsubaski, Chiyoda
72. Sydney 1260 New Mercury Horuse.
73. Hong Kong
74. Islamabad
75. Dacca
76. Praga
77. Oficina en las Naciones Unidas, Nueva York.

Las siguientes oficinas se encuentran tempo

ralmente cerradas por razones políticas:

78. Saigón
79. Phnom Penh
80. Vietnam.
81. La Habana.

CONCLUSIONES

Una agencia Informativa Internacional es - una compañía periodística internacional que tiene oficinas en todos los países del mundo y éstas se intercomunican a una oficina central; ahí, en esa central se concentran las noticias que pasan en el mundo, al momento mismo de suceder, para distribuírselas a todos los rincones del mundo, incluso al mismo país en donde la noticia ocurrió.

La mayoría de las 51 oficinas de la United-Press International en el mundo están automatizadas, otras trabajan aún con el tradicional teletipo.

La razón de la existencia de las Agencias Informativas Internacionales es que ningún periódico, revista o estación de radio y televisión pueden destacar, por razones económicas, corresponsales extranjeros en todas las partes del mundo y la única forma de mantener informado a su público es la de suscribirse a una o varias Agencias Informativas Internacionales.

La característica fundamental de las Agencias Informativas Internacionales es que no tienen publicaciones propias, no dan noticias al público, sino que recogen noticias de una parte determinada del mundo y las distribuyen a publicaciones y emisoras que sí dan servicio directo al público.

Sus campos de acción, sus propósitos y fines son más bien otros de los que...

Hay agencias de noticias: locales, regionales, internacionales y las que operan a escala mun
dial:

Agencias Locales: USIS Unite States Information -
Service

Agencias Regionales: LATIN Y CANA (América Latina-
y Caribe)

Agencias de Gobierno: Agence France Press, USIS y-
Tass

Cooperativas: The Associated Press y CANA.

Empresas Privadas: La United Press International y
el New York Times News Service.

El elemento fundamental que une a las Agen-
cias Informativas Internacionales es el recoger no
ticias y distribuirlas como un servicio secundario
de los organismos que informan directamente al pú-
blico.

La meta de las Agencias Informativas Inter-
nacionales es tener corresponsales extranjeros en
todos los países del mundo y su campo de acción es
el mundo entero.

1.2 El Corresponsal Extranjero.

Son requisitos para ser corresponsal extran
jero: tener una educación general amplia, interés-
vivo en lo que pasa en el mundo, adaptabilidad, ha
blar uno o dos idiomas extranjeros y trabajar en -
la oficina central.

Los corresponsables extranjeros trabajan en un lugar que no conocen, al principio, y tienen - obligación de estudiar cada uno de los movimientos sociales, políticos y económicos del país a donde se les traslada.

1.2.1.- Reportaje.

CAPITULO 2

Periodismo de escala internacional (William Manchester).

El ideal de una Agencia Informativa Internacional es abarcar al mundo entero en sus planos informativos, aunque actualmente ninguna Agencia Informativa Internacional tiene oficinas en la totalidad del mundo; tienen colaboradores que ayudan a aliviar esa falta de oficinas en los apartados lugares.

Las noticias de escala internacional son ya parte de la vida diaria del ciudadano actual, ejemplo de esto es el libro de William Manchester: -- "Muerte de un Presidente", que se refiere a una noticia de escala internacional, que afectó al mundo entero y a la nación en donde ocurrió, ésta fue: - el asesinato del Presidente John F. Kennedy.

2.2. Obstáculos y riesgos.

La muerte de Pedro Joaquín Chamorro, director del diario La Prensa de Managua, Nicaragua, y opositor del régimen de los Somoza en ese país, es un cruel ejemplo de los riesgos que un periodista tiene que afrontar durante su carrera profesional.

Un corresponsal extranjero también está sujeto a deportaciones, aunque las probabilidades de encarcelamiento, desaparición y muerte son más remotas, ya que las repercusiones internacionales serían mayores si algo le pasa.

La forma más simple de auto-protección de un gobierno autocrático es la de negar la solicitud de visa a un corresponsal.

Asalto y secuestro son los peligros más graves para un corresponsal, según el Instituto Internacional de Prensa, basado en Zurich, Suiza.

Los obstáculos en los Estados Unidos de Norteamérica son generalmente legales como restricciones en coberturas de juicios, secciones a puerta cerrada o retención de archivos a esto hay remedios legales, ya que "la primera enmienda de la Constitución de los Estados Unidos estipula que la Libertad de Información es el principio de todas las libertades".

Hay quejas de los países en desarrollo que tiene alguna razón, pero las Agencias Informativas Internacionales se defienden diciendo que ellas dan toda clase de información respecto a todos y cada uno de estos países, pero ni el corresponsal ni la misma Agencia pueden controlar la idea de cientos de editores que seleccionan sus noticias del servicio diario que ellas prestan a sus suscriptores.

2.3 Infiltración y manipuleo noticioso

Al escuchar las palabras Agencias Informati

vas Internacionales o corresponsales extranjeros - hay quienes piensan en infiltraciones políticas o informaciones secretas.

Pueden existir casos que algún miembro de una agencia tenga dos personalidades y además de trabajar en periodismo pase alguna información a organizaciones de inteligencia o espionaje, pero eso sí, lo hace sin que sus compañeros y jefes tengan conocimiento de ello.

Esas personas existen en periódicos, agencias informativas internacionales, agencias informativas, empresas particulares y Universidades y serían repudiados y hasta expulsados de sus trabajos. Nunca se sabe quienes son ni porque trabajan en esa categoría de misterio o infiltración.

Por otro lado según afirman algunos teóricos de la información; los medios de difusión; periódicos, agencias informativas, emisoras de radio y televisión, responden a intereses económicos y políticos particulares muy concretos y buscan llevar a sus lectores o espectadores hacia sus puntos de vista.

2.4 Asignaciones Especiales.

Cuando ocurre una noticia importante en el mundo, las Agencias Informativas Internacionales cuentan con redactores especializados; los corresponsales permanentemente destacados en ese lugar quedan relegados a un plan de ayuda a estos redactores especializados. Estos redactores son también corresponsales extranjeros en otros países con los que se cuenta para cuando la noticia lo requiere.

Cuando se trata de un evento importante en el Hemisferio Occidental se mandan dos equipos de redactores en inglés y en español (Canadá, EE.UU., Europa, Caribe inglés, Medio Oriente Africa Asia y Oceanía y en Español para América Latina).

Esto es muy costoso, ejemplo de ello fue el pasado Campeonato Mundial de Fútbol en Argentina, donde se gastaron más de 200,000 dólares ya que fue realizado en cinco ciudades de ese país; las Agencias tienen la obligación de cubrir esos eventos sin subir sus costos a los suscriptores.

2.5 Logs, Convenciones y Premios

2.5.1 Logs

"Log" es una publicación interna de la United Press International, ahí se hacen ratings noticiosos comparativos con la competencia, por ejemplo con la Associated Press.

Otra clase de "Log" es otra publicación interna de la U.P.I. con la que el personal de esta organización se informa de los movimientos de personal, noticias personales y cosas internas.

El "Log" central se edita en Nueva York y varias regiones editan sus propios Logs, en ellos también se hacen indicaciones sobre: cambio de estilo, errores y nuevas directrices para aprendizaje común.

2.5.2 Convenciones

La United Press International realiza anual

mente una Convención llamada "UPI Editors and Publishers Conference" (EDICON), ésto representa una de las más importantes autopromociones del año y - en ella se invita a los directores de las publicaciones que son suscriptores del Servicio de UPI. En esa convención se habla de los servicios que da esta Agencia y además son invitados oradores destacados para hablar de los acontecimientos mundiales o de las situaciones políticas en el país sede de la Convención, la última se realizó en Puerto Rico; - esas Convenciones se vuelven noticia de primera - plana por los oradores que a ella se invitan. - - Otras convenciones importantes para todas las Agencias Informativas Internacionales son las de American Newspapers Publishers Association (ANPA) y la de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), entre otras.

2.5.3 Premios.

El premio Pulitzer ha sido recibido varias veces por la United Press International ya sea en redacción o en fotografía.

En 1961 el japonés Yasush Nagaco ganó el -- primer premio para U.P.I.

En el año de 1978 el premio Pulitzer de fotografía noticiosa tuvo controversias internas de UPI por el crédito de la foto ganadora, pero el premio se quedó en la United Press International.

CAPITULO 3

Fundación y Desarrollo (United Press International).

3.1 Orígenes

E.W. Scripps fundó varios periódicos en los EE.UU., fusionados se llamaron Periódicos E.W. - Scripps- McRea cadena que posteriormente se llamó Scripps- Howard Newspapers.

En 1900 Scripps funda varias Agencias Informativas en tres puntos cardinales de la Unión Americana y el 1907 las fusionó en la United Press Association.

Reuters, que era la mayor Agencia Informativa Internacional de esa época, quiso comprar a la Unites Press Association cosa que ésta rechazó. Esto afectó al bloque monopolista, ya que en esa época las Agencias Informativas Internacionales que eran: Associated Press, Reuters, Agence France - Press y otras se repartían al mundo noticioso y fue hasta el año de 1934 que el cartel cediera en tratar de retener sus esferas de influencias; y cada una de ellas tuvo que ganar suscriptores por su propio esfuerzo en el camino competitivo de sus compañeras.

3.2 La United Press en la América Latina

El bloque noticioso estaba formado por Agencias Informativas de: Inglaterra, Francia, Alemania, Rusia y la Associated Press de Estados Unidos y se repartían el mundo con un acuerdo de no invadir los caminos de la competencia.

Havas, antecesor de la Agence France Press tenía su monopolio en América Latina. El interés -

noticioso crecía durante la primera guerra mundial y Havas enviaba información escasa y partidaria.

En 1916 "La Nación", de Buenos Aires, solicitó el servicio de la United Press y en 1918 la "Prensa", de Buenos Aires, se convirtió en el principal cliente de UPI en América Latina, poco a poco los demás países solicitaron sus servicios, entre ellos Brasil, Colombia y Chile.

Para obtener información de ambos lados en la primera contienda bélica, Latino América recurrió a la United Press Association, quién por lo menos al principio tenía acceso a las fuentes alemanas, austriacas y turcas; ya que E.E.UU. entro a la guerra solamente en su parte final.

La UPI fue la causa, con mucho enojo de parte del bloque noticioso, de que se cayera su monopolio noticioso en 1934, en que formalmente dejaron la idea de dividirse el territorio y se independizaron en la búsqueda y competencia de noticias y clientes por el camino difícil de la veracidad y la objetividad. Los primeros clientes de UPI en Europa en 1921 fueron: Colonia, Frankfurt y Austria.

3.3 UPA UPI

En 1958 La United Press Association, después de cincuenta años de vida compró a una agencia "International News Service" de la cual heredó clientes y oficialmente en el lenguaje de las transacciones se llamó fusión y la UPA (United Press Association) cambió su nombre al de United Press -

International (UPI).

Ahora a los 72 años de vida de la UPI tiene 7 079 suscriptores: 2 246 fuera de los Estados Unidos, 30 Agencias Noticiosas; y dentro de los Estados Unidos tiene 1 134 periódicos y publicaciones- además de 3 699 emisoras de radio y televisión.

CAPITULO 4

Relaciones de la UPI con otras Agencias Informativas Internacionales.

4.1 Relaciones Profesionales:

En todos los países existen "Clubs de Corresponsales Extranjeros", ahí se reúnen social y profesionalmente; algunas veces para recibir algún mensaje del gobierno relacionado con las actividades periodísticas, también se reúnen para expresar sus preocupaciones sobre algún tema que afecta al medio.

Otras veces hacen comidas- entrevistas e invitan a personalidades destacadas y hasta a presidentes; pues ellos, por lo general, no dan entrevistas personales aisladas, pero sí pueden ir a una comida invitados por todos los corresponsales extranjeros, representantes de todas las agencias Informativas Internacionales. Desde el punto de vista del corresponsal: "Información compartida con la competencia es mejor que ninguna".

Existe otro tipo de relaciones comerciales- entre UPI y otras Agencias Informativas más pequeñas a los que le vende su servicio, pero el mayor-

logro de UPI es que vende sus servicios a la competencia, o sea France Press en lo tocante a servicios de fotografía.

La competencia entre The Associated Press y United Press International es tan fuerte que ninguna contrata los servicios de la otra. La mejor manera de saber lo que esta haciendo la otra es por medio mismo de los clientes, que cuando sale una noticia importante llaman a la competencia para reforzar la nota.

4.2 Relaciones Sociales. 4.3 Lista de Agencias Informativas Internacionales.

CAPITULO 5

Organización de la UPI

Existen 117 oficinas de UPI en el mundo; 96 en los Estados Unidos de norteamérica y 81 en el extranjero; tiene un personal de 1 823 de los cuales 1 243 trabajan en los Estados Unidos y 578 en el extranjero.

Se sacan once millones de palabras y 200 fotografías que se transmiten en Estados Unidos y fuera de ahí: diariamente, en más de 2 millones de circuitos. La central de Nueva York conecta todos los circuitos. La fotografía sirve a 1900 periódicos, revistas y estaciones de televisión.

Se reciben de 45 a 1 200 palabras por minuto vfa satélite, todas las noticias viajan a la central en Nueva York al cerebro electrónico y de ahí a las mesas de redacción: International, Ex-

trajera y latinoamericana, ellos editan y redactan la noticia para que salga a su destino.

Mesa de Redacción de "cables", antes ahí se utilizaban cables o telegramas para recibir la información, esta mesa planea, edita y re-escribe, a veces traduce, uniforma, recorta o alarga las noticias del interior para consumo doméstico en los Estados Unidos.

Mesa Internacional, ella elabora e informa desde el hemisferio occidental para Europa, Medio-Oriente, Africa, Asia y Oceanía.

Mesa Latinoamericana, esta recibe desde América Latina información en español la re-edita y la regresa a América Latina. También selecciona de otras partes del mundo las noticias más importantes y las traduce al español, Sólo parte de las noticias en español se envían en inglés a otros continentes.

United Press International tiene un total de 7 079 suscriptores en 92 países y miles más si tomamos en cuenta a los suscriptores de las Agencias Informativas que son clientes directos de la UPI.

Servicios: fotografía, radio, comunicaciones, mercadeo doméstico, contabilidad, personal, supervisión de oficinas, cable televisión, Unistox (mercado de valores), Data News, Ocean Press, fotos comerciales Compix y otros servicios.

5.2 Organigramas: Propietarios, directores, ejecutivos internacionales, editores de noticias, división América latina, división Europea, organización Administrativa y Divisiones Internacionales.

CAPITULO 6

Equipos y Comunicaciones

Video display terminals son los instrumentos de trabajo de los redactores que sustituyen a las máquinas de escribir, papel, cintas perforadas y a los operadores.

Son pantallas de televisión que tiene un "cursor", las VDTs tienen memoria de 48 horas.

Claves de prioridad para una computadora:

- 1.- "Flash" es el que rompe cualquier noticia - - ("F")
- 2.- "b" boletín, rompe a una noticia ordinaria
- 3.- "U" de urgente rompe a un boletín
- 4.- "M P" mensaje de prioridad
- 5.- "m" mensaje normal
- 6.- "o P" ordinario primordial.
- 7.- "o" ordinario

Las VDTs son terminales de computadora, cuyo cerebro electrónico es el sistema IS & R (Information Storage and Retrieval) en español sería sistema de meter y sacar la información que sea necesaria.

El sistema comenzó en 1968 bajo la dirección de James Darr vicepresidente de desarrollo de sistemas de comunicación en UPI y el sistema se inició en Nueva York, después Bruselas, Hong Kong que se intercomunican con Nueva York.

El Sistema ahorra; personal (operadores) y papel, cataloga los despachos, archiva, ahorra máquinas de escribir y se hacen correcciones fácilmente con el "cursor", el redactor gasta menos tiempo en tareas menesteres y tiene más tiempo para dedicarse a lo fundamental escribir bien; se aumenta pues, con esto la productividad del trabajo de la industria periodística,

En 1975 las oficinas de la Unión Americana fueron automatizadas y muchas oficinas del resto del mundo están siendolo.

6.3 Satélite

En 1958 con el descubrimiento de los Rusos en su primer Sputnik acerca de que los satélites artificiales, que giran alrededor de la tierra, sirven para la comunicación.

Por lo general los gobiernos ponen las únicas estaciones captadoras y los usuarios pagan tarifas muy altas.

El satélite recibe señales de todo tipo y las rebota a donde haya una estación terrestre de recepción, estas señales pueden ser Télex, teletipo, audio, televisión, teléfono, etc.

En 1977 se descubre que un pequeño disco de

1.80 centímetros de diámetro puede recibir esas valiosas señales, pero su uso no está permitido legalmente.

6.4 Unifax II

En 1975 se descubre el transmisor Unifax II en los laboratorios de la misma Unites Press International, con el se realizan fotografías en papel-seco listas para su publicación, este transmisor es portátil y se llama 16-S y transmite por teléfono y se recibe por los receptores Unifax II instalados en las oficinas para su recepción.

6.5 Obstáculos en las comunicaciones.

Algunos países tienen una magnífica recepción vía satélite desde lejanos países, pero no tiene comunicación con sus países vecinos y aún con sus provincias más lejanas.

CAPITULO 7

Libro de Estilo

United Press International y The Associated Press editaron conjuntamente el más nuevo libro de estilo, que toma en cuenta los últimos desarrollos de idioma inglés y actualiza algunas normas; dos redactores de ambas Agencias trabajaron dos años en su realización, es diccionario, enciclopedia libro de gramática y etiqueta para el periodista.

Los periódicos actualmente se tienen que adaptar al estilo de las Agencias ya que con los sistemas de composición automática (computadoras)-

no pueden físicamente hacer cambios en la información que reciben de las Agencias y para comodidad es mejor adaptar el estilo de su información local al estilo de las gencias.

La United Press International acaba de introducir en América Latina el sistema de transmisión de noticias apta para la composición automática en cinta de seis niveles, que incluye: tildes, diéresis y acentos del español, con ello se ahorra mano de obra, tiempo y material.

CAPITULO 8

Oficinas de la United Press International en el mundo.

CONCLUSIONES EN PUNTOS DE INTERES

La investigación que realizó constituye un conjunto de vivencias combinadas con datos históricos de la función, organización y desarrollo de la Agencia Informativa Internacional United Press International, así como un estudio del trabajo que realizan sus corresponsales.

Las Agencias Informativas Internacionales son las que practican una labor informativa a escala mundial y cada país aporta su contribución a ello.

Una necesidad del hombre es estar informado, saber lo que pasa en su país y en el extranjero. El intercambio de información, de conocimientos y de ideas es uno de los elementos esenciales que condiciona la existencia, la supervivencia y la acción en una sociedad.

En la actualidad mecanizada y tecnológica la información camina muy rápidamente ya que la impresión y copiado de la misma se realiza a gran velocidad y el teléfono, telégrafo, télex, televisión y radio transmiten instantáneamente los sucesos que ocurren de un continente a otro: una catástrofe, la situación internacional, las olimpiadas, la conquista del espacio son ya parte de la vida diaria del ciudadano actual.

En algunos países los periodistas son parte del aparato oficial; en otros países se ejercen dictaduras en las que el periodista independiente corre riesgos, como encarcelamiento, deportación,

desaparición y aún muerte, como el caso de Pedro - Joaquín Chamorro, director del Diario La Prensa, - de Managua, Nicaragua, y opositor del régimen de - los Somoza. Por una u otra razón, lo que se publi - ca o divulga por los medios locales de comunica - ción es censurado, autocensurado o controlado.

El corresponsal extranjero que viaja de - - país a país, también está sujeto a deportación; pe - ro las probabilidades de encarcelamiento, desapa - ri - ción y muerte son más remotas ya que las repercu - siones internacionales serían mayores si le pasa - algo.

El corresponsal extranjero no informa direc - tamente al público. Las emisoras de radio y televi - sión y las publicaciones que son clientes de las - Agencias, a su criterio pueden o no publicar los - despachos del corresponsal a su público. Por ejem - plo, mientras que los periódicos pueden elegir y - ejercer una autocensura sobre determinados despa - chos y no publicarlos, otros países, como el caso - de Venezuela exigen a los corresponsales extranje - ros que informen sobre las verdades más duras.

AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES

PIES DE PAGINA

1. Informe anual 1977, Instituto Internacional de Prensa (IPI) Zurich Suiza, 1975.
2. Carta de H.W. Burch, coordinador de UPI, dirigida a un estudiante de la Universidad de Minnesota sobre las actividades de la United Press International en América Latina, 1949, N.Y.
3. Frank Thayer, Legal Control of the Press, Nueva York, 1956.
4. Jorge Pinto M, Regimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, Fac. C.P.S., 1977.
5. Luis Castaño, Regimen Legal de la Prensa en México, 1966, Porrúa, Méx.
6. Camilo Taufic, Periodismo y Lucha de Clases, - Edit. Nueva Imagen, México, 1978.
7. William Manchester, Muerte de un Presidente, - Edit. Noguer, España, 1967.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Luis Castaño; Regimen Legal de la Prensa en México, Edit. Porrúa, S.A., 1962.
- 2.- UPI, A Deadline Every Minute, Nueva York, - - 1968.
- 3.- Jorge Pinto Mazal; Regimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, Fac. C.P.S., 1977.
- 4.- Herbert I. Schiller; Comunicación de Masas e Imperialismo Yanqui, Edit. Gustavo Gili, 1976.
- 5.- Castaño Luis; La Libertad de Pensamiento e Imprenta, 1967.
- 6.- Editor & Publisher, Junio 1960, New York.
- 7.- Editor & Publisher, Abril 1961, New York.
- 8.- Editor & Publisher, Mayo 1961, New York.
- 9.- Overseas Bulletin, Febrero 1962, New York.
- 10.- Hohenberg John, El Periodista Profesional.
- 11.- Visitas a la Oficina Central de la United - - Press International entre 1972 y 1977.
- 12.- Visita a la Oficina Central de Europa de la - United Press International en Bélgica, Bruselas, 1972.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Luis Castaño; Regimen Legal de la Prensa en - México, Edit. Porrúa, S.A., 1962.
- 2.- UPI, A Deadline Every Minute, Nueva York, - - 1968.
- 3.- Jorge Pinto Mazal; Regimen Legal de los Me- - dios de Comunicación Colectiva, Fac. C.P.S., 1977.
- 4.- Herbert I. Schiller; Comunicación de Masas e- - Imperialismo Yanqui, Edit. Gustavo Gili, 1976.
- 5.- Castaño Luis; La Libertad de Pensamiento e Im- - prenta, 1967.
- 6.- Editor & Publisher, Junio 1960, New York.
- 7.- Editor & Publisher, Abril 1961, New York.
- 8.- Editor & Publisher, Mayo 1961, New York.
- 9.- Overseas Bulletin, Febrero 1962, New York.
- 10.- Hohenberg John, El Periodista Profesional.
- 11.- Visitas a la Oficina Central de la United - - Press International entre 1972 y 1977.
- 12.- Visita a la Oficina Central de Europa de la - - United Press International en Bélgica, Bruse- - las, 1972.

- 13.- Visita a la Oficina de UPI en la Haya, Holanda, 1978.
- 14.- Visita a la Oficina de la UPI en Madrid, España, 1975.
- 15.- Visita a la Oficina de la UPI en Lisboa, Portugal, 1975.
- 16.- Visita a la Oficina de Montreal, Canadá, 1976.
- 17.- Visita a la Oficina de UPI en Buenos Aires, - Argentina en 1976.
- 18.- Visita a la Oficina de la UPI en Sao Paulo, - Brasil, 1976.
- 19.- Visita a la Oficina de la UPI en Rfo de Janeiro, Brasil en 1976.
- 20.- Visita a la Oficina de UPI en Lima, Perú, - - 1976.
- 21.- Visita a la Oficina de la UPI en Bogotá, Colombia de 1975 a 1976.
- 22.- Visitas a la Oficina de la UPI en México, D.F. entre 1971 y 1979.
- 23.- The Log, Febrero 11 de 1974, Buenos Aires, Argentina, UPI.
- 24.- The Log Mayo 6, 1976, Buenos Aires, Argentina, UPI.

- 25.- The Log, Marzo 25, 1974, Buenos Aires, Argentina, UPI.
- 26.- UPI, Style Book, New York, 1977, UPI.
- 27.- UPI, Bureau Directory, New York, 1978, UPI.
- 28.- William Manchester, Muerte de un Presidente, - Edit. Noguera, 1967.
- 29.- Camilo Taufic, Periodismo y Lucha de Clases, - Edit. Nueva Imagen, México, 1978.
- 30.- Felipe Pardini - Metodología y Técnicas de - Investigación en Ciencias Sociales, Siglo XXI, 1978.

ESQUEMA GENERAL DEL TRABAJO POR CAPITULOS O APARTADOS

INTRODUCCION

CAPITULO 1: AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES

- 1.1.- Definición
- 1.2.- El Corresponsal Extranjero
- 1.3.- Expedición en el Amazonas

CAPITULO 2: EL PERIODISMO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS INTERNACIONALES

- 2.1.- Periodismo de Escala Internacional (W. Manchester)
- 2.2.- Obstáculos y Riesgos
- 2.3.- Infiltración y Manipuleo noticioso
- 2.4.- Asignaciones Especiales
- 2.5.- Logs, Convenciones y Premios
 - 2.5.1.- Logs
 - 2.5.2.- Convenciones
 - 2.5.3.- Premios

CAPITULO 3: FUNDACION Y DESARROLLO

- 3.1.- Orígenes
- 3.2.- La United Press International en América Latina
- 3.3.- UPA -UPI

CAPITULO 4: RELACIONES DE LA UNITED PRESS INTERNATIONAL CON OTRAS AGENCIAS INFORMATIVAS

- 4.1.- Relaciones Profesionales
- 4.2.- Relaciones Sociales
- 4.3.- Lista de Agencias Informativas.

CAPITULO 5: ORGANIZACION DE LA UNITED PRESS INTERNATIONAL

- 5.1.- Administración
- 5.2.- Organigramas.
 - 5.2.1.- Propietarios
 - 5.2.2.- Directores
 - 5.2.3.- Ejecutivos Internacionales
 - 5.2.4.- Editores de Noticias
 - 5.2.5.- División en América Latina
 - 5.2.6.- División Europea
 - 5.2.7.- Organización Administrativa
 - 5.2.8.- Divisiones Internacionales

CAPITULO 6: EQUIPOS Y COMUNICACIONES

- 6.1.- Una Visita a la Central
- 6.2.- Los VDTs y el IS&R
- 6.3.- Satélite
- 6.4.- Unifax II
- 6.5.- Obstáculos en las Comunicaciones

CAPITULO 7: EL LIBRO DE ESTILO

CAPITULO 8: OFICINAS DE LA UNITED PRESS INTERNATIONAL EN EL MUNDO

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES EN PUNTOS DE INTERES

PIES DE PAGINA

BIBLIOGRAFIA

INDICE.