La noticia con democracia

POR **FERNANDO REYES MATTA**

POSICIÓN POR SEGMENTOS TEMÁTICOS

EL PESO INFORMATIVO

¿QUE LE PUBLICAN A EFE?

POSICIÓN POR AREAS GEOGRÁFICAS

PERSPECTIVAS

La inserción de España en diversos escenarios de la modernidad contemporánea y la consolidación de sus instituciones democráticas han tenido un efecto directo en la credibilidad alcanzada por la agencia EFE en la prensa latinoamericana.
Después de un cuarto de siglo de llegar a América Latina, la agencia española se ha instalado entre las grandes, tanto en el volumen total de información publicada, como en ciertas áreas y acontecimientos específicos. Es un hecho evidente, si se hojean periódicos como Excelsior de México, Clarín de Argentina, El Universal de Venezuela, o El Mercurio de Chile. Aún es débil en las primeras páginas y todavía no logra ser utilizada con frecuencia como fuente principal, pero se dibuja una clara tendencia hacia esa presencia.
Una amplia y minuciosa investigación desarrollada desde 1989, con una muestra de 34 diarios estudiados en diversos cortes durante el año, que en total suman dos semanas, ha permitido medir esta impresión, al comparar los impactos noticiosos de las diversas agencias internacionales. Dicha investigación culminará en octubre de 1992, pero ya hace posible sacar conclusiones concretas sobre presencia noticiosa, superficie de publicación, temas de influencia y orígenes geográficos dominantes.
Después del primer estudio exploratorio general de 1989, el análisis de 1990 se concentró en la información dentro de América Latina. Ese estudio señaló que en los volúmenes totales EFE ocupaba el primer lugar en el número de notas o impactos y el segundo puesto en la acumulación de cm2 ocupados por las publicaciones asignadas a cada agencia.
En el último estudio, con periódicos de julio, agosto, septiembre y octubre de 1991, retornó a una medición de toda la información internacional publicada en esta muestra de prensa latinoamericana, cualquiera que fuese su origen geográfico y temas.
Además se hizo una evaluación específica de las informaciones de primera página, cuestión no abordada hasta ahora en los estudios sobre información internacional en América Latina.

Fundación Telefónica
Telefónica

También se aplicó el Indice de Nota Promedio (INP), generado a partir del cruce del número de notas publicadas y los cm2 de superficie, para tener una referencia del peso informativo de cada agencia.
En 1991 la agencia EFE aparece ocupando el primer lugar con el 21,8 por ciento de las Notas cuantificadas, con 5.014 impactos sobre un total de 23.044.
A su vez alcanza el 19,8 en la superficie de cm2 del material publicado, con 490.349 cm2 sobre una acumulación total de 2.474.364 cm2.
El análisis de los servicios informativos contratados por los diversos periódicos de la investigación indica también que EFE es la agencia con mayor concurrencia en el universo de grandes diarios de la región. Siempre aparece acompañando a una u otra de las agencias ya tradicionales en la prensa latinoamericana. Eso explica su alta incidencia en las sumas totales.
Tres afirmaciones pueden hacerse sobre esa presencia global: EFE se ha colocado como la principal agencia en la información dentro de América Latina; EFE es la agencia de mayor publicación en las noticias procedentes de Europa; EFE ocupa el segundo lugar como fuente de las noticias originadas en Estados Unidos, publicadas por la prensa latinoamericana.
Estos resultados deben ser mediatizados frente a algunas preguntas, ligadas al peso informativo que alcanza la agencia. Por ejemplo: ¿Qué uso tiene el material de EFE en las primeras páginas?; ¿cuál es la superficie promedio que alcanza su material y qué prioridad se le otorga en la prensa regional?
Tanto en la Primera Página como en el espacio que ocupa su Indice de Nota Promedio, la agencia EFE aún tiene mucho terreno por avanzar. Ello se manifiesta especialmente en los totales de las agrupaciones temáticas de Política y Economía: gran cantidad de publicaciones, pero de superficie mediana.
No obstante, como lo demuestran los resultados de las coberturas en Cuba durante el congreso del PC (Octubre 91) o la asamblea general del FMI (Tailandia), la agencia tiene circunstancias en las cuales logra no sólo el primer lugar en cm2 y en notas, sino que además encuentra amplio uso de su material, según lo evidencia el INP de esos dos eventos.

POSICIÓN POR SEGMENTOS TEMÁTICOS

La agencia EFE aparece encabezando tres de las cuatro agrupaciones temáticas: Política, Economía y Otros. En Deportes ocupa el segundo lugar.
En Política, EFE ocupa el primer lugar en el 17,8 por ciento del total cuantificado, seguida de Reuter, y AP.
En Otros (policial, misceláneo, religiones, temas globales, etc.) EFE ocupa el primer lugar, muy lejos, con el 22,2 por ciento del centimetraje, del número de notas de las restantes grandes agencias, que aparecen casi igualadas en número. Le sigue AP, con el 10,1 por ciento y, muy cercanas a ésta, AFP y Reuter.
En Deportes el primer lugar lo ocupa AP, con el 22,5 por ciento del centimetraje medio. Le sigue EFE con el 19,7 por ciento. Sin embargo, hubo circunstancias informativas, como los Juegos Panamericanos y la Copa América, donde la presencia de EFE fue dominante.

EL PESO INFORMATIVO

Veamos, sin embargo, lo que muestran las cifras referidas al INP.

Fundación Telefónica
Telefónica

En el caso de la Política, EFE se ubica en el tercer lugar, luego de Reuter y AP, con una Nota de Promedio de 99,8 cm2. Estas tienen un INP de 115,2 y 109,8 cm2, respectivamente.
Lo mismo sucede en Economía. Primero está Reuter con un INP de 88 cms2, luego UPI con 86,8. En tercer lugar está EFE con un INP de 79,7 cm2.
En Deportes, la nota promedio de UPI logró el primer lugar con 107cm2 y EFE se ubica en segundo lugar con 102,8 cm2.
Por último, en Otros, que contien una gran cantidad de notas múltiples (9.562), la Nota Promedio de EFE ocupa, lejos, el primer lugar 13,5 cm2, seguida de AP con 6,5 cm2.

¿QUE LE PUBLICAN A EFE?

El total de cm. logrados por EFE en la prensa estudiada se distribuyen en los siguientes términos:

a. Política, con el 34,3 por ciento de los impactos logrados por la agencia. Este es un hecho relevante, ya que da cuenta de la creciente credibilidad lograda por la agencia en estos temas.
b. Economía tiene el 10,4 por ciento de los impactos alcanzados por la agencia. Esta es un área de creciente influencia, especialmente en las publicaciones registradas en México, Venezuela y Argentina. El seguimiento del desarrollo del Mercosur da cuenta de información original en este campo.
c. Deportes registra el 22 por ciento del material de EFE publicado en los diarios latinoamericanos. En ello es necesario hacer una segmentación por especialidades y por áreas geográficas, ya que en América del Sur es evidente el peso de EFE en estas páginas. Fuerte competencia hubo de corresponsales de cada diario, al cubrir la Copa de América y los Panamericanos.
d. Otros, con la característica antes indicada, suma el 33,3 por ciento de los impactos alcanzados por EFE. Este es un campo en el cual la agencia tiene tradición y, en cierta forma, afectó en el pasado a su imagen. Hoy sigue siendo importante, pero con una clara incidencia en los temas mayores, como lo que indican las cifran antes señaladas.

POSICIÓN POR AREAS GEOGRÁFICAS

America Latina. Del total de 23.044 notas estudiadas, el 37 por ciento corresponde a información procedente de América Latina, con 8.521 notas.
En ese universo EFE ocupa el primer lugar con el 18,8 por ciento en cm2 y el 20,7 en número de notas publicadas. Le siguen AP, Reuter y AFP con el 11,8 y 9,5 respectivamente.
Sin embargo, en el Indice de Nota promedio (INP), aparece AP en primer lugar con 109,6 cm2, lo cual indica la importancia que tiene el material de esta agencia. Le sigue la FP con una Nota Promedio de 103,7 cm2, y luego coinciden EFE y Reuter con una Nota Promedio de 101 cm2.
Un antecedente sobre la mayor influencia de EFE en América Latina lo demuestra el primer lugar que registra en las noticias procedentes de los siguientes países: Brasil, Chile, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Rep. Dominicana, Uruguay, Venezuela y Puerto Rico.
Estados Unidos y Canadá. En este segmento el primer lugar lo ocupa AP, con el 28,6 por

Fundación Telefónica
Telefónica

ciento de los impactos superficie. Pero lo interesante -reflejo de la crisis de influencia de UPI- es que EFE se ha convertido en la segunda agencia de información referente a la actualidad norteamericana, con un 15,4 por ciento.
También es importante que el INP de EFE en la información norteamericana es de 100,4 cm2, mientras las dos agencias norteamericanas casi coinciden con un INP de 104 cm2.
Europa Occidental. La investigación de 1991 confirmó el hallazgo de 1989: EFE se ha convertido en la principal agencia para el flujo informativo de ese continente utilizado por los diarios latinoamericanos.
Esta vez EFE ocupa el 26,8 por ciento del espacio publicado. Le sigue Reuter con el 14,2 por ciento. Luego se ubican AFP, AP, UPI.
La diferencia de notas EFE publicadas es enorme. Alcanza 1.363 y Reuter 608. Pero, nuevamente, la relación entre cantidad de notas y centimetraje produce un INP favorable a Reuter, con 107,9 cm2. A ésta le siguen UPI y AP, mientras EFE aparece en cuarto lugar del INP con una nota de 92 cm2.
Lo antes indicado demuestra que EFE tiene una gran heterogeneidad en el tipo de impactos alcanzados. Por una parte, se publican cientos de notas breves; por otra, varias notas de amplio espacio (incluso página entera), con carácter de reportaje especial. En medio se ubica el material informativo de carácter estándar, el cual ha ido ganando espacio progresivamente, como lo mencionaban los análisis temáticos anteriores.
Europa ex-socialista. El total de información publicada por los diarios latinoamericanos sobre esta región -no obstante los cruciales sucesos allí ocurridos- corresponde a la mitad de la información originada en Europa Occidental, o a menos de la mitad en el caso de información surgida de Estados Unidos.

PERSPECTIVAS

Estas investigaciones se han hecho durante un período marcado por profundos cambios en la política mundial. A la vez, la América Latina ha reconstituido sus espacios democráticos, sólo perturbados recientemente por los hechos de Haití, Venezuela y Perú. De 1989 a 1991 hemos vivido una agenda de transformaciones en los mapas, los conceptos y los actores. El flujo informativo derivado de este proceso registra protagonismos importantes de la agencia EFE. Hay aumentos en la credibilidad y en la priorización de su material sobre otros.
Al llegar 1992 la agencia española se ha constituido en una ventana esencial de América Latina para observarse a sí misma, y saber del resto del mundo. A la confianza democrática le ha seguido la afinidad cultural.
Nota:
La muestra del estudio 1991 y 1992 está constituida por diarios tradicionales, diarios tabloides de actualidad política, diarios influyentes de reciente creación, diarios de provincia.

Fundación Telefónica
Telefónica