Un libro revelador sobre las agencias de noticias

POR **CARLOS G. REIGOSA**

Editorial Paidós. Ignacio Muro Benayas. *Globalización de la información y agencias de noticias*
Barcelona, 2006

Una simple encuesta revelaría lo indescifrables que resultan para los ciudadanos esos nombres o siglas ?AP, Reuter, AFP, EFE, DPA, etc.? que con frecuencia acompañan a las noticias. Poco o nada se sabe de ellas, y los libros que pudieran explicarnos su naturaleza y su funcionamiento no existen o están muy desactualizados. Por esto es tan oportuno y relevante el libro de Ignacio Muro *Globalización de la información y agencias de noticias*: porque arroja luz sobre esta parte oscura del sistema mediático en el que vivimos, nos relacionamos y formamos nuestras opiniones y pareceres. Esa otra cara de la luna informativa.

La aportación de Ignacio Muro tiene la virtud de estar bien enraizada en su propia experiencia como alto directivo en la Agencia EFE, y esto la impregna de realismo y de conocimiento práctico. Pero también incorpora una reflexión teórica, extraordinariamente sugestiva y original, que trasciende las exposiciones meramente descriptivas. Ignacio Muro quiere ser cuidadoso y preciso en la presentación de la actualidad de las agencias como intermediarios informativos imprescindibles, pero también se atreve con diagnósticos bien argumentados, propuestas sólidas y novedosos desarrollos organizativos y de gestión. El autor nos habla, a la vez, desde el corazón de las agencias (como entes informativos con personalidad diferenciada) y desde el corazón del contexto social en el que realizan su labor. Esta doble visión resulta muy clarificadora, especialmente cuando ambas se funden para abordar la redefinición del rol de las agencias ?que Muro considera inexcusable?, la gestión de su credibilidad y la colaboración-competencia con los otros medios de comunicación. Porque los tiempos han cambiado y las agencias no tienen otro remedio que renovarse y reorientarse para atender las nuevas demandas en el marco informativo y comercial que está emergiendo.

La gran novedad del libro está en la mirada que nos ofrece. Ignacio Muro es un economista y un gestor muy familiarizado con la problemática de los mercados informativos tradicionales

Fundación Telefónica
Telefónica

(que conoce de primera mano), y quizá por ello ha querido centrarse, con la vista puesta en el futuro, en la inevitable y urgente redefinición de productos y servicios y la creación de valor añadido a partir de los mismos. La innovación, el acierto en la gestión económica del interés general, la eficiencia interna y el buen gobierno son las claves de ese futuro. Y en este sentido sus reflexiones sobre las grandes agencias internacionales ?y en particular sobre EFE en Iberoamérica? tienen la riqueza del dato actualizado y de la experiencia contrastada.

En todo el libro se expresa un teórico con las manos en la masa y con los ojos puestos en un horizonte digital y multimedia, cambiante y en cierto modo todavía imprevisible. Por ello, Ignacio Muro se arriesga finalmente con un decálogo para reforzar los consensos básicos en las agencias. En este punto, el autor se pronuncia a favor de opciones y propuestas que deben ser analizadas y discutidas para modernizar las estructuras de las agencias, sobre todo cuando algunas ya resultan poco acordes con los tiempos que corren. «Las agencias ?dice? siempre han sido empresas multinacionales con un alma nacional. Pero la globalización de la información y la economía requieren de ellas una identificación más intensa con los intereses generales de la comunidad supranacional con la que comparten lazos lingüísticos, culturales y económicos». Palabras precisas que acotan el marco de grandes agencias, como France-Presse o EFE, y señalan un camino en el que es tan importante salvar esa ?alma? informativamente vertebradora como acertar en una gestión que desarrolle y consolide su presencia internacional. «Con un único fin ?termina Muro?: integrar el dinamismo social y económico con el interés general y la independencia informativa».

En este sentido, *Globalización de la información y agencias* de prensa se nos presenta como un libro extraordinariamente orientador y lúcido sobre las agencias internacionales de prensa hoy en día, es decir, a comienzos del siglo XXI, cuando tantas cosas están en juego en el ámbito mediático. Las grandes agencias de noticias son menos desconocidas y más próximas después de leer este libro. Es su gran mérito.

Fundación Telefónica
Telefónica