

¿Periodismo internacional o transnacional? Una mirada al panorama actual,
fortalezas y debilidades de esta especialidad del periodismo en Colombia



Eduard Julián Torres Ulloa

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Comunicación Social y Periodismo
Bogotá D.C.
2019

¿Periodismo internacional o transnacional? Una mirada al panorama actual,
fortalezas y debilidades de esta especialidad del periodismo en Colombia



Eduard Julián Torres Ulloa

Monografía para optar el título de: Comunicador Social-Periodista

Tutor
Lina Leal
Docente

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Comunicación Social y Periodismo
Bogotá D.C.

2019

A mis abuelos, Nancy y Enrique, por su amor y apoyo incondicional.

A los docentes que a lo largo de mi carrera contribuyeron con sus conocimientos para mi desarrollo profesional.

A Catalina, Erika, Julieth y Laura por creer en mis ideas.

“El periodismo es parte de la cultura: condensa las características y vive y padece todas las transformaciones de su entorno. El verdadero periodismo es el que se genera a partir del contacto vivo con el pueblo. La dimensión humanística del periodismo radica en tratar de hacer el mundo más comprensible, porque si nos comprendemos somos menos enemigos. Si nos conocemos, estamos cerca el uno del otro”.

Ryszard Kapuscinski

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	8
Abstract.....	9
Capítulo 1: Problema de investigación.....	10
1.1 Introducción.....	10
1.2 Antecedentes.....	13
1.3 Objetivos.....	15
1.4 Justificación.....	16
Capítulo 2: Proceso Metodológico.....	18
2.1 Metodología.....	17
2.2 Herramientas teóricas.....	20
Capítulo 3: Breve recuento histórico.....	26
3.1 El nuevo siglo.....	27
3.2 Los años 2000: el nuevo milenio.....	31
Capítulo 4: Las agencias de prensa.....	32
4.1 Agencia AFP.....	33
4.2 Agencia Reuters.....	34
4.3 Agencia AP.....	35
4.4 Agencia EFE.....	37
4.5 Agencia Anadolu.....	37
Capítulo 5: Resultados.....	39
5.1 Caracterización de los periodistas.....	39
5.2 Género de los periodistas.....	44
5.3 Edades de los periodistas.....	45
5.4 Profesiones de los periodistas.....	46
5.5 Periodistas con estudios en torno a temas internacionales.....	48
5.6 Periodistas y formatos.....	49
5.7 Periodistas y medios.....	51
5.8 ¿Periodismo internacional o transnacional?.....	51
5.9 ¿Qué es periodismo internacional?.....	55

5.10 Panorama actual del periodismo internacional en Colombia.....	58
5.11 La agenda informativa.....	62
5.12 Fuentes de la información internacional.....	65
5.13 Ubicación de la información internacional.....	68
5.14 Idiomas, herramienta ineludible.....	72
5.15 La labor pedagógica.....	73
5.16 Periodismo internacional y la web.....	74
5.17 Espacios para el periodismo internacional.....	76
5.18 Periodistas especializados en el campo internacional.....	78
Capítulo 6: Conclusiones.....	82
6.1 Debilidades.....	80
6.2 Fortalezas.....	84
6.3 Para tener en cuenta.....	86
Bibliografía.....	87
Entrevistas.....	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1. Género de los periodistas.....	45
Gráfico 2. Edades de los periodistas.....	46
Gráfico 3. Profesiones de los periodistas entrevistados.....	48
Gráfico 4. Periodistas con estudios en torno a temas internacionales.....	49
Gráfico 5. Periodistas y formatos.....	50
Gráfico 6. Medios y periodistas.....	51
Gráfico 7. Periodismo internacional o transnacional.....	55
Gráfico 8. Panorama del periodismo internacional en Colombia.....	62
Gráfico 9. Proximidad del suceso en la construcción de contenidos.....	65
Gráfico 10. Agencias de prensa más usadas.....	67
Gráfico 11. Información internacional por sección.....	71
Gráfico 12. Labor pedagógica en el periodismo internacional.....	74
Gráfico 13. Espacios para desarrollar el periodismo internacional.....	78
Gráfico 14. Más periodistas especializados en periodismo internacional.....	81
Tabla 1. Características de los periodistas.....	41
Tabla 2. Características de los periodistas.....	42
Tabla 3. Características de los periodistas.....	43
Tabla 4. Profesiones de los periodistas entrevistados.....	47
Tabla 5. Agencias de prensa.....	68
Tabla 6. Corresponsales en el mundo.....	69

**¿Periodismo internacional o
transnacional? Una mirada al
panorama actual, fortalezas y
debilidades de esta especialidad del
periodismo en Colombia**

[Eduard Julián Torres Ulloa]

Mayo 2019

¿Periodismo internacional o transnacional? Un mirada al panorama actual, fortalezas y debilidades de esta especialidad del periodismo en Colombia

RESUMEN

Este trabajo reflexiona en torno al estado actual del periodismo internacional en Colombia, evidenciando características, fortalezas y debilidades. Para ello, se realizaron entrevistas desde noviembre del 2018 hasta febrero del 2019 a periodistas de diferentes medios de comunicación colombianos y agencias de noticias que han trabajado en este tipo de periodismo en radio, televisión, prensa y medios digitales.

Con base en la información obtenida, se categorizó a los periodistas en relación con la edad, los estudios y otras variables, y se interpretaron sus respuestas para entretejer asociaciones y divergencias.

Entre otros aspectos, se encuentra un amplio y creciente interés en el público colombiano por saber qué pasa en el mundo, pero también se devela la necesidad de incluir más espacios y periodistas para desarrollar la información internacional; ya que es urgente tener presente que en tiempos de globalización cualquier acontecimiento del planeta puede incidir en la cotidianidad del país.

Palabras clave: periodismo, internacional, medios de comunicación de masas.

ABSTRACT

This study reflects on the current status of the international journalism in Colombia demonstrating characteristics, strengths and weaknesses. For that purpose, interviews were conducted from November 2018 to February 2019 to journalists from different Colombian mass media and news agencies, which have been working in this field in radio, television, press and digital media.

Based on the information obtained, journalists were categorized in relation to age, studies and other variables and the answers were interpreted to interweave associations and divergences.

Among other aspects, there is a wide and growing interest in the Colombian public to know what is happening in the world, but it also reveals the need to include more spaces and journalists to develop international information; since it is urgent to keep in mind that in times of globalization any event on the planet can affect the daily of the country.

Keywords: journalism, international, mass media.

CAPÍTULO 1: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

“La preocupación aumenta tras las fuertes lluvias que se presentan en el norte de España este 19 de octubre. Las autoridades están en máxima alerta por las inundaciones que se puedan dar en las próximas horas”. Así –algo parafraseado– iniciaba la sección internacional de un noticiero colombiano en horas de la mañana el 19 de octubre del 2018. En el desarrollo de esta información no había algo que llamara la atención del público pues en nuestro país también ha sucedido lo mismo y noticias sobre inundaciones aparecen con frecuencia en los medios informativos de cada nación.

Relatos como estos se pueden observar en las secciones de noticias internacionales en Colombia ya que, como afirma Furio Colombo (1997): “existía un antiguo criterio para la división de las noticias. Internacional era lo que ocurría lejos o, en cualquier caso, fuera de las fronteras”, (p.120); pero no se ha tenido en cuenta qué tan trascendentales son para el contexto nacional. La agenda informativa de una sección internacional es la que se encarga de exponer el mundo al país, contarle cómo se encuentra el planeta, qué lo afecta, cuáles son los hechos más importantes del día a día y cómo pueden incidir.

Hay que decir que, desde que se recuerda, la información internacional en Colombia ha contado con poco espacio en las parrillas informativas de televisión, pero también en las agendas de prensa, radio y medios digitales –excepto cuando son acontecimientos infrecuentes que lo requieran como el atentado a las Torres Gemelas en Estados Unidos en el 2001, el terremoto en Haití en el 2010, el caso de los mineros en Chile en el 2011 y, el más reciente, la crisis económica y social que vive Venezuela (aunque los dos últimos, radio y medios digitales, desarrollan más los temas internacionales).

Para evidenciar lo anterior, un estudio del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana reveló que de un 100 % de las

informaciones que se manejan en un noticiero, sólo el 6 % corresponde a la sección internacional y que esta misma en la agenda de los noticieros colombianos pasa a un segundo plano con el 7 % de interés en su cubrimiento (Gómez, Hernández, Gutiérrez, Arango y Franco, 2006). Es escaso el tiempo que posee la información internacional.

En algunas ocasiones la sección internacional se ha reducido a dos o tres noticias que no generan un impacto entre los televidentes, lectores o radioescuchas, ni suscitan una preocupación por lo que sucede en el mundo. Esto, considerando, que todos los días se producen eventos significativos de cualquier ámbito en el planeta.

Hoy en día el mundo no tiene fronteras y todo lo que acontece en un lugar puede aquejar otro. Marshall McLuhan (1989) sostuvo que “el hombre (...) al hallarse en una arena de información simultánea (...) se descubre ahora relacionado con la información habitual, estructuras que son simultáneas, discontinuas y dinámicas”. Es decir, al informar sobre los acontecimientos que afectan al planeta, los medios de comunicación integran a la sociedad mundial sin importar en dónde se encuentren los individuos que la conforman, dado que todo está interconectado a través del internet y redes sociales. De este modo, se generan transformaciones continuas por la información que circula en ese espacio digital y que repercute, quizás, en el modo de actuar y vivir de cualquier persona. Antes, dichos cambios se producían entre amplias brechas de tiempo, ahora son reducidos y a gran velocidad en todo el planeta. Entonces, los medios difunden información en un mundo compuesto por redes de conexión que alcanzan a las personas en pocos segundos.

Por ejemplo, cuando ocurrió el atentado a las Torres Gemelas en septiembre del 2001 hubo inmensos cambios en la geopolítica internacional en un corto periodo de tiempo debido, según Palma (2016) a la “consecuencia de la respuesta de Estados Unidos a los ataques (...)”.

Para recalcar, el concepto de geopolítica de Agnew (como se citó en Aragón, 2005):

(...) se refiere al examen de todos los supuestos, designaciones e interpretaciones geográficas que intervienen en la elaboración de la política mundial, y cómo todos ellos cambian en concordancia con las condiciones

materiales. (...) Actualmente, el término de geopolítica se utiliza profusamente para referirse a fenómenos tan dispares como conflictos de fronteras internacionales, la estructura de las finanzas globales o la configuración geográfica de resultados electorales. (Agnew, 2005, p. 6).

El autor plantea que todos los aspectos de la coyuntura global hacen parte de la sociedad y de las transformaciones que posee. La información se vincula a la geopolítica al trascender cualquier situación o barrera y comunica los hechos sin interés alguno, sólo ejecuta su labor: informar. Entonces, a pesar de que un evento considerable se produzca cerca o lejos de una nación, va a influir de alguna forma en la cotidianidad del país, en este caso Colombia.

En nuestro país las secciones internacionales de los medios de comunicación han informado acerca de hechos que causan múltiples efectos en la sociedad. Para mencionar recientes: el impacto que suscitó la noticia en torno a la manipulación genética de bebés en China en noviembre del 2018 o la atención que han generado los ataques que el grupo Estado Islámico realiza en Medio Oriente. Pues los apartes internacionales ilustran sobre el mundo a la sociedad colombiana y crean ideas acerca de cómo es.

No obstante y por lo mencionado en párrafos anteriores, a este punto comienzan a surgir dudas en relación con este campo: ¿Cómo se desarrolla el periodismo internacional en Colombia? ¿Cómo elaboran y determinan las agendas informativas los periodistas que se encargan de estas secciones? ¿Cuáles elementos tienen en cuenta para ello? ¿Son necesarios más espacios y periodistas preparados para esta rama del periodismo? ¿Cuál es el aporte del periodismo internacional a Colombia? Dado lo anterior, es conveniente examinar qué se ha investigado frente al tema para así tratar de descubrir cómo se halla esta rama del periodismo en el país.

1.2 ANTECEDENTES

En relación con estudios previos acerca del periodismo internacional en Colombia y la temática de este trabajo se halló escaso material. Si bien el periodismo posee distintas ramas y especialidades, se constató que sólo tres trabajos se han vinculado con el periodismo internacional y que a continuación se expondrán. Cada uno analiza este tipo de periodismo desde diversos puntos como la redacción, falta de información y la similitud en contenidos, lo cual contribuye a que esta investigación gire en un camino distinto, pero con visión reflexiva.

Dos de las investigaciones sobre periodismo internacional pertenecen a Comunicadores Sociales y Periodistas de la Pontificia Universidad Javeriana del año 2009 y 2012, respectivamente, y la otra a un Especialista en Política y Asuntos Internacionales de la Universidad Externado de Colombia del año 2004.

En el trabajo de grado “Carencias de la información internacional en la prensa escrita colombiana”, de Mauricio Hoyos Echeverry para optar el título de Magíster en Comunicación y elaborado en el 2009, se observa que los periodistas colombianos presentan el mundo con la información que entregan relevantes medios de comunicación del planeta, sin embargo, acá interrogan –en ocasiones– a expertos en los temas que enseñan para que detallen la situación exteriorizada (Hoyos, 2009).

Asimismo, el autor descubre que la información internacional en El Tiempo, El Espectador y El Nuevo Siglo es incompleta en comparación con medios internacionales como El País de España o Le Monde de Francia, dado que en los medios nacionales estudiados la información es dependiente, pobre en análisis, criterio y contenido. Esto se explica, en parte, porque manejan las mismas agencias de noticias, no hay una preocupación por presentar los hechos con otros enfoques, y sin profundizar en los alcances que estos posean para la sociedad o contextos globales.

Se aclara que a estos tres medios les exigen énfasis en lo local, debido a los criterios de selección de las noticias. A pesar de esto, no entienden que lo que pasa en otro

lugar afecta lo nacional y no se logra distinguir entre la información que se ubica en televisión o radio. El problema es la falta de calidad periodística. Además, que los contenidos informativos –pueden– proceder de las cuatro agencias que dominan la información mundial: AP (Associated Press), UPI (United Press International), Frances Press y Reuter; ya que como Murciano (1992) afirma: “son las únicas que se encuentran en más de 160 países” (p.132).

El trabajo de la Comunicadora Social y Periodista María Fernanda Cortes “Una sola forma de ver la información internacional en tres noticieros nacionales (Caracol, RCN y CM&)”, realizado en el 2012, revela que a los periodistas les atañe el *amarillismo* en lugar de noticias que afecten a la comunidad en general. Ratifica que los criterios y elementos con que se presentan las noticias internacionales no poseen profundidad ni análisis que fomenten la interiorización de la noticia al televidente y que se requiere recuperar la pasión por la información por parte de los periodistas de las secciones internacionales para que se fortalezcan pensamientos e ideas concretas sobre el mundo. Además que las nuevas generaciones de periodistas, según entrevistas realizadas, son conformistas y no poseen preocupación por especializarse en este tipo de periodismo (Cortes, 2012).

En el documento periodístico del año 2004 “Redacción de la información internacional en el periódico El Tiempo” que presenta como monografía Sylvain Lepetit para obtener el título de especialista en Política y Asuntos Internacionales, se relatan las experiencias que el investigador observó durante seis meses en la página web del periódico El Tiempo durante el año 2004. Allí encontró que no existe una línea editorial definida para la sección internacional, que está dividida en regiones del mundo, algunas con mayor prioridad que otras. Asimismo, se le otorga mayor importancia a lo que sucede en Venezuela y, en ocasiones, a Ecuador, Perú y Brasil, sin dejar a un lado a Estados Unidos, quien es el que predomina la información en esta sección (Lepetit, 2004).

A Europa también se le concede un espacio amplio donde se contextualiza, según la noticia, la información al lector. No obstante, la mayoría de los acontecimientos no pueden ser comprobados, dado que este medio sólo posee tres corresponsales

en el mundo; el resto de la información llega por las agencias de noticias internacionales.

Lepetit concluye su trabajo advirtiendo que la sección internacional de la página web del periódico El Tiempo urge de espacio y recursos para abastecer de calidad la información que se brinda. Si bien las personas que hacen parte (periodistas, editores y corresponsales) lo han pedido y criticado, es el lector quien debe exigir y manifestarse frente a este problema para que la situación mejore y, de este modo, la persona que lea la información internacional pueda tener claridad sobre lo que está pasando en el mundo.

Estas investigaciones entregan un panorama sobre lo que se presenta en torno al periodismo internacional en la prensa y noticieros de televisión colombianos, pero aún existen vacíos numerosos como el estado actual, las debilidades y fortalezas que tiene este periodismo en nuestro país. El periodismo es un campo muy extenso y amplio, si bien los trabajos de investigación que se han realizado con el fin de analizarlo han ayudado y aportado a completar espacios carentes de conocimiento que urgen en la sociedad dividida en que nos hallamos, aún se requiere indagar frente a esta rama periodística.

1.3 OBJETIVOS

Objetivo general

- ✓ Caracterizar el ejercicio del periodismo internacional en Colombia a través de 15 entrevistas a periodistas dedicados a esta fuente para develar las fortalezas y debilidades de este tipo de periodismo en el país.

Objetivos específicos:

- ✓ Indagar las perspectivas de los periodistas experimentados en el periodismo internacional frente a este campo en Colombia.

- ✓ Diagnosticar las fortalezas del periodismo internacional en Colombia.

- ✓ Diagnosticar las debilidades del periodismo internacional en Colombia.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Conocer y reflexionar qué es el periodismo internacional, cómo las secciones internacionales establecen sus agendas informativas, qué se requiere para desarrollar este tipo de periodismo, cuáles son las debilidades y fortalezas de esta especialidad del periodismo en Colombia, entre otros elementos, impulsaron a elaborar la presente investigación. Se trata de una especialidad que instruye a una persona acerca del mundo y lo que le preocupa; completa en conocimiento, historia, geopolítica y cultura general, que resulta trascendental para entender los problemas del planeta y las consecuencias que conlleva para distintos contextos, entre ellos el colombiano.

Sumado a lo anterior, en nuestro país hemos pensado que no tiene relevancia lo que acontece y se genera desde otras partes del mundo, pero es todo lo contrario; los hechos internacionales pueden incurrir en los nacionales porque el mundo está interconectado, hay personas de otras partes del planeta que viven, trabajan o visitan Colombia y viceversa, los sucesos mundiales pueden afectar la economía y política nacional, formas de pensar, ver e imaginar el contexto global. Hoy en día la información se extiende a través del planeta en minutos, por lo que conocer, saber y entender qué lo afecta y qué se puede hacer para contribuir a su solución amplía los saberes de una sociedad. Además que de otros lugares del mundo se pueden obtener ideas para remediar distintos problemas que agobian a la nación.

Dado lo anterior, nuestro país no está exento de los cambios que se producen a escala mundial todos los días. Así que examinar y comprender las transformaciones y lo que se halla en su interior permite que la Comunicación Social y el Periodismo

sea una carrera multidisciplinar que enseña distintos saberes con el fin de entregar profesionales que reformen, cuestionen y respondan a las necesidades de la ciudadanía. A su vez, se busca incentivar a estudiantes de las facultades de periodismo para que indaguen frente a este campo que, además, aporta al crecimiento personal y profesional del periodista, que cada vez necesita conocer y explicar lo que ocurre en el mundo.

Por otro lado, son pocos los estudios que se han elaborado en torno al periodismo internacional en Colombia, por lo que existen numerosos vacíos que deben ser explorados para conocer acerca de esta rama periodística. Existen innumerables maneras de abarcarla y esta investigación se encarga de develar algunos aspectos que surgieron de la observación constante de las secciones internacionales de los informativos de televisión, prensa, medios digitales y radio.

En ese mismo sentido, este estudio pretende que UNIMINUTO promueva en los estudiantes del área de periodismo la pertinencia de tener en cuenta el contexto mundial, se inquieten por indagar qué pasa en el mundo, conozcan, investiguen, trabajen y se apasionen por el tema internacional. Si bien somos un país con incontables problemas, analizar lo que sucede en el planeta ayuda a formar criterios más sólidos en los jóvenes que cada día buscan nuevas metas que los lleven a trabajar y ser embajadores de Colombia en diversos puntos del mundo.

CAPÍTULO 2: PROCESO METODOLÓGICO

2.1 METODOLOGÍA

Esta investigación fue mixta, ya que incluyó herramientas de tipo cualitativo y cuantitativo. Según Creswell (como se citó en Vasilachis, 2006):

La investigación cualitativa es un proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas –la biografía, la fenomenología, la teoría fundamentada en datos, la etnografía y el estudio de casos– que examina un problema humano o social. “Quien investiga construye una imagen compleja y holística, analiza palabras, presenta detalladas perspectivas de los informantes y conduce el estudio en una situación natural” (Vasilachis, 2006, p.24).

Así pues, la investigación cualitativa permite visualizar lo que el investigador comprende de la situación en la que está inmerso, a través de distintas herramientas en entornos específicos con características únicas para entregar un panorama personal y reflexivo de lo que se analiza o estudia. De modo que este tipo de investigación se vinculó para la fines del presente trabajo, dado que algunos de sus instrumentos fueron utilizados.

Por otro lado, la investigación cuantitativa, de acuerdo con Pértegas y Pitas (2002) es:

Aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables (...) La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda la muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia casual que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

Por lo anterior, la investigación cuantitativa es una metodología eficaz, ya que permite la recolección de datos y su examen con base en instrumentos que esta forma de investigación emplea como la estadística –la cual fue empleada–. Además, los resultados que se obtienen en la mayoría de los casos son precisos sobre

cualquier fenómeno de estudio, sin importar el lugar o el tipo de personas a las que se le aplique.

Para ejecutar esta investigación se realizaron entrevistas a quince periodistas que han trabajado en relación con el periodismo internacional en distintos medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales. La entrevista:

“es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público”.¹ (Halperín, 1995, p.13).

Por esto, la entrevista permite revelar aspectos profundos de una persona con diversos propósitos, pero el principal –se considera– es el de presentar las respuestas sin tergiversarlas a un público específico, enmarcado en un ambiente cómodo para los participantes.

La entrevista fue semiestructurada, ya que permitió hacer preguntas elaboradas con anterioridad y hacer otras que surgieron de las respuestas del entrevistado, lo cual posibilitó un ambiente espontáneo, reflexivo, profundo, revelador y lleno de empatía. La entrevista se preparó sobre la experiencia que poseen y la vinculación con los medios en los que han estado.

Una de las ventajas de haber utilizado la entrevista semiestructurada para este trabajo es que se obtuvieron datos que no se consideraron durante la elaboración de las entrevistas y párrafos anteriores. Otra es que las conversaciones se realizaron en los medios de comunicación donde laboran los periodistas seleccionados, lo cual favoreció la verificación de algunas respuestas que propinaron los entrevistados.

¹ Original en cursiva.

Los periodistas se escogieron con base en la experiencia que han tenido en torno a la fuente internacional, el recorrido que poseen en distintos medios internacionales y el dominio frente al tema. Se contactó a los periodistas a través de correos electrónicos entregados por cada medio de comunicación durante el 25 de noviembre del año 2018 y el 19 de febrero del año 2019. Las entrevistas se realizaron en audio, por medio de una grabadora y de apoyo –por si en algún momento fallaba el instrumento seleccionado– se utilizó la grabadora de un teléfono celular. Asimismo, se elaboraron anotaciones mientras el entrevistado respondía a las preguntas.

El cuestionario que se empleó para las entrevistas contenía diez preguntas y, dependiendo de las respuestas del entrevistado, podía contener doce o trece; todas relacionadas con la experiencia en el periodismo internacional, opiniones frente al mismo y el panorama de este en Colombia. Para los resultados se ejecutó un trabajo de transcripción y constatación del material para descubrir cuáles elementos eran nuevos y rectificar lo escrito.

Con base en lo que se encontró en la transcripción de las entrevistas y los elementos que surgieron en el trabajo de campo, fue necesario realizar estadísticas: 14 gráficas para analizar y estudiar el material, categorizándolo de acuerdo con las preguntas formuladas y los hallazgos. También se elaboraron 6 tablas para evidenciar y examinar la información obtenida en distintos apartados de las indagaciones hechas a los periodistas. Con lo anterior se buscó entrever un posible panorama de esta rama del periodismo, su estado actual, fortalezas y debilidades.

2.2 HERRAMIENTAS TEÓRICAS

En la actualidad vivimos en un mundo que se encuentra enlazado por diversos sistemas de comunicación que se han generado por los avances de la tecnología y el transcurrir de la sociedad. Sampaio (2012) afirma: “Desde hace varias décadas, somos más conscientes que nunca de que vivimos inmersos en la sociedad del conocimiento. A lo largo de los siglos hemos visto cómo el poder económico ha ido

cambiando de manos en función del cambio tecnológico y cultural (...)” (p. 3)². Es decir, en esa inmersión está la información que recibimos a diario y que involucra distintas coyunturas que son necesarias para ampliar el panorama de cómo está conformado el planeta que habitamos. Al obtener ese conocimiento, las situaciones que están a alrededor y nuestra cotidianidad pueden transformarse, generando ideas, pensamientos, comportamientos y actitudes que van a incidir en las interacciones que realicemos en cualquier ámbito de la sociedad.

A su vez, esos cambios se efectúan y alcanzan porque el mundo posee cada vez más redes de conexión, ya que el internet ha logrado que el mundo esté a distancias cortas en pocos segundos y por el papel de la globalización, que para Flores (2016): “(...) es un proceso que integra a nivel mundial el conocimiento, tiene su referente histórico en los cambios, en las formas de abordar procesos, métodos e información (...)” (p. 26). La globalización en el mundo periodístico ha transformado las formas en que se ejerce esta labor, con ayuda de las nuevas tecnologías ha contribuido a que diversos acontecimientos sean conocidos en el mundo, la gente entienda, comprenda y asimile diversas realidades.

No obstante, en épocas pasadas las agendas mediáticas se conformaban con base en aspectos culturales, políticos y económicos (Gómez, 2001). Es decir, la información que circulaba en los medios podía estar determinada no por su relevancia internacional, sino por intereses que ostentaban diferentes individuos.³ En la actualidad, los contenidos que se presentan en los medios entregan múltiples miradas y hechos que influyen en la sociedad de formas variadas, los cuales pueden determinar su dirección.

En este orden de ideas, el periodismo hace parte de ese proceso; ya que produce cambios en distintos aspectos de la sociedad a través de la información que el

² El concepto de “sociedad del conocimiento” proviene de la teoría económica de finales de 1969, por lo que su complejidad es notoria y su interpretación requiere un estudio más a profundidad. Para la presente investigación es pertinente nombrarla como un referente frente a la expansión de la información en la sociedad.

³ Interpretación dada por el contexto en el cual está escrito el artículo del autor.

mundo genera. Martín Vivaldi (como se citó en Martínez, 2010) considera que el periodismo: “(...) representa una necesidad existencial para el hombre moderno, quien requiere saber lo que pasa en su entorno social” (p.22). La sociedad solicita saber, entender y comprender lo que sucede no sólo en su ámbito cercano, sino también en el lejano para prever eventos del futuro. La información es importante en ella porque le expresa lo que acontece, entrega conocimiento, instruye o refuerza temas y, al mismo tiempo, le permite identificarse con circunstancias semejantes o conmovirse con otras realidades.

Para Omar Raúl Martínez (2010), el periodismo “nos remite en primera instancia a la difusión masiva de informaciones, comentarios y entretenimiento en determinados intervalos de tiempo” (p.22). Es decir, el periodismo contiene y entrega información que se concede en distintos contextos de forma permanente que involucran a una comunidad y revelan lo que les perturba, favorece y perjudica, además de darle voz a aquellos que no han sido escuchados y proporcionales las herramientas para apropiarse de su entorno con el fin de mejorarlo.

El periodismo, al abarcar todos los sectores de la sociedad, relata lo que acontece a través de los medios de comunicación y nuevas tecnologías, respondiendo el qué, por qué, cómo, cuándo, dónde y quién, desde diversas especialidades. Se puede encontrar el periodismo investigativo, ciudadano, ambiental, deportivo, de entretenimiento, político, económico, judicial, internacional y demás.

La rama o especialidad de **periodismo internacional** se ha entendido como el desarrollo de informaciones provenientes del exterior –fuera de nuestro país– y que resultan relevantes para la sociedad; unas más importantes que otras, unas que no nos afectan y otras que sí. Alessandri (1993) enuncia: “la noticia internacional es aquella que se genera en un acontecimiento ocurrido en un lugar determinado, pero por cuyo valor informativo merece ser difundida a nivel regional o mundial” (p. 4). Es decir, si el hecho es trascendental que, de acuerdo a los periodistas puede generar emociones en otros lugares, están en la obligación de presentarlo y replicarlo.

También se alude a hechos que impacten nuestro diario vivir o que sean relevantes y merecen ser informados porque alteran la cotidianidad de otras latitudes. Deben ser hechos sobre violencia, conflicto, interés humano, emotivos, raros o que muestren el progreso de algo en la humanidad (Mayorga, 2004). Pero en la agenda informativa de cada medio se deben escoger los temas que generen repercusiones en sus públicos, organizándolos con base en lo más relevante, sea positivo o negativo.

En este sentido, Furio Colombo (1997) asegura que:

El fenómeno más interesante del periodismo, (...), está en la aparición y en la imposición, de manera cada vez más clamorosa, de noticias que no nacen cerca pero que tienen consecuencias cercanas, que ocurren en otro lugar pero que afectan a todos, que no se detiene ante las fronteras, sino que implican al mundo o a amplias regiones de él. (p. 126).

En otras palabras, el periodismo internacional es la especialidad que se encarga de presentar lo que sucede fuera de los límites nacionales, pero que incide en sus situaciones; es decir, la información que se produce en el exterior y repercute en el ámbito local o también, al contrario: que la información –acontecimiento, hecho o suceso– se dé dentro del país e involucre a otro: la supranacionalidad, que se puede entender como aquello que no tiene dependencia de algo, ya sea un gobierno, entidad u organización. Traspasa las fronteras, se produce acá y afecta otra parte o viceversa.

Las informaciones internacionales deberían exponer la repercusión que la noticia genera para nuestro contexto, ya sea político, social, cultural o económico. A eso puede llamarse **periodismo transnacional**. Debido a que produce cambios tanto en la cotidianidad como en la sociedad. Entonces, los hechos pueden convertirse en transnacionales; que, según Furio Colombo (1997):

(...) no proceden de las decisiones de un determinado gobierno ni dependen de humor de una determinada opinión pública. Son siempre locales y están siempre trasladadas – en cuanto a las causas, a los efectos y a los cambios – a otros lugares. No se prestan a intervenciones decisorias en un único ámbito nacional y no responden a las explicaciones y racionalizaciones políticas que cada lugar concreto quisiera imponer. (p. 14).

No importa dónde se ha producido la noticia, lo que concierne es el contenido, lo que pasó y que involucre diversas situaciones de otros países en el nuestro porque pueden afectar de diversas formas. Además, que ese acontecimiento sea de una magnitud significativa para traspasar fronteras, impactando otras naciones y que estas estimulen o desapruében tal evento.

No obstante, Tulloch (2010) reitera que:

Las noticias internacionales son heterogéneas y no se caracterizan por ser sólo aquellas ubicadas en la sección de Internacional del medio, sino que pueden verse plasmadas en las diversas secciones –economía, ciencia, deportes, etcétera– que componen la estructura de un medio informativo, sea escrito o audiovisual. Las noticias internacionales pueden ser clasificadas de manera empírica así incorporando tanto política como sucesos como otras materias temáticas. (p.198).

No hay que poseer una sección especial para relatar todas las noticias que provienen del mundo, sino que pueden existir múltiples espacios que comenten hechos de total trascendencia en distintos apartados de los informativos de los medios de comunicación. Además, al presentar la información de esta manera se ayudaría a que exista la transnacionalidad, se comprenda que todo está conectado y que se pueden generar transformaciones de distintas formas.

En ese mismo sentido, la sociedad requiere periodistas enfocados en este campo periodístico, debido a que al estar especializados en el tema, ofrecerán la información de manera clara y entendible a sus públicos, como lo señala Gómez (2001):

La emergente sociedad de la información demanda un periodismo de complejidad, dado que un periodista, en tanto que intérprete de la realidad social, difícilmente podrá explicarla si no la entiende; mal la transmitirá si no es más hábil en el conocimiento y manejo de las tecnologías comunicativas (...) (p.10).

Por lo tanto, el periodista encargado de estas áreas debe conocer los temas que transcurren en el mundo para que los comunique de la mejor manera posible,

describir los hechos, analizarlos y presentarlos en el instante que ocurren las cosas, ya que es él –o ella– quien muestra la realidad a la sociedad, una labor pedagógica. Si bien el periodista debe prepararse para informar o cubrir cualquier noticia, el mundo exige profesionales del periodismo dedicados a una especialidad para que no sólo dominen el tema, sino que lo transmitan con objetividad y claridad, que no se preste para confusiones. Si no se realiza lo expuesto se podrían fragmentar los tres obstáculos del proceso comunicacional que tiene la información internacional: la complejidad de la información, la accesibilidad como mensaje y producto dado, y la comprensibilidad del destinatario (Lozano, 1993).

A partir de lo anterior, pareciera que aún se desconoce qué debe tener el ejercicio del periodismo internacional. Si bien existen investigadores que han indagado frente a ello, la construcción en Colombia de estos contenidos se basa en los intereses que el país posee en otros en relación con su política exterior o eventos llamativos que pasan en el mundo.

CAPÍTULO 3: BREVE RECuento HISTÓRICO

El desarrollo de los contenidos internacionales en el país surge con la aparición del primer periódico en Colombia: *El Papel Periódico de la Ciudad de Santa Fe* en 1791. Si bien se tienen registros de que el primer periódico para la época fue *El Aviso del Terremoto*, se considera que este circuló con motivo del evento telúrico que vivió la ciudad; por lo tanto, el de la Ciudad de Santa Fe se aprecia como el primero en la época del Nuevo Reino de Granada.

Este periódico, fundado por Manuel del Socorro Rodríguez por encargo del Virrey, José de Ezpeleta, transitó en el reino entre 1791 y 1797. Allí se presentaba información relacionada con España y asuntos que poseía con otras coronas como la inglesa. Por ello, en su primera edición el 9 de febrero del año mencionado, se halla información sobre el nombramiento del señor Alleíne Titz Herbert, esto con el fin de sostener una saludable y transacción armoniosa entre la corona británica y la española en América (Del Socorro, 1791).

Hay que aclarar que la información en torno al extranjero –en este caso, de España o conflictos en cercanías al reino– no se presenciaba en todas las ediciones del periódico, dado que otros contenidos se consideraban más relevantes como la partida de buques desde Cartagena o los ascensos de coroneles en las fuerzas militares de la época.

Sin embargo, en el siglo XIX emergen otros periódicos como *La Bagatela*, de Antonio Nariño, y *El Redactor Americano*, de Don Antonio Amar y Borbón. En el primero hay opiniones de su fundador en torno a España, Francia y comparaciones entre el reino y los Estados Unidos; en el segundo se hallan respuestas a cartas que enviaban militares de otros países al nuestro e información acerca de lo que acontecía en conflictos cercanos. Cabe resaltar que existían días de diferencia entre los hechos y el momento que eran expuestos a los lectores.

Durante el siglo XIX, emergen más periódicos en la llamada “La Gran Colombia”, conformada por lo que hoy conocemos como Colombia, Ecuador, Panamá y

Venezuela. Ahora bien, esta prensa surge como mecanismo para manifestarse frente a la situación política y social que se vivía, no era un pilar fundamental presentar información extranjera, a salvedad de misivas extranjeras relevantes para el contexto de los conflictos que cursaban en nuestro territorio.

3.1 EL NUEVO SIGLO

De los periódicos que surgen en el siglo pasado está *El Telegrama*, que en 1886 inauguró el servicio de cable, lo que permitió que al país llegara información de Europa y de otras partes de América. Este servicio redujo el retraso de la información en relación con los hechos a cuatro días, las transmisiones se realizaban desde Buenaventura y por gestiones entre la Legación Británica y el director de este medio, se presencié la información diaria por cable entre Bogotá y Europa; dado que antes los reporteros debían esperar las revistas y periódicos que provenían del extranjero para comunicar lo que ocurría fuera del país (Vallejo, 2006).

En 1902 inició el funcionamiento de la red telegráfica entre Lima, Quito y Bogotá, lo cual generó un menor costo en transmisiones; entonces, *El Nuevo Tiempo*, diario editado por Joaquín Pontón y dirigido por Carlos Arturo Torres y José Camacho Carrizosa, cubrió las discusiones sobre el Canal de Panamá en el Congreso de Estados Unidos. Lo anterior fue la labor más relevante del grupo de corresponsales de ese periódico; más tarde emplearon servicios de cable para el cubrimiento de la guerra rusojaponesa.

Tres años más tarde, este diario fue adquirido por Ismael Arciniegas y tuvo el primer servicio de noticias internacionales de cable con el diario *The New York Herald*. No obstante, las noticias extranjeras llegaban con retraso. El Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, en 1911, se apropió del servicio de cable durante un tiempo, es por ello que un telegrafista en Buenaventura fue quien divulgó el hundimiento del Titanic en 1912; al tiempo que se extendía y democratizaba la tecnología en Colombia.

Ese mismo año, el periódico *La Unidad*, de Laureano Gómez, presentó el servicio alemán de noticias de la guerra –cuando inició la Primera Guerra Mundial–, dado que los diarios de Bogotá dependían de corresponsales situados en Ecuador y Perú. Pero *El Diario Nacional* empleó servicios cableográficos con Panamá, lo que le permitió *chiviar* los sucesos de la guerra. Otro periódico que cubrió la guerra fue la *Gaceta Republicana*, quien en su primera plana revelaba dos fotografías del conflicto y un recuento, al igual que el *Gil Blas*.

Sin embargo, según Vallejo (2006), la prensa de Barranquilla ofreció secciones internacionales más nutridas con cables provenientes de distintas partes del mundo relacionados con política, economía y acontecer social desde inicios del siglo XX. Entre los años 20, la radio emerge en el país y poco a poco las noticias internacionales obtienen un espacio representativo en este medio, en especial cuando surge la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). En 1930 se realiza un esfuerzo gubernamental para hacer una emisora, la HJN, que más tarde se conocería como la Radio Difusora Nacional; la idea era poseer un medio para comunicar a Colombia lo que acontecía con la guerra de Perú y nuestro país (1932-1933) (p. 183).

En aquel entonces las emisoras contaban los titulares de los periódicos, a lo cual los dueños de los medios impresos se manifestaron en contra (Acosta, 2016). Por ello, en 1936, bajo el decreto 1760 de julio de ese mismo año, se regularon las transmisiones de radio y se prohibió leer los titulares de la prensa en las emisiones diarias; luego se permitió su lectura, pero sólo 24 horas después de haber sido publicados.

Para la época, como se ha mencionado, los cables eran el pilar fundamental para alimentar la información en torno al tema internacional. Pero en 1949 aparecen las primeras agencia de prensa en Colombia como UP (United Press) –la primera en llegar al país en 1920–, AFP (Agence France-Presse), Reuters, Time, AP (Associated Press) e International News Service. Luego, surge la figura de los enviados especiales al extranjero, Gabriel García Márquez lo hace para cubrir la Cumbre de Ginebra en 1955, en donde Estados Unidos, Francia, La Unión de

Repúblicas Socialistas Soviéticas e Inglaterra discutían sobre la paz. En 1956 el periódico *Intermedio* envía al reportero Humberto Cañarete a Australia a relatar los Juegos Olímpicos, pero el hecho que conmocionó fue el que realizó *Revista Semana*, que trasladó a un periodista para que expusiera lo que sucedía en Cuba frente a la Revolución Cubana. Esto se hizo sin colaboración de los cables de la prensa extranjera (Vallejo, 2006).

La radio y los periódicos comenzaron a hacer presencia en los lugares más apartados del país. Sin embargo, en 1954 llega a Colombia uno de los medios de comunicación que transformó la vida de los ciudadanos y el transcurso de la historia colombiana: la televisión. Este medio ha marcado varios hitos en el país como la transmisión de la llegada del hombre a la luna en 1969, y se considera como una de las dos transmisiones con mayor audiencia en la existencia de la televisión nacional (Señal Colombia, 2014).

Aunque no se encuentran registros de contenidos internacionales en los noticieros de radio, televisión y prensa a partir de 1950, hay que destacar algunos espacios que se dedicaban a exponer el mundo. Este es el caso del noticiero “El Mundo al Vuelo” que surge en 1977 y estuvo a cargo de Héctor Mora, según Andrés Pastrana en entrevista concedida a Señal Colombia (2014).

(...) el programa cuyo propósito era hacer una radiografía de cómo era la vida de un país distinto a Colombia. La cultura, la gastronomía, la geografía y, por supuesto, la gente eran las temáticas abordadas por Héctor Mora en cada capítulo. (...) Mientras las imágenes mostraban parajes lejanos, Mora, con sus libretos y el empleo del sonido ambiente como recurso certero, acortaba las distancias. En una época en la que no todo estaba al alcance un clic, él traía a la pantalla de los televisores los destinos más exóticos sin inmutarse. (Piedrahita, 2017).

Mientras eso ocurría en la televisión, en la radio colombiana surgían formatos que atraparon a los oyentes e hicieron que se despertaran escuchando lo más relevante del panorama nacional e internacional y fueron las entrevistas en vivo a líderes del ámbito colombiano y los corresponsales en distintas parte del mundo. Esto se da

gracias a Yamit Amat en *Caracol Radio* a mediados de los años setenta (Caracol Televisión, 2017).

A mediados de los años ochenta, surgen noticieros y canales en Colombia como el Noticiero Nacional. Allí se informaba al país sobre lo que sucedía en diferentes contextos nacionales y lo más relevante del ámbito internacional. Ahora bien, en 1996 el periodismo colombiano experimentó en el campo digital. *El Tiempo* fue el primer diario que lo ejecutó, pensando en los colombianos que vivían en el extranjero. A los dos meses de haber realizado esto, más de 87 mil personas los habían leído desde distintas partes del mundo (Carmona, Castrillón, Correa y Quinceno (s.f.).

Los periódicos mostraban interés por compartir lo que sucedía en Colombia con el mundo y el internet lo permitía. Para agosto de ese año, sólo tres medios colombianos poseían versiones web, mientras que en el planeta existían más de 1500 periódicos y revistas en internet. Colombia tuvo acceso a la red de internet en julio de 1994 e inicialmente era para las universidades, con el tiempo *Telecom* —la empresa estatal de telecomunicaciones— ofreció el servicio de manera abierta (García y Gutiérrez, 2016).

Poco a poco más medios de comunicación incursionaron en el mundo digital. El periódico *El Espectador*, *RCN Radio* y demás experimentaron en la web a finales de los años noventa. En los 2000, una alianza entre la empresa española *Telefónica* permitió que varios medios realizaran un portal donde compartían en internet lo que publicaban en medios impresos en torno a noticias y entretenimiento. No se conoce si la información internacional tuvo espacio en estos inicios. De todas maneras, se rescata que en la televisión “la información era súper reducida, esa sección internacional (...) era una sección de un minuto y medio por noticiero”, según Margarita Rojas.⁴

⁴ (M. Rojas, comunicación personal, 3 de diciembre del 2018).

3.2 LOS AÑOS 2000: EL NUEVO MILENIO

En la primera década del siglo XXI los medios de comunicación en Colombia comenzaron a publicar su contenido en la web. Hacia el 2005, los medios que se hallaban en internet se apartaron del acuerdo que habían suscitado años antes para fortalecer sus propias páginas. A partir de esta época han innovado en recursos multimedia e interactividad con los usuarios (García y Gutiérrez, 2016).

El surgimiento de las redes sociales a finales de la década de los 2000 significó más presencia de información en la internet. En estos espacios se puede leer, comentar y compartir cualquier contenido acerca de diferentes temas, entre ellos el internacional. Un ejemplo fue que el movimiento de la Primavera Árabe en el 2011 se conoció en el mundo a través de Twitter. Esta plataforma contribuyó a la comunicación e incorporación de más personas apoyando este movimiento que derrocó a varios líderes de la región árabe.

Las redes sociales también permitieron en ese mismo año conocer al instante el suceso del terremoto y posterior tsunami en Japón. El mundo se enteró de este evento por medio de plataformas como Twitter y los medios de comunicación iniciaron su cubrimiento que, en el caso colombiano, transcurrió desde tempranas horas de la mañana del 11 de marzo.

En Colombia hay 20 millones de usuarios de la red social Facebook, con más de 5 mil millones de mensajes instantáneos al mes, 345 millones de comentarios y 225 millones de publicaciones en el muro (Colombia-inn, 2018). Por el contrario, Twitter posee 5 millones de cuentas activas e Instagram con 10 millones (Increnta Colombia, 2018). En estas redes sociales es más fácil acceder a la información internacional que los medios de comunicación comparten a diario. Allí se encuentran medios de televisión, prensa, radio y digitales, que al accionar un enlace, arrastran al usuario, en cuestión de segundos, a todo tipo de informaciones que se producen en el mundo. Muchas de ellas producidas –o alimentadas– por las denominadas “agencias de prensa”.

CAPÍTULO 4: LAS AGENCIAS DE PRENSA

Encontrar una definición exacta de qué son las agencias es difícil, ya que cada persona y organización tiene un concepto diferente de ellas y para qué funcionan. Sin embargo, según Duque (como se citó en Hoyos, 2009):

En 1953, la UNESCO definió a una agencia de prensa como una empresa que tiene por objeto, cualquiera que sea su forma jurídica, hacer noticias, y reproducirlas teniendo como objetivo la expresión o la representación de los hechos y distribuirlos a un conjunto de empresas de información y excepcionalmente a particulares en vía de asegurarles, contra pago de una renta y en las condiciones conformes a las leyes y usos del comercio, un servicio de información lo más completo e imparcial posible. (Hoyos, 2009, p, 38)

Y es que las agencias de prensa se pueden dividir, según su función, en: regionales, nacionales, internacionales y mundiales; las dos últimas son las más relevantes para la presente investigación. Las agencias de prensa internacionales son originarias de las nacionales, su diferencia radica en que no poseen una red amplia de corresponsales que informan sobre el mundo como las agencias mundiales.

Por otro lado, las agencias mundiales son aquellas que ostentan un amplio sistema de corresponsales alrededor del planeta y que posibilitan la divulgación de sus servicios informativos. Según Iberia Radio Televisión Internacional (s.f.), estas deben recolectar información de distintos países, tener salas de redacción donde se reciba, organice y difunda en el menor tiempo posible a las empresas de comunicación con las que tenga contacto.

En la actualidad y desde que existe la radio, periódicos, televisión e internet, las agencias de prensa han tenido una función importante en el periodismo internacional, ya que a través de ellas la información del mundo llega –en este caso– a Colombia y viceversa. Hacia el siglo XIX, en 1815, comienzan a aparecer las primeras agencias de prensa en Francia, donde se recopilaban, en un punto específico de la ciudad, todas las noticias que provenían de diferentes partes del mundo; no obstante, esa idea no prosperó en aquel entonces (Lechuga, Guasch y Mora, 1990).

En el presente trabajo, los periodistas entrevistados coincidieron en que las cuatro agencias que emplean para sus trabajos en la fuente internacional son: AFP – Agence France Presse, Agencia de Prensa Francesa–; Agencia EFE, de España; Reuters, de Inglaterra, y AP –The Associated Press, Prensa Asociada, de Estados Unidos. Asimismo, se incluye la agencia que se interesó en participar de esta investigación. Por eso, es importante mencionar cómo fue el surgimiento y la llegada de cada una a Colombia.

Para destacar, durante la investigación no se encontró información de la aparición de AP, Reuters y AFP en Colombia.

4.1 AGENCIA AFP

Esta agencia de prensa era –en un principio– *La agencia Havas* y fue una de las primeras agencias de prensa en el mundo. Louis Charles Havas intentó hacer realidad la idea de que todos accedieran a la información de distintas partes del mundo en 1815, pero estos intentos fallaron, dado que la sociedad decimonónica mostraba poco interés en el tema. En 1825 se presentó la oportunidad y funcionó, contaba con un servicio para suscriptores sobre información extranjera que poco a poco fue creciendo; en parte también porque Havas había adquirido la *Correspondence Garnier*, que era una oficina que realizaba traducciones de textos extranjeros. Entonces, él hacía traducciones de noticias fuera del país y las repartía entre conocidos y personajes importantes.

Por ello, en 1832 fundó, oficialmente, la Agencia Havas, que llevó durante más de cien años su nombre hasta que después de la Segunda Guerra Mundial pasó a ser AFP –Agence France Presse–. Sus noticias provenían de Francia e Inglaterra y fue de los primeros en usar palomas mensajeras y telégrafo óptico. (Lechuga, Guasch y Mora, 1990)

Años después de su fundación ya poseía corresponsales en diferentes países. Para esa época, a la sede central en París llegaron a trabajar dos hombres: Bernhard Wolff y Julius Reuter, quienes más adelante crearían sus propias agencias de

prensa. Wolf usó por primera vez el telégrafo en Prusia cuando fundó el *Telegraphisches Korrespondenz Bureau*. Reuter era alemán, de familia judía y creó su agencia en 1851 (Lechuga, Guasch y Mora, 1990).

En 1870 las primeras agencias de noticias: Havas, Reuters y otras, se repartieron el mundo. A Havas le correspondió América Latina, siendo la primera agencia de noticias que se instaló en Suramérica; llegó a Río de Janeiro en 1874 y desde allí facilitó el trabajo de los medios de comunicación de la región, puesto que obtenían información del mundo de manera rápida y compartían lo que pasaba en latinoamérica para todo el planeta.

Cuando inició la Primera Guerra Mundial el trabajo de Havas se dificultó en Francia y en varias de sus sedes, dado que una gran cantidad de sus empleados fueron enlistados a la guerra, además que la información que compartía era fragmentada, ya que el país participaba en el conflicto y diversos hechos no se contaban. Entonces, otras agencias, como ANSA de Italia y DPA –Deutsche Press Agentur– de Alemania, cubrían las noticias que Havas dejó de brindar.

El 20 de agosto de 1944 fue el surgimiento de AFP –Agence France Presse–, luego de haber sido Agencia Havas, esto sucede porque en 1940, la agencia cayó bajo control alemán. Ese día, ocho periodistas de la resistencia –que se oponían a la guerra– lograron el control de las oficinas y retomaron el mando de la agencia, dando origen a AFP (La Historia de los Medios, 2010).

En 1943, Anna Kipper, exiliada polaca y corresponsal de esta agencia en Colombia, fundó en Bogotá la oficina de esta agencia. La transmisión de las noticias de AFP se hacía desde París por el sistema morse y las noticias se recibían en Telecom (Vallejo, 2006).

4.2 AGENCIA REUTERS

Su fundador, Paul Julius Reuter, laboró en la Agencia Havas y en 1851 fundó su propia agencia. Sin embargo, en 1849 intentó junto con su esposa competir contra

su antiguo jefe, pero fracasó (Borderia, Laguna y Martínez, 1996). Al inicio su enfoque era comercial, ya que vendía noticias internacionales con énfasis en Europa a los periódicos. Uno de los hechos más importantes de la Agencia Reuters fue que su fundador abrió una línea de telégrafo para distribuir información en Alemania, pero luego se trasladó a Bruselas, Bélgica, porque esta ciudad era el epicentro económico de Europa.

Después, Reuter decidió irse a Londres para conectar a Francia con Inglaterra y lo logró en ese mismo año: 1851. Sus primeros clientes eran usuarios de la Bolsa Londinense (Borderia, Laguna y Martínez, 1996) y luego ingresó allí para negociar el intercambio de información con Europa y pronto entró a la Bolsa de París, lo que resultó como Reuter's Telegram Company en 1865 (González, 2018).

Otro de los hechos destacados de esta agencia de prensa fue que se convirtió en la fuente principal de noticias para la prensa inglesa durante la Guerra de Crimea (1853-1856), lo cual le otorgó importancia ante su resistencia, el periódico *Times* (Borderia, Laguna y Martínez, 1996).

En el 2008 se fusiona con The Thompson Corporation luego de pasar a internet y en la actualidad posee sedes en las principales ciudades del mundo, teniendo como base Londres. Se caracteriza porque su información está enfocada en temas económicos y financieros (Hoyos, 2009).

4.3 AGENCIA AP

El surgimiento de la primera agencia de noticias norteamericana se da en 1848 cuando seis periódicos de Nueva York lograron un acuerdo para reunir las noticias que llegaban al puerto de la ciudad y a Boston. Al año de su fundación logran abrir su primera oficina fuera de los Estados Unidos; el lugar: Escocia.

Con motivo de la Guerra de Secesión o Guerra Civil en Estados Unidos (1861-1865) hubo polarización en las agencias. Los del sur conformaron la *Press Associated of the Confederate States of America* mientras que los del norte eran la *Associated*

Press (Borderia, Laguna y Martínez, 1996). Posteriormente iniciaron bajo el nombre de Western Associated Press, en 1892 pasó a ser Associated Press –AP– e hizo convenios con agencias asiáticas y en 1898 llegó a Cuba. Más adelante, en el año 1915, entró a latinoamérica, pues abrió sede en Buenos Aires y así obtuvo más presencia en la región. En 1858 logró la primera comunicación con Europa a través de un cable transoceánico, un hecho que la destacó y le concedió prestigio, además que así pudo extender su negocio de información.

Luego, esta agencia estuvo involucrada en problemas cuando el Congreso de Estados Unidos descubrió convenios entre ella y Western Union (quienes controlaban los sistemas de comunicación del país); lo que provocó una acusación de monopolio de la prensa, pero salieron triunfantes del asunto (Lechuga, Guasch y Mora, 1990).

Durante la Primera Guerra Mundial, debido a que Havas no proporcionaba la información completa, AP firmó un acuerdo con Reuters, en el cual accedió a dar información a Wolff (una de las agencias importantes de la época y cuyo fundador trabajó para Louis Charles Havas) y a la misma Havas. Pero, después de la Segunda Guerra Mundial, comenzó un conflicto con Reuters y más tarde se sumaron AFP y otras agencias, dicha contienda de las agencias de prensa duró cerca de 20 años, hasta que apareció en escena EFE (Lechuga, Guasch y Mora, 1990).

Esta agencia, en la actualidad, tiene presencia en 100 países. Además, han sido los primeros en informar al mundo grandes acontecimientos como el asesinato de Abraham Lincoln, bombardeo a Pearl Harbor y la muerte del Papa Juan Pablo (AP, s.f.).

Las tres agencias de prensa mencionadas eran en Inglés y francés. Pero sin lugar a duda, una de las necesidades de los medios a mediados del siglo XX era recibir noticias en el mismo idioma, ya que nuestra región –latinoamérica– estaba sometida a esos idiomas en relación con la información suministrada por las agencias de prensa y se dificultaba el trabajo. A mitad de los años 60 se dio respuesta a esa

necesidad con la primera agencia de noticias en español: Agencia EFE. (Olmos, 1997,).

4.4 AGENCIA EFE

Las tres agencias más importantes del mundo en el siglo XX –Havas, Wolff y Reuters– se unieron y dominaron la información mundial, las noticias eran enviadas, transmitidas y recibidas a diferentes partes del mundo, pero dependían de los intereses franceses, ingleses y alemanes. Por ello, Sánchez, (2015) comenta que la agencia EFE nació el 3 de enero de 1939 en España y surgió, también, de la necesidad de tener una agencia nacional de noticias en español que con el tiempo se convirtió en una de las cinco agencias de noticias internacionales más importantes del mundo (Olmos, 1997).

En 1966 llega EFE a América Latina con los lemas *El idioma nos luce y Lea las noticias que escribe en su mismo idioma*, esto porque los medios de comunicación obtenían las noticias de agencias de prensa en inglés como UP y AP. (Olmos, 1997, p. 253).

Su llegada oficial a Colombia se presentó por el cubrimiento de la visita del Papa Pablo VI en 1968. El equipo de EFE tenía diez meses de estar en el país, pero con el evento del Papa se inauguró su estadía de manera oficial al contratar a periodistas colombianos bajo el mando de Zoilo Gutiérrez, un español que se formó periodista de agencia en Buenos Aires –una de las primeras ciudades en América donde hizo presencia EFE (Olmos, 1997).

4.5 AGENCIA ANADOLU

Esta agencia de prensa turca semiestatal apareció en 1920 antes del establecimiento de la República de Turquía, por lo tanto ha documentado la historia de este país y ha llevado la voz turca a todo el planeta, además es una de las más antiguas del mundo. Al principio y durante varios años, publicó contenidos en turco

e inglés, pero en los últimos diez años se ha internacionalizado, transmite en 13 idiomas y posee 45 oficinas en todo el planeta; las dos últimas en español e indonesio.⁵

Según Daniel Salgar, Anadolu llegó a Colombia en 2017 por varias razones; entre ellas las buenas relaciones diplomáticas entre los dos países, aspectos culturales y la ubicación geoestratégica de Colombia en el continente: es central en las Américas. Asimismo, los directores de la agencia consideran que nuestro país permite hacer periodismo de manera libre, tiene excelente capital humano, periodistas de calidad y el español que se habla en Colombia es de los mejores del mundo. Además, el arribo de Anadolu coincide con el Proceso de Paz, ya que cambió el imaginario del país en el extranjero y se analiza como un punto importante y con grandes oportunidades en América Latina para Turquía.

⁵ (D. Salgar, comunicación personal, 28 de enero del 2019).

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

En la elaboración de los resultados se consideraron varios aspectos relevantes como el análisis a los periodistas, edades, profesiones y afines. Asimismo, la relación entre las respuestas que concedieron los periodistas a las preguntas formuladas. De alguna manera, la finalidad es que a través de sus palabras e interpretaciones se adquieran saberes para entrever el panorama del periodismo internacional en Colombia.

Asimismo, se encuentran apartados y articulaciones producto de lo que señalaron los periodistas durante las entrevistas, esto con el fin de contribuir de manera concreta con esta investigación.

5.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS PERIODISTAS

Para esta investigación –como se ha mencionado– se eligieron a diferentes periodistas que han trabajado en torno al periodismo internacional y que a continuación se expondrán.

Televisión:

- ✓ Noticias Caracol: Andreina Solórzano, Dora Glottman y Margarita Rojas.
- ✓ France 24: Ángela Gómez, David González y Santiago López.
- ✓ Cablenoticias: Jofrana González.

Radio:

- ✓ RCN Radio: Valentina Antolínez.
- ✓ La W: María Albarrán.

Prensa:

- ✓ El Tiempo: Eduard Soto.
- ✓ El Espectador: Angélica Lagos.
- ✓ Revista Semana: Mauricio Sáez.

Agencias de noticias:

- ✓ Anadolu: Daniel Salgar

Medios Digitales:

- ✓ Kien y Ke: Eduardo Bonces
- ✓ Pulzo: Mauricio Romero.

Tabla 1
Características de los periodistas

PERIODISTA	SEXO	EDAD	PROFESIÓN	CARGO	EXPERIENCIA	MEDIO ACTUAL
Andreina Solórzano	F	34	Periodista	Periodista internacional	CM& Noticias Caracol	Noticias Caracol
Ángela Gómez	F	29	Periodista	Periodista Internacional	El Tiempo TV France 24 Español	France 24 Español
Angélica Lagos	F	40	Profesional en Idiomas	Editora jefe internacional	El Tiempo El Espectador	El Espectador
Daniel Salgar	M	32	Filósofo	Editor jefe Internacional	El Espectador Fundación Ideas para la Paz Anadolu	Anadolu
David González	M	35	Periodista	Periodista Internacional	CM& FLIP UNIMINUTO Freelance France 24 Español	France 24 Español
Dora Glottman	F	47	Periodista	Periodista Internacional	CBS Radio W Radio Univisión Telemundo Blu Radio Noticias Caracol	Noticias Caracol
Eduardo Bonces	M	30	Periodista y Filósofo	Periodista	Colprensa El Colombiano Fondo Nacional del Ahorro El Espectador Kien y Ke	Kien y Ke

Tabla 2
Características de los periodistas

PERIODISTA	SEXO	EDAD	PROFESIÓN	CARGO	EXPERIENCIA	MEDIO ACTUAL
Eduard Soto	M	45	Periodista	Editor jefe internacional	El Tiempo	El Tiempo
Jofrana González	F	35	Periodista y Politóloga	Editora jefe Internacional	RCTV Cablenoticias	Cablenoticias
Margarita Rojas	F	43	Periodista	Editora jefe internacional	TV Hoy Gobierno de Colombia Noticias Caracol	Noticias Caracol
María Albarrán	F	28	Politóloga y Abogada	Editora jefe Internacional	RCN NTN 24 Congreso de Colombia Global News Intelligence DIAGEO Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación	La W Radio
Mauricio Romero	M	53	Periodista	Editor jefe Internacional	Casa Editorial El Tiempo Pulzo	Pulzo
Mauricio Sáenz	M	65	Abogado	Editor publicaciones Semana	Revista Semana Profesor Universitario	Revista Semana

Tabla 3
Características de los periodistas

PERIODISTA	SEXO	EDAD	PROFESIÓN	CARGO	EXPERIENCIA	MEDIO ACTUAL
Santiago López	M	37	Periodista	Periodista internacional	RCN NTN 24 Russia Today CMJ& Internacional France 24 Español	France 24 Español
Valentina Antolínez	F	31	Periodista	Editora jefe Internacional	Cable Noticias Caracol Radio RCN Radio	RCN Radio

Se debe destacar que 8 de los 15 periodistas descritos en las tablas anteriores son editores en jefe de las secciones internacionales de los medios donde laboran y los 7 restantes han trabajado en esta rama periodística en diversos sitios, ya sean nacionales o extranjeros así como en organizaciones privadas y públicas; lo cual genera que tengan una visión de cómo está conformado el mundo con relación a las afectaciones, problemas, historia y afines. También resaltan otros aspectos como la edad, profesión y género que más adelante se exponen.

Varios de ellos han trabajado en torno al periodismo internacional, unos desde su época universitaria como Santiago López, quien inició en el ámbito internacional en sus prácticas profesionales, luego pasó a trabajar como redactor de un canal internacional y después ingresó a Russia Today.⁶

Otros desde hace poco entraron al campo internacional, como el caso de Andreina Solórzano. Esta periodista venezolana llegó a Colombia y estuvo 8 años en un noticiero cubriendo temas de cultura y entretenimiento, pero con el deseo de trabajar en temas internacionales.⁷

Además, un aspecto que se debe tener en cuenta es que los periodistas escogidos han laborado en distintos formatos: televisión, radio, prensa y medios digitales. Lo anterior enriquece este trabajo porque sus respuestas están basadas en esas experiencias que han tenido en cada uno de ellos.

5.2 GÉNERO DE LOS PERIODISTAS

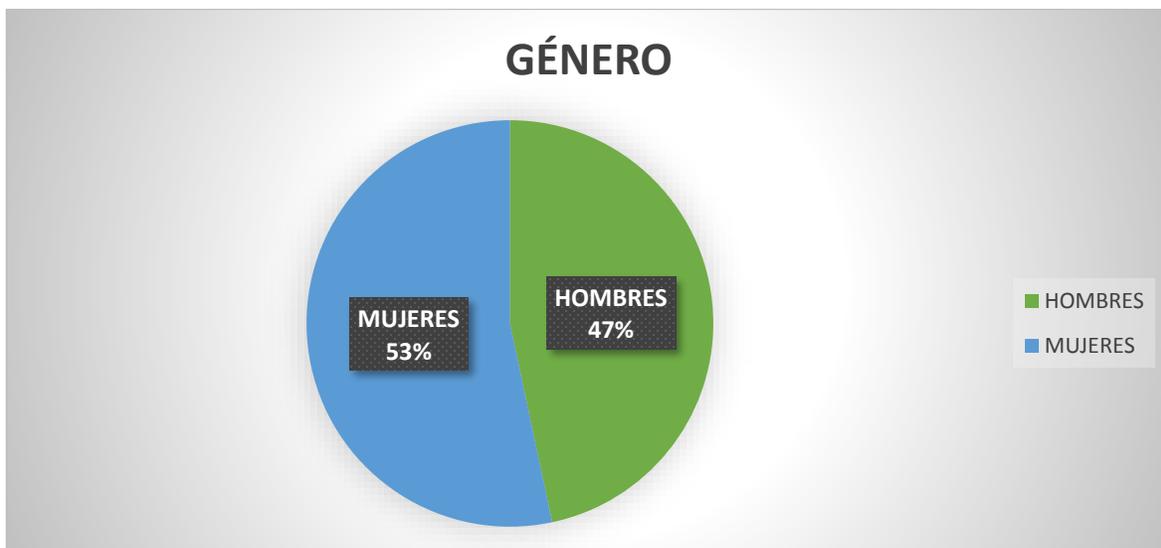
Entre los periodistas seleccionados se encuentran 7 hombres y 8 mujeres que laboran en torno al periodismo internacional, lo que puede explicarse como una igualdad de género entre las labores que desempeñan en esta especialidad del periodismo (Gráfico 1). Asimismo, las personas que laboran en estas áreas en los distintos medios de comunicación que se visitaron son hombres y mujeres, no existe

⁶ (S. López, comunicación personal, 6 de diciembre del 2018).

⁷ (A. Solórzano, comunicación personal, 5 de diciembre del 2018).

el dominio de algún género en las secciones internacionales en televisión, radio, prensa y medios digitales.

Gráfico 1. Género de los periodistas.

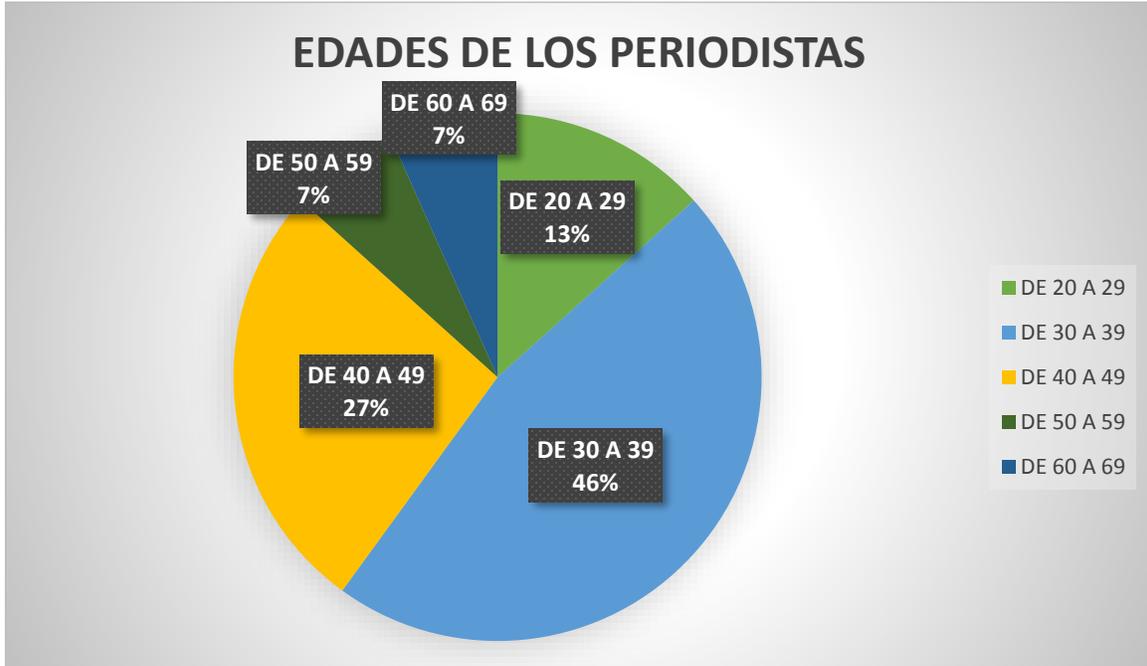


5.3 EDADES DE LOS PERIODISTAS

También es relevante develar las edades de los periodistas entrevistados. Sus edades oscilan entre los 28 y 65 años, siendo desde los treinta hasta los cuarenta la edad que predomina. En esta edad, de acuerdo con los hallazgos, están realizando y ejecutando las labores que les apasionan, tienen claro lo que desean para el futuro.

No obstante, hay que aclarar que los colaboradores que acompañan a los periodistas en su labor diaria en el campo internacional, probablemente, poseen edades inferiores a las de ellos; ya que su aspecto físico, forma de vestir e interactuar con quienes los rodean lo demuestra. Otro aspecto para resaltar es que entre los 40 y 65 años están los periodistas que ejercen como editores en jefe de los informativos internacionales. Se puede deducir que luego de haber laborado desde los 30 años el siguiente paso es estar a cargo de la sección en los diferentes medios.

Gráfico 2. Edades de los periodistas.



5.4 PROFESIONES DE LOS PERIODISTAS

Ahora bien, se debe precisar que algunos de los periodistas que trabajan en el periodismo internacional no estudiaron este campo. Si bien el 27 % llegó por casualidad a laborar frente a esta rama periodística, el 73 % restante ha trabajado desde edades tempranas en el periodismo internacional. Es el caso de Margarita Rojas, editora jefe internacional de *Noticias Caracol*, quien en sus inicios colaboró con la sección internacional del noticiero TV HOY junto a Aris Vogel, y Eduard Soto, un periodista deportivo que luego se especializó en Relaciones Internacionales para ser el editor internacional del periódico *El Tiempo* en la actualidad.⁸

Existen otras profesiones que se complementan con el periodismo y que quienes están en este campo se apropian de las herramientas dadas por sus estudios para agregárselas a su labor como periodistas. Por eso hay un 27 % que corresponde a

⁸ (E, Soto, comunicación personal, 27 de noviembre del 2018).

otras carreras en las que se destacan la Filosofía y la Política. Asimismo, se debe resaltar que los periodistas entrevistados poseen otros estudios como diplomados, especializaciones y maestrías, algunos enfocados al campo internacional y otros a temas distintos a la labor que desempeñan, como Mauricio Sáenz, quien es especialista en Aeronáutica, debido a que una de sus pasiones es la aviación.⁹

Sin embargo, quienes poseen otros estudios afirman que el periodismo internacional es un campo muy completo en el cual pueden ligar su experiencia en otros ámbitos para que el trabajo sea mejor y sus audiencias comprendan, de una manera más sencilla, el mundo que nos rodea. De ahí que se puede hablar que el periodismo es una carrera multidisciplinar, ya que reúne distintas especialidades en una sola área para complementarla y proporcionar información concreta al público.

Tabla 4
Profesiones de los periodistas entrevistados.

Nombre	Profesión	Otros estudios
Andreina Solórzano	Periodista	-----
Ángela Gómez	Periodista	-----
Angélica Lagos	Profesional en Idiomas	Estudios en temas de liderazgo
Daniel Salgar	Filósofo	Especialista en Asuntos Internacionales
David González	Periodista	-----
Dora Glottman	Periodista	-----
Eduardo Bonces	Periodista y Filósofo	-----
Eduard Soto	Periodista	Especialista en Relaciones Internacionales
Jofrana González	Periodista y politóloga administrativa	-----
Margarita Rojas	Periodista	Magíster en Periodismo de Agencia
María Albarrán	Politóloga y abogada	Magíster en Investigación en Periodismo, especialista en Comunicación Política
Mauricio Romero	Periodista	Especialista en Filología Inglesa
Mauricio Sáenz	Abogado	Especialista en Aeronáutica
Santiago López	Periodista	Magíster en Relaciones Internacionales
Valentina Antolínez	Periodista	Especialista en Comunicación Digital en proceso

⁹ (M. Sáenz, comunicación personal, 19 de febrero del 2019).

Gráfico 3. Profesiones de los personajes entrevistados.



5.5 PERIODISTAS CON ESTUDIOS EN TORNO A TEMAS INTERNACIONALES

Se devela que el 27 % de los periodistas están especializados en torno a temas internacionales frente a un 33 % de periodistas que poseen otros estudios no relacionados con periodismo internacional. También se evidencia que el 40 % de ellos no se han formado más allá del pregrado. Lo anterior se debe a las extenuantes jornadas de trabajo que tienen, dado que el cubrimiento en este campo periodístico exige una inmersión diaria que puede extenderse a horas nocturnas.

A pesar de ello, algunos periodistas han manifestado su interés por realizar estudios enfocados al campo internacional como Andreina Solórzano, quien está en proceso para estudiar su maestría en Relaciones Internacionales. Pues esta área del conocimiento se ha convertido en un referente para desempeñarse en el campo internacional del periodismo. No obstante, otra especialidad puede servir para laborar en estos espacios, pues el periodismo internacional permite la articulación de los saberes para formar sociedades críticas de sus realidades.

La preparación constante para el periodista es importante porque le proporciona herramientas para develar otros aspectos que la información posee y son

necesarios presentar. Asimismo, conocer diversas maneras de entender el mundo desde puntos de vista como el político, financiero, turístico y demás logra que la información internacional que sea completa en conocimiento y cultura general.

Gráfico 4. Periodistas con estudios en torno a temas internacionales



5.6 PERIODISTAS Y FORMATOS

Se observa que la mitad de los periodistas entrevistados pertenecen a medios de televisión, mientras que la otra mitad se distribuye entre radio (15%), prensa y medios digitales, que poseen igualdad de periodistas entrevistados con 14 % cada uno. Además, se encuentran las agencias de prensa con un 7 % de periodistas entrevistados.

Una de las razones es que la televisión es uno de los formatos que cada vez le otorga más espacio a este tipo de periodismo, sin dejar a un lado los medios digitales que hacen presencia en internet. Las agencias de prensa desarrollan a

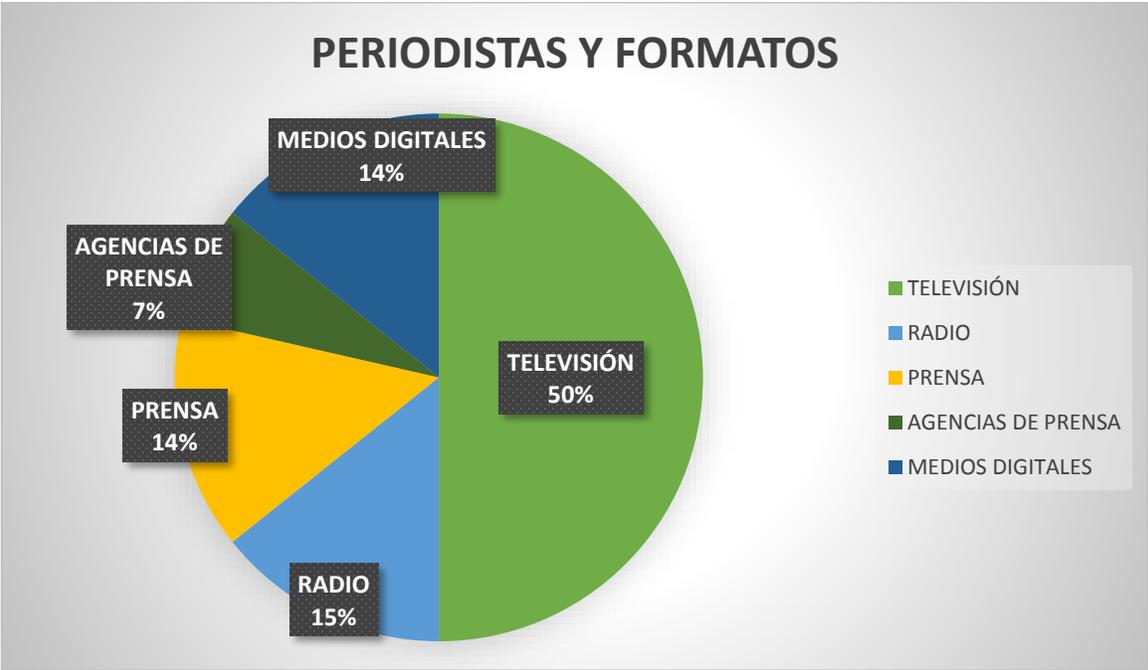
profundidad los temas internacionales, pues son los encargados de transmitirlos a medios de comunicación en el mundo; por lo tanto, es relevante para este campo.

Se puede afirmar que los tres formatos¹⁰ mencionados son los que le otorgan al periodismo internacional más cobertura. Sin embargo, la televisión lo realiza cuando hay algún suceso destacado que necesite ser difundido de esa forma.

La prensa y radio se encargan de desarrollar a profundidad temas nacionales o de gran alcance, lo que genera que el tema internacional pase, en ocasiones, a un segundo plano.

Hay que aclarar que la razón por la cual aparecen en este trabajo pocos periodistas pertenecientes a agencias de prensa y medios digitales se debe a que no se obtuvo respuesta de las comunicaciones enviadas a correos personales, redes sociales y mensajes de WhatsApp entre noviembre del 2018 y febrero del 2019. En ese orden de ideas, se trabajó con el material disponible para el desarrollo de la investigación.

Gráfico 5. Periodistas y formatos.



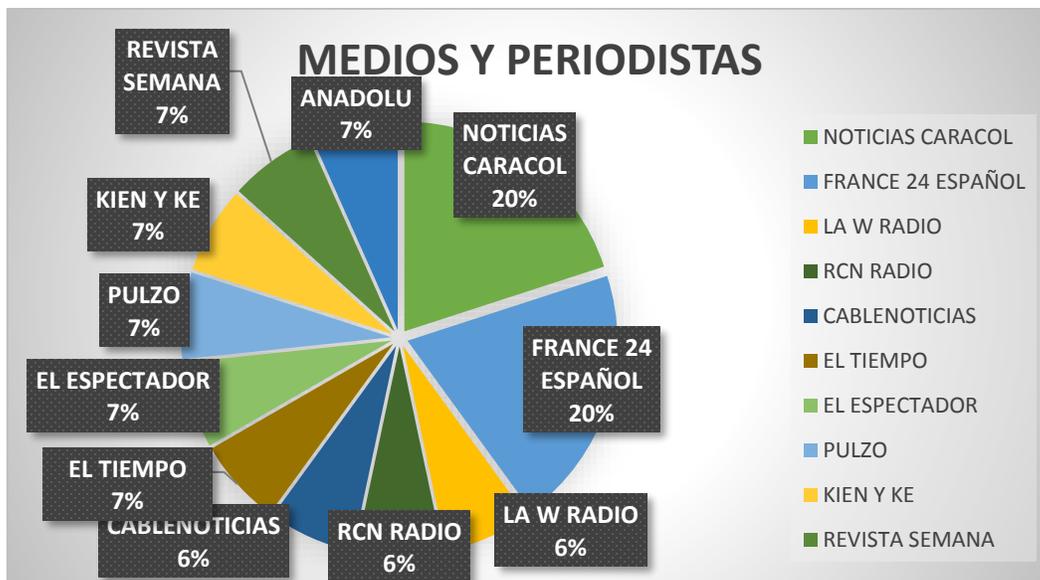
¹⁰ Se mencionan a las agencias de prensa como formato para explicar el tema de la gráfica.

5.7 PERIODISTAS Y MEDIOS

Hay que destacar que se halla a *Noticias Caracol*¹¹ y *France 24 Español* (del formato de televisión) como los medios con más presencia en este trabajo, pues entre ambos suman el 40 % en total con tres periodistas entrevistados de cada medio. Por otro lado, *Cablenoticias*, *RCN Radio* y *La W Radio* (de televisión y radio) constituyen el 18 % de periodistas indagados y el 42 % es ocupado por el restante de los medios. Los medios que están integrados en las dos últimas cifras tienen 1 periodista en el presente trabajo.

Se puede entender que la televisión necesita un equipo amplio de periodistas que se encarguen de la sección internacional, al igual que las agencias de prensa, pues muestran el mundo explícitamente. Los equipos que conforman los contenidos en prensa, radio y medios digitales no son tan grandes porque la información internacional, si bien en algunos lugares es importante, en otros no tiene la relevancia que debería, pues los temas nacionales son los protagonistas.

Gráfico 6. Medios y periodistas



¹¹ Para la redacción de esta investigación se hizo referencia a *Noticias Caracol* como medio, pero se aclara que este es el noticiero del Canal Caracol.

5.8 ¿PERIODISMO INTERNACIONAL O TRANSNACIONAL?

En las indagaciones realizadas frente a los autores que han desarrollado conceptos de periodismo internacional se halló a Furio Colombo, quien menciona que el periodismo internacional es transnacional, pues las informaciones o hechos: “(...) Son siempre locales y están siempre trasladadas –en cuanto a las causas, a los efectos y a los cambios– a otros lugares”. (p. 14). Por lo tanto, los periodistas fueron cuestionados frente a este tema.

Margarita Rojas sostiene que sí es periodismo transnacional porque:

Atraviesa, va más allá del concepto de nación, de fronteras y cada vez estamos presenciando más fenómenos que tienen que ver con desdibujarlas, ese tema de que ya no pertenecemos a un solo lugar o que la gente en verdad no es de donde nació, sino es de donde elige vivir o de donde necesita vivir o busca vivir.

Para David González sí es periodismo transnacional y: “lo importante sería que se rompieran las fronteras, que entendiéramos que somos tan parecidos y que hay algo que nos une en la raíz de lo humano y de ahí, de entrada poder hacer un periodismo sin fronteras”.¹² Y que además, es transnacional porque:

Desde ese mismo estilo se pueden romper todas las fronteras e informar desde lo humano, que eso es lo más difícil y lo más necesario ahora en un mundo que nos está dividiendo con muros, con fronteras que se cierran y discursos xenófobos.

La labor del periodismo internacional trasciende y va más allá de lo que se piensa, no sólo porque ayuda a fragmentar límites, sino que: “Cada cosa que pasa tiene ciertos ecos en otros lados del mundo y eso es lo que tenemos que empezar a mostrar y tratar de explicarlo de la mejor manera”, afirma Angélica Lagos¹³ al considerar que, en efecto, el periodismo internacional es transnacional porque: “las noticias sí están afectando a todo el mundo”. Sin importar dónde se producen. El mundo está interconectado, como Dora Glottman sostiene: “hoy en día con la

¹² (D. González, comunicación personal, 2 de diciembre del 2018).

¹³ (A. Lagos, comunicación personal, 10 de diciembre del 2018).

globalización todo es transnacional”¹⁴. Es decir, todo está conectado, no sólo por las redes o internet, sino porque existen colombianos viviendo en otros lugares del planeta y viceversa, lo cual genera una preocupación por latitudes que se consideran lejanas, pero que en cuanto a intereses personales, familiares o de otras índoles son cercanos. Asimismo, como la información está en segundos en cualquier parte del planeta, la transnacionalidad hace presencia en ella, debido a que genera algún tipo de respuesta en la sociedad.

A pesar de que distintos periodistas anotan que la rama del periodismo internacional es transnacional, hay otros que no comparten esas afirmaciones. Daniel Salgar expone que: “es periodismo en sí mismo y ya”, no hay que debatir el concepto; que para Ángela Gómez es: “más empresarial y una percepción de grandes compañías que un concepto periodístico”¹⁵. En ese mismo sentido, María Albarrán argumenta que: “a uno no le tienen que afectar las cosas para tener una comprensión del mundo y generar ambientes de convivencia más sanos en general”¹⁶. Pues al fin de cuentas, dice Santiago López, se trata de:

Un ciudadano colombiano que quiere entender qué es lo que está pasando en el mundo; porque de una u otra manera lo que sucede en el mundo lo afecta o sólo le interesa saber, no necesariamente lo que sucede en Israel nos está afectando a nosotros.

Pero para Jofrana González no sería transnacional, sino global, dado que: “es el mundo lo que estamos recorriendo, es donde pasan las cosas y todos formamos parte de este”, pues la información: “rompió barreras, la globalización permite integrar lo que pasa en cualquier rincón del mundo”.¹⁸ Y denominarlo periodismo transnacional: “es una visión un poquito egoísta”

¹⁴ (D. Glottman, comunicación personal, 30 de noviembre del 2018).

¹⁵ (A. Gómez, comunicación personal, 19 de diciembre del 2018).

¹⁶ (M. Albarrán, comunicación personal, 11 de diciembre del 2018).

¹⁸ (J. González, comunicación personal, 11 de diciembre del 2018).

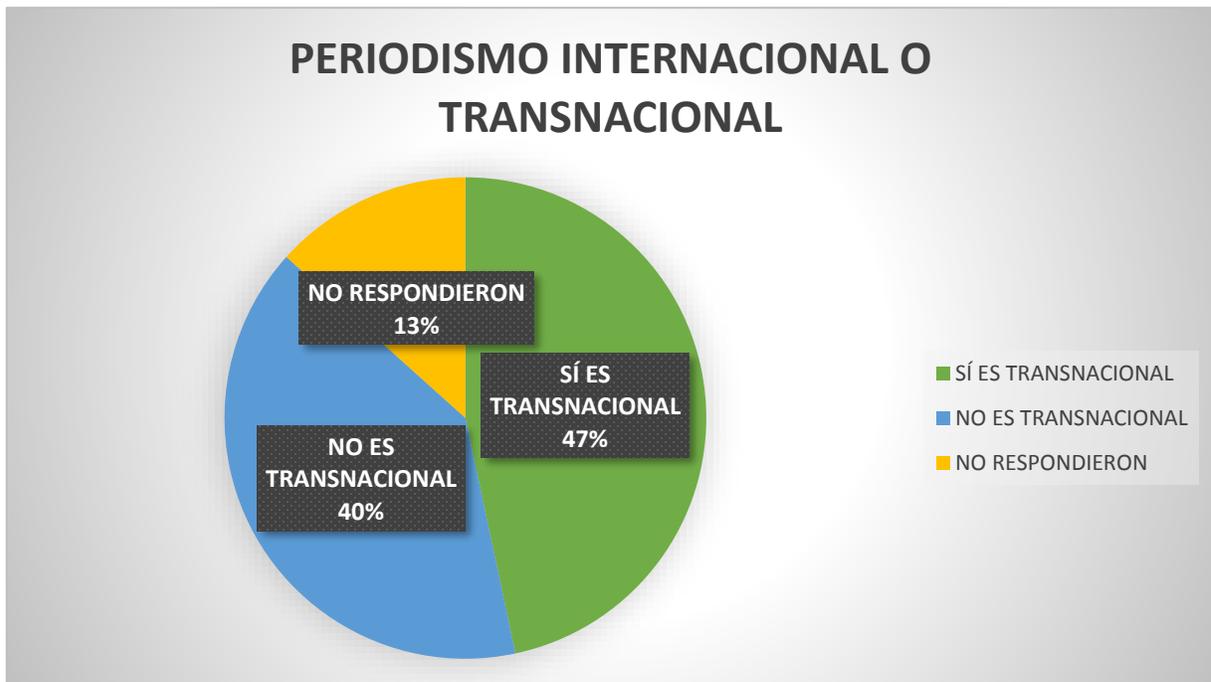
Se puede afirmar que la información internacional que se expone en Colombia es transnacional, la mayoría de periodistas coinciden en que la información repercute en una sociedad, no sólo por sus componentes, sino porque el mundo está conectado de cualquier manera, todo afecta. Es periodismo transnacional en la forma que exhibe al planeta y genera formas de pensar en torno a él, antes era difícil realizarlo, las herramientas actuales lo permiten y la globalización ha contribuido en ello.

El concepto transnacional se ha tenido en cuenta para el ámbito empresarial, pero en el periodismo internacional hace referencia a traspasar cualquier obstáculo y generar transformaciones en las personas. Al cuestionar a los periodistas en torno a ello se logran producir debates o concordancias en sus opiniones, eso es evidencia de una forma de periodismo transnacional en el campo periodístico internacional. Dado que sus respuestas, en ocasiones, contradecían lo que pensaban; es decir, consideran que no existe periodismo transnacional o no es correcto llamar así al internacional, pero al argumentar exponían las características que posee este tipo de periodismo.

Hay que aclarar que cuando se ha mencionado que los acontecimientos extranjeros afectan no se alude a que exista de forma directa una repercusión, sino a lo que se interioriza en el público. Es por ello que algunos periodistas consideran que más allá de internacional, lo que se encuentra y explica es periodismo transnacional.

Expuesto lo anterior, el gráfico 7 muestra que el 47 % de los periodistas afirmaron que el periodismo internacional sí es transnacional, mientras que un 40 % consideró lo contrario; y el 13 % restante no manifestó estar a favor o en contra del concepto de periodismo transnacional. Mientras tanto, seguiremos llamándolo periodismo internacional.

Gráfico 7. Periodismo internacional o transnacional



5.9 ¿QUÉ ES PERIODISMO INTERNACIONAL?

Ahora bien, la definición de periodismo internacional contiene múltiples interpretaciones que puede ir desde las tradicionales como expone David González:

El periodismo es una herramienta que está al servicio de la ciudadanía para que tome mejores decisiones, de entrada el apellido internacional se lo pone el periodista de acuerdo con énfasis que esté haciendo. Para mí el periodismo internacional es simplemente hablar de los temas más importantes que están ocurriendo en el mundo.

O la que exhibe María Albarrán: “El periodismo internacional no es distinto en su concepción a lo que es el periodismo nacional. Lo que son distintos son los recursos que tienes para llevar a cabo el oficio periodístico”. Y es que a pesar que hoy en día se hable de diferentes tipos de periodismo, la percepción de los editores internacionales de los medios está dividida. “No creo que haya periodismo nacional o internacional, para mí hay un periodismo, asegura Angélica Lagos, editora internacional de *El Espectador*, pero aclara: “Noticia es noticia y el periodista debe

tener la capacidad de cubrir desde una cosa judicial aquí a un hecho que ocurre afuera”.

En cambio, otros manifiestan que sí es una rama específica del periodismo y contiene diversas lecturas y aspectos fundamentales, como lo señala Margarita Rojas:

Es estar presenciando la historia en el presente. Todas las cosas sobre las que informamos hoy, ya mañana son historia y forman parte del desarrollo del mundo. Es una fuente muy rica porque enseña mucho y permite saltar de una cosa a otra.

Dicho esto, Andreina Solórzano, periodista internacional de *Noticias Caracol*, refuerza que: “Es la fuente más amplia de periodismo porque es tratar de tener el mundo en la cabeza, eso es lo que parece interesante, tener una visión más estratégica y global”.

Por ello, la labor del periodismo internacional, para Mauricio Sáenz: “se encarga de llevar a los espectadores los temas que están fuera de las fronteras con una mirada especial porque no es exactamente lo mismo”.

En ese orden de ideas, el periodismo internacional también contiene diversos temas que pueden variar según el contexto e interés de la sociedad y del periodista. Santiago López argumenta que el periodismo internacional: “Es la suma de todos porque puedes enfocar el periodismo internacional desde el lado político, económico, cultural, social o deportivo. Entonces es la conjugación de todos desde la óptica internacional”.

Por consiguiente, el periodismo internacional tiene un elemento clave al ser la especialidad que se encarga de contar los sucesos del mundo y llevarlos a la historia. Pues: “todo en el contexto internacional es impredecible, cualquier cosa puede pasar en cualquier parte del mundo y esta es una fuente en la que no se puede dormir”, expresa Jofrana González, editora internacional de *Cablenoticias*.

Además, el periodismo internacional “es la mejor manera que tenemos, en Colombia, de dejar de mirarnos el ombligo como país”, explica Eduard Soto, dado

que en Colombia consideramos que lo que ocurre en el extranjero no conlleva a algo en el panorama nacional y él argumenta:

La historia colombiana ha sido una sucesiva inclinación a mirar para adentro y no hacia afuera, entre otras razones por nuestra geografía complicada, porque nuestra capital está rodeada de montañas. Entonces de alguna manera eso ha marcado el perfil del colombiano en general que siempre mira más hacia adentro sus problemas que soluciones fuera.

Por lo tanto, Dora Glottman, periodista internacional de *Noticias Caracol*, alude a que el periodismo internacional:

Es mantener a los colombianos informados sobre lo que pasa en el resto del mundo, pero con una mirada también educativa. Es buscar una fórmula para que sea interesante, agradable, amable y para que tengamos algo de cultura general, y eso sólo se tiene si uno entiende el mundo.

El periodismo, para varios entrevistados, es uno solo, pero contiene diversas ramas que originan información como la internacional. Una manera de entender lo anterior es que en años posteriores un periodista estaba en la capacidad de cubrir cualquier tipo de noticia, sin interesar el tema o lugar, su obligación era informar el acontecimiento de cualquier índole a su público; esto no significa que el periodista actual no tenga la capacidad de hacerlo.

Hoy en día los periodistas se enfocan en distintas áreas, las cuales fomentan que se pueda hablar de periodismo internacional, económico, deportivo y demás. Cada profesional de este campo se especializa en un tema específico para ejercer y destacar en él. Entonces, se puede mencionar que cada extensión del periodismo debe definirse con base en las características que tiene y que presenta a la sociedad. Teniendo en cuenta que el periodismo, en general, los abarca.

Por ello, los periodistas entrevistados tienen una visión semejante o distinta sobre la definición de periodismo internacional. Su campo de acción, en ocasiones, no ha sido el mismo, pero no es impedimento para entregar opiniones sobre lo que consideran que es esta rama periodística. Cada uno la concede con base en sus

conocimientos y el recorrido que han tenido, lo cual permite que la investigación esté nutrida desde diversos saberes.

Más allá de la definición del concepto se encuentran distintas particularidades en este campo. Los periodistas mencionan sus perspectivas como la historia, la formación de saberes al público y la información concreta. Sin embargo, estos tres elementos se logran articular impulsando lo que se ha mencionado en este trabajo: que el periodismo internacional es un campo multidisciplinar porque agrupa distintos materiales con el propósito de informar acerca del mundo.

En este caso, el periodismo internacional, según los periodistas entrevistados, es aquella especialidad que trabaja 24 horas, expone el mundo, enseña lo que acontece el cualquier parte de él sin importar si estos afectan o no, construyendo conocimiento en la sociedad, el cual repercutirá en su cotidianidad.

5.10 PANORAMA ACTUAL DEL PERIODISMO INTERNACIONAL EN COLOMBIA

Ahora bien, los periodistas indagados en torno al panorama actual del periodismo internacional en Colombia poseen diversas opiniones. David González afirma que:

El periodismo colombiano es bueno, tiene buena fama en cuanto a algunos temas nacionales, pero la cobertura del periodismo internacional es supremamente deficiente. De entrada, diría que no hay un solo medio en Colombia que lo esté haciendo bien y tal vez eso pase porque somos muy domésticos, creemos que somos el ombligo del mundo cuando en realidad a muy pocos les importa Colombia en el mundo.

Es el caso de María Albarrán, quien señala que: “pensándolo en términos de lo que uno ve; sí falta mucho, falta comprensión, entender muchas cosas y lo que creo que falta en general: lectura”. Y es que las secciones internacionales, a pesar de ofrecer y laborar en pedagogía con sus oyentes, lectores y televidentes, no reflejan resultados de ese trabajo. Andreina Solórzano explica:

No veo como un gran interés en el público por saber lo que pasa en el mundo, pero creo que también tiene que ver que se desconoce que eso también afecta el día a día de uno de alguna forma o lo va a hacer.

En esa misma línea se encuentran otros periodistas que apuntan a que el panorama del periodismo internacional en Colombia va ligado con el espacio que se le otorga. Jofrana González reitera que “hace falta más espacio donde se discuta el tema internacional, más espacio dentro de los noticieros para analizar”. En esto coincide Eduard Soto: “Es un periodismo que está buscando espacio, un periodismo combativo que busca un lugar para desarrollarse que va en sintonía con las nuevas generaciones y audiencias”. A estos criterios se suma el de Mauricio Sáenz:

Es curioso porque a pesar de su importancia creciente, los medios le dan una importancia marginal al tema internacional. Es una lucha porque la actualidad nacional es tan fuerte que conseguir una importancia para los temas internacionales como la que merece es difícil.

A lo que llega también Ángela Gómez:

Se cubre poco, no hay un presupuesto grande para cubrir unas noticias internacionales y por supuesto la noticia internacional no es la protagonista. En general, no se va a robar el protagonismo en la parrilla de programación, pero se hace un trabajo.

Pero no sólo es el interés o poco espacio, también la manera en que los periodistas realizan el ejercicio del periodismo internacional la que preocupa en el panorama de este campo en el país. Daniel Salgar afirma:

Es un cubrimiento bastante precario. El día a día, el periodismo se va “*chupando*” al periodista y le acaba la capacidad de pensar reflexivamente sobre lo que está haciendo. Entonces en medio del trabajo, muchas veces terminan repitiendo lo que oyen por ahí, lo que dijo un medio. Por su naturaleza narrativa y contextual el periodismo internacional también cae, a veces, mucho en la pereza, la pereza intelectual y falta de curiosidad intelectual de los periodistas.

Como diría Angélica Lagos: “ahí viene nuestro trabajo: que es guiar al lector, darles a las noticias la trascendencia que merecen”.

En contraste con lo anterior, hay distintos periodistas internacionales que aseguran que esta especialidad del periodismo está por una vía eficiente. Santiago López asevera:

Colombia tiene una larga tradición de periodismo internacional. Si uno lo compara con el resto de la región, Colombia es un país que le dedica espacio y tiempo, pueda que nos parezca muy poco, pero si lo miramos, comparado con la región, Colombia se le da mucho despliegue al contenido internacional.

No obstante, aclara que “se ha empezado a reducir un poco porque la agenda nacional demanda más tiempo para desarrollar otros temas, pero Colombia le da muy buen tiempo y espacio. Sumado a esto, Eduardo Bonces aclara:

El periodismo internacional en Colombia se maneja muy bien y tiene muy buena acogida. Es decir, tiene muy bien espacio, se hace un cubrimiento muy bueno en la mayor cantidad de medios posibles. en Colombia. (...) Ahorita es un periodismo más objetivo con unas fuentes claras que explican la realidad completa de otros países.¹⁹

Sin duda, lo anterior es una mirada que contrapone las exhibidas en párrafos anteriores y permite entrever una dicotomía entre las concepciones que exponen los periodistas. Asimismo, Margarita Rojas advierte que:

El periodismo internacional ha sido una fuente que se ha abierto camino poco a poco. En estos 20 años que el mundo se ha transformado, también lo han hecho los métodos de información y los mismos canales. Entonces, el mundo se volvió pequeño por los mismos medios y nos tiene que interesar lo que sucede en el planeta, lo que esté pasando nos influencia y no podemos vivir aislados; tenemos que saber en dónde estamos parados porque todo nos afecta.

Y es que los retos que contiene el periodismo internacional son grandes en una coyuntura como la colombiana y su público, que todos los días ofrece información

¹⁹ (E. Bonces, comunicación personal, 26 de enero del 2019).

significante proveniente de las diversas partes del país; es por ello que Dora Glottman explica:

Hay unos retos muy grandes, lograr que el colombiano se interese en todos los temas que trabajamos en internacional. Si bien queremos que haya un interés global, también entendemos que el periodismo colombiano, y en todas partes del mundo, arranque por los vecinos, cómo están los vecinos porque eso, de alguna manera, nos puede afectar.

El panorama actual del periodismo internacional puede verse desde dos puntos de vista: preocupante, pero al mismo tiempo alentador. Para explicar esta dicotomía empecemos por el primero. De acuerdo con los periodistas es preocupante porque existen pocos espacios para este campo periodístico, un porcentaje alto de periodistas concuerdan que la coyuntura nacional ocupa gran parte de la agenda noticiosa de los medios, lo que desplaza a la información internacional.

En ocasiones esto se refleja en el desconocimiento que las personas poseen en torno a lo que pasa en el mundo y su efecto en el país. Los periodistas o la sociedad no son los responsables, pero hay que tener en cuenta que lo que acontece en otros países puede servir para aplicar en Colombia. Por ello es que ha habido un interés entre la ciudadanía por explorar el mundo, buscar información relevante, debatirla e interiorizarla, lo que construye sociedades más críticas e instructoras de conocimiento. Este es el punto alentador del panorama actual.

Otro aspecto es que los periodistas indagados aseguran es que a sus colegas, e incluso a ellos, les falta preparación para informar los temas internacionales. Esto los motiva a tomar las acciones pertinentes para sobresalir ante la competencia y liderar en el ejercicio del periodismo internacional.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se aprecia que un 54 % de los periodistas entrevistados consideran que el panorama del periodismo internacional en Colombia es malo, mientras que el 33 % contraponen esas afirmaciones al anunciar que es bueno y que ha mejorado en los últimos años. Sólo un 13 % no habló frente a este tópico.

Gráfico 8. Panorama del periodismo internacional en Colombia.



5.11 LA AGENDA INFORMATIVA

Un aspecto fundamental para el desarrollo de los contenidos internacionales es cómo constituyen la agenda informativa los periodistas de los medios de comunicación y la influencia del aspecto geográfico del acontecimiento. Es decir, si el interés del periodista radica en la cercanía o lejanía de este para desarrollar y jerarquizar la información.

Eduard Soto afirma que: “El primer factor es el interés que como país tengamos en otros países” y Valentina Antolínez coincide en que: “es clave siempre porque las noticias de la región o de América Latina son importantes, especialmente noticias de nuestros vecinos”.²⁰

A esta declaración se suma Andreina Solórzano:

Lo que más importa es lo que está más cerca geográficamente porque afecta más a nuestro país; entonces siempre se privilegia. Es más de nuestro interés

²⁰ (V. Antolínez, comunicación personal, 6 de diciembre del 2018).

por lo geográfico, pero también lo que tiene que ver con el impacto global que tenga ese suceso.

En ese orden de ideas, la proximidad es fundamental para este ejercicio, dado que lo que esté cerca al país, “tiene que estar por encima. Así no haya pasado a mayores, tiene que estar por encima de una crisis enorme que suceda en un país lejano”, advierte David González. Quizás la proximidad sea clave porque esos eventos pueden incidir en la cotidianidad colombiana, por eso es que Dora Glottman advierte que “el periodismo colombiano, y en todas partes del mundo, arranca por los vecinos, cómo están los vecinos porque eso de alguna manera nos puede afectar”.

A pesar de ello, Margarita Rojas explica que: “No hay que desconocer la existencia de unas zonas geográficas que tienen menos interés para nosotros, porque son remotas o son culturas que conocemos menos o con las que tenemos menos intercambio”.

Así pues, la información internacional para el país se determina no sólo por la cercanía del hecho, sino por el interés que exista para Colombia, ya sea por la cultura, relaciones diplomáticas o asuntos económicos. Dado a esto, Mauricio Sáenz sugiere que:

De los aspectos más complicados del tema internacional es escoger cuáles son las noticias que pueden trascender e interesarle a un colombiano, en eso podríamos aplicar conceptos de cercanía geográfica o cultural. Uno podría pensar que los temas de América Latina son más importantes, pero también hay a veces informaciones internacionales que tienen un interés por la razón de su naturaleza intrínseca.

Sin embargo, otros periodistas concluyen que los contenidos internacionales y la agenda de este no debe depender de si el hecho afecta a Colombia. Santiago López opina: “No importa dónde suceda, no importa si es muy lejos, pero la magnitud del evento determina esa cercanía con Colombia. Es la magnitud del hecho, su importancia más que la distancia o la cercanía”

Un ejemplo de esto es el criterio que posee María Albarrán para los contenidos internacionales: “Nosotros lo pensamos si es importante en el mundo. Me da igual si queda aquí al lado o en el continente más remoto”.

La opinión de Daniel Salgar frente a este punto es que: “no hay unas categorías porque el día a día de las noticias nos importa y hay que estar atento y enfocado a qué está pasando”. Las agencias de prensa no emplean algún criterio específico para los contenidos internacionales o la jerarquización de la información, no hay interés en donde suceda el hecho. Entonces, se puede contrastar con la palabra de Jofrana González: “No interesa donde suceda, estoy en desacuerdo porque saco la noticia sin pensar si afecta o no, hay que eliminar ese cliché de que porque no me afecta no me importa”.

La transnacionalidad de la información permite que en la construcción de la agenda informativa internacional los hechos del mundo, de cualquier parte, sean tenidos en cuenta. Los criterios no deben establecerse por la ubicación geográfica. No obstante, si bien lo que va a afectar de manera directa será lo que esté cerca, por cuestiones de otros temas como política o economía, lo lejano debe estar presente.

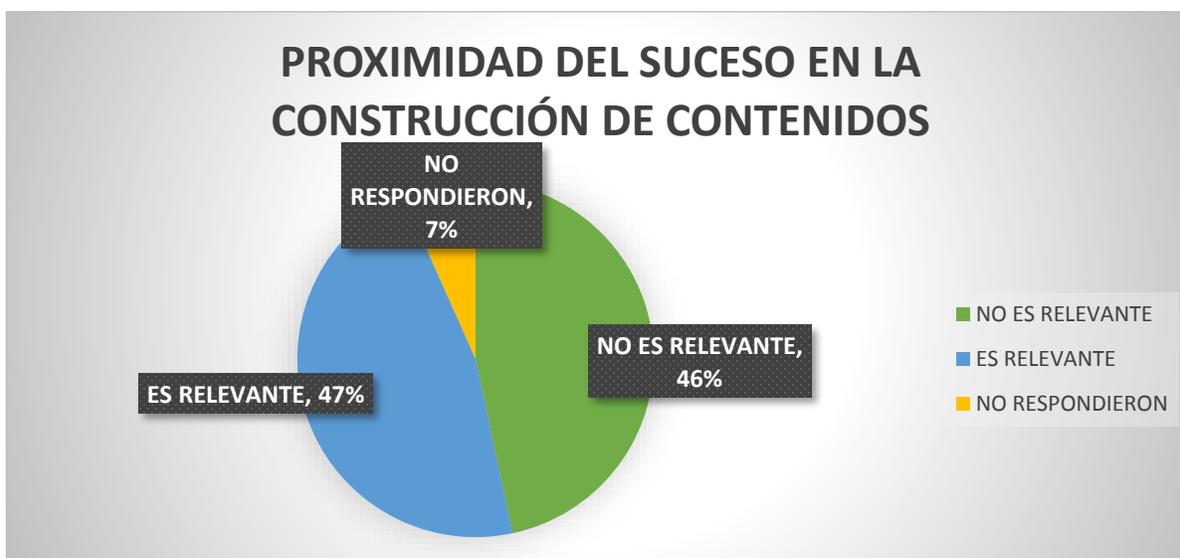
Algunos periodistas consideran relevante empezar las secciones con base en la información que se genera de los países cercanos porque es lo que está afectando nuestra realidad y es válido ese criterio. Pero debe existir la manera de articular la cercanía con otras latitudes para generar noticias e informaciones no sólo variadas, sino que susciten interés por conocer qué hay más allá de las fronteras y lugares que son mencionados a diario por las relaciones diplomáticas que posee Colombia con ellos.

Mayorga (2004) afirma que en la información internacional deben presentarse y exponerse hechos sobre violencia, conflicto, interés humano, emotivos, raros o que muestren el progreso de algo en la humanidad. Es por ello que al momento de construir la agenda informativa, aparte de aludir a lo que se mencionado hay que exhibir estas pautas, con el fin de enseñar una información completa que no genere dudas al público, que conmueva, alegre o indigna. Ahí, también, se cumple la transnacionalidad en el periodismo.

Es por ello que en las respuestas se vislumbran algunos de los aspectos mencionados, la construcción de la agenda informativa internacional posee esas características que entrega el autor, así los periodistas no lo expongan.

Dado a lo anterior, el gráfico 9 evidencia que hay similitud entre las opiniones de relevancia de la proximidad del hecho a la construcción del contenido internacional y el no interés en ello. Así pues, cada periodista escoge según su criterio lo que es más apropiado para contar a la sociedad lo que acaece en el planeta. El 47 % concuerda que, en efecto, la proximidad de un suceso es relevante para que sea incluido y develado en la información Internacional.

Gráfica 9. Proximidad del suceso en la construcción de contenidos.



5.12 FUENTES DE LA INFORMACIÓN

La construcción de la información y contenidos internacionales no se realizaría sin la colaboración de las agencias de prensa y los corresponsales de medios de comunicación alrededor del mundo. Para esta investigación se preguntó acerca de

cuáles son las fuentes que usan los periodistas de los medios seleccionados y los corresponsales que poseen en puntos estratégicos del planeta.

En relación con las agencias de prensa que manejan los medios de comunicación donde laboran los periodistas entrevistados se hallaron coincidencias. A continuación, se exponen las agencias que utilizan los medios de los periodistas entrevistados. En el gráfico 10 se evidencia que *AFP* es la más usada por los medios con un 32 %, seguida de la agencia *EFE*, a la cual le corresponde un 27 %. En tercer lugar está *Reuters* con 18 %, cuarto *Anadolu* con 14 % y finalmente *AP* con un 9 % de empleabilidad.

Un aspecto a resaltar es que, si bien hay concordancia en las agencias de prensa que usan para la información internacional, cada periodista maneja la información de acuerdo con el enfoque que desee. Así no existe una similitud entre las noticias internacionales que exponen los medios de comunicación. Para esta labor, la figura de los corresponsales es relevante, ya que ellos están en el lugar donde se origina el acontecimiento y pueden entregar otro panorama al que posee la agencia de prensa.

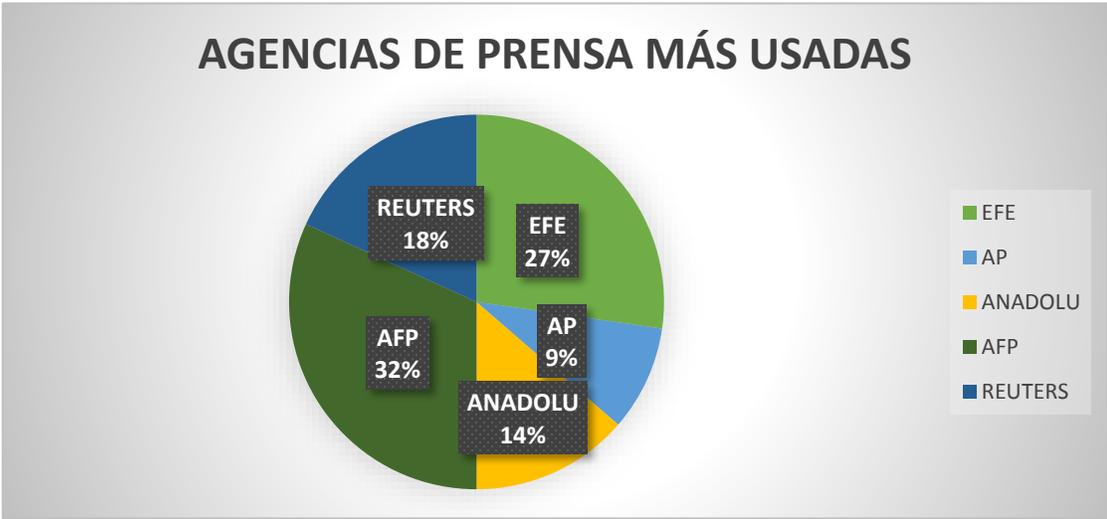
Los medios de comunicación, al parecer, no están interesados en los corresponsales como hace algunos años, en gran medida por las agencias de prensa e internet, el cual permite conocer al instante un suceso en cualquier parte del planeta. Cabe destacar que también hay coincidencia en los lugares donde se encuentran los corresponsales de los medios que se han mencionado, pero el número varía de acuerdo con cada uno.

Lo anterior alude a que donde están los corresponsales son los puntos de más interés para los medios nacionales y, en efecto, Colombia. Sin embargo, se destaca el esfuerzo que existe por poseer un corresponsal en esos lugares.

Hay que destacar que las agencias que predominan son europeas, no hay evidencia de alguna originaria de otras latitudes del mundo, en gran medida porque las que se mencionan son las que hacen presencia alrededor de él; por lo tanto pueden ofrecer información desde cualquier punto de este. No obstante, esa información

debe, en lo posible, contrastarse, con otros medios provenientes de donde se produce el hecho para comprobar y transmitirlos de manera verídica, no caer en el error de reproducir discursos que pueden ser falsos o equívocos.

Gráfico 10. Agencias de prensa más usadas.



Se debe mencionar que a pesar de que *El Espectador* no posee corresponsales, sí cuenta con una red de contactos. Angélica Lagos explica que tiene: “gente que colabora, trabajó aquí y se fue a estudiar afuera, y está ahí en contacto”. Si bien los corresponsales ofrecen una mirada personal a la sociedad acerca del suceso que comentan, Mauricio Sáenz expone: “cada vez hay menos corresponsales. Primero porque son muy costosos para los medios y segundo por la cercanía que hoy en día puede uno tener por cuenta de internet”.

Lo anterior se logra debido a la cercanía que ofrecen las redes sociales e internet. Cualquier persona puede informar y complementar lo que acontece en otras partes del mundo, pero los medios de comunicación deben comprobar la información que surge en ellas. Muchas veces su verificación no es posible en una red de contactos, por lo que el corresponsal y las agencias de prensa son fundamentales para el periodismo internacional.

Tabla 5.
Agencias de prensa

MEDIO	AGENCIAS O CONVENIOS
Cablenoticias	Reuters EFE CNN
El Espectador	EFE AFP
El Tiempo	Reuters AFP
France 24 Español	AP EFE AFP
La W Radio	AFP Reuters EFE
Noticias Caracol	Reuters AFP CBS Alianza de medios de Europa y América Anadolu
RCN Radio	EFE AFP NTN24
Revista Semana	AFP AP
Kien y Ke	Anadolu Sputnik Analítica
Pulzo	Getty AFP EFE Spoky News Actualidad RT PPA
Anadolu	Anadolu

Tabla 6.
Corresponsales en el mundo

MEDIO	CIUDAD	NÚMERO DE CORRESPONSALES
Revista Semana	Buenos Aires	1
	Quito	1
	Caracas	1
	Madrid	1
	Barcelona	1
	Washington	1
	París	1
Kien y Ke	-----	-----
Anadolu en español	Buenos Aires	1
	Ciudad de México	1
	Caracas	1
	Nicaragua	1
	Estados Unidos	2
	Madrid	1
France 24	Alrededor del mundo	200
La W Radio	Alrededor del mundo	18
Noticias Caracol	Caracas	1
	Maracaibo	1
	Táchira	1
	Washington	1
	Miami	1
	Nueva York	1
RCN Radio	Caracas	1
	Madrid	1
	Miami	1
El Tiempo	Washington	1
	Caracas	1
El Espectador	-----	-----

5.13 UBICACIÓN DE LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL

En torno a la ubicación de la información internacional, distintos autores han escrito que se puede establecer en otras áreas. Tulloch (2010) menciona que: “Las noticias internacionales son heterogéneas y no se caracterizan por ser sólo aquellas ubicadas en la sección de Internacional del medio, sino que pueden verse plasmadas en las diversas secciones (...)”. Por ello, se cuestionó a los periodistas frente a esta afirmación. Eduard Soto apunta que:

Una de las cosas que desesperan los lectores de los periódicos es no encontrar las cosas donde antes estaban. Entonces sí creo que las noticias

internacionales tienen que ir en un lugar fijo, establecido, bien marcado con el cabezote que diga internacional.

Pero advierte: “eso no quiere decir que noticias internacionales que involucren a Colombia no puedan ir en la sección de Colombia”. Es decir, si un evento o información relacionada con el extranjero involucra al país, esta debe presentarse en la sección nacional de prensa, radio, televisión y medios digitales. Por otro lado, Angélica Lagos comenta: “sí es bueno que te especialices en una fuente, pero debes tener la capacidad de trabajar con las demás secciones para complementar y analizar la mejor manera de mostrar la noticia”.

Además, que la sección donde se expone el mundo no sólo marca el orden de un noticiero, periódico o portal web, sino que ubica mejor a quien usa el medio. Con base en ello Andreina Solórzano asevera:

Está bien que se haga en una sección específica porque les da orden a las cosas, si estás hablando de un robo en Cali y enseguida hablas de un rifirrafe entre el partido conservador y republicano, pues la gente queda perdida. Sí es importante que se le dé su espacio especial.

Lo anterior sitúa a quien accede a la información internacional en cualquier medio, por lo que Jofra González menciona que estos contenidos: “sí deben estar segmentados, así como está segmentado deportes, economía”.

No obstante, Dora Glottman aclara: “hay cosas que van dentro de la sección pues porque irán, pero cuando es algo que nos va a pegar de alguna manera, creo que se deben poner en generales”. Entonces, la información internacional sí debe estar en una sección específica, pero en un caso concreto que involucre al país puede mencionarse en otro apartado de los informativos.

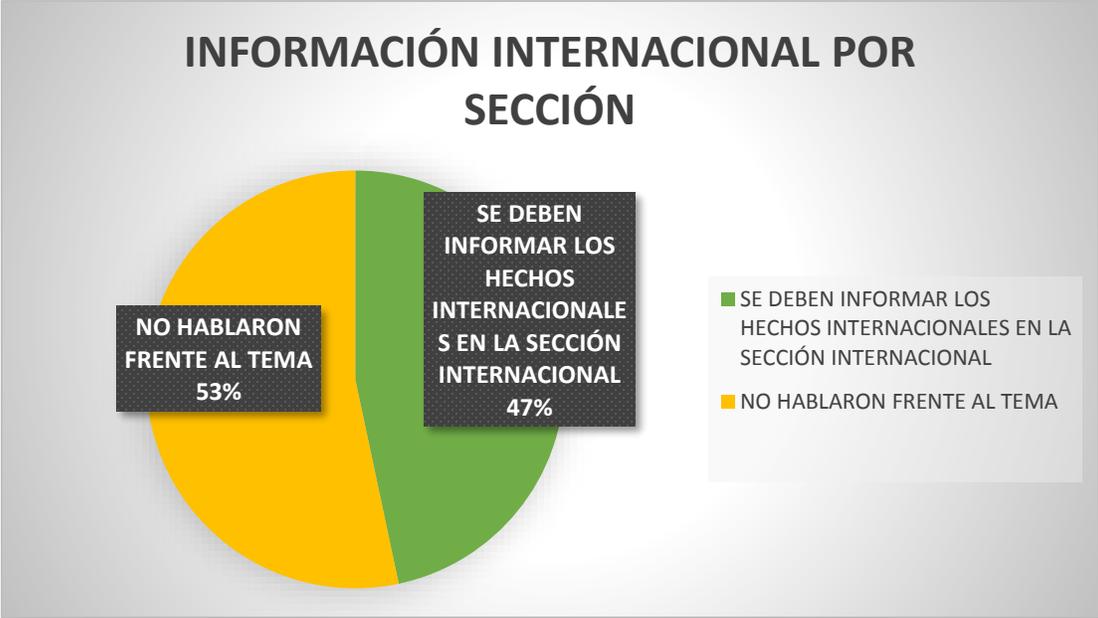
El debate sobre la ubicación de la información internacional es necesario porque al interferir asuntos externos en nuestra realidad el orden de la continuidad informativa cambia. Si una situación internacional afecta al país y es de relevancia debe establecerse entre las más destacadas del noticiero o página, pues es un aspecto transnacional, incidirá en diversos contextos nacionales y la opinión pública. Sin

embargo, cuando se analiza la situación y con base en los criterios puede hallarse en su sección habitual –internacional–, debe trasladarse a esta.

Además, la historia de las secciones internacionales ha evidenciado que en algunas ocasiones los contenidos extranjeros se han trasladado para abrir la página o noticiero u otros aspectos, pero sólo en situaciones que lo requieran. En general, siempre estarán en su sección hasta que el periodista lo decida o el mismo acontecimiento lo solicite por su relevancia informativa.

Con base en lo anterior y de acuerdo con la gráfica 11, el 47 % de los periodistas entrevistados manifestaron su acuerdo en torno a que la información internacional se debe presentar en una sección y no en otras de acuerdo con su temática, dado que orienta a quien lee, escucha o ve los contenidos internacionales.

Gráfico 11. Información internacional por sección



5.14 IDIOMAS, HERRAMIENTA INELUDIBLE

Para la gran mayoría es indispensable el dominio de otros idiomas, debido a que como periodistas internacionales pueden viajar a otras latitudes o recibir material en inglés para el desarrollo de sus labores. Eduard Soto afirma que “estamos exigiendo idiomas y que hablen otros”. Es decir, la preparación académica para ejercer como periodista en esta rama debe ser rigurosa; a lo que Santiago López apunta también: “hacen falta personas que tengan los idiomas”.

Con la globalización inmersa en la cotidianidad, saber o destacar en otros idiomas se convierte en una herramienta importante para expresarse e informarse con el mundo. El periodista está en la obligación de conocerlos para comunicarse de forma eficiente no sólo con su entorno, sino con la información que se genera desde otras partes del mundo. El mercado laboral exige este requisito que, cada vez, es necesario para todas las áreas profesionales, pero en el periodismo es más indispensable porque el periodista, al ser quien muestra lo que acontece a una sociedad, debe saber todo que esté en torno al suceso para transmitirlo de una forma eficaz y elocuente.

En ese orden de ideas, el conocimiento en otra lengua “es fundamental”, como aclara María Albarrán: “Es ineludible tener un mínimo alto de inglés, no un mínimo bajo porque la gran producción de noticias internacionales se hace en inglés”. Además que es una ventaja para trabajar en este tema, así lo señala Mauricio Romero: “sí es clave el inglés y es uno de los requisitos cuando contrato mi gente, tienen que hablar inglés perfecto, por lo menos entenderlo y leerlo bien, y muy buena comprensión de escucha”.²¹

Así pues, la formación en idiomas es primordial para laborar frente al periodismo internacional. No sólo por lo fundamental que es para este campo, sino porque permite que el periodista interactúe con otras culturas, formas de vida, actuar, pensar y ver lo que sucede alrededor del mundo. Además, en la actualidad los periodistas son ejemplo para la sociedad, por lo que evidenciar que los idiomas son

²¹ (M. Romero, comunicación personal, 19 de febrero del 2019).

aspectos trascendentales en la labor periodística ayuda a que las nuevas generaciones de este campo sean más analíticas, interesadas en situaciones extranjeras y expliquen mejor los hechos del planeta.

5.15 LA LABOR PEDAGÓGICA

Si bien ya se expusieron las definiciones sobre periodismo internacional, hay una que resalta de las demás y es la de Daniel Salgar: “es un periodismo más narrativo y contextual donde siempre se va a requerir que el periodista tenga muchos elementos de análisis sobre política internacional, derecho internacional, economía internacional para poder digerir o decantar asuntos que son complejos”. Es decir, el profesional de esta especialidad debe poseer herramientas y conocimientos para analizar y aclarar a su público lo que pasa en el mundo.

Al ser un periodismo narrativo y contextual, el periodismo internacional se permite tener una labor pedagógica con la sociedad. Si bien el periodismo, en general, realiza esta actividad, en el internacional se resalta, como acuerda Margarita Rojas: “En la selección de contenidos cuestionamos cosas y tratamos siempre de exaltar valores y educar, aunque sabemos que a veces toca contar tiroteos, masacres y eso es muy difícil”. Se puede afirmar que el criterio de la emotividad se aplica en la selección de contenidos.

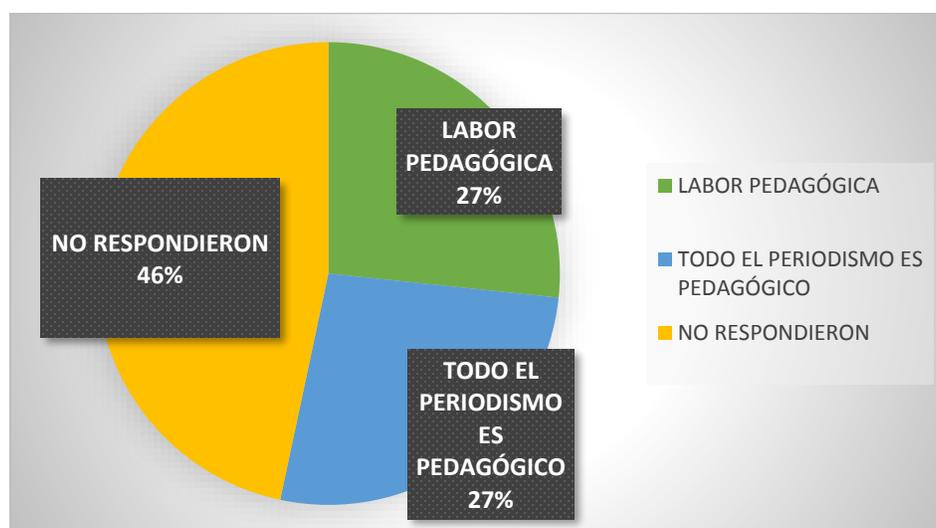
En esto acierta Eduard Soto: “El tema de la pedagogía es muy importante lo que se puede hacer porque los lectores y nuestras audiencias agradecen mucho que les expliquen las cosas que están sucediendo en otros países, los conflictos, por qué sucede esto”. Entonces, al interpretar los acontecimientos internacionales, el periodista usa herramientas como otros idiomas y el contraste de información.

A este punto es significativo entender la conexión entre el periodismo y la pedagogía con la sociedad. Según Mauricio Sáenz: “Uno termina contándole a la gente una cantidad de cosas que no sabe y puede ser interesante que sepa, y eso ha tenido un desarrollo importante en cuanto al mundo globalizado”. Es de resaltar que el periodismo internacional sí ayuda a formar conocimiento con relación al planeta,

cómo está conformado y qué lo afecta, de eso trata la globalización. La pedagogía en este campo periodístico fomenta que la sociedad comprenda cómo se encuentra rodeado y se instruya de saberes que constituirán formas de pensar más críticas.

Así pues, el 27 % de los periodistas entrevistados afirmó que todo el periodismo cumple la labor pedagógica; sin embargo, otro 27 % concluye que el periodismo internacional la ejerce a mayor profundidad porque son aspectos del mundo los que se reducen para contextualizarlos a la sociedad colombiana. Hay una similitud de opiniones entre los anteriores, mientras que un 46 % no mencionó a la pedagogía en el periodismo internacional o general.

Gráfico 12. Labor pedagógica en el periodismo internacional.



5.16 PERIODISMO INTERNACIONAL Y LA WEB

En la actualidad, internet abarca la cotidianidad de la sociedad y, por ende, al periodismo. La rama internacional no está aislada de este fenómeno, por lo que periodistas que representan a cada formato seleccionado (radio, televisión, prensa

y medios digitales) fueron cuestionados frente a la importancia de la web para saber quiénes los ven, leen o escuchan.

Eduard Soto señala que: “el celular se volvió fundamental y la realidad es que cada vez leen más a través de los celulares que en la pantalla un computador o en el papel, estamos en preparación para asumir algo que ya es evidente”. Mientras que Mauricio Romero apunta a:

En diez años, sitios web o portales web noticiosos no existirán porque estos cambian demasiado rápido. Entonces va a haber un momento en que estos medios digitales también se vayan hacia las redes sociales y comiencen a explotar mucho más por ahí o a generar incluso noticias.

Además advierte:

Muchos medios tradicionales de Colombia se están durmiendo en los laureles o no han sabido cómo aprovechar esa ola de tecnología, cómo potencializar eso o no tienen las herramientas para saltar a ello y están perdiendo mucho público por esa razón. Pero siento que el futuro va a seguir siendo el tema digital.

En ese orden de ideas, Santiago López se refiere a que: “las redes sociales llegaron para quedarse y son parte de nosotros y de los medios, pero tenemos que aprender a manejarlas”, y para eso hay que tener cuidado con las noticias falsas o *Fake news*, dado que pueden interferir en la labor del periodista y ocasionar inconvenientes. Por ello, Mauricio Romero explica: “Primero mirar la fecha del video, de dónde viene, cuál es la cuenta, en qué otros medios han salido y tener también un olfato periodístico; estar muy pendiente de todo lo que sale en internet”.

Se puede afirmar que internet y redes sociales son instrumentos que facilitan el ejercicio del periodismo internacional, ya que permiten encontrar información e interactuar con el público, pero teniendo precaución de no encontrarse con noticias falsas, por ello la importancia de su verificación con otros medios y fuentes. De igual manera, estas herramientas posibilitan la medición de cuántas personas los leen, escuchan u observan; sin embargo, esa es una cuestión que serviría para analizar y estudiar a profundidad en otra oportunidad. Por consiguiente, para los periodistas

internet es una herramienta significativa porque favorece la búsqueda y comprobación de noticias, les ayuda a medir lo que el público consume en sus secciones y a interactuar con ellos.

5.17 ESPACIOS PARA EL PERIODISMO INTERNACIONAL

Si bien en Colombia existen múltiples y diversos medios de comunicación, sea de televisión, radio, prensa y digitales, hay que develar si son necesarios más espacios para desarrollar los contenidos internacionales. Por tanto, este aspecto fue fundamental para develar las fortalezas y debilidades de esta rama periodística en el país. Margarita Rojas declara que: “Es necesario, además los espacios han venido ampliándose y tienen mucho potencial, por crecer y hay más opciones, no necesariamente en la televisión, hay canales alternos, en digital hay contenidos alternativos que hoy en día la gente joven está consumiendo”.

A su vez reitera: “Hay más por explorar y también el tema es que hay bastante información llegando, se puede explotar y expresar más porque tenemos muchas emisiones, lo que no sale en una sale en otra”. En ese mismo orden de ideas, María Albarrán asegura que siempre serán bienvenidos los espacios. “todos los que se puedan abrir van a ser buenos”. Dado que “es importante que aquí –en Colombia– el periodismo y el cubrimiento internacional se tome más en serio”, manifiesta Daniel Salgar.

Para esto, tal vez, se requieran más medios de comunicación, como lo explica Eduard Soto: “En Colombia hay un problema y es que los medios de comunicación son escasos, cada vez hay menos. Antes había un montón de periódicos, emisoras, revistas, pero la fragmentación de los mercados ha hecho que estos disminuyan”.

Ahora bien, puede que se requieran más espacios, pero, al parecer, los que existen son los que el público solicita. Andreina Solórzano comenta: “seguramente los espacios que se tienen son los suficientes porque son los que la gente demanda. Creería lo que hay ahora es lo que el público colombiano quiere, quisiera que fuesen más”.

Pero mientras se genera una solución a lo exhibido, se pueden revitalizar los que existen, como asevera David González: “Se necesitan revitalizar los espacios que hay, darle la importancia que se merecen”. Y con ese resurgimiento que se realice, explica David, se podría: “tener un poco más de consciencia de que Colombia no está aislada, que hace parte de un sistema global“. Asimismo, Angélica Lagos declara: “Que haya espacios o no, pues es que los nuevos medios hacen que haya espacios. Hoy cualquiera es su propio medio de comunicación. Si eres muy bueno explicando un tema, eres tu propio medio”.

Por otra parte, Eduardo Bonces no está de acuerdo con la necesidad de más espacios. Él considera que:

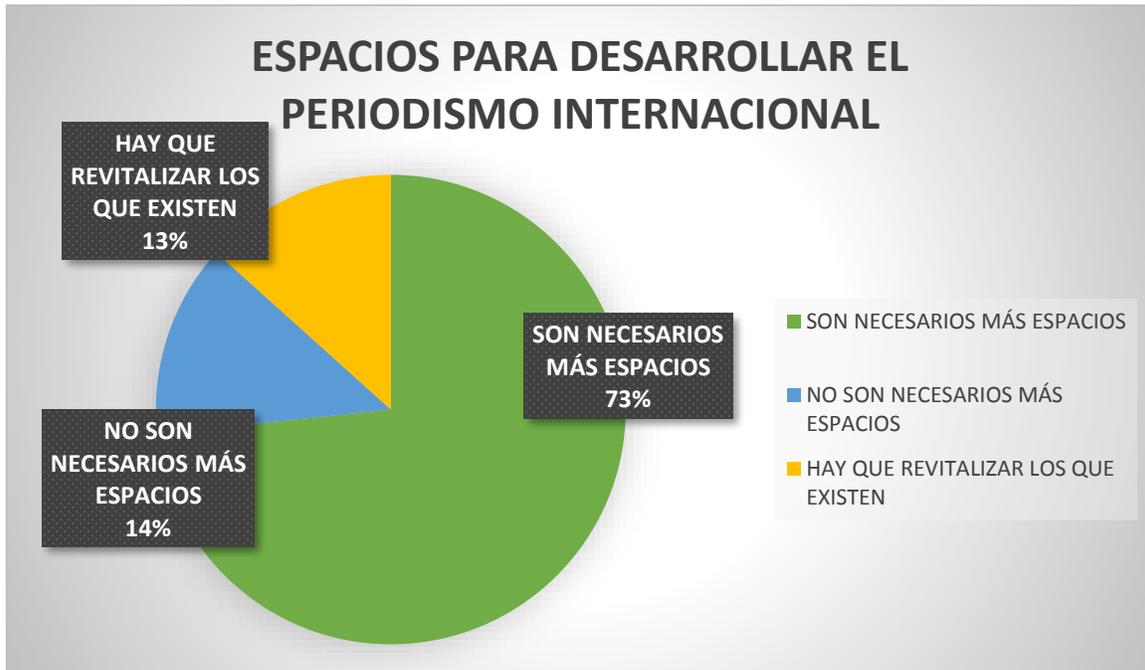
El periodismo internacional hace un muy buen papel en Colombia, tiene un excelente cubrimiento, hace una excelente investigación, pero Colombia es un país que tiene demasiado por trabajar en sí mismo antes que volcarse afuera.

Se puede deducir que existe una opinión positiva frente a la necesidad de más espacios para desarrollar los contenidos internacionales, en parte porque los periodistas indagados laboran en torno a este tema, pero ven la exigencia que se halla en la sociedad por saber qué pasa más allá del contexto nacional.

En gran medida, si se abren dichos espacios en el periodismo habrá una revitalización de los espacios y más periodistas, apasionados por el tema, podrán desempeñarse en él. Puede verse la negación a espacios como una falta de interés por parte del periodista a explicar el mundo, lo que se ha mencionado en párrafos anteriores es que del mismo existe la posibilidad de traer soluciones a nuestra coyuntura. Así que mostrar lo que pasa en el mundo tiene relevancia.

Así pues, una mínima parte de los periodistas evidencia que los espacios para desarrollar la información internacional son suficientes, mientras que otros consideran que se deben revitalizar dichas secciones en los múltiples medios que existen y que se generan a partir del internet.

Gráfico 13. Espacios para desarrollar el periodismo internacional



El gráfico 13 refleja que el 73 % de los periodistas entrevistados argumentaron estar de acuerdo con incrementar los espacios para desarrollar el periodismo internacional en Colombia.

5.18 PERIODISTAS ESPECIALIZADOS EN EL CAMPO INTERNACIONAL

En relación con los espacios, se indagó en torno a la necesidad de más periodistas para desarrollar el campo internacional en los diferentes medios de comunicación en sus diversos formatos: radio, televisión, prensa y digital. Jofrana González expone que:

Si abren más espacios en el tema internacional se tiene que educar más a los periodistas, a los que están saliendo de las universidades, estudiantes o graduandos de periodismo en la fuente internacional. De hecho, eso es una deficiencia en el sistema académico universitario. Estamos enfocando al periodista a la política colombiana, deportes o espectáculo porque sale en televisión y esto va más allá.

Al igual que la formación, se debe inculcar un pensamiento más crítico en relación con lo que pasa en el mundo, en especial lo que acaece en la región. Daniel Salgar sostiene:

Es importante que haya formación de periodistas internacionales con un sentido más crítico. Es fundamental que empecemos a cubrir Latinoamérica de manera responsable; ni a los mismos periodistas internacionales les importa, estamos muy enfocados en cubrir Estados Unidos y Europa.

Si bien se requieren más periodistas, hay que tener claro lo que advierte Eduard Soto: “se necesitan periodistas con perfil superior al que había hasta hace algunos años”. Es decir, los profesionales para esta especialidad no sólo deben poseer dominio de idiomas, sino de otras competencias como manejo de contenidos multimedia.

Sumado a esto, Santiago López afirma que si bien: “hay un gran vacío de periodistas internacionales”, también:

Hacen falta más periodistas que tengan la cultura y contexto internacional, que entiendan la historia porque lo que resulta interesante del periodismo internacional es que cuando cuentas una noticia de algún hecho, como no ocurre al lado tuyo, lo tienes que explicar al televidente. Entonces eso va con un contexto o con un poco de historia, eso enriquece más que una simple noticia.

Asimismo, Valentina Antolínez asegura que: “se necesitan más periodistas y prepararnos mucho, una capacitación continua”. Además, que los periodistas dedicados a este campo conducen a las nuevas generaciones a lo que les atrae. Margarita Rojas argumenta que: “los jóvenes siempre están mirando para afuera, pensando en irse, en estudiar afuera. Ellos tienen un concepto distinto del mundo, les interesa mucho”.

Por otro lado, María Albarrán sostiene que:

No son necesarios más, lo que se necesitan son más periodistas que le cuenten a la gente lo que pasa en el mundo, puede que no tenga que ver en que te va a afectar directamente, pero tiene que ver con entender el mundo,

a lo mejor son historias que tocan, inspiran, dan ganas de saber, son cosas que pueden despertar curiosidad.

Por otro lado, David González señala que la necesidad de periodistas enfocados a lo internacional se daría a medida que aumenten los espacios:

Eso se iría dando a medida que se fortalecieran los espacios porque un periodista ahorita, como está la situación, tiene que estar donde pueda trabajar y pienso que hay muchos periodistas buenos en Colombia cubriendo incluso temas relevantes, pero que han tenido que buscar espacios en otros medios porque en Colombia no los encuentra.

Además, hay que tener claro que el periodismo internacional: “enseña a ver el mundo” como Jofrana González insiste y además que:

Hay que formar a los periodistas en la fuente internacional, enseñarlos a enamorarse de ella, mostrarles que da una visión global de lo que está pasando sin necesidad de aprender un libro de historia o política. Vas a saber tanto que todo el mundo te va a preguntar, van a querer que le digas, la haces divertida, sabrosa, la disfrutas. Allí donde está la clave para formar más periodistas.

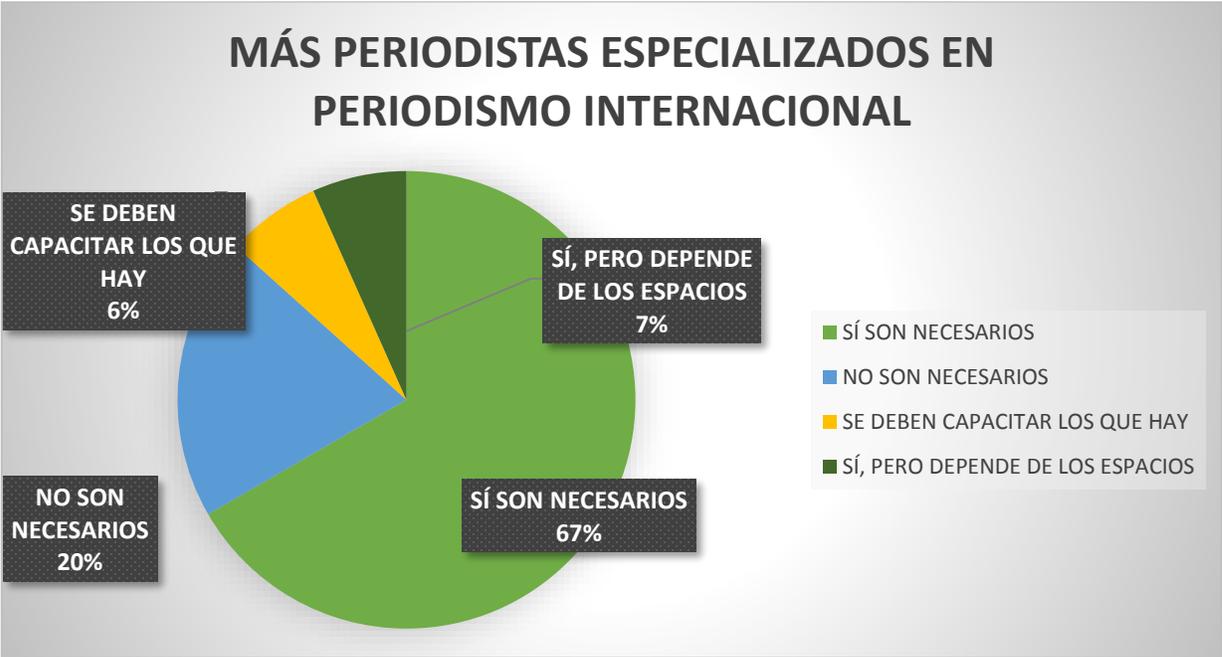
Existe la necesidad de más periodistas que laboren en torno a lo internacional, pero deben tener algunas características, pero más allá deben capacitarse y exigir los espacios que en punto anterior se explicó. El periodista encargado de los temas internacionales debe reunir la mayor cantidad de requisitos que se han obtenido en esta investigación, debido a que así va a satisfacer las exigencias de una sociedad que urge de información de calidad, más aún cuando se trata de temas complejos y que pueden estar lejos de su alcance.

Los periodistas especializados deben generar inquietudes en sus públicos y suscitarles algo para que, además de estar informados por ellos –periodistas–, indaguen acerca de los temas o hechos que les llaman la atención. De modo que la preparación rigurosa y constante del periodista internacional es una obligación, por

eso la cantidad de entrevistados afirmaron estar de acuerdo con esa apreciación, la necesidad de profesionales expertos en este campo.

El 67 % de los entrevistados señaló que sí es necesario formar más periodistas acerca de esta especialidad e incluso se debe realizar desde la academia.

Gráfica 14. Más periodistas especializados en periodismo internacional



CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

Se encontraron conclusiones en materia de debilidades y fortalezas que a continuación se expondrán. Es de destacar la falta de periodistas, espacios y preparación para este campo, pero se devela que es periodismo transnacional por las características que posee, además de hallazgos relevantes que alimentan la formación de conocimiento para el periodismo internacional.

6.1 DEBILIDADES

Son escasos los periodistas que se encargan del periodismo internacional en los diferentes medios de comunicación, ya sea en televisión, prensa, radio o medios digitales. Sin embargo, la televisión posee un equipo más robusto de periodistas internacionales que se han preparado en torno a este campo. Esto se evidencia en la cantidad de profesionales del periodismo internacional en televisión que colaboraron con el presente trabajo.

El hallazgo de profesionales de otras áreas como Filosofía y Política se entiende como la necesidad de que los periodistas dominen otras áreas de estudio, posean conocimientos acerca de diversos temas para que cumplan la labor del periodismo internacional de forma acertada y contribuyan con aspectos que deben ser relevantes para informar e interpretar del mundo a la sociedad.

Una de las falencias que posee el ejercicio del periodismo internacional en el país es el desconocimiento de idiomas. Si bien el español es el idioma oficial en Colombia, al laborar en esta rama periodística se convierte en eje fundamental poseer dominio en otras lenguas para así entender, traducir y analizar no sólo los materiales que llegan de otras partes del mundo, sino comunicar a diferentes zonas del planeta lo que en el país acaece y presentar una información bien interpretada ante sus públicos. Así pues, un periodista que labore frente a la fuente internacional está en la obligación de saber inglés, en un principio, y resaltar en otros idiomas.

Se refleja además que son necesarios más espacios para desarrollar la información que procede de otras latitudes, ver cómo está compuesto el mundo y los temas que

giran en torno a él; pero el escenario político, económico, social y cultural del país no lo ha permitido del todo.

En ese orden de ideas, es urgente que en los formatos de televisión, prensa, medios digitales y radio se propicien los espacios para producir más contenidos internacionales; ya que sería uno de los modos para considerar que Colombia no es el centro de atención del planeta, que si no fuera por los últimos eventos que la han hecho resaltar –como el Proceso de Paz– y su geografía, nuestro país sería un territorio más en el mundo.

Otro aspecto es la falta de profesionales en este campo que conozcan el contexto mundial, sepan sobre cultura, política, economía, geopolítica, historia y temas adyacentes que generen curiosidad, formen audiencias capaces de opinar con argumentos, otorguen contenidos para dialogar y cuestionar qué pasa en el mundo, y sus efectos en el país.

Hay que mencionar que si bien todo lo que ocurre en el planeta no puede afectar directamente a Colombia, sí lo hará de manera indirecta, dado que existen colombianos en otras latitudes, personas con negocios en diversos países, individuos que desean viajar y conocer el mundo; por lo tanto informar acerca del planeta sí es relevante, contar los temas más importantes de los cinco continentes para obtener una visión de lo que habla, padece y alegra al contexto global.

De igual manera, los hechos que se exhiben hacen referencia a lo que pasa cerca del país y las relaciones diplomáticas que mantenemos con lugares importantes para Colombia. Sin embargo, impartir información en torno a la proximidad e interés del país, a veces, satura a los públicos que se deciden por ver, escuchar o leer otro tipo de contenidos. Son pocas las ocasiones en que muestran otras situaciones, claro está que eso sucede cuando son relevantes según el criterio del periodista. Esta es la forma en que se construye la agenda informativa en la mayoría de los medios para los que trabajan los periodistas entrevistados.

Cabe resaltar que las agencias de prensa e internet son puntos favorables para el desarrollo del periodismo internacional, pero la figura del corresponsal es

significativa para exponer el mundo a la sociedad colombiana. Se evidencia que son escasos y los que permanecen están en puntos clave donde Colombia tiene predilección, sea en política o economía; por lo que es relevante incentivar y realizar el esfuerzo de recuperar la imagen del corresponsal y trasladarlo a otros países que por la globalización se deben tener en cuenta, como China.

6.2 FORTALEZAS

Sin lugar a duda, en la actualidad el periodismo internacional es transnacional, porque traspasa las fronteras, muros y barreras que se han colocado durante años alrededor del planeta. La información que se produce en otras partes del mundo y se muestra en los contenidos internacionales de diversos formatos toca fibras, consciencias y mueve pensamientos. Esos acontecimientos generan, de alguna manera, interés en otras sociedades y es lo que propicia la transnacionalidad de los hechos mundiales.

Dado esto, el periodismo internacional es transnacional. Aunque es un concepto que se empieza a trabajar en el periodismo, quizás en un futuro se hable de noticias transnacionales; debido al impacto que generan estas informaciones, sea de forma positiva o negativa.

Con lo anterior, la labor pedagógica aparece y se desempeña en este campo periodístico. La sociedad colombiana está inmersa en los sucesos nacionales y, de un modo u otro, los entiende; pero la labor del periodista internacional es explicar y desmenuzar el mundo a la ciudadanía de la mejor manera posible. Esta tarea es trascendental porque es la forma en que los colombianos pueden entender, analizar, apreciar, admirar e inquietarse con el vasto número de comunidades, países, hallazgos históricos, encuentros, formas de pensar, actuar, conflictos y otros aspectos que rodean el país.

Por otro lado, internet y las plataformas digitales permiten la creación de espacios para generar contenidos internacionales, incluso cualquier persona puede originarlos. Aquí se encuentra una clave para emprender en el periodismo con ideas

e información que conecten más a Colombia con los sucesos del mundo. Entonces, los jóvenes, quienes son los que están pendientes de los acontecimientos mundiales porque necesitan explorar el planeta, pueden indagar y contar los hechos de este a la sociedad, ya que estamos interconectados con lo que es noticia alrededor de la tierra.

El aumento del interés por lo internacional también se debe a que Colombia está siendo vista con buenos ojos en el mundo. Por la buena imagen en el exterior y su ubicación clave en medio del continente americano, empresas llegan al país a establecerse e incentivan a que los colombianos conozcamos lo que pasa fuera de los cuatro puntos cardinales de la nación, más allá de Venezuela, Estados Unidos y Europa. Para esto, los informativos internacionales se han establecido como secciones, lo cual ayuda a que el público se sitúe, comprenda y se genere recordación en torno a un hecho internacional de diversas índoles.

Finalmente, el periodismo internacional es la forma más especial de no sólo descifrar lo que pasa en el mundo, sino de dejar de vernos como el centro de este, que interactuamos de varias formas en él y hallar otras realidades. Así aprendemos distintos temas que nos llenan de conocimiento, nos pueden inspirar, ayudan a encontrar otras formas de pensar, vivir y evitar conflictos.

A su vez, este campo periodístico nos acerca el mundo en una imagen o voz. Asimilar que aunque el mundo es enorme, las sociedades somos diminutas, poseemos similitudes y tenemos diferencias que nos hacen únicos, contribuye a que se concientice que habitamos en medio de culturas, valiosos recursos ambientales, humanos y materiales que debemos conservar para las futuras generaciones.

Asimismo, el periodismo internacional permite dar a conocer a Colombia, presentar una realidad distinta a la que poseíamos hace 30 años, que contamos con increíbles compatriotas que han dejado el nombre del país en lo más alto en distintos escenarios a nivel mundial, que hay gente que posee grandes virtudes que contribuyen a la transformación de la sociedad y realizan actividades que llenan de orgullo a una nación.

6.3 PARA TENER EN CUENTA

Es fundamental estudiar temas de Historia, Relaciones o Asuntos Internacionales para ejercer en este campo periodístico, debido a que ofrecen diversos conocimientos para entender y explicar fenómenos mundiales a la sociedad a través de la información que transmiten.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, C. (2015). Un acercamiento a la historia del radioperiodismo en Colombia.

Alessandri, F. (1993). Periodismo internacional: la ruptura de fronteras. *Cuadernos.info*, (8),82-87. Recuperado de: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/319/716>

AP. (s.f.). *NUESTRA HISTORIA*. Recuperado de: <https://www.ap.org/es/sobre-nosotros/nuestra-historia/>

Aragón, F. (2010). *Colombia y su poder geopolítico* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Borderia, E., Laguna, A., y Martínez, F. (2015). *HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL. VOCES, REGISTROS Y CONCIENCIAS*. Madrid, España: SINTESIS.

Caracol Televisión. (Productor). (2017). *La voz de todos, la historia de la radio en Colombia*. [YouTube]. De <https://www.youtube.com/watch?v=P1EuEM1Qbmw>

Carmona, A., Castrillón, S., Correa, D., y Quinceno, D. (s.f.). Ciberperiodismo en Colombia: 20 años de recorrido. Recuperado de: <http://delaurbe.udea.edu.co/2016/08/26/ciberperiodismo-en-colombia-20-anos-de-recorrido/>

Colombia-inn. (2018). *Facebook supera los 20 millones de usuarios en Colombia*. Bogotá: Colombia-inn. Recuperado de: <http://colombia-inn.com.co/facebook-supera-los-20-millones-de-usuarios-en-colombia/>

Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre periodismo: manual de periodismo internacional*. Barcelona, España. Anagrama.

Cortes, M. (2012). *Una sola forma de ver la información internacional en tres noticieros nacionales* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Del Socorro, M. (1791). Papel periódico de la Ciudad de Santafé de Bogotá.
Recuperado de:
http://catalogoenlinea.bibliotecanacional.gov.co/client/es_ES/search/asset/18304/0

Flores, M. (2016). LA GLOBALIZACIÓN COMO FENÓMENO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL. *Orbis, Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 12(34), 26-41. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/html/709/70946593002/>

García, V., y Gutiérrez, L. (2016). Colombia. En Salaverría, R. (Ed)., *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. (pp. 79-91). Madrid, España: Ariel, S.A.

Gómez, J., Hernández, J., Gutiérrez, L., Arango, G., y Franco, A. (2006). Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teleinformativos de la televisión abierta en Colombia. *Palabra Clave*, 13(2), 217-255. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a02.pdf>

Gómez, J. (2001). Periodismo de calidad para una sociedad global. *Pasajes: Revista de pensamiento contemporáneo*, (7), 26-36. Recuperado de:
<https://core.ac.uk/download/pdf/71045277.pdf>

González, P. (2018). *Qué es la Agencia Reuters*. España: ok diario. Recuperado de: <https://okdiario.com/curiosidades/2018/09/17/que-agencia-reuters-3121685>

Halperín, J. (1995). *La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública*. Recuperado de:
https://seminarioytallerescritura.files.wordpress.com/2018/04/halperin-la-entrevista-periodistica_primeras-pag.pdf

Hoyos, M. (2009). *Carencias de la información internacional en la prensa escrita colombiana* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

IBERIA RADIO TELEVISIÓN INTERNACIONAL, (s.f.). *Agencias de Noticias*. Recuperado de: http://www.iberiartv.org/qu_es_una_agencia.html

Increta Colombia, (2018). *Estadísticas marketing digital Colombia 2018*. Observatorio eCommerce. Recuperado de: <https://www.observatorioecommerce.com.co/estadisticas-marketing-digital-colombia-2018/>

Kapusiński, R. (2001, 05, 01). Kapuscinski: el periodismo como pasión, entendimiento y aprendizaje. *Revista mexicana de comunicación*. Recuperado de: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2001/05/01/kapuscinski-el-periodismo-como-pasion-entendimiento-y-aprendizaje/>

La historia de los medios. (2010). *LAS AGENCIAS DE NOTICIAS*. Venezuela. Recuperado de: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2014/08/20/hace-70-anos-el-primer-reporte-de-afp/>

Lechuga, R., Guasch, V., y Mora, C. (1990). *Las agencias internacionales de noticias*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.

Lepetit, S. (2004). *Redacción de la información internacional en el periódico "El Tiempo"* (Tesis de especialización). Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia.

Lozano, P. (1993). La información internacional como reto comunicativo. *COMMUNICATION & SOCIETY*, 6(1 y 2). Recuperado de: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=246

- Martínez, O. (2010). *SEMILLAS DE PERIODISMO. ÉTICA, INFORMACIÓN Y DEMOCRACIA*. Recuperado de: <http://derejo.org/omar/semillas-de-periodismo.pdf>
- Mayorga, A. (2004). Las noticias internacionales y la dependencia de los canales de televisión chilenos con los centros generadores de noticias. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (11 y12), 185-200. Recuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/67552/revista-comunicacion-ambitos-11-12_177-192.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mc Luhan, M., Y Powers, B. (1989). *La Aldea Global*. Recuperado de: https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf
- Murciano, M. (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A.
- Olmos, V. (1997). *HISTORIA DE LA AGENCIA EFE, el mundo en español*. Madrid, España: Espasa Calpe S.A.
- Palma, O. (10 de septiembre de 2016). Un enemigo sin rostro ni territorio. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/elmundo/un-enemigo-sin-rostro-ni-territorio-articulo-654132>
- Pértegas, S., y Pitas, S. (2002). Investigación cualitativa y cuantitativa. *Cadernos de atención primaria*, 9 (2), 76-78. Recuperado de: https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp
- Piedrahita, J. (2017). Héctor Mora: el aventurero de siempre. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/hector-mora-el-aventurero-de-siempre-articulo-705013>
- Sampaio, A. (2012). Sociedad tecnocrática y el neo-tribalismo: una discusión acerca del pensamiento contemporáneo y las nuevas tecnologías de

comunicación. *Em questão*, 18(2), 57-70. Recuperado de:
<https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/viewFile/32044/23667>

Sánchez, E. (24 de marzo del 2015). 75 años capturando la realidad mundial. *El Tiempo*. Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15452888>

Señal Colombia. (Productor). (2014). *La época de las noticias inofensivas- Todo lo que vimos*. [YouTube]. De
<https://www.youtube.com/watch?v=PxDPeExU7jk>

Tulloch, C. (2010). Cuando las noticias llegan del extranjero. En Camacho, I. (Ed), *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. (pp. 193-211). Zamora, España: COMUNICACIÓN SOCIAL. Ediciones y publicaciones.

Vallejo, M. (2006). *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia (1880-1980)*. Bogotá, Colombia: Planeta.

Vasilachis, A. (2006). La investigación cualitativa. En Vasilachis, A (Ed.), *Estrategias de la investigación cualitativa* (pp. 23-64). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

ENTREVISTAS

(A. Gómez, comunicación personal, 19 de diciembre del 2018).

(A. Lagos, comunicación personal, 10 de diciembre del 2018).

(A. Solórzano, comunicación personal, 5 de diciembre del 2018).

(D. Glottman, comunicación personal, 30 de noviembre del 2018).

(D. González, comunicación personal, 2 de diciembre del 2018).

(D. Salgar, comunicación personal, 28 de enero del 2019).

(E. Bonces, comunicación personal, 26 de enero del 2019).

(E. Soto, comunicación personal, 27 de noviembre del 2018).

(J. González, comunicación personal, 11 de diciembre del 2018).

(M. Albarrán, comunicación personal, 11 de diciembre del 2018).

(M. Rojas, comunicación personal, 3 de diciembre del 2018).

(M. Romero, comunicación personal, 28 de enero del 2019).

(M. Sáenz, comunicación personal, 19 de febrero del 2019).

(S. López, comunicación personal, 6 de diciembre del 2018).

(V. Antolínez, comunicación personal, 6 de diciembre del 2018).