



*Universidad del Salvador*  
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

### **Trabajo Final de Licenciatura**

**Carrera:** Licenciatura en Periodismo

**Tipo de trabajo:** Informe

**Tema:** Información periodística internacional: el área de servicios especiales del diario *La Nación*

**Alumna:** Teresa Batalláñez

**Director de la Carrera:** Daniel Sinópoli

**Fecha:** Octubre de 2003



**Teléfonos:** 4319 1678 (trabajo); 4806 9882 (particular)  
**E-mail:** tbatallanez@lanacion.com.ar

*Información periodística internacional:*

*el área de servicios especiales del diario La Nación*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# Indice

<b><u>Introducción</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>Capítulo 1</u></b> .....	<b>10</b>
<b>Qué son los servicios periodísticos especiales</b>	
a) Definición.....	10
b) Proveedores.....	11
c) Las vías de recepción .....	17
d) Los géneros y formatos periodísticos.....	20
e) Los tipos de contratación.....	26
<b><u>Capítulo 2</u></b> .....	<b>30</b>
<b>Dinámica de trabajo de la sección</b>	
<b>El camino de la información internacional de un medio a otro</b>	
a) Revisión matutina.....	30
b) Reunión de editores periodísticos .....	33
c) Distribución interna.....	33
d) Búsquedas específicas y lectura con profundidad.....	34
e) Edición .....	35
<b><u>Capítulo 3</u></b> .....	<b>36</b>
<b>Funciones, fines y propósitos</b>	
<b>Servicios especiales para la construcción de un diario diferente</b>	
a) Concentración.....	36
b) Filtración.....	36
c) Consulta.....	37
d) Archivo.....	37
e) Usina de ideas.....	37
f) Diferenciación / originalidad: .....	38
g) Posicionamiento de temas: .....	39
h) Colorido: .....	42
i) Calidad / prestigio: .....	42
<b><u>Capítulo 4</u></b> .....	<b>44</b>
<b>Limitaciones y peligros en la introducción de contenidos externos</b>	
<b><u>Capítulo 5</u></b> .....	<b>51</b>
<b>Análisis de casos</b>	
<b>Servicios especiales usados en el diario <i>La Nación</i></b>	
a) Un posicionamiento de tema .....	51
b) Una inserción de color .....	55
c) Un análisis de tres tapas de diarios de la misma fecha. Diferenciación a partir de la originalidad. ....	57
d) Un mismo servicio en distintos medios y un ejemplo de posible imperialismo .....	63
e) Optimización de recursos disponibles: edición de una página completa de servicios especiales.....	67
f) Una firma de prestigio .....	70
<b><u>Conclusión</u></b> .....	<b>72</b>
<b><u>Bibliografía</u></b> .....	<b>73</b>
<b><u>Anexo</u></b> .....	<b>74</b>

## Introducción

### **De la resistencia a la apertura**

Mucha gente que sabe que me dedico a la selección y compra de artículos que se publican en distintos medios del exterior me pregunta si al diario le conviene mostrar material “copiado”. No entienden cómo es posible pagar por contenido y no tener derecho a disimular que otros hicieron el trabajo y, peor aún, destacar con tipografía especial la procedencia de material ajeno.

Sin embargo, el desconcierto es cada vez menos frecuente y tiene como destino la extinción. Un proceso similar transcurrió en la redacción del diario que pasó de la reticencia a incluir material que no fuese propio, a la apertura *in crescendo* hacia todo aquello que pudiese agregar valor.

Aunque hoy los cambios suelen darse a un ritmo vertiginoso, llevé unos años desarrollar dentro de la Redacción una cultura atenta a lo que se dice, se hace o se piensa en el exterior. Parecía una tarea exclusiva para la sección Internacional. Pero, poco a poco, todas las áreas fueron reconociendo la importancia de incluir perspectivas más amplias en el tratamiento de temas locales o externos y de enriquecer la edición con aportes originales, profundos y prestigiosos, más allá de su origen de producción. Se entendió que la nueva tarea no consistía en copiar sino en seleccionar y reeditar el material comprado con un criterio independiente de modo de ajustarlo a las propias necesidades.

La tímida inclusión inicial de artículos de otros medios fue cobrando importancia a medida que los lectores demostraron su preferencia por ellos y siguiendo una tendencia mundial a amenizar y a reforzar la calidad de los diarios con contenidos especiales del exterior.

Fue así como en 1998 se decidió la apertura de una sección que pudiese dedicarse de lleno a la tarea de “echar un vistazo” a lo que se publica en el mundo para luego incorporar lo que resultase potencialmente interesante para el lector local.

Este informe detallará de qué se trata y cómo funciona el área de servicios periodísticos especiales a partir de la experiencia diaria de cinco años de trabajo en la selección, compra y distribución de notas especiales.

La definición de conceptos así como el cuestionamiento crítico a esta tarea surgen del quehacer cotidiano donde se hacen visibles y palpables conocimientos académicos adquiridos. Este informe es el resultado de un ida y vuelta de esos conceptos cuyo rebote teórico en la realidad es lo que pretende transmitirse para ampliar la perspectiva profesional.

### **El contexto de la globalización**

Entre sus infinitos alcances, el fenómeno de la globalización obligó a los diarios del mundo a redefinir su tratamiento de la información del exterior. Ya no era suficiente la publicación de una sección con la denominación “Exterior” o “Internacional” que se dedicase a la cobertura y al seguimiento de las noticias de otros países. Había nuevas demandas alimentadas por un sistema de estímulos múltiples y potenciadores: bajo el impacto globalizador, cada área de actividades y de conocimientos generó nuevas necesidades en otros campos. Así, por ejemplo, la creciente irrupción de organismos financieros multilaterales en el foco de la vida económica local, con políticas similares desplegadas en el mundo entero, hacía interesante para el lector argentino cuyo país negociaba un acuerdo con el FMI, la lectura de un análisis sobre las consecuencias de un acuerdo similar en Turquía. ¿Imaginaría el periodista turco, que escribía su análisis local, el valor que su artículo podía tener en este país?

Con la llegada de las multinacionales, los productos se homogeneizaron en el mundo entero y así la necesidad de compartir el asombro o la decepción se volvió un hueco interesante a saciar con notas distintas que llevarsen también el sello de lo internacional. El anticipo de todas las glorias de la telefonía celular no bastaba cubrirlo con un cable de agencia que se limitara a contar sobre los nuevos modelos; se necesitaban artículos más vívidos, como por ejemplo el relato en primera persona por un consumidor del primer mundo o simplemente una nota datada en Japón.

La extensión de las áreas geográficas de interés hizo que ya no fuera suficiente el trabajo de los corresponsales en países estratégicos, y para qué enviar un periodista a Japón a escribir sobre celulares (bastante diferente de lo que podría ser un conflicto armado) si se podía entrar a Internet y encontrar todos los artículos sobre celulares escritos desde Japón y comprar el que más gustase a un precio menor que el de la tasa de embarque.

Cuando llegó a la Argentina el famoso Gran Hermano, el primer ejemplo de un formato televisivo (reality show) que ya había sido experimentado en otros países, la avidez por un artículo de crítica español, por caso, era muchísimo mayor que la lectura de una entrevista con un gerente de programación local.

De la misma forma que se acercaron los productos extranjeros, la incidencia de los acontecimientos internacionales empezaron a tener un impacto creciente en la vida local. Y las crónicas de cables o el relato de corresponsales o enviados argentinos al exterior resultaron insuficientes frente a la necesidad de analizar la realidad no sólo desde afuera sino también desde la lógica y la óptica de mentes extranjeras que aportasen una idea de cómo los demás entienden el mundo.

Hoy es prácticamente una obviedad que la cobertura de una noticia como el atentado a las Torres Gemelas incluya una nota de opinión/análisis de un comentarista norteamericano y no se limite al relato, ni incluso al análisis, que puede hacer un corresponsal argentino en Nueva York.

Hay una conciencia generalizada de la importancia de un criterio pluralista que no sólo hace referencia al campo ideológico sino también al geográfico y que moldea una lógica de razonamiento, los modos de análisis, las sutilezas que dominan la atención de los ciudadanos más allá de las tendencias individuales.

Todos estos cambios y necesidades emergentes en la sociedad demandaron un ajuste del tratamiento informativo.

En un diario, la información periodística internacional procede fundamentalmente de tres tipos de fuente: las agencias de noticias, los corresponsales o enviados y los servicios especiales. Mientras que durante años el abastecimiento se centralizó en los dos primeros tipos, la globalización abrió un espacio para el protagonismo del tercero.

Hasta entonces los medios gráficos no tenían demasiada conciencia de que partes “sueltas” de su contenido terminado (artículos, columnas, secciones, etc.) podrían ser de interés para la reproducción en otros medios. Se pensaba en la conquista de mercados del exterior solamente a través de la distribución del medio completo y no en la publicación fragmentada de partes de su contenido. Pero medios de todo el mundo empezaron a recibir demandas de otros países para la publicación de sus artículos, así como ellos comenzaron a incorporar los de otros.

La realidad de la globalización se impuso y despertó la conciencia de los medios de comunicación acerca de la necesidad de un área específica destinada a atender esa demanda. Aumentó paralelamente la cantidad y la magnitud de agencias especializadas en la distribución de material terminado de distintos medios. Todos esos factores convergieron para la creación de un sector nuevo dentro del diario La Nación, y también en muchos otros, dedicado a la selección de contenidos especiales del exterior; allí se centralizó la búsqueda de material distinguido por su calidad u originalidad, dándole ritmo a una tarea que al poco tiempo devendría clave para el logro de uno de los objetivos más altos del diario: la diferenciación; una distinción

no sólo respecto de la competencia sino también respecto de sí mismo, es decir, la capacidad de ofrecer un producto renovado todos los días.

Al mismo tiempo que se abría un abanico inmenso de posibilidades recreativas de la información local e internacional, también se daba paso a nuevos peligros inherentes a esa adaptación a las demandas de un mundo globalizado.

Con una visión algo alarmista Edgardo Krebs consideraba que “la idea de un mundo globalizado (...) elimina casi toda necesidad de atención a lo particular y diferente; mientras que los consumidores de un lado y el otro del horizonte comprenden cosas similares y los objetos y las telecomunicaciones viajan, podemos asumir que no hay culturas y sensibilidades que nos separen. Es una ideología perezosa y peligrosa porque su inevitable implosión es cuestión de tiempo”.<sup>1</sup>

Aunque la repercusión específica de este fenómeno en el ámbito de la selección de contenidos periodísticos será desarrollada más adelante, cabe señalar la coincidencia con la perspectiva moderada del escritor peruano Mario Vargas Llosa, para quien el alegato en favor de la “identidad cultural” en contra de la globalización delata una concepción inmovilista de la cultura que no tiene el menor fundamento histórico. “¿Qué culturas se han mantenido idénticas a sí mismas a lo largo del tiempo?”<sup>2</sup>, se pregunta el autor. Y una reflexión suya expresa de manera clara una idea que sirve de referente para un enfoque equilibrado del dilema identidad-globalización: “La modernización hace desaparecer muchas formas de vida tradicionales, pero, al mismo tiempo, abre oportunidades y constituye, a grandes rasgos, un gran paso adelante para el conjunto de la sociedad. Por eso, en contra a veces de lo que sus dirigentes o intelectuales tradicionalistas quisieran, los pueblos, cuando pueden elegir libremente, optan por ella, sin la menor ambigüedad.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> KREBS, Edgardo, “El siglo norteamericano”, *La Nación*, Buenos Aires, 16 de enero de 2000.

<sup>2</sup> VARGAS LLOSA, Mario, “Nacionalismo y globalización”, *La Nación*, Buenos Aires, 25 de abril de 2000.

<sup>3</sup> Ibid.