

La Noticia Periodística

El papel de las agencias

Presentación del tema

Profesora:

Natalia Martín Cantero @nataliamartin



El objetivo de este tema es entender qué son y cómo funcionan las agencias de noticias, cuál es su papel en el entorno global de la comunicación, cuáles son las más importantes y echar un vistazo a su futuro en el panorama informativo, así como los desafíos a los que se enfrentan en la actualidad.

Una agencia de noticias, también llamada agencia de prensa, servicio de cable o servicio de noticias, se define habitualmente como una organización que reúne, redacta y distribuye noticias de un país o del mundo a periódicos, revistas, emisoras de radio y televisión, organismos gubernamentales y otros usuarios.

Su función básica, por tanto, es difundir noticias, material gráfico y reportajes de fondo en diferentes formatos multimedia a sus suscriptores, sobre todo medios de comunicación.

Aunque hay muchas agencias de noticias en el mundo, destacan tres por su relevancia y su capacidad de marcar agenda: Associated Press (AP), Reuters y Agence France-Presse (AFP). Las tres tienen oficinas en la mayor parte del mundo y cubren todo tipo de informaciones. En España, la principal agencia de noticias es Agencia EFE, seguida de Europa Press.

La labor de las agencias de noticias se caracteriza por el rigor periodístico y los contenidos informativos de calidad así como por la rapidez y difusión masiva e instantánea de sus notas. Estas dos últimas características, no obstante, ya no son exclusivas de las agencias de noticias en un mundo en que las redes sociales y los ciudadanos con sus móviles se convierten con frecuencia en fuente de información masiva e instantánea. Los medios se nutren de estas informaciones cada vez más a menudo para elaborar o completar sus propios artículos, aunque esto conlleva considerables desafíos.

Ante esta situación, cabe preguntarse si la calidad de la información que en general ofrecen las agencias es un elemento suficiente para mantener una cartera de clientes que, a su vez, permita sostener una infraestructura necesaria para su supervivencia que por la naturaleza suele ser muy costosa .

Este es el gran desafío de las agencias de noticias, que además están reinventándose para adaptarse a los nuevos formatos que requieren los tiempos. De la estructura de pirámide invertida que

tradicionalmente ha caracterizado el trabajo de agencia a las más variopintas expresiones narrativas.

Los nuevos formatos están sustituyendo a los antiguos, remodelando las formas de contar las historias a la audiencia. Esto obliga a redefinir las cualificaciones de los reporteros, añadir nuevos perfiles e impone nuevas tareas y más velocidad en el flujo de trabajo dentro de las organizaciones.

El vídeo, uno de los mayores impulsores de ingresos, se abre paso en las redacciones que producían principalmente texto; algunas agencias de noticias han creado innovadoras plataformas digitales para ayudar en el uso de nuevos formatos, la difusión en redes sociales y la elaboración de productos multimedia.

Otro desafío para las agencias en el mundo actual viene dado por su amplio alcance. Cuando la noticia original de agencia contiene un error, este tiende a multiplicarse y aparecer en docenas o incluso cientos de sitios web. Para luchar contra ello las grandes agencias dan prioridad a la transparencia y establecen políticas claras de corrección. En su Declaración de Valores y Principios Informativos, AP dice: "Cuando nos equivocamos, debemos decirlo lo antes posible. Cuando hacemos una corrección en el ciclo actual, señalamos el error y su solución en la nota del editor. Una corrección siempre debe llevar la etiqueta de corrección en la nota del editor. No utilizamos eufemismos como 'refunde', 'arregla', 'aclara' o 'cambia' cuando corregimos un error de hecho".

Sin embargo, el modelo de distribución predominante para las noticias de las agencias de noticias significa que los errores a veces sólo se corrigen en la fuente, en los sitios web de las agencias de noticias, y no en los cientos de lugares donde aparecen.