



Diagnóstico de funcionamiento primer año de
trabajo agencia de noticias del ejercito

Iván Cruz
Margarita Quiroga
Suldery Vargas
Lida Zambrano

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"
Bogotá D.C., Colombia

FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
EJERCITO NACIONAL
CURSO PRESENCIAL ADMINISTRATIVO
ASCENSO A CAPITAN

**“DIAGNOSTICO DE FUNCIONAMIENTO PRIMER AÑO DE TRABAJO AGENCIA
DE NOTICIAS DEL EJERCITO”**

Te. IVAN CRUZ

Te. MARGARITA QUIROGA

Te. SULDERY VARGAS

Te. LIDA ZAMBRANO

SANTA FE DE BOGOTA D.C.

FEBRERO DEL 2000

FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
EJERCITO NACIONAL
CURSO PRESENCIAL ADMINISTRATIVO
ASCENSO A CAPITAN

**“DIAGNOSTICO DE FUNCIONAMIENTO PRIMER AÑO DE TRABAJO AGENCIA
DE NOTICIAS DEL EJERCITO”**

SANTA FE DE BOGOTA D.C.

FEBRERO DEL 2000

CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCION	1
1. ANTECEDENTES	3
2. MISION	5
3. VISION	6
4. LA AGENCIA DE NOTICIAS	7
4.1. DIAGNOSTICO GENERAL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO	
AGENCIA DE NOTICIAS	7
4.1.1. Objetivo General	7
4.1.2. Objetivos específicos	7
4.1.3. Encuesta medios de comunicación	8
4.1.3.1. Detectar las fallas de la Agencia de Noticias del Ejército	9
4.1.3.2. Conocer los aciertos de la Agencia de Noticias	11
4.1.3.3. Establecer el grado de credibilidad de la Agencia de Noticias ante los medios de comunicación.	12
4.1.4. Estructura de la Agencia	12
4.1.5. Funciones de la Agencia	13
4.1.6. Los Periodistas de la Agencia	14

	Pág
4.1.7. Corresponsales militares.	15
5. RESTRICCIÓN DE LA INFORMACION	17
5.1. RESTRICCIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE LA INFORMACION	17
5.1.1. El Bien Común	18
5.2. LA INFORMACION SOBRE VIOLENCIA	18
6. CONCLUSIONES	20
7. RECOMENDACIONES	22
BIBLIOGRAFIA	24
ANEXOS	

LISTA DE ANEXOS

		Pág
Anexo 1.	Gráficas encuesta medios de comunicación	25
Anexo 2.	Gráficas restricción de la información	30
Anexo 3.	Organigrama Agencia de Noticia	32

INTRODUCCION

El presente trabajo nace de la necesidad de hacer un diagnóstico y evaluación del primer año de trabajo de la Agencia de Noticias del Comando del Ejército.

En este se tendrá en cuenta los aciertos y las fallas en el manejo de la información militar, teniendo como elementos de juicio los conceptos idóneos de periodistas de radio, prensa, televisión y agencias de noticias nacionales e internacionales.

También se darán recomendaciones y conclusiones que dejen latentes interrogantes que permitan cuestionar a la fuerza hasta donde debe mejorar la agencia en el manejo de la información, la relación con el periodista, la veracidad, objetividad e imparcialidad frente a los medios de comunicación y la opinión pública.

El diagnóstico del primer año de trabajo de la Agencia de Noticias de Comando del Ejército pretende analizar algunos factores que denotan el mejoramiento operacional del Ejército y la imagen institucional.

La Agencia de Noticias del Comando del Ejército, que pertenece organizacionalmente al Departamento E-5, debe afianzarse y posicionarse como un órgano de gran credibilidad y responsabilidad, para esto debe tecnificarse y calificarse humanamente.

1. ANTECEDENTES

Históricamente el Ejército Nacional hasta 1998, no se interesó por centralizar y darle forma a una dependencia u oficina que combinen y manejen todas las informaciones de las unidades militares del país.

Sólo con la llegada al Comando del Ejército, del Señor General Jorge Enrique Mora Rangel, se crea la Agencia de Noticias del Ejército, órgano adscrito al Departamento E-5 que pretende llenar los vacíos informativos que se venían presentando en muchos lugares de Colombia, permitiendo que el enemigo aprovechara estas circunstancias para deteriorar una imagen institucional que no era la mejor ante los ojos de la opinión pública nacional y la comunidad internacional.

Este importante paso tuvo el aval del Ex-Ministro de Defensa y periodista Rodrigo Lloreda Caicedo, quien incluso pretendió en su momento conformar esta dependencia a nivel Fuerzas Militares con la única idea de aprovechar al máximo las informaciones operacionales que se generan en la Fuerza Aérea y en la Armada Nacional, con coordinación con el Ejército.

La salida del Ministro Lloreda dejó este proyecto acéfalo, sólo se está consolidando a nivel Ejército.

La información militar era manejada por las oficinas de prensa del Comando del Ejército y en muchas ocasiones a criterio personal de Comandantes de Brigada o División, presentándose frecuentemente ambigüedades, vacíos informativos y malas interpretaciones por parte de los medios de comunicación.

2. MISION

Mantener informados en forma eficiente, efectiva, veraz y oportuna a los medios de comunicación nacionales e internacionales, así como a los demás abonados de la agencia, a través de una especializada infraestructura humana y técnica que le permita analizar todos los eventos desde la perspectiva social y militar, para definir la forma en que se elaborará y distribuirá la información, previniendo vacíos en la comunicación, que puedan ser aprovechados por el enemigo para desinformar a la opinión pública.

3. VISION

Constituirse en la infraestructura técnica y humana especializada en el análisis, elaboración y distribución, de la información producida por la institución a través de la red de Internet, corresponsales y demás abonados con el objetivo de posicionar en el medio periodístico la imagen de un Ejército legítimo, profesional y eficiente en el desarrollo de sus operaciones.

4. LA AGENCIA DE NOTICIAS

Organo informativo, adscrito al Departamento E-5 del Ejército, inaugurado el 3 de marzo de 1999 por el señor Ministro de Defensa Rodrigo Lloreda Caicedo. Tiene como principal función canalizar y difundir desde el Comando del Ejército todas las informaciones generadas por cada una de las guarniciones militares del país.

4.1. DIAGNOSTICO GENERAL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA DE NOTICIAS

Para este punto se realizaron varias encuestas con periodistas de radio, prensa escrita, televisión y agencias internacionales de prensa. Se tuvo en cuenta la opinión calificada de periodistas de Bogotá y otras ciudades del país.

4.1.1. Objetivo General. Realizar un diagnostico de la Agencia de Noticias del Comando del Ejército durante el primer año de funcionamiento.

4.1.2. Objetivos Específicos.

- Conocer la opinión de los periodistas que cubren las fuentes de orden publico.

- Detectar las fallas de la Agencia de Noticias
- Conocer los aciertos de la Agencia de Noticias
- Establecer el grado de credibilidad de la Agencia de Noticias ante los medios de comunicación a la opinión pública.

4.1.3. Encuesta medios de comunicación.

Se realizó un sondeo de opinión a un grupo de 20 personas especializadas en el manejo de información militar o de orden público en Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, la Costa Atlántica, Casanare y Caquetá.

Algunos de los medios seleccionados fueron El Tiempo, El Espectador, Radionet, Associated Press, Noticieros del Canal A, RCN TV, Caracol TV, Vanguardia Liberal, El País, El Heraldo y CQN (Ver anexo).

Las preguntas que se les realizaron fueron las siguientes:

1. Recibe la información de la Agencia de Noticias de manera veraz y oportuna?

2. Considera que las relaciones entre los miembros del Ejército y los Periodistas han mejorado?

3. Usted recibe la información a través de la Agencia de Noticias o se informa por otros medios?

4. A través de la Agencia de Noticias el Ejército ha logrado ganar credibilidad?

Por razones de trabajo y de relaciones el 99% de los periodistas entrevistados solicitaron la reserva de su nombre, considerando que de algún modo podían llegar a tener diferencias con la fuente.

4.1.3.1. Detectar las fallas de la Agencia de Noticias del Ejército

De acuerdo a entrevistas realizadas a periodistas de diferentes medios de comunicación que cubren orden público y demás análisis y opiniones obtenidas, se ha podido establecer las siguientes fallas:

Debido a la prontitud de los hechos relacionados con el orden público nacional la información difundida por la Agencia de Noticias, en algunas ocasiones por falta de tiempo es poco profunda, se suministra la información de manera general sin entrar en detalles de interés para la opinión pública.

En algunas oportunidades la Agencia de Noticias es "Chiviada" por los periodistas que cubren orden público en los medios de comunicación nacional.

Faltan elementos tecnológicos que faciliten la difusión de la información en forma ágil y completa.

A la hora de difundir la información la Agencia no establece prioridades acerca de qué medios deben recibir la información primero, ya que se debe tener en cuenta los horarios de emisión.

Durante los fines de semana y festivos disminuye la disponibilidad para con los medios de comunicación.

Existen áreas como la Justicia Penal Militar e Inteligencia donde no hay archivo actualizado.

Se dificulta la confirmación de la información.

En la redacción de los comunicados de prensa, se nota la gran utilización de adjetivos.

4.1.3.2. Conocer los aciertos de la Agencia de Noticias

Facilitan el contacto con la fuente directa cuando el periodista desea tratar un tema específico.

La calidad humana de los periodistas es excelente, son aliados de los periodistas y tienen un alto grado de confiabilidad

Diariamente suministra abundante información, facilitando al periodista variedad de noticias.

Es de resaltar la consolidación de estadísticas y trabajos de investigación, en cuanto a resultados operacionales y actividades que contribuyen a fortalecer la imagen institucional. Así mismo sobre acciones y actos cometidos por los grupos al margen de la ley.

La constante divulgación de las diferentes denuncias de los actos terroristas en contra de la población civil, infraestructura del estado, secuestros, asesinatos que infringen el derecho Internacional Humanitario.

No existe discriminación en el momento de suministrar información a los medios nacionales e internacionales.

Al término de la semana, se publica a través de Internet el resumen noticioso de los temas más importantes del acontecer nacional.

4.1.3.3. Establecer el grado de credibilidad de la Agencia de Noticias ante los medios de comunicación.

A nivel general y en un alto grado se tiene el concepto que las informaciones dadas a conocer son veraces, sin embargo, por el afán de mostrar resultados operacionales o sencillamente de información no confirman y difunden datos inexactos, generando falsas expectativas.

4.1.4. Estructura de la Agencia de Noticias. Es una estructura informativa y periodística que hace parte del Sistema Integral de Información y Comunicación del Ejército que tiene como fundamento primordial investigar, elaborar y manejar toda la información pública que produce el Ejército con el fin de distribuir a los medios de comunicación en el momento oportuno. (Ver anexo).

La Agencia de Noticias pertenece al comando del Ejército y se conforma de la siguiente manera: Un Director (Jefe Departamento), Editor, Coordinador Editorial, Comunicadores, Jefes de Prensa de las Unidades Operativas Mayores, Camarógrafo, Fotógrafo y el Coordinador de Fax.

4.1.5. Funciones de la Agencia de Noticias

- Debe estar en capacidad de asesorar en lo referente al manejo de medios de comunicación e información pública a los miembros del Estado Mayor o Planas Mayores, Comandantes de Unidades y Jefes de Departamento.
- La Agencia de Noticias del Ejército debe producir, elaborar y emitir boletines de carácter noticioso e informativo para los medios de comunicación nacionales e internacionales.
- Debe elaborar material que se requiera para otros medios de comunicación del Ejército como la revista, el periódico, la cadena radial y los programas de televisión institucionales.
- Se debe encargar de la divulgación de hechos, eventos, actos o procesos en que participe el Ejército Nacional, como también de preservar la imagen de la Institución.
- Coordinará el apoyo que requieran los periodistas de los diferentes medios de comunicación para la realización de entrevistas, ruedas de prensa y eventos especiales.

- Los redactores o periodistas deben transmitir hechos comprobables, en un estilo claro, preciso y veraz.
- Debe investigar y consultar fuentes internas y externas para orientar los informes especiales de acuerdo con las necesidades institucionales.
- Para la difusión y publicación de los boletines de noticias, artículos e informes especiales se requiere la autorización del Director, Editor, Coordinador Editorial o del Jefe de redacción o en última instancia por el Oficial de Servicio.
- Verificará que la información diaria enviada por la Agencia de Noticias sea publicada de acuerdo con el interés periodístico en los medios de comunicación.

4.1.6. Periodistas de la agencia.

Deben mantener actualizada la relación de fuentes internas y externas.

Se comunicarán diariamente con los corresponsales de las unidades militares asignadas como fuentes para obtener la información de orden público o de otras áreas que sean de interés noticioso.

Serán los encargados de evaluar y elaborar periódicamente todas las informaciones que produzcan las fuentes que le han asignado de acuerdo a las directrices y necesidades que establece la dirección.

El horario de los periodistas se modificará en caso de que surja un hecho noticioso eventual o extraordinario que involucre a la Institución y que amerite activar un plan de contingencia de servicios para todo el personal de la Agencia.

En caso de un hecho extraordinario, cuando las necesidades del servicio así lo indiquen y con la anuencia del Director de la Agencia uno de los comunicadores - periodista debe trasladarse a donde sea requerido su servicio y coordinar el montaje y puesta en funcionamiento de una oficina de prensa móvil.

4.1.7. Corresponsales militares. Deben ser todos y cada uno de los comunicadores sociales Oficiales del Ejército que se encuentren en diferentes regiones del país a nivel Brigada o División como ocurre actualmente.

El Departamento E-5 debe evaluar el trabajo de estas personas con el fin de optimizar el trabajo de la agencia en el sentido de aumentar el volumen de información y la calidad y veracidad de las noticias, así mismo organizar seminarios para una mayor capacitación.

Diariamente deben comunicarse a la Agencia de Noticias y enviar material que de acuerdo al criterio profesional sea de relevancia para ser conocido por la opinión pública.

5. RESTRICCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Este punto se hace importante en el sentido que en muchas oportunidades las fuentes de acuerdo con sus intereses particulares deben evitar que se genere pánico, conmoción y desórdenes dentro de la población civil resguardando así todos los principios de seguridad nacional y bien común.

5.1. RESTRICCIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN SEGÚN EL CPB, POR PARTE DE LAS FUENTES.

Para el CPB (Circulo de Periodistas de Bogotá) las fuerzas militares ocupan el tercer lugar a nivel nacional en restricción de información comparando a la institución castrense frente a otros sectores como la iglesia, el gobierno, la guerrilla, el narcotráfico, los sectores económicos y propietarios de los medios. Las Fuerzas Militares tenían un índice de 64.9 en restricción de información, sin embargo y para bien de la imagen de nuestra institución, este índice bajó con la creación de la Agencia de Noticias, a tal punto que para empresas como Gallup y Napoleón Franco, expertos en encuestas de opinión, el Ejército es hoy la segunda institución con mayor margen de credibilidad y transparencia detrás de la iglesia.

A finales de agosto de 1999 el Ejército y las Fuerzas Militares alcanzaron el 69% de aceptación y credibilidad ante la opinión pública. (Ver Anexo)

5.1.1. El bien común. Es el precepto moral por el cual un periodista debe posponer u omitir la noticia ante cualquier síntoma o hecho que altere significativamente el orden publico evitando asi la muerte de personas, catástrofes y hechos de violencia que generen pánico, miedo o terror dentro de la población civil.

En tal sentido los periodistas de la Agencia de Noticias del Comando del Ejercito deberá evaluar todas las informaciones y sus alcances con el fin de evitar y prevenir reacciones explosivas de la masa que pongan en riesgo el orden social y la Seguridad Nacional.

5.2. LA INFORMACIÓN SOBRE VIOLENCIA

La Agencia de Noticias deberá ser ejemplo, como ente informativo, de no caer en el afán de informar y dar a conocer hechos violentos que se extralimiten en imágenes, palabras, o repercusiones, que vulneren el respeto hacia la opinión pública.

Los hechos sobre masacres, torturas, secuestros y delitos de lesa humanidad, deberán ser analizados cuidadosamente con el fin de evitar el sensacionalismo y

amarillismo de los medios de comunicación y la opinión pública ya acostumbrada e indiferente en muchas ocasiones.

6. CONCLUSIONES

- La Agencia de Noticias debe evitar adjetivar en sus informaciones y tratar al máximo de presentar la noticia como cualquier otra Agencia Informativa, es decir, de forma imparcial, objetiva y veraz.
- Debe tener más cuidado al momento de titular un boletín informativo o un trabajo especial.
- El ejército y la Agencia de Noticias deben tecnificarse a tal punto que sea una de las primeras instituciones del Estado en adquirir o alquilar un Satélite de Comunicaciones que permitan estar a la vanguardia en la emisión de información especializada y noticias de orden público que orienten al mundo sobre lo que está pasando en Colombia.
- La Agencia de Noticias ha permitido mostrarle al país un ejército fortalecido a la ofensiva y respetuoso de los Derechos Humanos, reconocido así nacional como internacionalmente.

- Gracias a la labor informativa de la Agencia y a los resultados operacionales el ejército ganó en 1999 credibilidad y aceptación frente a la opinión pública y los medios de comunicación.
- La Agencia de Noticias debería tener acceso o línea directa con el Comandante del Ejército y no depender del Departamento E-5. La Agencia y la Oficina de Prensa juegan papel importante ya que manejan la imagen institucional y en tal sentido deben conocer el pensamiento del comandante y actuar de acuerdo a sus conceptos y las correspondientes asesorías.

7. RECOMENDACIONES

- Optimizar el talento humano de la fuerza, ubicándolo en su especialidad para fortalecer el sistema integral de comunicaciones.
- Aumentar el recurso humano de la agencia de noticias.
- Capacitar permanentemente a los miembros de la agencia en las áreas de su especialidad.
- Adquisición de un telex para recibir cables de otras agencias nacionales e internacionales.
- Crear una sección internacional
- Realizar un mayor número de informes sobre investigaciones especiales.
- Dotar de computadores, scanner, líneas telefónicas y demás recursos de apoyo logístico.

- Implantar el correo electrónico así como el discado directo a nivel nacional e internacional.
- Incrementar el número de abonados nacionales e internacionales.
- Afianzar las relaciones con los periodistas de los medios de comunicación nacional e internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

DEONTOLOGÍA Y ÉTICA PROFESIONAL, Mac Lujan.

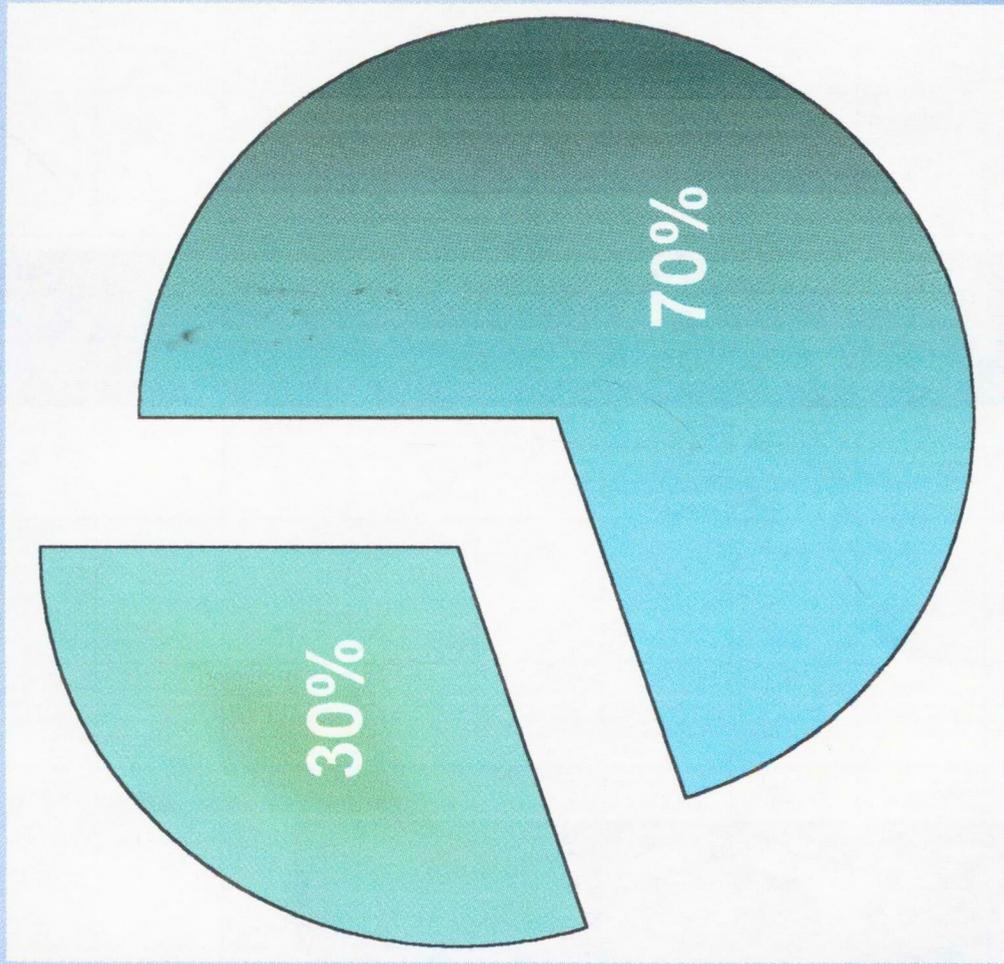
ÉTICA PARA PERIODISTAS. María Teresa Herrán, Javier Darío Restrepo.
Bogotá: Tercer Mundo Editores. 1991

MANUAL ESTILO AGENCIA DE NOTICIAS DEL EJERCITO.

RADIONET - CARACOL - RCN - EL TIEMPO - EL ESPECTADOR - EL HERALDO
- EL PAIS - VANGUARDIA LIBERAL - CQN - ASOCIATED PRESS.

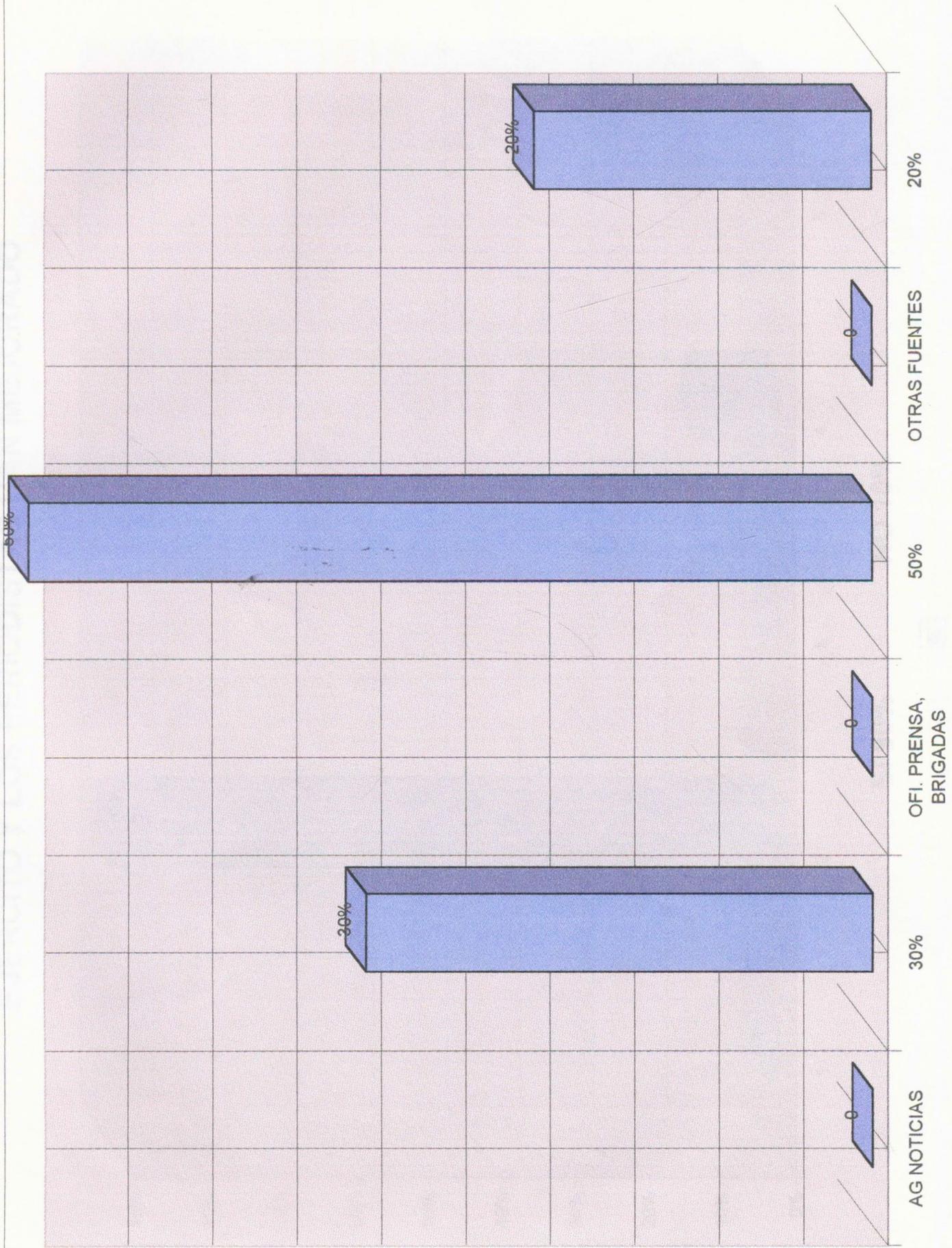
ANEXO 1

RECIBE LA INFORMACION DE LA AGENCIA DE NOTICIAS DE MANERA VERAZ Y OPORTUNA

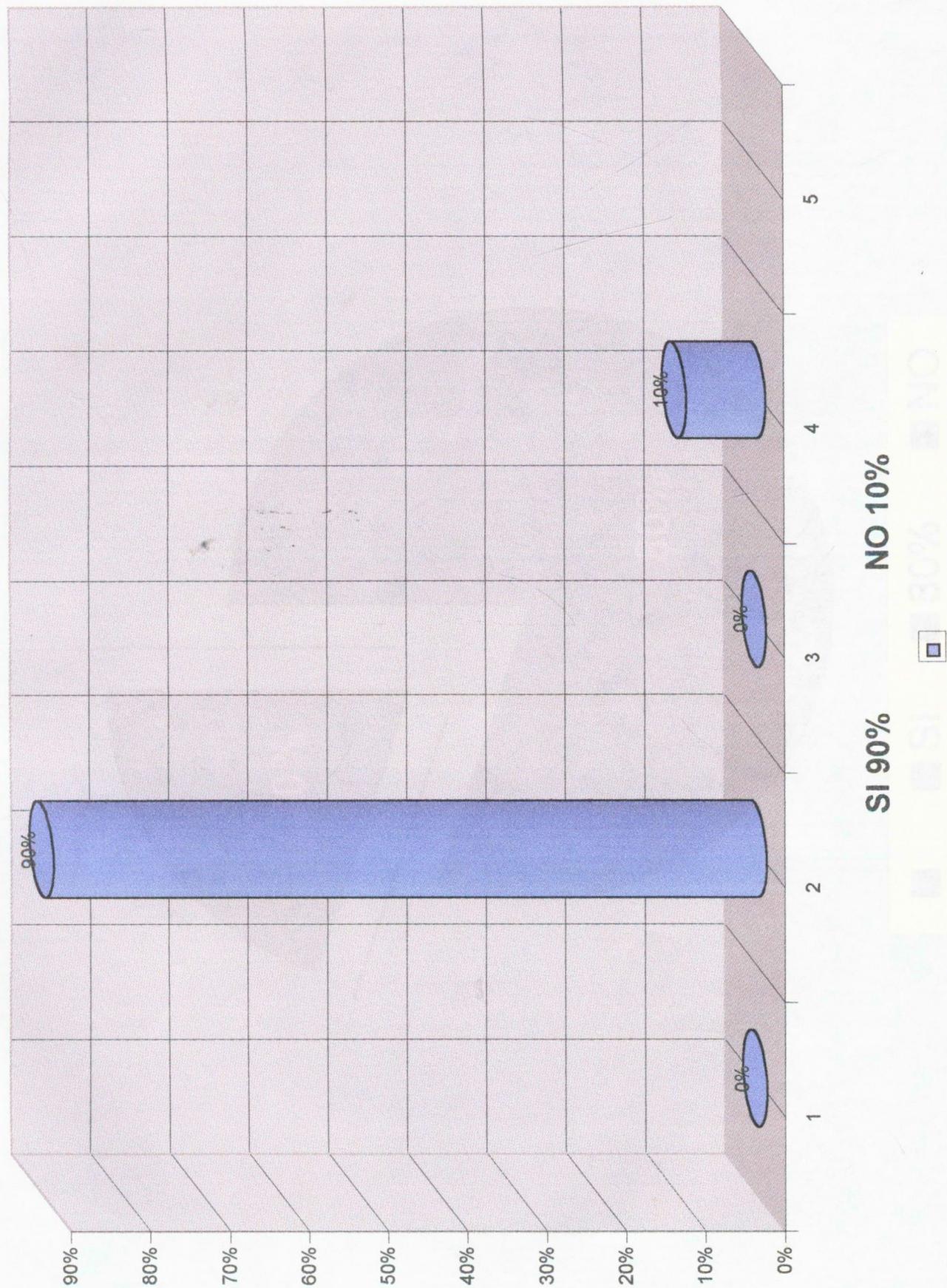


- OPORTUNA SI 70%
- NO 30%

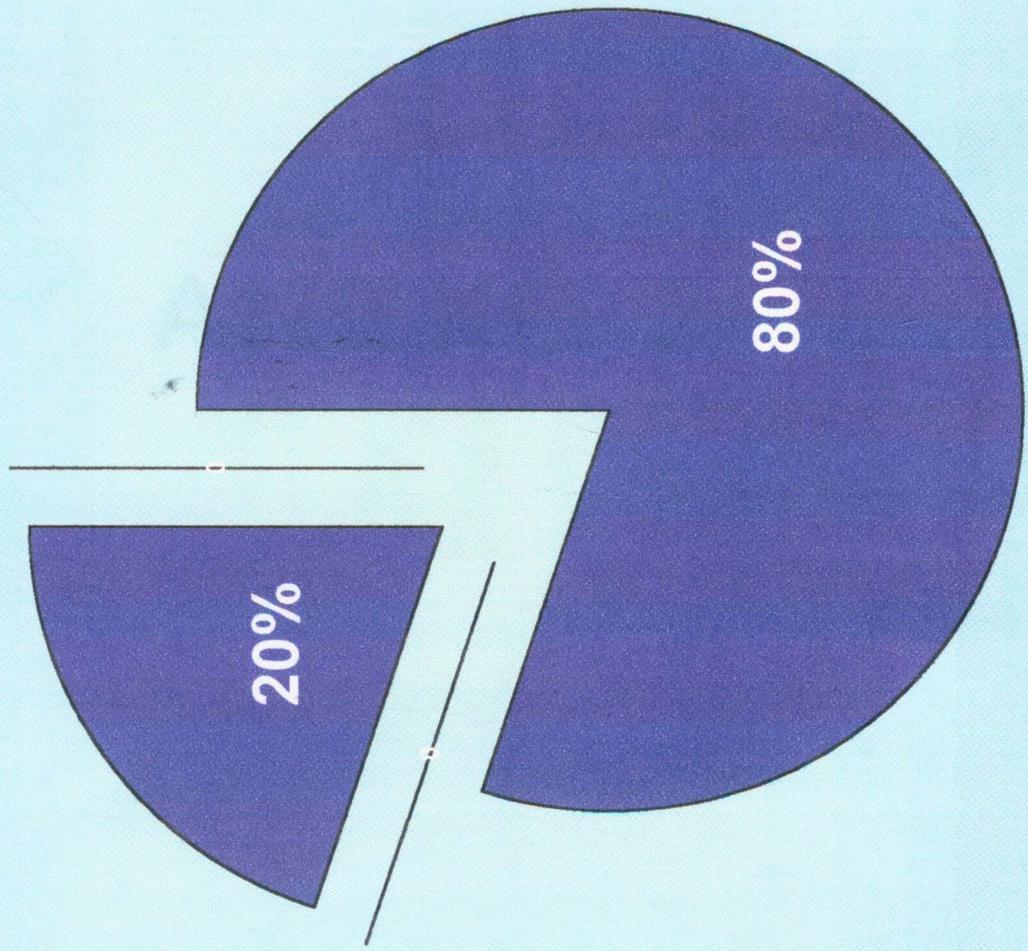
¿USTED RECIBE LA INFORMACION A TRAVES DE LA AGENCIA DE NOTICIAS O SE INFORMA POR OTROS MEDIOS?



CONSIDERA QUE LAS RELACIONES ENTRE LOS MIEMBROS DEL EJERCITO Y LOS PERIODISTAS HAN MEJORADO



ATRAVES DE LA AGENCIA DE NOTICIAS EL EJERCITO HA LOGRADO GANAR CREDIBILIDAD



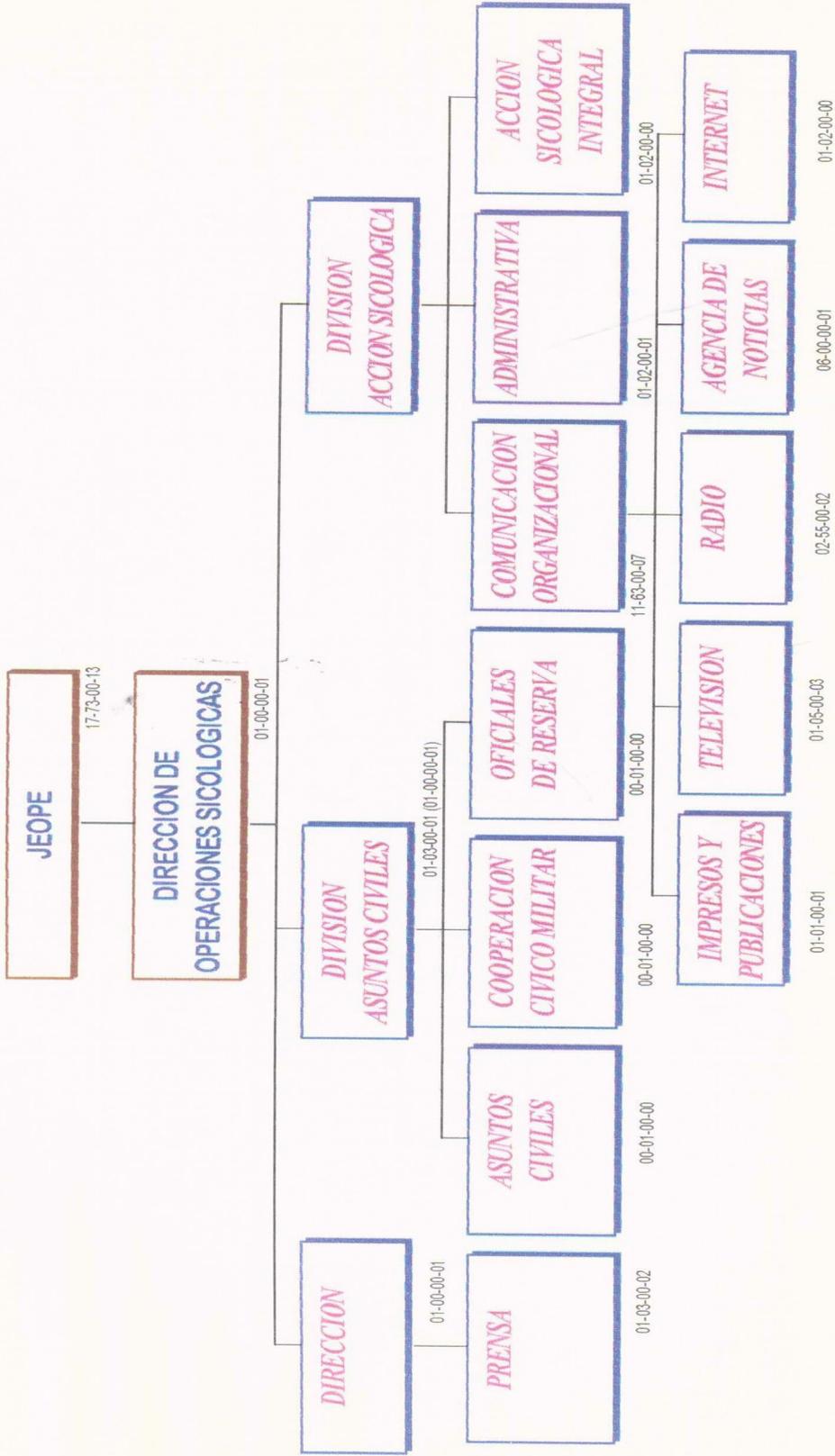
ANEXO 2

REDISTRIBUCION EN LA PRODUCCION DE LA INFORMACION IDENTIFICACION DE LOS SECTORES DE DONDE PROVIENEN

SECTOR DE ORIGEN	TOTAL %
Frecuencia de Identificación	
•Gobierno: Autoridad Civil	52.3
•Gobierno: Autoridad Militar y Policía	64.9
•Propietarios de las Empresas (Medios)	67.4
•Clero	22.5
•Sectores Económicos o Pauta	73.4
•Dirigentes Políticos	54.6
•Público en General	10.6
•La Guerrilla	15.6
•El Narcotráfico	42.2
•El M.A.S.	14.0
•Otros	2.5
•El Periodismo está libre de Presiones	10.1

ANEXO 3

ORGANIZACION DOSIC



BIBLIOTECA CENTRAL DE LAS FF.MM.

"TOMAS RUEDA VARGAS"



201005959