



# Agencia Periodística del MERCOSUR por la real objetividad

**Publicado: Miércoles 21 febrero 2007 | 01:00:00 am.**

**Publicado por: Marina Menéndez Quintero**

Ser antiimperialistas y estar a favor de la justicia social. Esos son los principales requisitos que deben cumplirse si se quiere escribir para la Agencia Periodística del MERCOSUR (APM).

Foto: AP El sagaz y muy alerta periodista argentino Víctor Ego Ducrot, a cargo de la dirección general, ofrece en sucintas palabras el perfil de la publicación digital, y pone el cuño cuando añade: «No creemos en la imparcialidad; no hay periodista imparcial». Él mismo lo demuestra con una obra hecha en el día a día, destrabando los entuertos de la manipulación que se agazapa tras la presunta «objetividad» de la gran prensa capitalista.

La iniciativa ya tiene tres años y la prestigiosa colega y compatriota de Ducrot, Stella Calloni, la califica como «extraordinario proyecto contra la desinformación».

Ella es una de las colaboradoras asiduas de este esfuerzo, que encontró espacio merecido en una Feria del Libro dedicada no solo a dar a conocer mucho de lo mejor y más reciente editado sino, además —y entre otros propósitos—, a hacer luz sobre temas que siguen siendo tergiversados u ocultados, a pesar del incremento de la llamada prensa alternativa.

Para dar claridad y ofrecer una versión veraz de los hechos relacionados con la integración y América Latina, APM vio la luz en noviembre del año 2003.

Se le califica como «un componente académico, de producción y de capacitación profesional especializada» que nació con la propuesta de desarrollar un instrumento favorecedor de la integración en el marco de las comunicaciones y de las prácticas educativas; para formar y entrenar estudiantes y graduados.

De hecho, APM forma parte de la Cátedra Libre de Soberanía Alimentaria, espacio transdisciplinario y comunitario que integran distintas cátedras de la Universidad Nacional de La Plata, a cuya Facultad de Periodismo y Comunicación Social pertenece.

Sin embargo, la revelación de la verdad va de la mano con la tarea formativa. Ducrot estima que el año pasado, APM dio un salto cualitativo importante. Tres mil medios están suscriptos ya a sus boletines electrónicos, y en el sitio de Internet ([www.mercosur.com.ar](http://www.mercosur.com.ar)), reciben unas 35 000 visitas mensuales.

La agencia cuenta con un Observatorio de Medios que enriquece el servicio informativo; y se concentra en temas vinculados al acontecer latinoamericano tales como soberanía alimentaria, militarización, lucha contra la pobreza, economía informal, movimientos sociales, educación, derechos humanos y, desde luego, el propio eje del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y las políticas integracionistas.

Junto a los periodistas, su red de colaboradores especiales está integrada por académicos, dirigentes sociales, políticos y destacados especialistas de diversas áreas. Stella considera al conglomerado como «un equipo que trabaja con entusiasmo y fuerza». Y premonitoria, como siempre, apunta: «Tenemos que apoyar todos los esfuerzos, frente a la lucha feroz que se le viene encima al Sur».

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2007-02-21/agencia-periodistica-del-mercosur-por-la-real-objetividad>