

Recopilación de la información

Silvia Martínez Martínez

PID_00205913



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-Compartir igual (BY-SA) v.3.0 España de Creative Commons. Se puede modificar la obra, reproducirla, distribuirla o comunicarla públicamente siempre que se cite el autor y la fuente (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), y siempre que la obra derivada quede sujeta a la misma licencia que el material original. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Índice

1. Entre el acontecimiento previsto y la noticia inesperada.....	5
2. Las fuentes informativas.....	7

1. Entre el acontecimiento previsto y la noticia inesperada

Uno de los retos a los que se enfrentan los medios de comunicación es el de disponer de noticias y mensajes informativos elaborados en el momento necesario para su distribución. Ello les lleva a fijar una previsión y programación con el objetivo de tener suficientes contenidos para llenar bien todas las páginas del periódico o cubrir la duración de los informativos.

Esta planificación implica también establecer una red de recogida de datos, es decir, tomar una serie de decisiones previas. Estas incluyen, por ejemplo, aquellas relacionadas con “la contratación de agencias y productoras, la distribución de reporteros, la implantación de corresponsalías” (Martín Sabarís, 2000).

Una de las ventajas de la planificación es que permite disponer de los recursos necesarios para poder dar cobertura a aquellos acontecimientos previstos y que forman parte del dietario o la agenda. Esta está integrada por eventos programados: desde celebraciones deportivas hasta las convocatorias de ruedas de prensa. Son acontecimientos previstos y “en su mayoría por tanto son hechos pertenecientes a la esfera político-institucional-administrativa o judicial” (Wolf, 1987, pág. 271). El peligro que esto conlleva es que derive en una hiperrepresentación de estos temas en los medios de comunicación.

El redactor debe conocer los acontecimientos previstos (como efemérides) que mantengan relación con la temática o sección de la que es responsable. Tal cosa permite, además, que se vaya avanzando material vinculado con eventos previstos y/o posibles (Martínez Vega, 2000). Se trata de adelantar determinadas piezas como información complementaria o contextual para abordar un suceso que, en el momento de producirse, se completará con el dato actual.

En algunos casos, para ir preparando esos contenidos, junto con la colaboración que brindan los servicios del departamento de documentación del medio, cada vez es más habitual que el periodista busque los antecedentes de la información o se documente para preparar, completar o encontrar nuevos enfoques de la noticia. Como indica María Rubio Lacoba (2012):

“La digitalización de los archivos, por un lado, y la incorporación de Internet a las rutinas profesionales, por otro, han traído como consecuencia que los periodistas desarrollen nuevas rutinas de marcado carácter documental”.

Rubio (2012, pág. 67)

En este ejercicio de documentación, puede resultar muy útil la consulta de fuentes periodísticas como hemerotecas, o también el hecho de poder realizar el seguimiento de un tema actual, lo que permitirá saber el tratamiento que está recibiendo en otros medios o conocer nuevos enfoques y aproximaciones a la noticia.

Lectura

J. Guallar; E. Abadal (2009). "Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación". *I Congreso internacional de ciberperiodismo y web 2.0* (11-13 noviembre del 2009). Bilbao: Universidad del País Vasco.

Los autores realizan una clasificación de las fuentes de acceso a contenidos de prensa y periodísticos. Se incluyen servicios novedosos, propios de la web 2.0, como los agregadores.

Otra práctica habitual es destinar a los periodistas a espacios en los que habitualmente surgen o se producen hechos noticiosos. Se trata de lugares que, por la actividad que en ellos se realiza o por las personas que los frecuentan (como personajes públicos), están a menudo relacionados con la actualidad informativa: el Congreso de los Diputados, el edificio de la Bolsa, etc.

Además, algunos canales de recogida de información se hayan profundamente estructurados, de manera que esta fluye y llega directamente a las redacciones sin necesidad de que el periodista vaya a buscarla. Son contenidos, por ejemplo, que llegan a través de las agencias. La planificación implica también el ejercicio de contratar esos servicios para poder dar cobertura a aquellos acontecimientos que, por los recursos disponibles, el medio no podría abarcar.

Los gabinetes de prensa se benefician de esa necesidad que tienen los medios de completar un producto con unos recursos limitados. Asimismo, los contenidos que llegan por esta vía suelen adaptarse a las características del medio y se ajustan a sus ciclos productivos. Facilitan piezas elaboradas para que el medio las pueda publicar directamente. Hay que tener en cuenta que se trata de fuentes interesadas que facilitan el trabajo a los periodistas para lograr el objetivo de difundir su mensaje.

En este sentido también pueden organizar pseudoeventos, actos que, según Lorenzo Gomis (1991), a partir de Boorstin, se generan con el objeto de que los medios les den cobertura. Este concepto se actualiza con las nuevas posibilidades que brinda Internet a estas fuentes institucionales o incluso a los personajes públicos que pueden distribuir sus mensajes directamente, viralizarlos y generar con ellos atención, expectativa e interés; todo ello llevaría a los medios a publicarlos.

2. Las fuentes informativas

Como señala Manuel López (1995), es imposible que el periodista sea testigo de todos los acontecimientos susceptibles de convertirse en noticia. Tal cosa justifica el uso de las fuentes informativas, pues estas pueden narrar y explicarle los hechos. No obstante, aunque el periodista pueda contar en primera persona un acontecimiento, la consulta de fuentes permite conocer diferentes puntos de vista, lo cual enriquece la información. Se añaden así nuevos enfoques y aproximaciones al hecho noticioso y, por consiguiente, se garantiza una cierta pluralidad.

Una máxima clásica en el periodismo es aquella que proclama que un “periodista vale lo que valen sus fuentes”. Esta afirmación sigue vigente en tanto que parte de la credibilidad del profesional de la información se deriva de trabajar con fuentes fidedignas y de contrastar la información antes de publicarla.

Lectura

M. López (1995). “Las fuentes informativas son la base para obtener noticias de primer orden” (cap. 2). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación* (pág. 29-42, ed. ampliada). Barcelona: Paidós.

El autor expone la importancia del uso de las fuentes informativas en el quehacer periodístico. Además, presenta una tipología y clasificación de fuentes que el reportero puede consultar.

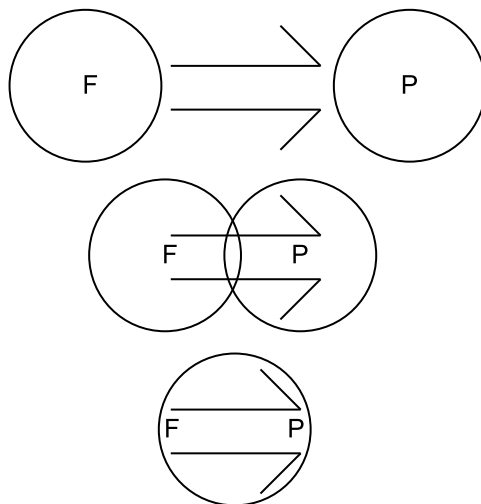
El periodista debe ser consciente de la existencia de fuentes interesadas y tratar con cautela aquella información que estas suministran. Por todo ello, el periodista debe evitar depender de una sola fuente informativa, sino que es necesario contrastar las informaciones. El reportero debe dar la oportunidad de expresarse a todas las partes implicadas en la noticia para ofrecer equilibrio en el tratamiento informativo y evitar así los sesgos.

La relación constante con una fuente que suministra información no debe derivar en una actitud más confiada por parte del periodista. En este sentido, McQuail y Windahl (1997, pág. 189), al hablar sobre las relaciones con fuentes habituales, distinguen entre distintos nexos establecidos entre ambas partes en función de la mayor o menor autonomía que mantiene el periodista. Estos modelos van desde la independencia hasta la cooperación y la absorción por parte de la fuente. Este último caso se observa en el momento en que la fuente logra que el periodista asuma sus intereses.

El modelo ideal estaría representado por la primera de las figuras de la imagen, que representa una relación en la que el reportero es capaz de mantener la distancia con respecto a la fuente. No obstante, en ocasiones, la necesidad de

obtener ciertos datos lleva a que el periodista ceda ante algunos de los intereses de la fuente. La posición no deseable es la representada en último lugar, donde no se distinguen los intereses de la fuente y del periodista que trabaja para un medio de comunicación, pues ambas figuras quedan asimiladas.

Modelo de relación fuente-periodista



Fuente: McQuail y Windahl (1997, pág. 190-191), a partir del modelo de Giebert y Johnson.

McQuail y Windahl (1997) presentan un modelo simplificado de las relaciones que se pueden mantener con las fuentes informativas. Así, Casero Ripollés (2008), al abordar la relación entre periodistas y políticos, distingue hasta cinco modalidades diferentes: “la adversarial, la colateral, la de la competición, la del intercambio y la de la negociación constante”. Esta última es la que defiende el autor como reflejo de una realidad dinámica que cambia constantemente y que se va ajustando en función de cada situación particular.

Con el desarrollo de la comunicación digital y concretamente con la irrupción de Internet, las fuentes tienen ahora acceso a la comunicación pública y pueden difundir su mensaje sin la necesidad de la intermediación de los medios de comunicación. No obstante, las fuentes pueden seguir interesadas en que sus informaciones se difundan a través de los medios por el mayor impacto que pueden obtener sus mensajes, multiplicando así los canales por los que estos son distribuidos. A su vez, los medios pueden estar atentos a los mensajes que las fuentes publican en los sitios web institucionales o a los perfiles que los personajes públicos crean en las redes sociales. Este último aspecto genera un nuevo debate en el que se cuestiona la imparcialidad de aquel medio o periodista que se presenta públicamente como “seguidor” o “amigo” de estas fuentes oficiales o de los personajes públicos.

No cabe duda de la utilidad de las redes sociales y servicios 2.0 para proveer de datos e información a los periodistas. Sin embargo, el reportero debe extremar las precauciones y contrastar de manera cautelosa el material recibido, porque

Lectura recomendada

A. Casero Ripollés (2008). “Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (núm. 14).

las nuevas tecnologías también facilitan la manipulación a través, por ejemplo, de montajes o retoques fotográficos o con la creación de identidades virtuales falsas.

Otra discusión, desde una perspectiva ética, se deriva del uso de la información publicada en los perfiles de ciudadanos que se convierten en testigos o se ven involucrados en una noticia. La distinción entre público y privado es difícil de detectar en el entorno digital en el momento en que el mensaje que se intercambia con un grupo reducido de usuarios se hace público cuando uno de sus miembros lo comparte con terceros. Además, el ciudadano puede desconocer los permisos que cede sobre los contenidos generados en determinados entornos o espacios sociales.

Estudio de caso

D. Mizner (2010). "The Facebook Conundrum: The New Haven Independent and the Annie Li Murder". *Knight Case Studies Initiative*. The Journalism School, Columbia University.

En este artículo se plantea el seguimiento de una historia y cómo la busca de fuentes distintas permite ir ampliando la información. Se abre el debate sobre el uso, desde el punto de vista ético, de los contenidos que se distribuyen en Internet y, de manera específica, en medios sociales como Facebook.

