



FIDELIZACIÓN DE FUENTES INFORMATIVAS DIGITALES EN LOS PROCESOS DEL QUEHACER PERIODÍSTICO INVESTIGATIVO WEB

Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes

Licenciada en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte (Guayaquil – Ecuador)

fernandapasmay@gmail.com

José Omar Villavicencio Santillán

Licenciado en Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Magister en Diseño Curricular por Competencias Universidad de Guayaquil (Guayaquil – Ecuador)

jvillavicencios@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes y José Omar Villavicencio Santillán (2019): “Fidelización de fuentes informativas digitales en los procesos del quehacer periodístico investigativo web”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (abril 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/04/fuentes-informativas-digitales.html>

RESUMEN

El presente trabajo busca contrastar la fidelización que manejan los medios de comunicación en sus plataformas digitales con respecto a sus fuentes informativas, y como inciden en el formato del periodismo investigativo en el contexto ecuatoriano, así como la distribución de contenidos desde el contexto tradicional y el auge de las proyecciones digitales. El impacto que generan en la actualidad las redes sociales por parte de los medios de comunicación ante la opinión pública, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por diversos comentarios que se actualizan en cuestión de segundos, minutos y horas ante cualquier temática, sea deportiva, social o política, en este último caso existe un conflicto constante a la hora de informar, ya que en esta era digital los soportes y fuentes dejaron de ser ocultos o inaccesibles, para volverse alcanzables y virales en cuestión de segundos, siendo este el motivo principal para materializar una problemática que se presenta de forma imperceptible ante la vista o análisis del público, como lo es la fidelización de la información, su fuente y origen

Palabras clave: Fuentes Informativas, Fidelización, Periodismo Investigativo, Periodismo web.

SUMMARY

The present work seeks to contrast the loyalty that the media use in their digital platforms with respect to their information sources, and how they affect the format of investigative journalism in the Ecuadorian context, as well as the distribution of contents from the traditional context and the boom in digital projections. The impact that social media currently generates on the part of the media in the face of public opinion is so relevant that it causes a conflict in society due to various comments that are updated in a matter of seconds, minutes and hours before any issue, whether it is sports, social or political, in the latter case there is a constant conflict when it comes to informing, since in this digital age the media and sources stopped being hidden or inaccessible, to become reachable and viral in a matter of seconds, this being the main reason for materializing a problem that is imperceptibly presented to the public's eyesight or analysis, such as the loyalty of the information, its source and origin.

Keywords: Informative Sources, Loyalty, Investigative Journalism, Web Journalism.

INTRODUCCIÓN

El impacto que generan en la actualidad las redes sociales por parte de los medios de comunicación ante la opinión pública, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por diversos comentarios que se actualizan en cuestión de segundos, minutos y horas ante cualquier temática, sea deportiva, social o política, en este último caso existe un conflicto constante a la hora de informar, ya que en esta era digital los soportes y fuentes dejaron de ser ocultos o inaccesibles, para volverse alcanzables y virales en cuestión de segundos, siendo este el motivo principal para materializar una problemática que se presenta de forma imperceptible ante la vista o análisis del público, como lo es la fidelización de la información, su fuente y origen, dejando a un lado la veracidad con la que siempre se debe presentar una nota, transformándola en un simple reposteo de acceso inmediato.

La prensa audiovisual, radial y escrita ha incluido en su perfil tradicional de trabajo el formato de transmisión digital, donde la mayoría de sus contenidos informativos, noticias y fuentes se socializan a través de una plataforma web o social media; tal es el caso del objeto de estudio diario "El Telégrafo", el cual actualiza las noticias en diversas palestras web, dando una connotación principal a estas plataformas, donde un gran número de lectores entre su gran mayoría nativos digitales, se mantienen informados durante el día, tomando como fuente principal este modelo informativo por sus características de inmediatez y accesibilidad.

El impacto que generan en la actualidad las redes sociales por parte de los medios de comunicación ante la opinión pública, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por diversos comentarios que se actualizan en cuestión de segundos, minutos y horas ante cualquier temática, sea deportiva, social o política, en este último caso existe un conflicto constante a la hora de informar, ya que en esta era digital los soportes y fuentes dejaron de ser ocultos o inaccesibles, para volverse alcanzables y virales en cuestión de segundos, siendo este el motivo principal para materializar una problemática que se presenta de forma imperceptible ante la vista o análisis del público, como lo es la fidelización de la información, su fuente y origen, dejando a un lado la veracidad con la que siempre se debe presentar una nota, transformándola en un simple reposteo de acceso inmediato.

Dentro del quehacer periodístico la herramienta fundamental de toda estructura noticiosa es la fuente informativa, al mencionar este aspecto en las plataformas web, digitales o también denominadas Streaming, la veracidad o fidelización de las mismas se convierte en un factor incierto, puesto que muchas de ellas se encuentran entrelazadas como vínculos o hipervínculos alternos, esto quiere decir que la información no siempre pertenece al medio por el cual se la está emitiendo, sino que está sujeta a otras versiones emitidas que han generado tendencia (Trending Topics) o un reposteo de los seguidores (Lectores Digitales del Medio).

En Ecuador el periodismo Investigativo y de datos, ha tenido que sujetarse a este nuevo formato o sistema periodístico, donde la fidelización de la fuente, cifras o porcentajes de trabajo son de dominio público en las diferentes redes o web del ciberespacio; en su gran mayoría estas investigaciones son sin fundamentos o procedimientos investigativos fidedignos que sustenten y aseveren lo que se publica, convirtiéndose en una cadena o viralización de contenidos sin contrastar, emitidos por páginas informativas y receptada por la masas desde sus diferentes dispositivos y equipos portátiles. Bajo estas premisas se busca definir cuáles son los procedimientos que toman los medios digitales para la corroboración o sustento de sus fuentes y si cumplen el mismo rigor que en sus versiones tradicionales.

1. El periodismo digital ante los nuevos contextos de la información globalizada

La sociedad actual se encuentra enmarcada por una brecha tecnológica muy definida en sus preceptos de consumo informativo, (Castells, 2002) presenta una definición de “un estado de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera”, ante la definición y perspectiva del autor, es necesario manifestar que todo este se debe a la globalización informativa de contenidos que navegan en diversas plataformas o canales tecnológicos. La Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2001)

generaliza y conceptualiza el termino globalización como “la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”.

Esta manifestación tecnológica viral en los diferentes continentes, a trazado una brecha en el horizonte de la revolución informática; para López, Agudiez, & Príncipe (2007, p.190) “la revolución digital, y más concretamente el Internet, ha convulsionado el mundo de la Comunicación Social”, bajo ese lineamento los autores ratifican que una de las ciencias sociales en la que de mayor forma se ha apuntado la revolución digital es en el periodismo o comunicación social por parte de algunas definiciones y términos del quehacer informativo, de esta forma se puede definir que las funciones y acciones de trabajo del periodista actual se direccionan con la siguiente postura investigativa, que los mismos autores denominan de la siguiente manera:

El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público. Es un intérprete, el artífice que ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. El profesional de la información periodística no debe caracterizarse por captar sin más los hechos, sino buscar con rigor y minuciosidad el significado que esos acontecimientos poseen, pues bien sabemos que ver no es comprender. La objetividad y la veracidad del periodista en esta ocupación son elementos esenciales e imprescindibles. Deben hacerse todos los esfuerzos necesarios para garantizar que el contenido de las noticias sea fiel, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto, y que todas las opiniones implicadas sean presentadas de modo imparcial (López, *et al.*, 2007, p.194).

En los últimos 10 años del periodismo mundial, se ha observado un cambio radical en el paradigma tradicional del quehacer periodístico, en el cual se conseguía la información Insitu de la noticia, siendo ese el principal desarrollo de sus fuentes y puntos ejes de contenido, los mismos que desde el departamento de redacción no se podían conseguir. Este modelo de trabajo se ha modificado de manera drástica, el internet y los diversos recursos tecnológicos ampliaron los recursos informativos, consiguiendo más adeptos desde el contexto periodístico para el uso y aplicación de sus fuentes, que se caracterizan mucho por la viralización, reposteo y colaboración ciudadana, que ha consideración de la presente autora se los puede denominar como periodismo ciudadano o social, puesto que es expuesto por los diferentes colectivos existentes en cada país, y se transmiten como una cadena de posteo, con el único mérito de mostrar mas no de informar, acompañados por las características principales de una nota digital, que son multimedialidad, hipertextualidad y reacción en cadena. Pero existe una problemática de fondo que no se idealiza de manera continua, tal como lo es, la incertidumbre de la fidelidad de las fuentes a las que se accede dentro del entorno digital, el periodista ignora cómo filtrar y fidelizar ese contenido cayendo en una falta de carácter profesional ante la utilización de una información con escaso tratamiento

informativo del fenómeno, y que ante la primicia de emitirla se omiten los procesos tradicionales de comprobación.

Las fuentes y plataformas digitales han revolucionado los pilares clásicos en los que se sustentaba el oficio del periodista, así como sus bases epistemológicas de las diferentes teorías, escuelas y corrientes, el clásico modelo “ Pasivo” de las diversas audiencias acuñado por la teoría clásica de Wolf, que se ha vuelto con el pasar de los años más activo y socializador ante los diversos flujos informativos a los que se dirige, cambiando sus direccionamientos unidireccionales y verticales por nociones interactivas y bidireccionales. La figura del lector o consumidor dejó de ser un tradicional consumidor de textos sin capacidad de acción a un ente activo de comentarios, búsquedas y planificaciones de contenido mediático (Wolton, 2010, p.22).

El tradicional modelo periodístico que todos conocemos se ha visto superado por un sistema en donde las relaciones entre fuente, periodista y receptor se han transformado completamente. Las fuentes se han convertido en medios y los receptores son también fuentes que, a través de las redes sociales o sus espacios personales en la Web, pueden nutrir de información al periodista que está en la redacción elaborando una noticia. Cualquiera puede publicar, o incluso leer un dato y rectificarlo inmediatamente con las múltiples herramientas de participación que ofrecen los nuevos medios. Se trata de espacios, hasta ahora exclusivos de los periodistas, en donde el *User Generated Content* (CGU), término sobre el que se viene investigando desde los años 90, (García, 2010) ha encontrado su lugar.

Las nuevas tecnologías permiten a los periodistas acceder a multitud de fuentes, documentos y archivos en un tiempo record. Internet es una fuente permanente de consulta para los profesionales que cada vez invierten más tiempo en navegar por la Red. *How Spanish Journalists Are Using Twitter*, el último estudio publicado por Labápart, indica que más del 90% de los periodistas encuestados consideran Twitter como la mejor red social para buscar información y contactar con fuentes. Así mismo, este estudio pone de manifiesto que los periodistas utilizan las redes sociales, en gran medida, para publicar y distribuir información (Carrera, 2011).

A pesar de la rapidez e inmediatez que conllevan los medios digitales, los profesionales consideran que es necesario contrastarlo siempre, pero las pruebas evidencian que esto no es así habitualmente. Fácilmente se encuentran noticias en diarios digitales sin fuentes informativas o como máximo con una fuente. Un ejemplo de esta aseveración lo encontramos en el análisis llevado a cabo en un diario digital de Madrid que reflejaba que la media de fuentes encontradas en las noticias codificadas durante una semana era de 0,88 lo que suponía que en algunas informaciones no existía atribución alguna a una fuente informativa; es decir, “no sé conocía de dónde salía la información” (Herrero, 2010, p. 152).

2. Fuentes de información y su clasificación para un medio

A lo largo del tiempo y con toda la información que recepta la sociedad de diferentes medios de información, ha surgido la pregunta: ¿Como un medio de comunicación obtiene la información que emite?; Pues a través de las reconocidas fuentes de información, no basta solo con el suceso y que el periodista este en la escena, ya que, los datos del hechos pueden otorgarse al medio por medio de redes sociales confiables, instituciones, entrevistas, agencias, declaraciones públicas, entre otros.

La fuentes que un diario usa para informar puede ser una o varias, en algunos casos suelen ser las mismas, en otros el medio puede tener la opción de actualizar sus fuentes, pero de la veracidad de las misma surge la reputación del medio, debido a que si este utiliza un fuente no confirmada, por el motivo de dar una primicia y al desmentirse la noticia el medio destruye su reputación proyectando una imagen negativa del mismo, por este motivo una fuente debe ser confirmada para ganarse su credibilidad.

“Más allá de las clasificaciones, fuentes directas, indirectas, personales, documentales, *on the record* (se puede identificar la fuente) y *off the record* (no puede identificarse a la fuente ni reproducir la información obtenida de ella), lo importante es que el periodista tenga el criterio correcto para en cada caso saber a quién necesita acudir para conformar el relato adecuado del hecho” (Bullido, 2015).

Existen distintas variables de fuentes para una noticia pero al final del día y antes de ser emitida el periodista es el que tiene la decisión final de que fuente usar para constatar la nota que va a ser transmitida, y sobre todo que capte el interés de su audiencia, así mismo suele tener sus fuentes de confiabilidad y de uso frecuente. Según el modelo de comunicación de Shannon y Weber en su teorías considera que la fuente es el emisor porque es quien transmite la información al destinatario, pero ellos basaban la comunicación en cálculos estadísticos, en la actualidad este concepto es muy limitado y obsoleto ya que existen diferentes infinidades para las fuentes que no tiene que ser exclusivamente una persona puede ser una entidad, una organización, un informe, entre otros.

La teoría de la agenda setting de Maxwell McCombs y Donald Shaw es la que más aplicable en el casos de fuentes referente a que este concepto explica que la temática que los medios elijan y le otorguen más relevancia en sus selecciones de noticias tendrán una fuerte influencia en público y sus desarrollo diario, ya que le otorga a la audiencia algo en que pensar. “Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar” (Rodríguez, 2004).

La agenda Setting menciona como influir en la opinión pública entonces aplicado a las fuentes de información, un medio debe elegir que fuente le va otorgar los datos de interés con el poder de influir en su audiencia, esto también es muy aplicado en temas de políticas es lo que más genera atención del público para el medio de comunicación.

“Los medios de comunicación identifican la información política como uno de los asuntos más destacados dentro de la agenda mediática. Apuestan por una buena cobertura de estas informaciones, consideradas como hard news, dentro del conjunto de contenidos informativos. Este interés se incrementa cuando la información política se ve orientada hacia casos de corrupción o escándalos políticos. En este caso se refuerzan las secciones de política y se modifican las rutinas productivas ante la aparición de grandes casos de corrupción” (Tirado, 2016).

3. Importancia de las fuentes y su fidelización

Los medios informativos se han convertido a lo largo en parte de los ingredientes fundamentales del desarrollo de la sociedad, ya que, como bien sabemos una sociedad sin comunicación no es proactiva, un medio aporta en la formación de criterio de un ciudadano ya que abastece la información necesario para que este discernía su opinión acerca de hechos políticos, sociales que acontezcan en el mundo.

Para Tirado (2016):

Los medios tradicionales tienen acceso a mayor número de fuentes y de más relevancia. Sin embargo, abusan de las fuentes veladas u omitidas, que les permiten la publicación de más informaciones en exclusiva. Mientras, los medios de comunicación digitales citan un menor número de fuentes, pero las atribuyen en mayor medida.

Por ellos es importante la relación que tenga el medio con su fuente ya que esta proporciona el contenido que el lector va a consumir, para un medio la noticia más popular en el ámbito de política siempre va a ser la que esté vinculada a un escándalo de corrupción, estas noticias pueden durar meses de proceso investigativo y legal de lo cual el consumidor quiere mantenerse al día ahí se fideliza un receptor de información, estos casos de política generan mucha información para medios tradicionales y digitales.

4. Tipos de fuentes

Existe una variable considerable de fuentes entre las más relevantes tenemos: las fuentes exclusivas, fuentes compartidas, espontáneas, resistentes, abierta, ávida, impulsiva.

- Las fuentes exclusivas son las más privilegiadas para un medio, son muy difíciles de obtener, debido a que contribuyen gran credibilidad al medio y suministran información favorecida, y de primicia, por ello son las más apreciadas, importantes y valiosas.
- Las fuentes compartidas son las que proporcionan y garantizan un gran volumen de información de calidad a los medios. Las fuentes compartidas son las agencias de noticias, los gabinetes de prensa, las conferencias informativas, los comunicados oficiales, etc.
- Fuente espontánea: es la que acude al medio por iniciativa propia para ofrecer su información.
- Fuente resistente: es la que pone siempre grandes restricciones y obstáculos.
- Fuente abierta: facilita información sin obstáculos y por lo general el periodista debe ir en su busca.
- Fuente ávida: es la que acude al medio cuando necesita que se den a conocer informaciones que sirven a sus intereses.
- Fuente compulsiva: es la que toma la iniciativa, en un intento de obligar al medio a comunicar su información.

Referentes Bibliográficos

Caldevilla, D. (2009). La política se introduce en las redes sociales. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0909220031A/1528>

Bullido, E. (17 de 04 de 2015). Apuntes de redacción periodística: la importancia de las fuentes. Obtenido de Enrique Bullido: <https://enriquebullido.com/>

Larequi, J. C. (15 de Noviembre de 2000). Periodismo e internet, nuevo medio, vieja profesión. Obtenido de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm

Origen y evolución del periodismo en el mundo. (26 de Agosto de 2013).

Obtenido de <http://fabiiizziiia.blogspot.com/2013/08/periodismo-i-origen-y-evolucion-del.html>

Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. España: A. F. Alaminos.

Tirado Pascual, N. (2016). Corrupción y fuentes informativas en medios tradicionales y nativos. Miguel Hernández Communication Journal, 257 a 285.

