

Recopilació de la informació

Silvia Martínez Martínez

PID_00204105



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-Compartir igual (BY-SA) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu modificar l'obra, reproduir-la, distribuir-la o comunicar-la públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), i sempre que l'obra derivada quedi subjecta a la mateixa llicència que el material original. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

1. Entre l'esdeveniment previst i la notícia inesperada.....	5
2. Les fonts informatives.....	7

1. Entre l'esdeveniment previst i la notícia inesperada

Un dels reptes a què s'enfronten els mitjans de comunicació és el de disposar de notícies i missatges informatius elaborats en el moment necessari per a distribuir-los. Això els porta a fixar una previsió i programació amb l'objectiu de tenir prou continguts per a omplir bé totes les pàgines del diari o cobrir la durada dels informatius.

Aquesta planificació implica també establir una xarxa de recollida de dades, és a dir, prendre una sèrie de decisions prèvies. Aquestes inclouen, per exemple, les relacionades amb "la contractació d'agències i productores, la disseminació de reporters, la implantació de corresponsalies" (Martín Sabarís, 2000, traducció pròpia).

Un dels avantatges de la planificació és que permet disposar els recursos necessaris per poder donar cobertura als esdeveniments previstos i que formen part del dietari o l'agenda. Aquesta està integrada per esdeveniments programats: des de celebracions esportives fins a les convocatòries de rodes de premsa. Són esdeveniments previstos i "majoritàriament per tant són fets pertanyents a l'esfera política, institucional, administrativa o judicial" (Wolf, 1987, pàg. 271, traducció pròpia). El perill que això comporta és que derivi en una hiperrepresentació d'aquests temes en els mitjans de comunicació.

El redactor ha de conèixer els esdeveniments previstos (com les efemèrides), els quals han d'estar relacionats amb la temàtica o secció de què és responsable. Això permet, a més, que es vagi avançant material vinculat amb esdeveniments previstos i/o possibles (Martínez Vega, 2000). Es tracta d'avançar determinades peces com informació complementària o contextual per a abordar un succés que, en el moment de produir-se, es completarà amb la dada actual.

En alguns casos, per anar preparant aquests continguts, junt amb la col·laboració que aporten els serveis del departament de documentació del mitjà, cada vegada és més habitual que el periodista cerqui els antecedents de la informació o es documenti per preparar, completar o trobar nous enfocaments de la notícia. Com indica María Rubio Lacoba (2012, pàg. 67, traducció pròpia):

"La digitalització dels arxius, d'una banda, i la incorporació d'Internet a les rutines professionals, d'altra, han comportat que els periodistes desenvolupin noves rutines de marcat caràcter documental".

En aquest exercici de documentació pot resultar molt útil consultar fonts periodístiques com hemeroteques o fer el seguiment d'un tema actual, la qual cosa permetrà saber el tractament que està rebent en altres mitjans o conèixer nous enfocaments i aproximacions a la notícia.

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 novembre de 2009)*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Els autors classifiquen les fonts d'accés a continguts de premsa i periodístics. S'hi inclouen serveis nous, propis del Web 2.0, com els agregadors.

Una altra pràctica habitual és destinar els periodistes a llocs en què habitualment sorgeixen o es produeixen fets noticiables. Es tracta de llocs que per l'activitat que s'hi realitza o per les persones que els freqüenten (com personatges públics) estan sovint relacionats amb l'actualitat informativa: el Congrés dels Diputats, l'edifici de la borsa, etc.

A més, alguns canals de recollida d'informació estan profundament estructurats de manera que aquesta flueix i arriba directament a les redaccions sense necessitat que el periodista la vagi a buscar. Són continguts, per exemple, que arriben a través de les agències. La planificació també implica l'exercici de contractar aquests serveis per a poder donar cobertura a aquells esdeveniments que, pels recursos disponibles, el mitjà no pot abastar.

Els gabinets de premsa es beneficien d'aquesta necessitat que tenen els mitjans de completar un producte, amb uns recursos limitats. A més, els continguts que arriben per aquesta via se solen adaptar a les característiques del mitjà i s'ajusten als seus cicles productius. Faciliten peces elaborades perquè el mitjà les pugui publicar directament. Cal tenir en compte que es tracta de fonts interessades que faciliten el treball als periodistes per aconseguir l'objectiu de difondre el seu missatge.

En aquest sentit, també poden organitzar pseudoesdeveniments, actes que, segons Lorenzo Gomis (1991) a partir de Boorstin, es generen amb l'objectiu que els mitjans els donin cobertura. Aquest concepte s'actualitza amb les noves possibilitats que ofereix la Xarxa a aquestes fonts institucionals o fins i tot als personatges públics, que poden distribuir els seus missatges directament, viralitzar-los i generar atenció, expectativa i interès, i això porta els mitjans a publicar-los.

2. Les fonts informatives

Com assenyala Manuel López (1995), és impossible que el periodista sigui testimoni de tots els esdeveniments susceptibles de convertir-se en notícia. Això justifica l'ús de les fonts informatives perquè aquestes poden narrar i explicar-li els fets. No obstant això, encara que el periodista pugui explicar en primera persona un esdeveniment, la consulta de fonts permet conèixer diferents punts de vista i això enriqueix la informació. S'afegeixen així nous enfocaments i aproximacions al fet noticable i, per consegüent, es garanteix una certa pluralitat.

Una màxima clàssica en el periodisme és la que proclama que “un periodista val el que valen les seves fonts”. Aquesta afirmació segueix vigent en tant que part de la credibilitat del professional de la informació deriva de treballar amb fonts fidedignes i de contrastar la informació abans de publicar-la.

Lectura

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

L'autor exposa la importància de l'ús de les fonts informatives en la tasca periodística. A més, presenta una tipologia i classificació de fonts que el reporter pot consultar.

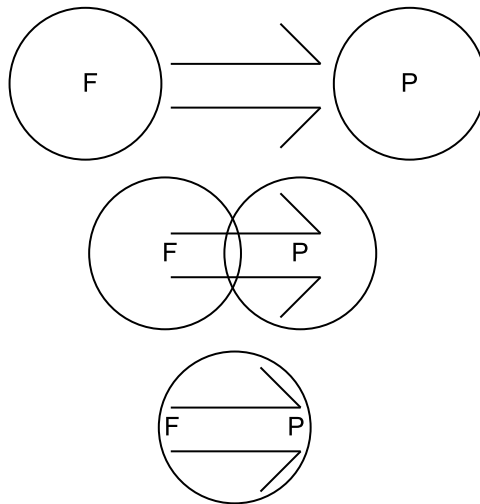
El periodista ha de ser conscient de l'existència de fonts interessades i tractar amb cautela la informació que aquestes subministren. Per tot això el periodista ha d'evitar dependre d'una sola font informativa, ja que és necessari contrastar-la. El reporter ha de donar l'oportunitat d'expressar-se a totes les parts implicades en la notícia per oferir equilibri en el tractament informatiu i evitar així els biaixos.

La relació constant amb una font que subministra informació no ha de derivar en una actitud més confiada per part del periodista. En aquest sentit, McQuail i Windahl (1997, pàg. 189), en parlar sobre les relacions amb fonts habituals, distingeixen entre diferents nexes establerts entre totes dues parts en funció de la més o menys autonomia que manté el periodista. Aquests models van des de la independència fins a la cooperació i l'absorció per part de la font. Aquest últim cas s'observa en el moment en què la font aconsegueix que el periodista assumeixi els seus interessos.

El model ideal estaria representat per la primera de les figures de la imatge, que representa una relació en què el reporter és capaç de mantenir la distància respecte a la font. No obstant això, de vegades la necessitat d'obtenir certes

dades porta al fet que el periodista cedeixi davant d'alguns dels interessos de la font. La posició no desitjable és la representada en últim lloc, on no es distingeixen els interessos de la font i del periodista que treballa per a un mitjà de comunicació perquè totes dues figures queden assimilades.

Model de relació font-periodista



Font: McQuail i Windahl (1997, pàg. 190-191) a partir del model de Gieber i Johnson

McQuail i Windahl (1997) presenten un model simplificat de les relacions que es poden mantenir amb les fonts informatives. Així, Casero Ripollés (2008), en abordar la relació entre periodistes i polítics, distingeix fins a cinc modalitats diferents: "l'adversarial, la col·lateral, la de la competició, la de l'intercanvi i la de la negociació constant" (traducció pròpia). Aquesta última és la que defensa l'autor com a reflex d'una realitat dinàmica que canvia constantment i que es va ajustant en funció de cada situació particular.

Amb el desenvolupament de la comunicació digital i concretament amb la irrupció d'Internet, ara les fonts tenen accés a la comunicació pública i poden difondre el seu missatge sense que calgui la intermediació dels mitjans de comunicació. Malgrat això, les fonts poden seguir interessades en el fet que les seves informacions es difonguin pels mitjans perquè els seus missatges poden impactar més i, en conseqüència, es poden multiplicar els canals pels quals es distribueixen. Al seu torn, els mitjans poden estar atents als missatges que les fonts publiquen en els llocs web institucionals o als perfils que els personatges públics creen a les xarxes socials. Aquest últim aspecte genera un nou debat en què es qüestiona la imparcialitat del mitjà o periodista que es presenta públicament com a "seguidor" o "amic" d'aquestes fonts oficials o dels personatges públics.

Lectura recomanada

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

No hi ha dubte de la utilitat de les xarxes socials i serveis 2.0 per a proveir de dades i informació als periodistes. No obstant això, el reporter ha d'extremar les precaucions i contrastar de manera cautelosa el material rebut perquè les noves tecnologies també en faciliten la manipulació mitjançant, per exemple, muntatges o retocs fotogràfics o amb la creació d'identitats virtuals falses.

Una altra discussió, des d'una perspectiva ètica, es deriva de l'ús de la informació publicada en els perfils de ciutadans que es converteixen en testimoni o es veuen involucrats en una notícia. La distinció entre públic i privat de vegades és difícil de detectar en l'entorn digital en el moment en què el missatge que s'intercanvia amb un grup reduït d'usuaris es fa públic quan un dels seus membres el comparteix amb tercers. A més, el ciutadà pot desconèixer els permisos que cedeix sobre els continguts generats en determinats entorns o espais socials.

Estudi de cas

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

En aquest article es planteja el seguiment d'una història i com la cerca de fonts diferents permet anar-ne ampliant la informació. A més, s'obre el debat sobre l'ús, des del punt de vista ètic, dels continguts que es distribueixen a Internet i, de manera específica, en mitjans socials com Facebook.

