



EL COLEGIO DE MÉXICO, A. C.
BIBLIOTECA DANIEL COSÍO VILLEGAS

“LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA Y LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA:
ESTUDIO DE CASO”

Tesis presentada por

“JOSÉ VALENTÍN ORTIZ REYES”

Para optar por el grado de

MAESTRO EN BIBLIOTECOLOGÍA

Directora de tesis

“MTRA. GUADALUPE VEGA DÍAZ”

Lector

“MTRO. ARIO GARZA MERCADO”

MÉXICO, D.F.

“26 DE FEBRERO, 2007 ”

*A mi familia especialmente
a mis padres, Carmen y Valentino.*

Agradecimientos

Novalis dice que: "cualquier convicción gana infinitamente a partir del momento en que otra alma cree en ella". Esta tesis es la forma de adelantar un pago a quienes me confiaron su tiempo y disponibilidad. Mi principal deuda es con Guadalupe Vega, Ario Garza Mercado y Rogelio Hinojosa. Todo lo que escribí fue el resultado de discusiones con ellos en distintos momentos de la conformación de esta tesis.

Quisiera agradecer a todos mis maestros de El Colegio de México, muy en especial a Álvaro Solís, Pilar Moreno y Elizabeth García por sus aportaciones para la conformación de este texto. También es mi forma de agradecer a quienes durante los últimos años han marcado mi formación profesional y académica: a Margarita Reyna, Eduardo Andión y Guadalupe Amor por su invaluable ejemplo e interés; a Ilán Bizberg por su disposición y apertura; a Elsie Mcphail y Patricia Ortega por sus atinadas recomendaciones.

Debo agradecer también a quienes me dejaron acompañarles en este proyecto, mis compañeros de generación. Asimismo, quisiera expresar mi especial gratitud a Angélica Antonio por su arraigado sentido de solidaridad y por todo aquello que representa y que no cabe en dos líneas.

Numerosas argumentaciones de esta tesis proceden de comentarios, discusiones y aportaciones de muchos amigos y colegas, incluyendo a Eloir Soto, Jorge Linares, Alfredo Mendoza, Gustavo Casas, Roberto Rodríguez y Rosa Brizuela. También debo mi gratitud a quienes por medio de una carta, una llamada o un correo facilitaron mi acceso a los diarios: Macario Schettino, Lorenzo Meyer y Soledad Loaeza.

Por último, mi más sincero agradecimiento a quienes a pesar de la premura de la inmediatez se dieron tiempo de ofrecerme su visión sobre el periodismo y los recursos de información en línea. Hablo de los reporteros, directivos y editores que me apoyaron durante este proceso y cuyo anonimato no les resta el primer plano de esta tesis.

TABLA DE CONTENIDOS

PREFACIO	7
ANTECEDENTES	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
OBJETIVO GENERAL.....	15
CONTENIDO.....	16
REFERENTES PARA EL ESTUDIO DE LA CONDUCTA INFORMATIVA DEL REPORTERO DE INVESTIGACIÓN	18
EL CONCEPTO DE CONDUCTA INFORMATIVA	19
EL ROL Y LAS TAREAS ASOCIADAS DEL PERIODISTA	20
NECESIDADES DE INFORMACIÓN	22
LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA Y LOS PERIODISTAS.....	24
<i>PROPÓSITOS DE USO</i>	30
<i>FRECUENCIA DE USO</i>	31
<i>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN</i>	31
<i>ACTITUD FRENTE A LOS RECURSOS EN LÍNEA</i>	32
METODOLOGÍA.....	34
ESTUDIO DE CASO.....	34
ESCENARIO.....	36
PARTICIPANTES.....	37
INSTRUMENTOS.....	38
<i>CUESTIONARIO “LOS REPORTEROS MEXICANOS Y SUS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA”</i>	38
<i>PROTOCOLO DE ENTREVISTA PARA PROMOTOR DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN</i>	40
<i>GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE RECURSOS UTILIZADOS EN NOTAS PUBLICADAS EN LA PORTADA PRINCIPAL DEL DIARIO</i>	41
<i>PROTOCOLO DE ENTREVISTA PARA REPORTEROS SELECCIONADOS</i>	42
PROCEDIMIENTO.....	43
<i>DISEÑO Y PILOTEO DE LOS DIFERENTES INSTRUMENTOS</i>	43
<i>APLICACIÓN</i>	44
<i>ANÁLISIS</i>	46
DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....	49
DATOS SOBRE LOS PARTICIPANTES.....	50
<i>CUESTIONARIOS</i>	50
<i>ENTREVISTAS</i>	50
EL CONTEXTO, EL ROL Y LAS TAREAS ASOCIADAS DEL REPORTERO.....	51
<i>CONTEXTO</i>	51
<i>ROL Y TAREAS ASOCIADAS</i>	53
NECESIDADES DE INFORMACIÓN	54
RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA	56
<i>RECURSOS Y SERVICIOS EN LÍNEA DE INTERÉS GENERAL</i>	59
Frecuencia de uso.....	59
Propósitos de uso	60
<i>RECURSOS OFICIALES, COMERCIALES Y ESPECIALIZADOS</i>	62
Frecuencia de uso.....	62
Propósitos de uso	64
<i>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN</i>	66
<i>ACTITUD FRENTE A RECURSOS EN LÍNEA</i>	67
<i>NECESIDADES DE FORMACIÓN</i>	69

ANÁLISIS DE RESULTADOS	71
CONCLUSIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	80
ANEXOS	83
CUESTIONARIO “LOS REPORTEROS MEXICANOS Y SUS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA	84
PROTOCOLO DE ENTREVISTA AL PROMOTOR DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	91
PROTOCOLO DE ENTREVISTA A REPORTEROS SELECCIONADOS	93
DIRECTORIO DE RECURSOS EN LÍNEA	94

ÍNDICE DE ESQUEMAS, TABLAS Y GRÁFICOS

ESQUEMAS

Esquema 1. Modelo de búsqueda de información en profesionales.....	35
Esquema 2. Elementos que se consideran importantes al momento de seleccionar información en los recursos en línea.....	55
Esquema 3. Aportaciones al modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain.....	78

TABLAS

Tabla 1. Descripción del cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”.....	39
Tabla 2. Reporteros que citan recursos de información a pie de artículo en la portada principal.....	47
Tabla 3. Tipo de información requerida.....	55
Tabla 4. Información requerida en relación al tipo de género periodístico que se desarrolla.....	56
Tabla 5. Recursos citados a pie de artículo en la página principal del diario.....	58
Tabla 6. Secciones que citan recursos en la página principal.....	59
Tabla 7. Frecuencia de uso de recursos y servicios en línea de interés general.....	60
Tabla 8. Frecuencia de uso de recursos oficiales, comerciales y especializados.....	63
Tabla 9. Dificultad para determinar la confiabilidad de la información publicada en Internet.....	67
Tabla 10. ¿Qué tan de acuerdo estas con los siguientes enunciados? (Actitudes frente a Internet).....	68
Tabla 11. ¿Cómo aprendió a utilizar los recursos de información en línea?.....	69

GRÁFICOS

Gráfica 1. Lugares de acceso a Internet.....	57
--	----

PREFACIO

La llegada de las nuevas tecnologías de información ha derivado en las sociedades modernas en una creciente reconfiguración de los hábitos y prácticas de sus miembros. El campo periodístico no es la excepción, pues la creación y apertura de nuevos medios para la producción y distribución de la información han ido modificando los conceptos de inmediatez y veracidad de la noticia. Hoy, la posibilidad de crear y publicar en redes interconectadas ha permitido contar con información, sobre casi cualquier tema o hecho de forma instantánea, pero también ha facilitado la distribución de datos cuya veracidad puede estar en entredicho.

A este panorama se han ido sumando cambios vinculados con el surgimiento de un público lector más exigente; la difusión y acceso a información pública; y la consolidación de un periodismo de precisión o de investigación.

Algunos de los grupos que han advertido sobre estos puntos en México son la *Red Periodismo de Calidad*, la *Fundación Trust for the Americas*, *Fundación Prensa y Democracia México A.C.* y la *Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional*, mismos que han colaborado conjuntamente en busca de establecer una propuesta de indicadores para un periodismo de calidad¹. Asimismo, encontramos los esfuerzos del *Centro de Periodistas de Investigación* que impulsa, promueve y capacita entre los periodistas latinoamericanos el uso de herramientas de Internet, hojas de cálculo y bases de datos para ejercer el periodismo de investigación. A nivel Latinoamérica, se encuentra también la *Fundación Konrad Adenauer* y el

¹ Red de Periodismo de Calidad, *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad* (México, D.F.: Universidad Iberoamericana, ©2006), 143p.

Instituto Prensa y Sociedad de Perú que en 2004 elaboraron un estudio sobre condiciones, procesos y hábitos de trabajo de los periodistas latinoamericanos².

El estudio que se presenta a continuación es el resultado de un cuestionamiento sobre cómo los reporteros, vistos como usuarios de información, están utilizando los recursos en línea para la realización de sus tareas cotidianas. Es también, una aproximación a un tipo de usuario, que por la naturaleza de su profesión, está vinculado de forma estrecha al tratamiento, producción y distribución de información.

Para su elaboración nos hemos basado en dos preguntas: *¿por qué* usan los recursos de información en línea los reporteros de un diario en específico?, y *¿cómo* usa los recursos de información en línea este grupo de reporteros? Para dar respuesta a estos cuestionamientos se tomó como punto de partida el modelo de conducta informativa de profesionales propuesto por Leckie, Pettigrew y Sylvain³. Este modelo permite evidenciar los elementos del contexto y las tareas que dan origen a las necesidades de información.

En la búsqueda de respuestas también nos valimos de la metodología del estudio de caso. Esto nos permitió reunir varias fuentes de evidencia sobre cada punto y combinar información de distinta naturaleza (cuantitativa y cualitativa) para tratar de ubicar los elementos y tareas mencionados arriba.

Por último, nos gustaría resaltar que el trabajo que el lector tiene entre sus manos, no sólo pretende comprender la conducta informativa de un grupo de reporteros de un diario en específico, sino también busca ser una referencia para quienes estén interesados en desarrollar un curso de investigación documental dirigido a este sector.

² Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Programa Medios de Comunicación y Democracia en América Latina, *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos* (Lima: Instituto de Prensa y Sociedad, Fundación Konrad Adenauer, ©2004), 150p.

³ G. Leckie, K. Pettigrew y C. Sylvain, "Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers", en *Library quarterly* (Chicago: The University of Chicago Press, vol. 66, no. 2, 1996), pp. 161-193.

ANTECEDENTES

Informarse para informar es una exigencia tácita del periodista. Nutrirse de datos, planear un texto y escribirlo bajo el peso de lo pertinente e inmediato son factores que requieren que el periodista aproveche de manera óptima el tiempo destinado a la elaboración y tratamiento de la información.

Esta simbiosis entre informador e información ha sido señalada por periodistas como Manuel Buendía⁴, quien siempre valoró la utilidad de contar con un archivo personal que permitiera integrar y enriquecer sus productos noticiosos. Por su parte Ryszard Kapuscinski en su libro *Los cinco sentidos del periodista* reconoce que la fuerza de la prosa tiene su origen en las lecturas previas.

Yo leo mucho porque estoy convencido de la importancia de profundizar todo lo que se pueda en el tema sobre el que debo elaborar un texto. Vivimos en un mundo de enorme producción intelectual donde se han escrito montones de libros sobre todos los temas. Escribir sin conocerlos, o sin siquiera saber de su existencia, revela una actitud muy ingenua. Siempre hay expertos en esos asuntos acerca de los cuales nos toca escribir, y el valor de su trabajo es incalculable para el nuestro.⁵

Actualmente este proceso de documentación parece tener cambios radicales no sólo en el campo del periodismo. La producción intelectual, de la que habla Kapuscinski, ya no sólo circula en medios tradicionales como el libro, las revistas o los diarios impresos. Hoy, cada vez más, encontramos información de todo tipo dispuesta en redes interconectadas. Este escenario supone para el ejercicio periodístico nuevas ventajas, pero también nuevos problemas y exigencias. Entre las ventajas: la exhaustividad e inmediatez que se le han otorgado a los recursos en línea. Entre los problemas: la dificultad para identificar, buscar, manejar, distinguir, evaluar e integrar información; pues nos enfrentamos a un medio con un lenguaje nuevo y donde convergen por igual, información validada e información poco veraz. Entre las exigencias: la actualización y el desarrollo de habilidades para utilizar estos recursos como fuentes de información se han perfilado como una alternativa para un mejor aprovechamiento de los mismos.

⁴ Federico Campbell, *Periodismo escrito* (México, D.F.: Alfaguara, ©2002), p. 93.

⁵ Ryszard Kapuscinski, *Los cinco sentidos del periodista: estar, ver, oír, compartir, pensar* (México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, ©2003), p. 42.

En México, la introducción de Internet y de bases de datos en las redacciones es muy reciente. En 1993 el diario *Reforma* introdujo Internet en sus instalaciones por medio de *Infosel*, una empresa proveedora de servicios en línea perteneciente al mismo dueño. *La Jornada* se conectó a Internet en febrero de 1994 gracias a un convenio con la UNAM; y en lo que toca a diarios como *Excélsior* y *El Universal* obtuvieron su conexión en abril de 1996⁶.

Sin embargo, al menos en el caso de México, la disposición de este tipo de infraestructura no ha significado una asimilación tecnológica satisfactoria por parte de los periodistas. De acuerdo con Rossana Fuentes-Berain y Pedro Enrique Armendares hay una resistencia a la actualización, por parte de los periodistas, para utilizar tecnologías de información y comunicación “bien por temor a la tecnología o bien porque consideran que su tiempo es demasiado *valioso* para perderlo aprendiendo a usarlas.”⁷ En 1997, Laura Kauppert aseguraba que esta resistencia es ajena a la falta de preparación técnica o a cuestiones económicas. Ella señala que:

La dificultad para ampliar el uso de nuevas tecnologías como herramientas de investigación para el periodista mexicano es, en su mayor parte, una cuestión de actitud indiferente o incluso rechazante.⁸

También encontramos posturas como las de Antonio Ruiz que sostiene que esta falta de interés en materia tecnológica va de la mano con una falta de actualización en materia periodística pues “se sigue pensando que una declaración explosiva es noticia”⁹.

Tras estos señalamientos podemos decir que nos enfrentamos a una resistencia de algunos periodistas a recibir actualización para el uso de tecnologías de información y comunicación¹⁰, y

⁶ Con información de Laura Kauppert Gertaud Martín del Campo, “Internet como herramienta para el periodismo: la utilización de Internet en los periódicos del DF”, Tesis de licenciatura en Comunicación (México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1997), 126p.

⁷ Rossana Fuentes-Berain y Pedro Enrique Armendares, “¡Es Internet, estúpido!”, en *Explorando el ciberespacio iberoamericano* (Coordinadores: Octavio Islas y otros. México, D.F.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Cibercultura, Grupo Patria Editorial, ©2002), p. 375.

⁸ Kauppert, p. 80.

⁹ Antonio Ruiz C, “El periodismo mexicano e Internet”, en *Explorando el ciberespacio iberoamericano* (Coordinadores: Octavio Islas y otros. México, D.F.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Cibercultura, Grupo Patria Editorial, ©2002), p. 286.

¹⁰ El término de tecnologías de información y comunicación (TIC) comprende el hardware, el software y las tecnologías de telecomunicación. Puede indicar una o más colecciones específicas de hardware y tecnologías de comunicación. Dirk Vriens, “Information and communication technology: tools for competitive intelligence”, en

a una lógica en la que parece prevalecer la publicación de noticias sustentadas únicamente por la opinión. Este último aspecto es reconocido como un viejo vicio que Gideon Lichfield¹¹ ha denominado “declarocracia” y que se basa en el abuso de los sinónimos del “dijo”. De acuerdo con este corresponsal de *The Economist*, este síntoma es uno de los más característicos de la prensa mexicana, pues se sigue pensando que:

las noticias no son lo que hay de nuevo, sino lo que haya dicho alguien importante, aunque esa persona o cualquier otra ya lo hubiera dicho, sin importar realmente, si es verdad o no.¹²

Para comprender esta lógica habría que comenzar por analizar los mecanismos que operan al interior del campo periodístico y distinguir las exigencias de su mercado. De acuerdo con Pierre Bourdieu, el motivo de los embates entre los diarios es la audiencia o las cuotas de mercado. Esta competencia entre los diarios “adquiere la forma de una rivalidad temporal por la primicia informativa, por ser el primero”¹³. Desde esa perspectiva se entendería que los diarios compiten por la inmediatez y exclusividad de la información; y que por tanto sus periodistas realizan poca o ningún tipo de investigación documental para enriquecer sus notas.

México no es la excepción, pues el periodismo parecería estar sometido al acoso de un mercado de lo inmediato que impide a sus actores invertir tiempo en la documentación de sus productos noticiosos y prefieren otorgar prioridad a productos cuyo único sustento es una opinión o un comentario explosivo.

A pesar de ello se observa un cambio de enfoque entre profesionales como Alma Delia Fuentes, quien reconoce que el público lector se ha vuelto más exigente. Ella señala que “La competencia ya no está en las noticias, la competencia está en la forma de contar las historias”¹⁴. Esto puede interpretarse como una apelación hecha, desde el terreno de la práctica, a ofrecer un

Encyclopedia of information science and technology (Editores: Mehdi Khosrow-Pour. Hershey: Idea Group Reference, vol. 3, ©2005), pp. 1458-1463.

¹¹ Gideon Lichfield, “La declarocracia en la prensa”, en *Letras Libres* (México, D.F.: Editorial Vuelta, Julio, 2000), pp. 54-58.

¹² Lichfield, p. 54.

¹³ Pierre Bourdieu, *Sobre la televisión* (Barcelona: Anagrama, 2003), p. 38.

¹⁴ Alma Delia Fuentes, “Nuevas reglas del juego en el periodismo”, en *Sala de prensa* (México, D.F. año 3, vol. 2, no. 23, septiembre, 2000), (DE, 8 de agosto 2006: <http://www.saladeprensa.org/index.html>).

valor agregado a la información diaria (por medio de un contexto más profundo, datos verificados, datos comparados, etcétera) y a distinguirse de la competencia por medio de productos diferenciados.

En líneas generales, las observaciones expresadas sobre el periodismo en México tanto en el terreno profesional, como en algunas de las investigaciones desarrolladas al respecto, son:

1. La resistencia de algunos periodistas, frente a la capacitación para utilizar recursos en línea: Fuentes-Berain y Armendares¹⁵, Ruiz¹⁶ y Kauppert¹⁷
2. La necesidad de desarrollar en los periodistas habilidades, como la búsqueda, el acceso, el análisis y la diseminación de información en recursos en línea: Fuentes-Berain y Armendares¹⁸, A.D. Fuentes¹⁹, Ruiz²⁰ y De la Rocha²¹
3. Los cambios de actitud, por parte del periodista e incluso de las organizaciones, para ofrecer productos de mayor profundidad y veracidad informativa: Ruiz²², Zaid²³, A.D. Fuentes²⁴

Esta claro que la disponibilidad y el acceso a recursos en línea no son los únicos conductos para generar productos documentados. Lo son, también, la actitud positiva para el manejo de diversas fuentes, la capacidad de análisis, la curiosidad, la creatividad y la existencia de una cultura organizacional que promueva el periodismo de investigación y que, por consiguiente, posea la infraestructura y las facilidades apropiadas para que sus integrantes cuenten con capacitación para el uso de este tipo recursos.

¹⁵ Fuentes-Berain, Armendares, pp. 361-389.

¹⁶ Ruiz, pp. 281-297.

¹⁷ Kauppert, 126p.

¹⁸ Fuentes-Berain, Armendares, pp. 361-389.

¹⁹ Fuentes, (DE, 8 de agosto 2006: <http://www.saladeprensa.org/index.html>).

²⁰ Ruiz, pp. 281-297.

²¹ Dorangelica de la Rocha, “¿Periodismo de investigación o de consulta?”, en *Revista mexicana de comunicación* (México, D.F.: Fundación Buendía, no.87. junio-julio, 2004), (DE, 17 de junio 2006: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/consulta.html>).

²² Ruiz, pp. 281-297.

²³ Gabriel Zaid, “Periodismo cultural”, en *Letras Libres* (México, D.F.: Editorial Vuelta, vol. 8. no. 86, febrero, 2006), pp. 58-60.

²⁴ Fuentes, (DE, 8 de agosto 2006: <http://www.saladeprensa.org/index.html>).

En México las investigaciones que se han desarrollado, sobre el periodismo y los recursos de información en línea, han sido muy escasas y tratadas a partir de la perspectiva de la Comunicación. La mayor parte de ellas fueron realizadas por personas que no se dedican de lleno a la investigación, antes bien se trata de tesis de licenciatura y de reflexiones hechas en el terreno de la práctica. Por ejemplo en 1997 Laura Kauppert, a quien ya hemos citado, presenta como tesis de licenciatura una investigación titulada *Internet como herramienta para el periodismo: la utilización de Internet en los periódicos del DF*²⁵. En su estudio se describe a nivel institucional la relación que guardan los diarios con Internet y reúne información con el objetivo de “estimar el impacto que la red ha causado en el ejercicio periodístico”²⁶. Para ello cuenta con entrevistas con columnistas, editores, académicos, encargados de sistemas y reporteros. Los diarios que cubre esta investigación son *Reforma, Milenio, La Jornada, Ovaciones, El Universal y Excélsior*. Los temas que trata en las entrevistas se relacionan con la infraestructura tecnológica de cada diario, su versión en línea e Internet como herramienta para el trabajo del periodista. Ella encuentra que: “todos los periódicos consultados, coinciden en que son muy escasos los periodistas que realmente le sacan provecho a la red.”²⁷

Por su parte Claudia Ruiz Jiménez y Jorge Sánchez Badillo presentan, como tesis de licenciatura en Comunicación, la investigación titulada *Propuesta de la materia “Internet aplicada al Periodismo y la Comunicación” para la carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón*²⁸. En la formulación de su propuesta se consideró la situación de los periodistas respecto al uso profesional que le dan a Internet. Esta información fue obtenida por medio de tres fuentes:

1. Encuesta realizada a periodistas de radio, prensa y televisión, miembros de la Fraternidad de Reporteros de México.
2. Encuesta aplicada a estudiantes de periodismo de la ENEP Aragón.
3. Revisión de programas universitarios de las carreras en Periodismo o Comunicación de otras universidades (nacionales y extranjeras) que han incorporado Internet en sus planes de estudio.

²⁵ Kauppert, 126p.

²⁶ Kauppert, p. 3.

²⁷ Kauppert, p. 79.

²⁸ Claudia Ruiz y Jorge Sánchez Badillo, “Propuesta de la materia titulada ‘Internet aplicada al periodismo y la comunicación’ Para la carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón”. Tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo (México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, 2002), 217p.

El resultado de su trabajo es un temario genérico, que si bien cubre aspectos conceptuales sobre Internet, no trata aspectos actitudinales ni procedimentales; tampoco considera las peculiaridades que supone el uso de la información en cada medio donde se desempeñan los reporteros encuestados (prensa, radio, televisión).

En ambas investigaciones se resalta la necesidad de capacitar al periodista para aprovechar de una mejor manera la red. Sin embargo, hay la percepción de que se otorga demasiado peso a cómo producir o publicar información para la red y se deja en un segundo plano la forma en que los periodistas pueden utilizar este recurso para la documentación de un producto noticioso.

En este apartado hemos visto que en la actualidad hay una mayor exigencia por documentar las notas periodísticas no sólo con recursos impresos, sino principalmente con la información dispuesta en recursos en línea. Se advierte que, en México, las investigaciones hechas sobre el periodismo y el uso de los recursos en línea encuentran que hay una resistencia por parte de algunos periodistas a la actualización para a el uso de este tipo de recursos. Sin embargo, también se aprecia que hay una preocupación, por parte de algunos actores, por ofrecer un periodismo cuya documentación profunda sirva como un valor agregado. En ese sentido, el poseer las habilidades y las actitudes necesarias para usar recursos en línea, plantea ventajas para quien busca hacerse de material informativo que permita desarrollar este tipo de periodismo.

Parte de nuestro interés por desarrollar una investigación sobre la conducta informativa del reportero, frente a los recursos de información en línea, se centra en el modo en que ellos están enfrentando factores como: la creciente disposición de información en línea; la promoción que en el marco de la transparencia se ha generado para que las instancias gubernamentales publiciten información pública en estos medios y la necesidad de ofrecer valor agregado a los productos noticiosos.

Desde esa perspectiva, la respuesta a la pregunta sobre *¿cómo* están siendo utilizados actualmente estos recursos por los reporteros?, puede ofrecernos un panorama sobre las acciones que actualmente el reportero emprende para satisfacer una necesidad de información. En esta investigación, la respuesta a dicha pregunta ha sido vinculada con el concepto de conducta informativa, mismo que será desarrollado en el siguiente capítulo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con lo mencionado en el apartado anterior, el escenario que enmarca el uso de los recursos de información en línea en el campo periodístico podría caracterizarse por los siguientes factores:

1. Creciente disponibilidad de la información en línea.
2. Resistencia de algunos periodistas por recibir y promover cursos de actualización sobre el uso de recursos en línea.
3. Necesidad de un cambio hacia el periodismo de investigación.
4. Escasos estudios sistemáticos sobre el uso de los recursos en línea en el campo periodístico.

A partir de estos aspectos, parece pertinente obtener evidencia de la conducta informativa de los reporteros, ubicándolos en el contexto donde realizan sus labores periodísticas, para analizar con una mayor profundidad el *cómo* y el *porqué* están utilizando los recursos de información en línea para el cumplimiento de sus tareas.

OBJETIVO GENERAL

La tesis tiene por objeto identificar los principales aspectos de la conducta informativa de los reporteros frente a los recursos en línea, en un diario que promueva el periodismo de investigación.

Se busca que los resultados del estudio permitan identificar referentes para el diseño de un curso de investigación documental dirigido a este sector.

CONTENIDO

Para alcanzar el objetivo propuesto nos basamos en los elementos que conforman el modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain²⁹ para la caracterización de la conducta informativa de los profesionistas, y lo aplicamos al caso concreto de los reporteros de un diario que promueva y que cuente con los recursos físicos y humanos para la realización de periodismo de investigación. Estos elementos son:

1. Contexto, el rol y las tareas del reportero.
2. Necesidades de información.
3. Fuentes de información en línea.

Al mismo tiempo la investigación se complementa con los elementos que Poteet ha utilizado para la caracterización de la conducta informativa de los periodistas frente a los recursos en línea. Dichos aspectos se vinculan con:

1. Frecuencia y propósitos de uso.
2. Estrategias de evaluación.
3. Actitudes frente a estos recursos.
4. Necesidades de formación con respecto al manejo de recursos de información en línea.

El lector podrá observar que estos elementos conforman la estructura de esta investigación en dos sentidos. En primer lugar permiten analizar la discusión sobre cada punto a partir de los resultados obtenidos en estudios previos; por otro lado facilitan el análisis de los resultados que se obtuvieron en esta investigación. Es decir, cada uno de estos elementos funciona como punto de acopio e interpretación de datos. En el caso específico de las necesidades de formación, se consideró sólo para la parte de resultados por su relación con el objetivo de ofrecer referentes para el diseño de un curso de investigación documental dirigido a un sector de reporteros en específico.

El estudio se basa en la metodología de estudio de caso por lo que el lector podrá encontrar una descripción de las principales características de este método junto con la

²⁹ G. Leckie, Pettigrew, Sylvain, pp. 161-193.

información sobre el escenario, los instrumentos y el procedimiento que se realizó en términos de diseño, aplicación y análisis de los siguientes instrumentos:

1. Cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”.
2. Protocolo de entrevista para promotor del periodismo de investigación.
3. Guía para el análisis de recursos utilizados en notas publicadas en la portada principal del diario.
4. Protocolo de entrevista para reporteros seleccionados.

Por lo que toca a la descripción de resultados, el lector encontrará agrupadas las mismas categorías de análisis que dieron pie al capítulo de “Referentes para el estudio de la conducta informativa del reportero de investigación”. En cada categoría se ofrecen en la medida de lo posible, los resultados generados a partir de cada instrumento con el fin de triangular los datos sobre cada punto. Se ofrece, además, un análisis de los resultados y se establecen relaciones con los referentes utilizados para el estudio de la conducta informativa de este tipo de usuarios.

En la parte de conclusiones se plantean algunas afirmaciones a partir de los resultados obtenidos y se caracteriza la conducta informativa de los reporteros participantes. Además se presentan de forma gráfica las aportaciones que este estudio ofrece al modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain, junto con los referentes para diseñar un curso de investigación documental dirigido a este sector.

REFERENTES PARA EL ESTUDIO DE LA CONDUCTA INFORMATIVA DEL REPORTERO DE INVESTIGACIÓN

Nuestro propósito en este capítulo es exponer los puntos que tomaremos en cuenta para la caracterización de la conducta informativa de nuestros sujetos de estudio. Para ello se expone de forma sucinta el desarrollo de los modelos que se han generado para la comprensión de dicha conducta en los usuarios de la información en general y se ofrece una definición operativa de este concepto. Más adelante se describe el modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain³⁰ en el que nos basamos para el acopio e interpretación de los resultados de esta investigación. Algunos de los elementos que componen dicho modelo forman parte de la estructura de este capítulo. El lector los podrá ver reflejados en los apartados que lo conforman. Se ha optado por esta estructura por dos cuestiones elementales: para facilitar la exposición de lo que se ha discutido sobre cada punto en investigaciones previas, y para hacer más sencilla la tarea de comparar los resultados obtenidos en nuestro estudio, con los vertidos por estudios similares. En el apartado que corresponde a los recursos de información en línea se podrá encontrar una revisión, estructurada geográficamente, de los diversos estudios que se han generado en relación con los recursos de información en línea y el ejercicio periodístico. La última parte del capítulo esta dedicada a la discusión sobre los puntos que se relacionan directamente con estos recursos y que al igual que en el trabajo de Poteet³¹ son utilizados para caracterizar la conducta informativa de los

³⁰ G. Leckie, K. Pettigrew y C. Sylvain, "Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers", en *Library quarterly* (Chicago: The University of Chicago Press, vol. 66, no. 2, 1996), pp. 161-193.

³¹ Ann Romine Poteet, "Newspaper journalists information seeking behavior with online information sources" Tesis de maestría en Science in Library Science (Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina, 2000), 43p.

periodistas frente a los recursos en línea. Es decir: sus propósitos de uso, la frecuencia de uso, sus estrategias de evaluación y sus actitudes.

EL CONCEPTO DE CONDUCTA INFORMATIVA

La conducta informativa, entendida como el conjunto de acciones “que emprende un individuo como consecuencia de satisfacer una necesidad de información”³², es un concepto relativamente reciente que obedece a un cambio de paradigma en los estudios sobre las necesidades y usos de la información. Entre las décadas de los setenta y ochenta con trabajos como los de Wilson³³, Dervin y Nilan³⁴ se hace patente que la relevancia que se le otorgaba al sistema de información como objeto de estudio, iba reorientándose gradualmente hacia la comprensión de sus usuarios. En el primer caso, Wilson propone un modelo que ayuda a comprender las principales motivaciones cognitivas que llevan al usuario a emprender una búsqueda de información en un determinado contexto organizacional, cultural, económico o político. En el caso del trabajo de Dervin se habla de un esfuerzo por entender los procesos cognitivos, que se ponen en juego durante la búsqueda de información. A partir de ello propone la idea de que los esquemas de percepción de cada individuo son alterados y redefinidos con la apropiación de nueva información.

En términos generales lo que este cambio promovió fue una visión del usuario como un agente dinámico, que se encuentra inserto en un contexto determinado y en donde realiza tareas específicas. Este mismo enfoque lo encontramos en los estudios de Leckie, Pettigrew y Sylvain³⁵ quienes a partir de la revisión de modelos sobre la conducta informativa de ingenieros, médicos y abogados proponen que este comportamiento guarda una estrecha relación con el rol y las tareas

³² T.D. Wilson, “Human information behavior”, en *Informing science: special issue on information science research* (Manchester: Informing Science, vol. 3, no. 2, 2000), p.49.

³³ T.D. Wilson, “On user studies and information needs”, en *Journal of documentation* (Londres: Emerald, vol. 37, no. 1, 1981), pp. 3-15.

³⁴ Brenda Dervin, “An overview of sense-making research: concepts, methods and results”, en *Annual Meeting of the International Communication Association* (Dallas: University Columbus, 1983), (DE, 17 de junio 2006: <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/art/artabsdervin83smoverview.html>).

³⁵ Leckie, Pettigrew, Sylvain, pp. 161-193.

que supone cada labor profesional, junto con otras variables personales o de un contexto específico. De esta misma revisión derivó un modelo exhaustivo susceptible de ser aplicado en todas las profesiones, el cual se compone de seis partes:

1. Rol de trabajo
2. Tareas asociadas
3. Características de sus necesidades de información
4. Conocimiento de varias fuentes de información
5. Fuentes
6. Resultados

Estos puntos enmarcan el enunciado de que tanto el rol asumido, como las tareas a realizar, inciden en las necesidades de información de un usuario determinado. Asimismo, se habla de factores asociados con la preferencia, la familiaridad, las experiencias positivas, la calidad y la accesibilidad de fuentes específicas. En los siguientes apartados describiremos parte de las discusiones que se han generado en torno a cada uno de estos puntos, en investigaciones que hayan tomado como sujetos de estudio a los periodistas.

EL ROL Y LAS TAREAS ASOCIADAS DEL PERIODISTA

La información es la materia prima del periodista. Él es quien la identifica, obtiene, selecciona y redacta para luego ofrecerla como un producto noticioso. En otros términos, el periodista trabaja a partir del manejo de información y contribuye a la elaboración colectiva de un producto que se renueva todos los días: el diario.

Este proceso está asociado con las tareas que han sido señaladas por Fiona Campbell³⁶ para la construcción de noticias. Ella señala que el periodista:

1. Transforma eventos, usando información, en noticias para una audiencia.
2. Identifica si un evento puede ser relevante.
3. Reúne información para construir la noticia.

³⁶ Fiona Campbell, "Journalistic construction of news: information gathering", en *New library world* (Bradford West Yorkshire: Emerald, vol. 28, no. 1133, 1997), pp. 60-64.

4. Interpreta la información reunida y la redacta en términos apropiados para su audiencia.

Frente a este listado de tareas hay que advertir que para comprender u ofrecer un registro mucho más fino de las tareas que realiza un periodista (y por lo tanto de su conducta informativa), podemos empezar por una visión menos homogénea del periodista. Hablamos de una perspectiva que contemple el hecho de que el periodista puede ocupar distintos roles tales como los de reportero, editor, columnista, etcétera y en esa medida puede, o no, requerir de información. Nicholas lo describe de este modo:

El periodista puede representar varios roles y mantener una variedad de puestos. De hecho, un buen número de periodistas no tiene que reportar noticias. Pueden estar envueltos en la crítica, en el comentario, en el análisis, en la administración o en otras tareas que pueden requerir de información de varios tipos y en distintas cantidades³⁷

De acuerdo con lo anterior se percibe que no se puede tener una comprensión extensiva de la conducta informativa del periodista, sin antes conocer el contexto y las tareas asociadas con el rol que desempeña. Una de las investigaciones que ha atendido este aspecto es la tesis de maestría de Ann Romine Pottet que describe los patrones de uso, frecuencia y actitudes de los periodistas frente a los recursos en línea. Para ello considera los roles de reportero, editor, columnista, encargados de la mesa de edición, redactores de información nacional y reporteros de la versión electrónica que pueden desempeñar los periodistas de los diarios *News and observer* y *Observer*. Ella parte de la idea de que, a pesar de que se cuenta con modelos sólidos para conocer la conducta informativa de profesionales que desempeñen un rol y desarrollen tareas asociadas con éste, “las variaciones sobre el uso de la información en línea no han sido documentadas para los roles periodísticos tradicionales tales como los de reportero, editor, columnista, entre otros”³⁸

³⁷ David Nicholas, Peter Williams, Peter Cole y Helen Martin, “The impact of the Internet on information seeking in the media”, en *Aslib proceedings* (Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 52, no. 3, febrero, 1997), p. 110.

³⁸ Poteet, p. 18.

En ese sentido, a pesar de que el estudio de Poteet ofrece elementos para la interpretación cuantitativa de los patrones de uso de recursos en línea, no brinda suficientes referentes sobre las tareas asociadas con cada rol.

NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Para Belkin³⁹ una necesidad de información surge del reconocimiento de una anomalía, por parte del individuo en su estado de conocimiento y del deseo de resolverla. En el caso del reportero habrá información que no forma parte su estado de conocimiento y este vacío le impide conseguir un objetivo o realizar una tarea. Por ejemplo: la redacción o la entrega de un producto noticioso, la preparación de una entrevista, el contexto de una nota, etcétera. El reportero reconoce esta anomalía en su conocimiento, aunque no en estos términos, y pretende resolverla.

La caracterización de las necesidades de información de los periodistas ha sido delineada a partir del estudio de varios roles, pues como hemos advertido, el término periodista es tomado como un término genérico que se utiliza por igual para referirse al reportero, al editor, al corresponsal, al colaborador, al columnista, etcétera. Un ejemplo de ello es el caso de la investigación de Nicholas y Martin⁴⁰ que a partir de 50 entrevistas semiestructuradas a periodistas de *The Independent*, *The Sunday Times* y *The Guardian* ofrece directrices para una mejor comprensión de las necesidades de este sector en términos de:

1. Tema: es determinado por la especialización o la sección donde el periodista se desempeña.
2. Función/propósito: se refiere a que esencialmente los periodistas necesitan información para cinco funciones:
 - a) Comprobar hechos.
 - b) Actualizarse.

³⁹ Nicholas J. Belkin, "Anomalous state of knowledge for information retrieval", en *Canadian journal of information science* (Toronto: University of Toronto Press, vol. 5, 1980), pp. 133-143.

⁴⁰ David Nicholas y Helen Martin, "Assesing information needs: a case study of journalists", en *Aslib proceedings* (Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 49, no. 2, febrero, 1997), pp 43-52.

- c) Obtener contexto.
 - d) Estimular ideas para posibles productos noticiosos.
3. Naturaleza: se refiere al tipo de información requerida. Puede ser conceptual, teórica, histórica, descriptiva, estadística o metodológica.
 4. Nivel intelectual: se refiere al mínimo alcance de conocimiento y algunas veces al nivel de inteligencia requerido por el lector para comprender la información.
 5. Punto de vista: la información puede ser escrita desde un particular punto de vista o ángulo; el periodista puede contar con información positiva o negativa para respaldarla.
 6. Cantidad: se refiere al hecho de que los periodistas requieren de grandes cantidades de información. El amplio espectro de información que entra a las redacciones da cuenta de ello: televisión, radio, bases de datos, correo electrónico, fax, teléfono, etcétera.
 7. Calidad/autoridad: se refiere a la evaluación de la calidad o autoridad de la información, puede ser subjetiva.
 8. Actualidad: es uno de los principales puntos de competitividad entre los diarios, pues cada uno quiere ofrecer la información más actualizada. De ahí que la actualidad sea considerada como una necesidad de información estratégica.
 9. Disponibilidad inmediata: es una de las mayores demandas de los periodistas. Ellos tienen que absorber la información extremadamente rápido y por ello la tienen que obtener de esa manera.
 10. Lugar de origen: el lugar es una característica muy importante para el periodista porque muchos diarios dividen su contenido en líneas geográficas.
 11. Procesamiento e integración: se refiere a que los periodistas son vistos como procesadores que integran grandes cantidades de información y que generalmente no confían en la ayuda de alguien más, para la búsqueda de información.

Por su parte, en el estudio desarrollado por Poteet encontramos que al hablar de las necesidades de información hace referencia al estudio de Nicholas y Martín para señalar que, en líneas generales, “los reporteros necesitan grandes volúmenes de información, actualizada y

validada, y tienen poco tiempo para reunirla”⁴¹. A simple vista, parecería ser que por las características de exhaustividad e inmediatez de los recursos en línea, los periodistas podrían ver en estos recursos una solución para atender sus necesidades. En el siguiente apartado hablaremos de algunas implicaciones que han surgido tras la introducción de estos recursos al medio periodístico y describiremos algunas investigaciones que han atendido este fenómeno.

LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA Y LOS PERIODISTAS

De acuerdo con Attfield, Dowell⁴², Nicholas y Martin⁴³ la aparición y la consecuente introducción de recursos en línea en organizaciones periodísticas han sido los principales agentes de cambio en las necesidades y en la conducta informativa de los periodistas. Este fenómeno comienza, según Kerr⁴⁴ y Garrison⁴⁵, a finales de los años setenta con la aparición de bases de datos de texto completo y de los sistemas de recuperación. A mediados de la década de los ochenta autores como Herron⁴⁶ señalaban que se vivía un momento clave en los diarios estadounidenses por la creciente instalación de bases de datos electrónicas. Este momento sería visto como el punto de partida de un crecimiento considerable en la inclusión de recursos en línea en las redacciones estadounidenses. Así, estos nuevos medios para reunir y procesar información se fueron sumando a canales tradicionales como: las fuentes vivas, el teléfono, los diarios, las agencias noticiosas, los archivos impresos, material de referencia, los boletines, la

⁴¹ Poteet, p. 12.

⁴² Simon Attfield y John Dowell, "Information seeking and use by newspaper journalist", en *Journal of documentation* (Londres: Emerald, MCB UP Limited, vol.59, no. 2, 2003), p. 189.

⁴³ Nicholas, Martin, "Assesing", p. 51.

⁴⁴ John Kerr y Walter E. Niebauer Jr, "Use of full text, database retrieval Systems by Editorial Page Writers", en *Newspaper research journal* (Memphis: [The Department of Journalism], The University of Memphis, vol. 8, no. 3, primavera. 1987), p. 22.

⁴⁵ Bruce Garrison, "Journalists perceptions of online information-gathering problems" en *Journal & media communication quarterly* (Oregon: [School of Journalism and Mass Communication], University of Oregon vol. 77, no. 3, 2000), p. 502.

⁴⁶ Citado por Attfield, Dowell, p. 189.

radio y la televisión, sólo por mencionar algunos. De esta inclusión de herramientas en línea se han derivado beneficios como “la obtención rápida de documentos, una amplia cobertura, un acceso a un amplio volumen de información y una creciente cantidad de opciones para comunicarse.”⁴⁷

Paralelo a ello, se advierte un nuevo factor al interior del campo periodístico que se origina, según Williams y Nicholas, por el auge de registros públicos digitalizados y por el diseño de bases de datos y programas estadísticos desarrollados para usarse en computadoras de escritorio: el Computer Assisted Reporting (CAR) o su equivalente en español Periodismo Asistido por Computadora (PAC) puede sintetizarse como “el uso o creación de bases de datos de sectores públicos y privados, junto con la recuperación de información en Internet y servicios comerciales para el análisis y elaboración de productos noticiosos”⁴⁸. De esta práctica se desprende tres modalidades más⁴⁹:

1. *Computer Assisted Reference*: Uso de recursos en línea como diccionarios, enciclopedias, almanaques y glosarios por parte de periodistas y documentalistas de medios.
2. *Computer Assisted Research*: Implica trabajar con material secundario, específicamente con información electrónica que puede estar incluida en bases de datos de reportes y artículos o en páginas de personas u organismos importantes.
3. *Computer Assisted Rendezvous*: Se refiere al uso de foros, lista de correos electrónicos (**listserv**), boletines, bitácoras electrónicas (**blogs**), que vinculan a personas con los mismos intereses para conformar comunidades virtuales.

En su tesis de maestría Ann Romine Poteet⁵⁰ descubre que algunas tareas que supone el CAR o PAC obligan a que el periodista desarrolle interés por la capacitación o el aprendizaje independiente. Esto es con la finalidad de volverse un usuario capaz de aprovechar las ventajas

⁴⁷ Poteet, p. 7.

⁴⁸ Peter Williams y David Nicholas, “Journalist, news librarians and the internet”, en *New library world* (Bradford West Yorkshire: Emerald, vol. 28, no. 1137, 1997), p. 218.

⁴⁹ Williams, Nicholas, “News librarians”, p. 218.

⁵⁰ Poteet, 41p.

que los recursos en línea ofrecen y en consecuencia mostrarse en posibilidad de ofrecer productos con valor agregado.

Hemos visto que la introducción de recursos en línea ha modificado considerablemente las prácticas en el trabajo periodístico y ha aumentado los canales para la obtención de información. A continuación se describen las perspectivas desde las cuales ha sido estudiado este fenómeno. El lector podrá observar que han sido agrupadas geográficamente para facilitar la comparación entre los enfoques propuestos en cada región.

Los estudios hechos en *España* han guiado su reflexión a partir de la perspectiva de la documentación, en particular de la documentación informativa o periodística. Autores como López Yepes⁵¹, Guallar Delgado y Cornet Casals⁵² apuntan su atención en la situación, características y presencia que presentan los sistemas de gestión documental en los diarios españoles. Asimismo Juan Carlos Recio⁵³ centra su estudio en las repercusiones que plantean los medios electrónicos en la forma de seleccionar y analizar documentos para el ejercicio periodístico.

Hay que señalar que Recio junto con otros autores como Aquesolo Vegas⁵⁴ ha venido insistiendo en el hecho de que la figura del periodista tendrá que entremezclarse con la del documentalista para analizar, rastrear, y verificar los contenidos ofrecidos por los medios electrónicos.

Entre estos trabajos el único que hace una distinción entre el tipo de fuente que cubre cada periodista es el de Inmaculada Chacón Gutiérrez⁵⁵, pues a partir del análisis de las

⁵¹ Alfonso López Yepes, *Los nuevos métodos de rastreo sobre textos completos en la documentación automatizada, aplicados a la investigación periodística* (Madrid: Universidad Complutense de Madrid. s/a) 19p. (DE, 22 de enero, 2006: file://C:/educación/ ANDREA OEI/ DOCUMENTALES CUADERNOS/LOS N.../Alfonso.htm).

⁵² Javier Delgado Guallar y Anna Cornet Casals, “Fuentes de información digitales en los centros de documentación de prensa: las bases de datos comerciales”, en *El profesional de la información* (Barcelona: Swets, Zeitlinger Ibérica, vol. 13, no. 2, marzo-abril, 2004), pp. 107-117.

⁵³ Juan Carlos Marcos Recio, “Una nueva concepción de la documentación en los medios electrónicos: retos y nuevas tareas profesionales”, en *Documentación de las ciencias de la información* (Madrid: [Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense], Universidad Complutense de Madrid, vol. 21, 1998), pp. 113-130.

⁵⁴ José Aquesolo Vegas, “De la documentación informativa al periodismo de precisión”, en *Documentación de las ciencias de la información* (Madrid: [Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense], Universidad Complutense de Madrid, vol. 21, no. 19, 1996), pp. 10-40.

⁵⁵ Inmaculada Chacón Gutiérrez, “Documentación para el periodismo especializado”, en *Revista general de información y documentación* (Madrid: [Escuela Universitaria de Biblioteconomía y Documentación], Universidad Complutense de Madrid, vol. 11, no. 2. 2001), pp. 33-60.

necesidades documentales del periodismo especializado propone algunas fuentes que pueden usarse en distintas áreas informativas para contextualizar, interpretar, explicar y valorar los acontecimientos que cubre el periodismo internacional, deportivo, medioambiental y cultural.

Por lo que toca a los estudios realizados en *Inglaterra* resaltan las aportaciones hechas en colaboración por David Nicholas, Peter Williams, Helen Martin y Peter Cole. Los ejes temáticos de estas investigaciones se relacionan con la caracterización de las necesidades de información de los periodistas, su contexto laboral, restricciones en términos de tiempo, la saturación de información y la falta de capacitación⁵⁶. Otro punto de interés es: la descripción del impacto de Internet en las redacciones en términos de búsqueda de información, frecuencia y propósitos de uso, grado de capacitación, tipo de recursos utilizados, problemas de acceso y estrategias de verificación⁵⁷.

En la mayor parte de estos estudios las técnicas de investigación utilizadas son entrevistas semiestructuradas, ejercicios de observación y encuestas. Se han estudiado poblaciones conformadas por reporteros, editores, columnistas, especialistas, periodistas independientes (**freelancers**) y bibliotecarios de diarios ingleses como *The Guardian*, *The Mirror*, *The Observer*, *Time Life*, entre otros.

Aunque las fuentes de información en línea no ocupan un primer plano, como en las investigaciones descritas arriba, el trabajo de Attfield y Dowell⁵⁸ presenta una perspectiva novedosa que se centra en las estaciones paralelas entre el proceso de la búsqueda de información y el diseño de un texto. Ellos estudian los factores relacionados con los requerimientos del producto que producen los periodistas de *The Times*, en relación con la relevancia, originalidad, ángulo y número de caracteres que puede tener una noticia; así como las situaciones en que son producidas y las fuentes de información disponibles para su elaboración. A diferencia de otros estudios, esta investigación ofrece elementos no sólo para la comprensión del proceso de localización de información por parte de los periodistas, sino que también analiza la forma en que ellos organizan y usan la información proveniente de fuentes tanto internas

⁵⁶ Nicholas, Martín, "Assesing" pp. 43-52.

⁵⁷ Williams, Nicholas, "News librarians", pp. 217-223.

⁵⁷ Nicholas, Williams, Cole, Martin, "The impact", pp. 98-114.

⁵⁸ Attfield, Dowell, pp. 198-199.

(memoria, conocimiento acumulado sobre un tema) como externas (archivos, contactos personales, artículos). A lo largo de este estudio, que utilizó la entrevista para el acopio de información, se advierte un vínculo interesante entre la incertidumbre de la información que se quiere y lo que se quiere producir.

Por último encontramos el estudio de Charlotte Wien⁵⁹ cuya principal premisa se basa en el hecho de que cada vez más, el conocimiento que crean los periodistas es producido a partir de la combinación de distintos recursos y que para un mejor aprovechamiento de ellos el periodista está llamado a desarrollar habilidades para recuperar información (**information retrieval skills**). Ella describe el desarrollo de un curso de recuperación de información para estudiantes de periodismo. Para su elaboración se basó en el análisis de las necesidades de información de periodistas, apoyándose en la investigación de Nicholas⁶⁰, y en el estudio de los recursos disponibles para el ejercicio periodístico. El diseño del programa está organizado en tres ejes: enseñar a los estudiantes de periodismo a hacerse de información en distintas fuentes; enseñarles a expresar sus necesidades de información y dotarlos de una base teórica que les permita una mejor comunicación con los documentalistas.

En lo que respecta a investigaciones hechas en *Estados Unidos* llama la atención el trabajo que ha venido desarrollando Bruce Garrison⁶¹ desde 1994. Su estudio se basa en la aplicación de una encuesta anual a diarios estadounidenses con circulación de 20 000 ejemplares o más. En estas encuestas cubre los roles de reportero, documentalista, editor y otros. Se centra, principalmente, en los niveles de uso de Internet y de servicios comerciales en línea al interior de las redacciones. Asimismo, en otro artículo⁶², ofrece elementos para analizar la percepción que tienen los periodistas, sobre los defectos de los recursos en línea como herramienta para obtener información y describe las estrategias que toma este sector, para seleccionar y evaluar sus fuentes de información.

⁵⁹ Charlotte Wien, "Teaching online information retrieval to students of journalism", en *Aslib proceedings* (Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 52, no. 1, enero, 2000), pp. 39-47.

⁶⁰ Nicholas, Martín, "Assesing", pp. 43-52.

⁶¹ Bruce Garrison, "Online information use in the newsroom" (School of Communication, University of Miami. Texto presentado en University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, Marzo 29-31, 1999), 27 p. (DE, 3 de mayo, 2006: <http://com.miami.edu/car/denver00.htm>).

⁶² Garrison, "Journalists perceptions", p. 502.

Por otra parte, dos tesis de maestría de la Universidad de North Carolina se abocan, con el uso de distintos métodos, al estudio de la conducta informativa de los periodistas. En el primer caso Poteet⁶³, a quien ya hemos citado, reúne información descriptiva sobre los patrones de búsqueda de los periodistas frente a los recursos en línea. Para obtener esta información aplicó una encuesta a editores, columnistas, periodistas de la versión en línea e investigadores de los diarios *Charlotte Observer* y *News & observer*. Los resultados que obtuvo los compara con los generados por estudios similares, esto con la finalidad de identificar diferencias entre los patrones de búsqueda de información y los distintos roles y especialidades.

Por su lado, el estudio de Lisa Chinn⁶⁴ utiliza la entrevista y la observación para obtener información sobre la conducta informativa de 3 periodistas. Toma como puntos de referencia los hábitos, los usos y la percepción de los reporteros frente a distintos canales de información como el fax, teléfono, bases de datos y sistemas de cómputo. Esta investigación tiene como marco teórico la caracterización de necesidades hecha por Nicholas y Martin tanto para el acopio como para la interpretación de resultados. Finalmente, Chinn hace énfasis en los aspectos relacionados con el contexto que rodea la situación laboral de cada periodista.

Sin duda, las aproximaciones que se han hecho sobre el uso de recursos en línea en el ejercicio periodístico nos han servido para ubicar referentes para el análisis de este fenómeno. Vemos que en el caso de España la perspectiva que prevalece es la del análisis documental, pues la mayor parte de las investigaciones citadas analizan las características de los recursos disponibles para el ejercicio periodístico. En cambio en el caso de Inglaterra la reflexión se ha focalizado en la comprensión de la conducta informativa del periodista y sus necesidades de información. Por último, en el caso de las investigaciones realizadas en Estados Unidos se observa una preocupación por comprender el modo en que los periodistas se están adaptando a la utilización de los recursos de información en línea, para el desarrollo de sus tareas laborales.

Tras esta revisión, podemos decir que hay pocas investigaciones que traten el tema de la conducta informativa de un sólo sector, o mejor dicho de un rol en específico como puede ser el editor, el editorialista o el reportero. Está visto que el contexto, las situaciones y las tareas que

⁶³ Poteet, 41p.

⁶⁴ Lisa Chin, "The information seeking behavior and needs of journalists in context", Tesis de maestría en Science in Library Science (Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina, 2001), 44p.

supone cada puesto, se suman al repertorio de variables que distinguen a un periodista de otro. Si a esto le añadimos las evidentes diferencias en las temáticas tratadas en cada sección, las políticas de cada diario, los recursos de información disponibles, más las variables personales, tendríamos un amplio espectro de diferencias. Si nos abocamos a una visión extensiva del periodista, es decir si analizamos por igual a los columnistas, los colaboradores, los editores, etcétera; también veremos reducida la posibilidad de ofrecer una caracterización más aterrizada de un sólo rol, en este caso la del reportero.

Sería aventurado señalar que los resultados de los estudios descritos sean aplicables a nuestro contexto nacional, pues es evidente que la inclusión de recursos en línea en los diarios mexicanos guarda un desfase considerable frente a periódicos españoles, ingleses y norteamericanos. Sin embargo, estos estudios por medio de la base teórica que han generado ofrecen pautas para delinear puntos de referencia que nos permitan construir o diseñar nuestra investigación. Bajo este enunciado, nos ocuparemos en los siguientes apartados de retomar los referentes que se han formulado en estas investigaciones, en relación con los elementos que hemos señalado para la caracterización de la conducta informativa: propósitos de uso, frecuencia, estrategias de evaluación y actitudes de los periodistas frente a los recursos de información en línea.

PROPÓSITOS DE USO

Uno de los puntos que más ha llamado la atención en los estudios vinculados con la conducta informativa del periodista es su propósito al buscar información. Nicholas y Martin⁶⁵ señalan que los periodistas buscan información para comprobar hechos, actualizarse, investigar, obtener contexto y para estimular la creación de productos noticiosos. Garrison⁶⁶ señala que son utilizados para obtener información para preparar una entrevista, buscar o identificar fuentes, verificar hechos, leer a la competencia, actualizarse y para generar ideas. Por su parte, Attfeld y Dowell admiten que el proceso de búsqueda de información es una actividad polimotivacional

⁶⁵ Nicholas, Martin, "Assesing", pp. 44-45.

⁶⁶ Garrison, "Journalists perceptions", p. 501.

que “integra múltiples objetivos de información dentro de una sencilla actividad de búsqueda”⁶⁷, entre esos motivos ubican la verificación de originalidad con respecto al enfoque o ángulo que piensa darle el periodista a una noticia, la comprensión de un problema y la ubicación de material que respalde el enfoque de una nota.

FRECUENCIA DE USO

Al hablar de las fuentes de información en línea encontramos puntos de acuerdo en los estudios de Nicholas⁶⁸ y Garrison⁶⁹ pues a pesar de las diferencias metodológicas de estas investigaciones, ambos coinciden en la preferencia que tienen los periodistas por las versiones en línea de diarios y los sitios oficiales de instancias gubernamentales y educativas. Por su parte Poteet⁷⁰ descubre que al menos en los dos diarios donde ella sitúa su análisis, los periodistas utilizan diariamente el correo electrónico y la Web, pero menos de la mitad reconocen utilizar las bases de datos internas o comerciales por lo menos una vez a la semana. Asimismo, la mayoría de estos periodistas nunca usan foros, listas de correo (**listserve**), grupos de discusión ni aplicaciones como FTP o telnet.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Frente a la expansión de la información en línea, la tarea de evaluar los recursos de información se ha presentado como una necesidad y problema para los periodistas. En un artículo del 2000, Garrison⁷¹ reconocía que problemas como la falta de verificación, la información informal y la falta de credibilidad eran los principales problemas que planteaban los periodistas al cuestionarles sobre los problemas más comunes de la Web. Asimismo, en su trabajo sobre el uso de recursos en línea en las redacciones señala que los periodistas aplican los mismos criterios

⁶⁷ Attfield, Dowell, pp. 187-204.

⁶⁸ Nicholas, Williams, Cole, Martin, “The impact”, pp. 104-106.

⁶⁹ Garrison, “Online information”, p. 13. (DE, 3 de mayo, 2006:<http://com.miami.edu/car/denve>).

⁷⁰ Poteet, p. 30.

⁷¹ Garrison, “Journalists perceptions”, p. 506.

utilizados para fuentes impresas y vivas, en la evaluación de recursos en línea⁷². La mayor parte de sus encuestados coinciden en que la reputación y la precisión son indicadores que permiten atribuirle calidad a la fuente⁷³.

En el caso de Nicholas⁷⁴ se reconoce que pocos son los periodistas que utilizan Internet como única fuente de información: algunos lo utilizan para confirmar detalles o bien para hacerse de un panorama que los lleve a otras fuentes. Incluso, se descubre que algunos periodistas no encuentran problema con estos recursos en virtud de que son herramientas con las que están familiarizados por el tema que cubren.

ACTITUD FRENTE A LOS RECURSOS EN LÍNEA

Una caracterización exhaustiva de las actitudes de los periodistas frente a estos recursos ha sido delineada por Nicholas⁷⁵ en las siguientes categorías:

1. Adeptos a la red (**The net worshippers**): son los periodistas que se caracterizan por conocer todos los aspectos de Internet y que están comprometidos con este medio.
2. Los que utilizan la red por motivos económicos (**The economically driven**): son los periodistas que laboran en diarios pequeños y que son atraídos por Internet por la información gratuita disponible.
3. Los pragmáticos (**The pragmatists**): son los periodistas que ven a Internet como una fuente de información que significa un camino para reducir los costos de una compañía.
4. Los que usan la red de forma ocasional (**The occasional dippers**): son los periodistas que usan Internet sólo cuando otras fuentes no solucionan sus problemas de información.

⁷² Garrison, "Online information", p. 13. (DE, 3 de mayo, 2006:<http://com.miami.edu/car/denver00.htm>).

⁷³ Garrison, "Online information", p. 21. (DE, 3 de mayo, 2006:<http://com.miami.edu/car/denver00.htm>).

⁷⁴ Nicholas, Williams, Cole, Martin, "The impact", p. 111.

⁷⁵ David Nicholas, "Hacking the net", en *Ariadne* (Bath: University of Bath, MLA, JISC, no. 16, 1998) (DE, 16 de mayo, 2004: <http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/aw/ariadne/issue16/cover/>).

5. Los principiantes entusiastas (**Enthusiastic novices**): son los periodistas que no saben que ofrece Internet pero tienen curiosidad e interés en saber utilizarlo.
6. Los escépticos (**The non-believers**): son los periodistas que no les interesa utilizar Internet aun cuando cuenten con acceso a este recurso. La validación de la información es el gran problema para ellos.
7. Los dinosaurios resentidos (**The resentful dinosaur**): son aquellos periodistas que ven en Internet una amenaza a sus privilegios y no tienen el menor interés en democratizar las noticias. El intercambio de información es un anatema para ellos.

Como se habrá podido observar en esta revisión bibliográfica, el estudio de la conducta informativa de los reporteros implica el análisis de diferentes variables que inciden en la forma en que satisfacen sus necesidades de información. Entre estas variables resalta la parte del contexto que da origen a las tareas del periodista. De acuerdo con ello, la metodología que se seleccione para su estudio debe mostrar una visión situacional de la conducta informativa del reportero. Es decir, se plantea el hecho de incluir un método adecuado que nos permita enfatizar la importancia del contexto, las situaciones y las tareas que enmarcan la conducta informativa de los reporteros frente a los recursos de información en línea.

METODOLOGÍA

ESTUDIO DE CASO

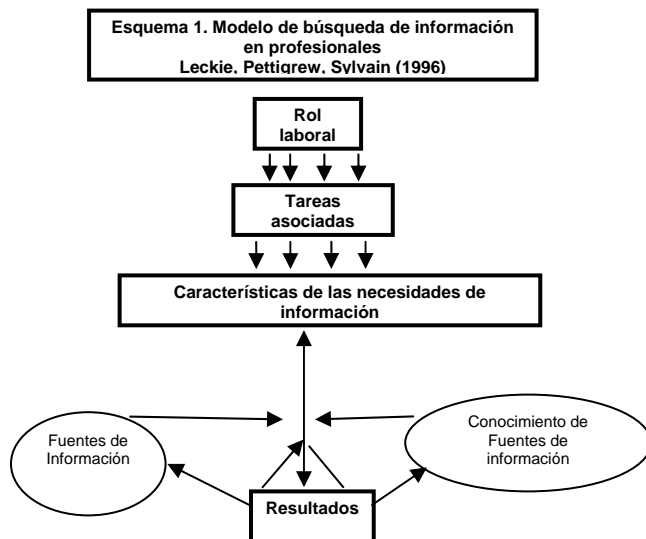
Para la comprensión de elementos, contextualizados y suscritos a una entidad en específico, se propone una metodología que permita responder interrogantes de carácter descriptivo y explicativo por medio de la convergencia de varias fuentes de evidencia. En ese sentido, la metodología que se ha seleccionado es la de estudio de caso, la cual se basa en la focalización de lo particular sin perder la esencia del todo. Esta metodología es útil cuando se busca responder, según Yin⁷⁶, a un cierto tipo de interrogantes (los *cómo* y los *porqué* de un tema contemporáneo). En nuestro caso, las preguntas que guían a nuestra investigación y que operan como unidades de análisis se pueden esquematizar de la siguiente forma:

1. *¿Por qué* usan los recursos de información en línea los reporteros del diario elegido?
 - a) Contexto
 - b) Situaciones
 - c) Tareas

2. *¿Cómo* usan los recursos de información en línea los reporteros del diario elegido?
 - a) Frecuencia
 - b) Propósitos
 - c) Percepción
 - d) Actitudes
 - e) Estrategias de verificación

⁷⁶ Robert K. Yin, *Case study research: design and methods* (Thousand Oaks, California: Sage, ©2003), 181p.

Asimismo, uno de los elementos que subraya Yin⁷⁷ al referirse a los estudios de caso, es el beneficio del desarrollo previo de preposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de los datos. Para el caso que nos ocupa, tras la revisión de los diversos modelos que han emergido para la comprensión de la conducta informativa decidimos realizar una adaptación del modelo propuesto por Leckie, Pettigrew y Sylvain⁷⁸ (ver esquema 1) para el análisis de dicha conducta en los profesionistas. Este modelo retoma una pregunta central para diversas áreas del conocimiento ¿cómo y por qué la gente hace lo que hace? La respuesta a esta interrogante, como lo sugiere Leckie⁷⁹ ha sido vinculada con las preocupaciones de teóricos como Michel Foucault, Pierre Bourdieu y Anthony Giddens quienes comparten una visión dinámica del sujeto o agente, al concebirlo inserto en un contexto determinado, con tareas y disposiciones específicas. De forma gráfica el modelo se expresa de la siguiente manera:



Gran parte de los puntos que dan forma a este modelo son tomados en cuenta para la estructura de esta investigación y para el diseño de fuentes de evidencia como lo son: el

⁷⁷ Yin, 181p.

⁷⁸ G. Leckie, K. Pettigrew y C. Sylvain, “Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers”, en *Library quarterly* (Chicago:The University of Chicago Press, vol. 66, no. 2, 1996), pp. 161-193.

⁷⁹ Gloria J. Leckie, “General model of the information seeking of professional”, en *Theories of information behavior* (Editores: Karen E. Fisher, Sandra Erdelez y Lynne McKechnie; Nueva Jersey: American Society for Information Science and Technology, Information Today Inc, ©2005), p. 158

cuestionario, el protocolo de entrevistas y el análisis de frecuencias en la portada principal. Se integran también los aspectos que considera Poteet⁸⁰ para la caracterización de la conducta informativa de los reporteros frente a los recursos de información en línea. Estos son: propósitos de uso, frecuencia de uso, estrategias de evaluación y actitudes.

Asimismo, para fines de validación los datos que generen estas fuentes de evidencia serán trianguladas. Es decir, tal y como propone Denzin⁸¹, se “combinarán datos provenientes de distintas fuentes”.

ESCENARIO

En un inicio el enfoque de la investigación había contemplado el estudio multicaso de la conducta informativa de los reporteros en distintos diarios. Bajo este contexto se visitaron 3 diarios capitalinos e incluso hubo acercamientos con editores, coeditores y un director editorial. En el primer diario hubo la apertura de editores para la aplicación del cuestionario entre su cuerpo de reporteros. Sin embargo, tras enviar el cuestionario vía correo electrónico, y tras ofrecer un lapso de 4 semanas como margen de respuesta, no se contó la participación esperada. En el segundo caso, nunca logramos entrevistarnos con alguna cabeza editorial. Sólo obtuvimos respuesta favorable en el tercer diario visitado. En este diario nos entrevistamos con la cabeza editorial para plantearle los objetivos de la investigación, mostrarle el cuestionario y obtener la autorización para la aplicación del mismo. El escenario fue favorable, las características de este diario cumplían con los elementos necesarios para el análisis a profundidad de la conducta informativa, pues se vinculan con los siguientes puntos:

1. Cultura organizacional arraigada en el periodismo de investigación.
2. Disponibilidad de recursos tecnológicos y humanos para el desarrollo de productos con valor agregado: centros de documentación, acceso a Internet y a bases de datos.

⁸⁰ Ann Romine Poteet, “Newspaper journalists information seeking behavior with online information sources” Tesis de maestría en Science in Library Science (Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina, 2000), 43p.

⁸¹ Citado por Uwe Flick, “Triangulation in qualitative research”, en *A companion to qualitative Research* (Editores: Uwe Flick, Ernst von Kardorff e Ines Steinke; Londres: Sage Publications, ©2004), p. 178.

La apertura del director de este diario, así como las facilidades proporcionadas fueron propicias para enriquecer y profundizar un estudio de caso único que permitiera ofrecer una visión holística de la conducta informativa del reportero.

Cabe señalar que el compromiso con el diario seleccionado se amplió a la posibilidad de presentar las propuestas de esta tesis una vez concluida. En todo momento se dejó en claro el hecho de que se respetaría el carácter anónimo de los participantes; que los resultados que se generaran serían utilizados con fines académicos y que se les harían llegar en cuanto la investigación estuviese concluida.

PARTICIPANTES

Los participantes de esta investigación se dividen en 3 grupos. El primero quedó conformado por 123 reporteros de planta, de secciones fijas y de suplementos del diario seleccionado. De esta cantidad se obtuvieron 13 cuestionarios contestados.

El segundo grupo quedó conformado por 3 participantes. Fueron seleccionados a partir del análisis de los productos noticiosos de investigación del mismo diario. Estos participantes reunieron las siguientes características: a) que los reporteros publicaran notas de investigación de manera regular en la portada principal del periódico en un período comprendido de 6 meses y b) que incluyeran de manera explícita en sus notas, referencias a recursos de información en línea.

El tercer grupo de participantes quedó constituido por 2 informantes clave: el director editorial del diario, con quien se sostuvo una conversación informal y el encargado de promover la investigación en las distintas secciones, a quien se le aplicó una entrevista estructurada.

INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO “LOS REPORTEROS MEXICANOS Y SUS RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA”

El objetivo de este cuestionario fue identificar los principales aspectos de la conducta informativa de los reporteros frente a los recursos de información en línea. Las variables incluidas fueron:

1. Necesidades de información.
2. Frecuencia.
3. Propósitos de uso.
4. Estrategias de verificación.
5. Actitudes.
6. Autopercepción de habilidades en el manejo de recursos de información en línea.
7. Necesidades de formación.

Para el diseño de las preguntas se retomaron elementos utilizados en estudios previos. En un primer plano, ubicamos la caracterización que hace Nicholas⁸² de las necesidades de información de los periodistas. También se tomaron como referencia los patrones que utiliza Poteet para delinear la conducta informativa de este sector con respecto de los recursos en línea es decir: tipo de fuentes, frecuencia, actitudes, variables demográficas y autopercepción de habilidades en el manejo de este tipo de recursos.

Para definir los propósitos de uso de los recursos de información en línea tomamos como referencia lo expuesto por Nicholas⁸³, Attfield⁸⁴ y Poteet⁸⁵. Por último se retoman algunas preguntas formuladas por Vega⁸⁶ y Poteet⁸⁷ vinculadas con el desarrollo de habilidades

⁸² David Nicholas y Helen Martin, “Assesing information needs: a case study of journalists”, en *Aslib proceedings* (Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 49, no. 2, febrero, 1997), pp. 43-52.

⁸³ Nicholas, Martin, “Assesing”, pp. 43-52.

⁸⁴ Attfield, Dowell, pp. 187-204.

⁸⁵ Poteet, p. 30

⁸⁶ V Encuentro Internacional de Desarrollo de Habilidades Informativas, *Diagnóstico de habilidades informativas en alumnos de primer ingreso a educación superior en México* (Coordinadora: Guadalupe Vega Díaz;

informativas y con la autopercepción que tienen los participantes, en relación a este tipo de destrezas. Cabe señalar, que el cuestionario antes de enviarse a los reporteros fue sometido a una prueba piloto con 3 periodistas de distintas publicaciones y fue revisado por 3 especialistas. El instrumento quedó conformado por los siguientes elementos:

Tabla 1. Descripción del cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”		
Categorías de análisis	No. De preguntas	Tipo de preguntas
Aspectos demográficos 1. Edad 2. Sexo 3. Estudios 4. Sección	5 sin numerar Preguntas no. : 1, 2, 3 Total: 8	4 Abiertas 1 Dicotómica 3 Opción múltiple
Recursos y servicios en línea de interés general (Internet) 5. Acceso 6. Experiencia en el uso 7. Frecuencia de uso 8. Propósitos de uso	Preguntas no. : 4, 5, 6, 7 Total: 4	3 Opción múltiple 1 Categorizada. Integra 10 recursos de Internet y mide la frecuencia y los propósitos de uso
9. Nombres de sitios o páginas que utilizan para cubrir su fuente	Preguntas no. : 8 Total : 1	1 Abierta
Actitud frente a estos recursos	Preguntas no. : 9, 12, 13 Total: 3	1 Categorizada en escala de Likert. Reúne información sobre el nivel de acuerdo y desacuerdo que hay sobre 11 enunciados. 1 Abierta 1 Opción múltiple
Estrategias de evaluación	Preguntas no. : 10, 11, 18 Total: 3	1 Dicotómica 1 Abierta 1 Opción múltiple
Recursos oficiales, comerciales y especializados (Recursos de información en línea) 10. Frecuencia de uso 11. Propósitos de uso	Preguntas no. : 14, 15 Total: 2	1 Dicotómica 1 Categorizada. Integra 10 recursos de información en línea (comerciales y gratuitos), mide la frecuencia y los propósitos de uso
Otros tipo de recursos utilizados	Preguntas no. : 16	1 abierta

colaboradores: Valentín Ortiz, Norma Manzanera, Gabriela Mendoza y Julio C. Ramírez; Ciudad Juárez; Chihuahua: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2006) En prensa.

⁸⁷ Poteet, p. 40

	Total: 1	
Necesidades de información	Preguntas no. : 17, 18 Total: 2	2 Opción múltiple * en el caso de la pregunta 18 está formulada para detectar tanto necesidades de información, como estrategias de validación
Necesidades de formación	Preguntas no. : 19, 21, 22, 23, 24 Total: 5	4 Opción múltiple 1 Dicotómica
Auto percepción en el manejo de recursos de información	Preguntas no. : 20, 21, 22, 23, 24 Total: 5	5 Opción múltiple
Comentarios generales	Sin número Total 1	1 Abierta

Quando fue necesario se incluyó como opción abierta la pregunta de “Otro ¿Cuál?”, para que el participante tuviera la posibilidad de exponer una opción no incluida entre las respuestas. Para ver el cuestionario completo remítase al anexo.

PROTOCOLO DE ENTREVISTA PARA PROMOTOR DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

El protocolo para entrevistar al promotor del periodismo de investigación en este diario se desarrolló con el objetivo de identificar aspectos relacionados con:

El Centro de información

1. Su organización.
2. Personal.
3. Sus recursos de información.
4. Perfil de sus usuarios.
5. Infraestructura.
6. Presupuesto.

Se le dio prioridad a preguntas que permitieran al entrevistado profundizar en el tema y se evitó la formulación de preguntas dicotómicas. El instrumento quedó conformado por 31 preguntas distribuidas de la siguiente forma (para ver el protocolo remítase al anexo):

1. Organización del departamento.
 - a) Organigrama (1 pregunta).

- b) Objetivos (1 pregunta).
- 2. Personal.
 - a) Cargos (1 pregunta).
 - b) Tareas (1 pregunta).
 - c) Formación (1 pregunta).
- 3. Recursos de información.
 - a) Disponibilidad (3 preguntas).
 - b) Servicios (3 preguntas).
 - c) Suscripciones (2 preguntas).
 - d) Solicitudes (2 Preguntas).
 - e) Acuerdos (2 preguntas).
 - f) Evaluación (3 preguntas).
- 4. Perfil de usuarios.
 - a) Tipo de solicitudes (3 preguntas).
 - b) Preferencias (2 preguntas).
 - c) Capacitación (3 preguntas).
- 5. Infraestructura (2 preguntas).
- 6. Presupuesto (1 pregunta).

GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE RECURSOS UTILIZADOS EN NOTAS PUBLICADAS EN LA PORTADA PRINCIPAL DEL DIARIO

Esta guía fue diseñada para monitorear la portada principal del diario por 6 meses (1 de mayo al 31 de octubre del 2006). El propósito original de este instrumento fue comparar las fuentes utilizadas y citadas a pie de artículo, con las que se iban reportando en los cuestionarios y entrevistas. Sin embargo, además de proporcionar esta información, el monitoreo permitió detectar a reporteros que publicaban regularmente en este espacio y que además, lo hacían citando recursos.

Estos reporteros, como ya lo señalamos, fueron entrevistados para esta investigación utilizando el protocolo previamente descrito. El monitoreo toma en cuenta únicamente las notas firmadas y publicadas en la portada principal del diario. Las variables que se consideraron para el

vaciado de los datos en el programa de cómputo Statistical Product for Service Solution (SPSS) fueron: fecha de publicación, nombre del reportero, sección, fuentes citadas a pie de artículo y modo de trabajo: individual, en colaboración, staff.

Se tomaron como unidades de análisis los siguientes puntos:

1. Recursos citados.
2. Frecuencia de publicación en la portada principal (por parte de reporteros).
3. Secciones con mayor visibilidad en portada.
4. Dinámica de trabajo.

En total se revisaron 965 notas.

PROTOCOLO DE ENTREVISTA PARA REPORTEROS SELECCIONADOS

Los objetivos de este protocolo fueron identificar:

1. Tareas del reportero.
2. Información sobre el contexto en el que se origina la necesidad de información.
3. Aspectos vinculados con la cultura organizacional.
4. Exigencias, motivaciones e incentivos que llevan a que el reportero documente sus notas con información proveniente de los recursos en línea.
5. Preferencias.
6. Relación con la información.
7. Concepto de periodismo de investigación.

Para su diseño, se evitaron preguntas que motivaran respuestas dicotómicas y se le dio prioridad a preguntas que permitieran al entrevistado profundizar sobre un aspecto en específico. Se conforma de 28 preguntas distribuidas de la siguiente forma (el protocolo se incluye en el anexo):

1. Tareas (5 preguntas).
2. Contexto (6 preguntas).
3. Exigencias y motivaciones (6 preguntas).
4. Situaciones (6 preguntas).

5. Preferencias (2 preguntas).
6. Relación con la información (1 pregunta).
7. Concepto de periodismo de investigación (2 preguntas).

PROCEDIMIENTO

Para fines de replicabilidad y legibilidad hemos considerado ofrecer al lector una descripción agrupada de los pasos que seguimos para el diseño, aplicación y análisis de cada instrumento. Esta agrupación aunque no corresponde al modo en que se fueron desarrollando temporalmente los hechos, permitirá ofrecer a detalle un seguimiento sobre los pasos que se tomaron sobre cada punto.

DISEÑO Y PILOTEO DE LOS DIFERENTES INSTRUMENTOS

A continuación se enlistan los instrumentos utilizados en esta investigación y se describen de forma sucinta los pasos que se siguieron para su diseño:

Diseño del cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”.

1. Revisión de instrumentos utilizados en investigaciones previas.
2. Establecimiento de unidades de análisis.
3. Diseño de las preguntas.
4. Pruebas piloto a 3 reporteros de distintos diarios.
5. Revisión del cuestionario por parte de 3 especialistas.
6. Correcciones y adecuaciones al instrumento.
7. Lectura de diarios con el fin de identificar notas con valor agregado.

Diseño del “Protocolo de entrevista para el encargado de promover el periodismo de investigación”.

1. Revisión de instrumentos utilizados en investigaciones previas.
2. Establecimiento de categorías de análisis.

3. Desarrollo de preguntas relacionadas con cada categoría.
4. Negociación de la entrevista con la persona que promueve la investigación, a nivel grupo, en el diario.

Diseño de la “Guía para el análisis de recursos utilizados en la portada principal de este diario”.

1. Establecimiento de unidades de análisis.
2. Establecimiento de variables.
3. Establecimiento de un periodo.
4. Diseño de una base de datos para vaciar los resultados en SPSS.

Diseño del “Protocolo de entrevista para los reporteros seleccionados”.

1. Revisión de instrumentos utilizados en investigaciones previas.
2. Establecimiento de categorías de análisis.
3. Desarrollo de preguntas relacionadas con cada categoría.
4. Identificación de los reporteros que publican en la página principal regularmente y cuyas notas incluyen recursos de información para documentar.
5. Contacto con los reporteros identificados.

APLICACIÓN

Se presentan, de forma breve, los pasos que se siguieron para la aplicación de cada uno de los instrumentos utilizados en esta investigación.

Aplicación del cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”.

1. Sensibilización y negociación con las cabezas editoriales para la aplicación de los cuestionarios y las entrevistas, por medio del teléfono, el correo electrónico y conversaciones personales.
2. Envío del cuestionario, por medio del correo electrónico, a reporteros del primer diario al que nos acercamos. Se ofreció margen de respuesta de 4 semanas, pero no hubo una participación favorable.

3. En el caso del segundo diario, no se logró establecer contacto con sus directivos.
4. Entrevista con el director editorial del tercer diario (nuestro estudio de caso). Se describieron las características del estudio y de los instrumentos.
5. Creación de una dirección de correo electrónico institucional que permitió enviar el cuestionario a toda la planta de reporteros en un sólo mensaje.
6. Envío del cuestionario a los correos electrónicos de 123 reporteros, acompañado de un texto donde se exponían brevemente los objetivos de la investigación, las instrucciones para responderlo y el margen de respuesta (2 semanas). Antes de su envío, la dirección comunicó a los editores de cada sección sobre la aplicación del mismo.
7. Se conformó una carpeta donde se fueron guardando los archivos en orden de fecha de recepción.
8. Se diseñó una base de datos en SPSS que nos permitiera codificar los resultados generados.
9. Se vació la información vertida por los cuestionarios en esta base de datos

Aplicación del “Protocolo de entrevista para el encargado de promover el periodismo de investigación”.

1. Muchas de las preguntas diseñadas tuvieron que ser modificadas, toda vez que el entrevistado expresó no tener una visión técnica de la conformación del Centro de información. El participante ofreció una visión práctica sobre la importancia de la investigación en este diario.
2. La duración de esta entrevista fue de 35 minutos y fue realizada en la recepción del diario.

Aplicación de la “Guía para el análisis de recursos utilizados en notas publicadas en la portada principal del diario”.

1. Vaciado de los datos obtenidos de las portadas principales en una base de datos en SPSS.
2. Elaboración de tablas y gráficos.

Aplicación del “Protocolo de entrevista para reporteros seleccionados”.

1. Hay preguntas cuya formulación o enunciación dependieron de la respuesta que ofreciera el participante. Incluso hubo ocasiones que al detectar emergentes se trató de profundizar con preguntas que originalmente, no fueron incluidas en el protocolo.
2. Durante la entrevista se procuró eliminar aquellas preguntas que el participante fuera respondiendo, aun cuando no hubieran sido formuladas directamente.
3. En promedio, las 3 entrevistas hechas a reporteros tienen una duración de 45 minutos.

ANÁLISIS

Se expone sucintamente el proceso de análisis utilizado para la sistematización e interpretación de los datos generados por cada instrumento.

Análisis de los resultados generados por el cuestionario “Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea”.

1. Se elaboraron tablas descriptivas que permitieran establecer regularidades entre los participantes, en relación con cada una de las categorías establecidas para este instrumento.
2. Se generó una tabla que permitiera codificar las respuestas a preguntas abiertas incluidas en el cuestionario.
3. Se integraron los resultados más relevantes de este instrumento y se desarrollaron gráficas para su inclusión en el capítulo de resultados.

Análisis de la “Guía para el análisis de recursos utilizados en notas publicadas en la portada principal del diario.”

1. Identificación de los recursos más utilizados por los reporteros que hayan publicado en la portada principal del diario.
2. Ubicación de reporteros que además de publicar regularmente en la portada principal del diario, lo hicieran citando recursos de información.

3. Tabulación por frecuencia de reporteros que citan recursos a pie de artículo, en una noticia publicada en la portada principal (ver tabla 2). A partir de los resultados observados se seleccionaron para entrevista a los reporteros 003, 009 y 016.

Tabla 2. Reporteros que citan recursos de información a pie de artículo en la portada principal

Reporteros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valid Staff	2	4.5	4.5	4.5
001	1	2.3	2.3	6.8
002	1	2.3	2.3	9.1
003	3	6.8	6.8	15.9
004	1	2.3	2.3	18.2
005	1	2.3	2.3	20.5
006	1	2.3	2.3	22.7
007	2	4.5	4.5	27.3
008	1	2.3	2.3	29.5
009	3	6.8	6.8	36.4
010	2	4.5	4.5	40.9
011	1	2.3	2.3	43.2
012	1	2.3	2.3	45.5
013	1	2.3	2.3	47.7
014	1	2.3	2.3	50.0
015	1	2.3	2.3	52.3
016	4	9.1	9.1	61.4
017	1	2.3	2.3	63.6
018	1	2.3	2.3	65.9
019	2	4.5	4.5	70.5
020	1	2.3	2.3	72.7
021	1	2.3	2.3	75.0
022	1	2.3	2.3	77.3
023	3	6.8	6.8	84.1
024	3	6.8	6.8	90.9
025	2	4.5	4.5	95.5
026	1	2.3	2.3	97.7
027	1	2.3	2.3	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Análisis de las entrevistas hechas tanto al encargado de promover el periodismo de investigación en el diario como a los reporteros seleccionados. Una vez transcritas las entrevistas se realizaron las siguientes acciones basadas en el modelo de análisis de Schmidt⁸⁸:

1. Lectura exhaustiva del material en busca de categorías de análisis nuevas, y de aquellas previamente establecidas.
2. Establecimiento de categorías de análisis.
3. Desarrollo de un formato que permitiera el vaciado de la información relacionada con cada categoría de análisis.
4. Revisión de entrevistas y ubicación de estratos textuales relacionados con cada categoría.
5. Selección de segmentos textuales por cada categoría de análisis.

⁸⁸ Christiane Schmidt, "The analysis of semi-structured interviews", en *A companion to qualitative research* (Editores: Uwe Flick, Ernst von Kardorff e Ines Steinke; Londres: Sage Publications, ©2004), pp. 253-258.

Una vez codificados los resultados de la encuesta, el monitoreo y las entrevistas se describen los resultados y se ofrece una interpretación de los mismos. Para ello, como se podrá observar en el siguiente capítulo, se toma en consideración toda la evidencia reunida sobre cada punto establecido y se caracteriza la conducta informativa de los participantes frente a los recursos de información en línea.

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se ofrece una breve descripción de los participantes y se reportan los resultados obtenidos en 13 cuestionarios y 4 entrevistas. Los resultados obtenidos por cada instrumento están integrados por cada una de las categorías de análisis establecidas para la caracterización de la conducta informativa del reportero:

1. El contexto, el rol y las tareas asociadas del reportero.
2. Necesidades de información.
3. Frecuencia y propósitos de uso de los recursos de información en línea.
4. Estrategias de evaluación.
5. Actitud frente a los recursos de información en línea.
6. Necesidades de formación.

En la mayor parte de los puntos se procuró exponer la información obtenida por cada instrumento en relación al tema en cuestión, sin embargo hay casos en los que sólo se presenta la información de un grupo de participantes. Cabe señalar que en el caso de las citas textuales extraídas de las entrevistas se optó por referir a los participantes con claves (E1, E2, E3, E4) para garantizar el anonimato de los mismos. En el caso de estratos referidos a preguntas abiertas del cuestionario se incluye el número de identificación del cuestionario (001, 002, 003...)

DATOS SOBRE LOS PARTICIPANTES

CUESTIONARIOS

En total se obtuvieron 13 cuestionarios contestados, de los cuales 7 son de mujeres y 6 de hombres. En promedio, la edad de los participantes es de 29 años. Asimismo, 12 manifiestan haber cursado estudios de licenciatura y sólo 1 señala contar con estudios de posgrado. La distribución de carreras estudiadas entre los encuestados se sesga a Comunicación con 9, Periodismo con 2 y los otros 2 participantes manifiestan haber estudiado Ciencias y Técnicas de la Información y Ciencias Políticas y Administrativas.

La mayor parte de los encuestados se desempeña en suplementos que se publican una vez a la semana 5. El resto se distribuye en secciones fijas de la siguiente manera: Nacional, 3; Espectáculos, 1; Tecnología, 1; Política, 1; y Negocios, 2.

En lo que concierne a los años de experiencia como reportero vemos que la distribución es bastante equitativa, pues sólo 1 tiene entre 12 y 20 años de experiencia y el resto se distribuye con la misma cantidad de 4, en las opciones de entre 0 y 3 años; entre 4 y 7 años y entre 8 y 11 años.

El género periodístico más recurrente entre los participantes es la nota. Este tipo de noticia figura en 8 ocasiones entre las respuestas, aunque sólo 5 personas reconocen este género como el único que ejercen. Los otros 3 lo combinan con géneros como la entrevista y el reportaje. En un segundo plano se ubica el reportaje que fue señalado por 6 reporteros de los cuales sólo 1 reconoce combinarlo con la entrevista y la nota. Se observó que el reportaje es el género más ejercido entre los participantes que se desempeñan en suplementos y, en contraste, la nota es el género periodístico que más abunda entre los reporteros que laboran en secciones fijas.

ENTREVISTAS

Además de sostener una conversación informal con el director editorial del diario, se realizaron cuatro entrevistas. La primera a un informante clave que funge como promotor del periodismo de investigación en las secciones de los diarios y a 3 reporteros. En este caso se trata de un informante cuya labor en el diario es impulsar el periodismo de investigación a nivel grupo. Él

nos ofreció una visión práctica sobre los recursos de información con los que cuenta el diario, pues él se encarga de hacer los requerimientos de información y administrarla a las distintas secciones. En cuanto a los reporteros que participaron en las entrevistas fueron elegidos, como ya hemos mencionado, a partir de los resultados que generó el monitoreo de noticias que realizamos. Este instrumento nos permitió ubicar a nuestros participantes, a partir de su aparición regular en la portada principal del diario y por el hecho de utilizar (y citar) recursos de información en sus productos noticiosos: 2 de ellos desempeñan su labor periodística en la sección financiera y otro en la sección de información nacional. Participaron 2 mujeres y 1 hombre.

EL CONTEXTO, EL ROL Y LAS TAREAS ASOCIADAS DEL REPORTERO

CONTEXTO

Para este apartado sólo se presentan los resultados obtenidos en las entrevistas, pues en el cuestionario no se insertaron preguntas dirigidas a tal fin. La estructura de este diario se conforma de un Consejo Editorial General, que coordina los Consejos Editoriales de cada sección. Estos Consejos se subdividen temáticamente y están conformados por especialistas que, de acuerdo con las respuestas de los informantes, sirven para identificar temas de interés o sugerir ideas, tal y como se expresa en las siguientes respuestas:

Aquí [en el diario] se invita a especialistas a que conformen un Consejo, revisan la información y dan sugerencias. A partir de eso surgen muchas ideas o propuestas del Consejo, eso te permite plantear una idea de investigación. Te dan visto bueno o no en el periódico y planteas un tiempo determinado para poderla hacer. A veces el tiempo es corto, a veces más largo. (E2)

Desde esa misma perspectiva:

[el Consejo Editorial] te está aportando notas, ideas para hacer notas. (E4)

En cuanto a la percepción que los participantes tienen de este diario se encuentra que es visto: como un negocio rentable, interesado en la documentación de sus notas y cuya infraestructura permite la generación, el tratamiento y la verificación de productos noticiosos. Así lo dejan ver algunos comentarios de los entrevistados.

En relación a la percepción que se tiene del diario:

[el diario donde se desempeña] es un buen periódico como negocio y como fuente de información. (E4)

En cuanto a la infraestructura se tiene la impresión de que:

[este diario] tiene toda una estructura impresionante, por recursos no te vas a quedar a medias, en tu trabajo. (E4)

Ahí no hay vuelta de hoja, creo que el periódico que tiene la tecnología de punta más consolidada en México es [este] y tenemos todo lo que tú quieras. (E2)

Por otra parte es común encontrar entre las respuestas de los entrevistados una insistencia en investigar y profundizar sus notas, para evitar que su editor les rechace una propuesta.

[este diario] te exige mucho. Tú no puedes decir que la banca ganó, sin demostrarlo. Te regresan la nota (...) Entonces te digo, tiene que ser fundamentado porque tampoco allá te lo aceptan y es un desgaste. (E4)

De igual forma, se advierte que cada sección es presionada por la dirección para incluir un comparativo fundamentado en fuentes confiables y comúnmente internacionales. En ese sentido, se percibe en las respuestas obtenidas una exigencia transversal que involucra a directores, editores, coeditores y reporteros en el fomento para la documentación de sus productos noticiosos. De hecho de manera explícita los directivos afirman que el periodismo de investigación es una política institucional en este diario.

Para nosotros como editores, ahora también estoy a cargo de una edición, te exige la Dirección que en una de tus notas principales incluyas algún comparativo. (E1)

Eso sí es una obligación presentar trabajos de investigación, ya si usas bases de datos o no, ya es tu decisión, pero sí está institucionalizado que se realice periodismo de investigación. (E1)

Como podría suponerse hay secciones que por su naturaleza permiten un mayor margen para ofrecer elementos adicionales. Por ejemplo, la fuente (sección) financiera que en palabras de una entrevistada es imposible fundamentar con declaraciones.

Porque en los números está la base de todo. Porque un periodismo de declaraciones no te sustenta una nota. (E4)

Esta sección de información financiera, como lo dejan ver las respuestas abiertas de 2 encuestados, se basa mucho en estadísticas publicadas en bases de datos de organismos oficiales.

es fundamental esa información que nos proporcionan las autoridades y los organismos independientes en Internet. Si uno supiera, como periodista todo lo que puede dar El Banco de México de información, realmente serías un periodista al día. Tienes un potencial de crecimiento

como periodista, y lo que puedes aportar al periodismo. Es increíble tiene información de todo El Banco de México, la CNBV, es increíble. La CONDUCEF también, cada vez te da más información. (E4)

Yo tenía que ir al Banco de México a comprar mi cuaderno de estadísticas, o comprar al INEGI mi cuaderno de indicadores económicos y luego vaciar todo en Excel para hacer la talacha. Sigo usando como fuente el INEGI, pero antes salía con menos frecuencia que ahora. Ahora el INEGI, yo me meto a su base y hay un montón de información, me voy a la página del Banco de México y es impresionante. (E3)

En relación con los recursos que brinda el periódico para el ejercicio periodístico hay un buen nivel de aceptación entre los participantes. Todos los entrevistados y los informantes clave concuerdan en el punto de que se cuenta con los suficientes recursos materiales y humanos para el enriquecimiento del trabajo periodístico. Esta información se constató a partir de la entrevista con el promotor del periodismo de investigación quien reportó que el diario cuenta con bases de datos internas, un Centro de información, grupos de análisis, asesores, acceso permanente a Internet, etcétera.

Además de estos aspectos que van configurando el contexto laboral del reportero, se suman otros considerados intrínsecos del campo periodístico. Entre estos rasgos distintivos se encuentra el tiempo. Al menos entre los entrevistados las apelaciones al factor tiempo refieren a aspectos vinculados con premuras, límites, obstáculos y sobre todo con el deber de organizarse o agendar sus actividades para un mejor aprovechamiento del mismo.

Así tenemos que:

El tiempo no es un obstáculo, es un premura que se tiene. Es decir, tienes poco tiempo y tienes que saber administrarlo de la mejor manera o de manera más eficiente. (E2)

El tiempo es la marcha a la que debes trabajar. Haces una agenda propia, la agenda de la nota del día, más la agenda de la junta editorial. Tienes que organizarte porque si no el tiempo se va con rapidez, va a llegar el jueves donde tienes que enviar la agenda de la próxima semana de investigación y de especiales. (E3)

ROL Y TAREAS ASOCIADAS

A las diferencias de temáticas entre cada sección, se suman las distinciones entre cada fuente. Por ejemplo, la sección de temas financieros tiene reporteros que cubren la fuente de banca, otros que cubren el sector público, etcétera. Este aspecto junto con la dinámica de cada sección hacen

distintas las tareas de cada reportero. Aun así, se observan las siguientes regularidades entre las respuestas de los entrevistados al hablar de sus tareas como reporteros:

1. Revisar periódicamente las principales fuentes de información sobre el tema que se cubre.
 - a) Conocer cada cuándo se actualizan estas fuentes.
 - b) Conocer cuándo dan a conocer cierto dato.
2. Atender la agenda diaria.
3. Proponer semanalmente trabajos especiales.
4. Dar seguimiento a las propuestas para trabajos especiales.
5. Presentar diariamente entre 2 y 4 notas con valor agregado.

NECESIDADES DE INFORMACIÓN

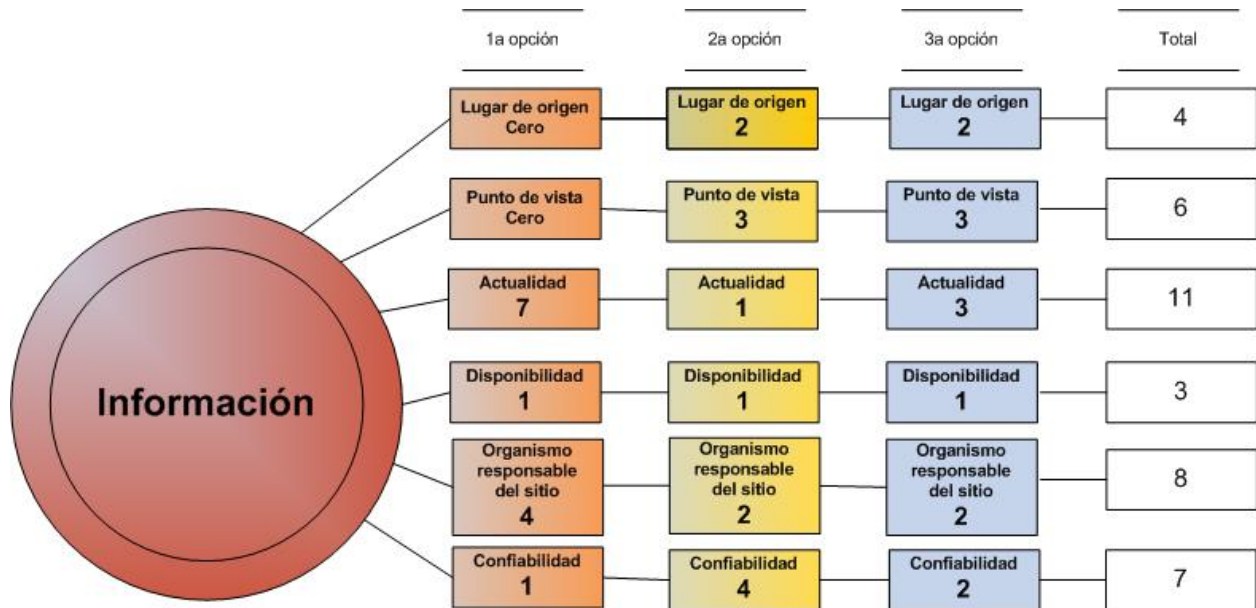
La actualidad de la información es un valor intrínseco en los servicios de noticias. De acuerdo con ello, los márgenes de temporalidad de la información, utilizada en este diario, son muy cortos. Esto es claro en la visión generalizada que hay entre los entrevistados para señalar que una investigación hecha el año pasado es un estudio con información obsoleta. Los siguientes testimonios dan cuenta de ello:

Su investigación no me sirve porque es del año 2000, a mí me sirve la de ayer. (E2)

Muchas investigaciones que realizan en las universidades están desfasadas yo veo una del 2004 ¿Qué te dicen los editores cuando tú les presentas una conclusión de un trabajo del 2004? Te dicen: “Uy, ya está bien viejo”. (E3)

Al inferir sobre los datos del esquema 2, podríamos decir que, al menos entre los encuestados, lo más importante al buscar información en los recursos en línea es encontrar aquella reciente y proveniente de fuentes confiables. Esto se observa específicamente en el recuadro que refiere a las respuestas seleccionadas en la primera opción donde se registra que las opciones de actualidad, organismo responsable del sitio y confiabilidad son las de mayor prioridad entre los participantes.

Esquema 2. Elementos que se consideran importantes al momento de seleccionar información en los recursos en línea



Por lo que toca a la naturaleza de la información requerida (conceptual, histórica, descriptiva, estadística y oficial) se observa en la tabla 3 una clara tendencia de nuestros encuestados, a necesitar información de tipo estadística, histórica y oficial, en ese orden.

Tabla 3. Tipo de información requerida

Tipo de información	Reporteros de suplementos	Reporteros de secciones fijas	Total
Conceptual	1	4	5
Histórica	3	3	6
Descriptiva	Cero	4	4
Estadística	3	6	9
Oficial	3	3	6
Otros	Todo tipo de información:1	Noticias:1	2

En secciones fijas se observa un mayor requerimiento de información de tipo estadístico. En tanto que, en el caso de los suplementos, el tipo de información que más se requiere se distribuye en histórica, estadística y oficial con 3 menciones cada una. Hay que señalar que

originalmente esta pregunta suponía una respuesta única, sin embargo algunos reporteros ofrecieron entre 2 y 3 respuestas.

En la tabla 4 observamos la distribución sobre el tipo de información requerida en relación al género periodístico que se desarrolla. Se puede apreciar que quienes manifiestan practicar el género de nota tienden a requerir más información de tipo conceptual, en tanto que los participantes que ejercen el reportaje mencionan necesitar más de información estadística. Por último, encontramos que entre los reporteros que dicen ejercer más de dos géneros periodísticos, hay una concordancia de frecuencia con respecto a la información de tipo histórica, descriptiva y oficial.

Tabla 4. Información requerida en relación al tipo de género periodístico que se desarrolla

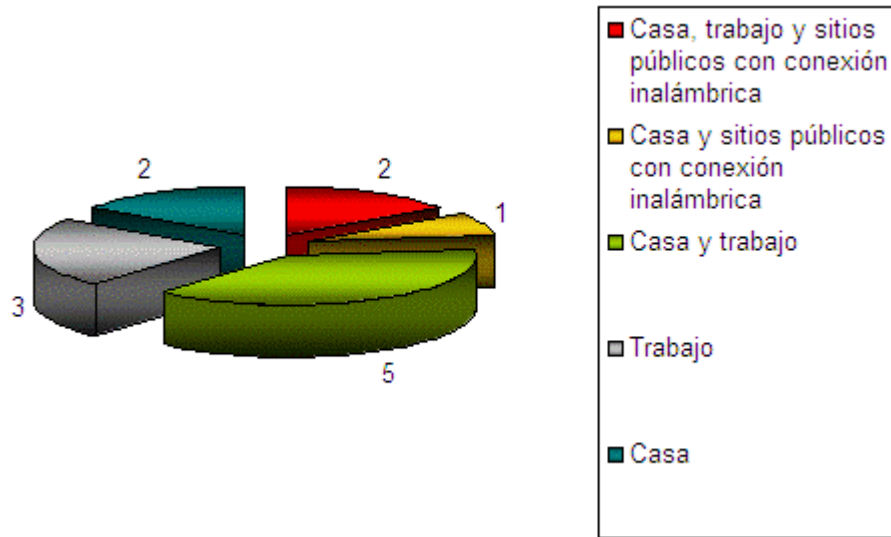
Tipo de información	Nota	Reportaje	Entrevista	Más de dos géneros periodísticos	Total
Conceptual	4	1	Cero	Cero	5
Histórica	3	1	Cero	2	6
Descriptiva	2	1	Cero	1	4
Estadística	3	4	Cero	2	9
Oficial	3	1	Cero	2	6
Otros	1	1	Cero	Cero	2

RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LÍNEA

En relación a la infraestructura tecnológica encontramos que hay puntos de acuerdo entre los encuestados, pues todos utilizan la computadora y cuentan con acceso a Internet. Entre los participantes que reportan usar computadoras personales CP's para realizar su trabajo, 9 utilizan este tipo de equipos como única opción; 3 combinan una CP con laptop y sólo 1 utiliza una laptop como equipo único.

Por lo que respecta al uso de Internet, todos mencionan utilizar este medio y acceder a él en los siguientes lugares:

Gráfica 1. Lugares de acceso a Internet



La gráfica 1 muestra que la mayor parte de los participantes accede a Internet en la casa y en el trabajo. Sin embargo se puede apreciar que la opción de casa es una de las más recurrentes entre los encuestados que ofrecen más de dos opciones

En referencia a las fuentes de información que más utilizan, se advierten dos aspectos entre los entrevistados: la preferencia por la información proveniente de instancias gubernamentales y el planteamiento de las ventajas que supone encontrar este tipo de información dispuesta en la red. La preferencia por fuentes oficiales es compartida también entre los reporteros que participaron en la encuesta y que se desempeñan en las secciones de información nacional, financiera y política. En sus respuestas a la pregunta sobre los sitios o páginas que más frecuentan para cubrir la información que les corresponde, hay un claro sesgo a incluir fuentes de organismos gubernamentales de carácter nacional e internacional. En lo que toca a los reporteros de otras secciones o suplementos, se advierte que la mayor parte de las fuentes que citan en el cuestionario son buscadores.

Por otra parte encontramos que entre los entrevistados, además de reiterar el valor de esta información y mencionar algunas fuentes, hay reconocimientos explícitos sobre la ventaja de contar con esta información de forma inmediata en Internet.

Internet es una maravilla. La CNBV nos manda los catálogos impresos, pero yo prefiero tener en Internet mis referentes. Tener esa información en Internet es básico. Bajo las estadísticas, las copio en Excel, guardo el archivo y ahí las estoy consultando. Internet es lo más inmediato, lo más eficiente y es una rutina de trabajo. En Internet lo tengo todo realmente. (E4)

Al comparar esta información con la que arroja el análisis de recursos utilizados por los reporteros al publicar en la portada principal de este diario observamos que en efecto, la mayor parte de los 43 fuentes citadas a pie de artículo corresponden a organismos nacionales e internacionales. En este caso la página de El Banco de México (BANXICO) fue la fuente más consultada (ver tabla 5).

Tabla 5. Recursos citados a pie de artículo en la página principal del diario

Fuentes Nacionales	Frecuencia
1 El Banco de México (BANXICO)	5
2 Cámara de Diputados	1
3 Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP)	1
4 Consejo de la Judicatura Federal (CJF)	1
5 Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)	2
6 Colegio de Notarios del Distrito Federal	1
7 Comisión Nacional Forestal	1
8 Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR)	1
9 Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)	1
10 Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)	1
11 Departamento de Investigación del diario	1
12 Escuela de Graduados en Administración Pública (EGAP)	1
13 Gobierno de Oaxaca	1
14 Instituto Federal Electoral (IFE)	2
15 Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)	1
16 Índice General de Competitividad Estatal	1
17 Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI)	3
18 Información Financiera de las Empresas	1
19 Instituto de Política Migratoria	1
20 Instituto Mexicano de Telemarketing	1
21 Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE)	1
22 Instituto para la Protección del Ahorro Bancario (IPAB)	1
23 Luz y Fuerza del Centro	1
24 Petroleos Mexicanos (PEMEX)	1
25 Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (PGJDF)	1
26 Procuraduría General de la República (PGR)	1
27 Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	1
28 Secretaría de Economía	1
29 Secretaría de Educación Pública (SEP)	3
30 Secretaría de Transportes y Vialidad (SETRAVI)	1
31 Secretaría de Hacienda y Crédito Público SHCP	4
32 Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSP DF)	1
Fuentes Internacionales	Frecuencia
33 American Bankers Association (ABA)	1
34 Bureau of Economic Analysis (BEA)	1
35 Drug Enforcement Administration (DEA)	1
36 Dealogic	1
37 Departamento de Justicia de EUA	1

38 KPMG Internacional	1
39 Índice de Competitividad Global Foro Económico Mundial	1
40 Ministerio Interior en España	1
41 Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE)	1
42 UCEF Investigaciones de Mercado y Asuntos Sociales	1
43 United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO)	1

Asimismo, en la tabla 6 generada a partir de los datos vertidos por el monitoreo se puede apreciar que la mayor parte de las notas con citas corresponden a las secciones de información nacional y financiera.

Tabla 6. Secciones que citan recursos en la página principal

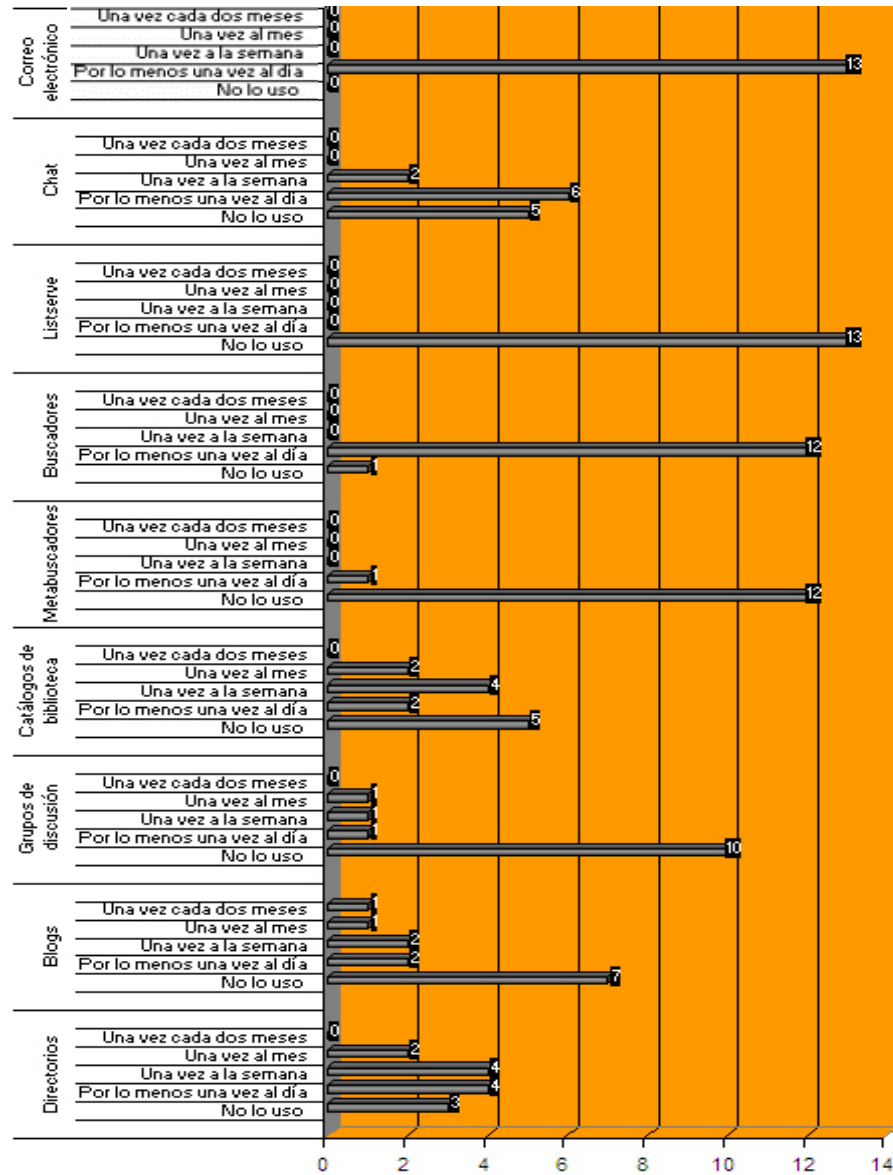
	Frecuencia	Porcentaje
Sin sección	23	52.3
Nacional	7	15.9
Negocios	7	15.9
Ciudad	2	4.5
Estados	4	9.1
Justicia	1	2.3
Total	44	100.0

RECURSOS Y SERVICIOS EN LÍNEA DE INTERÉS GENERAL

Frecuencia de uso

Los recursos y servicios en línea de interés general que utilizan con más frecuencia los reporteros que participaron en la encuesta son: el correo electrónico con, 13; y los buscadores con 12. Ambos son utilizados al menos una vez al día. Por el contrario, entre los servicios que son señalados como los menos utilizados por los participantes se encuentran las listas de correo (**listserve**), 13; los metabuscadores, 12; y los grupos de discusión, 10. (ver tabla 7)

Tabla 7. Frecuencia de uso de recursos y servicios en línea de interés general



Propósitos de uso

Durante las entrevistas 2 de los participantes señalaron que en general, acuden a Internet porque tienen la certeza de encontrar todo tipo de información y además facilita la tarea de localizar fuentes vivas o documentales de información.

Esa es la razón por la que yo asisto a ese espacio, pero asisto porque voy a encontrar información de todo tipo. (E3)

La Internet te puede proveer de ideas; pero también de fuentes, puedes entrevistar a una persona en Japón, porque encontraste una investigación que el señor hizo en Japón y que es el punto de vista de lo que estás investigando. (E2)

Por otra parte, los reporteros de este diario tienen la posibilidad de enviar solicitudes al Centro de información, que reúne bases de datos y publicaciones electrónicas e impresas para enriquecer los productos noticiosos de este diario. Al menos entre las personas a las que se entrevistó, este servicio es útil cuando no cuentan con el suficiente tiempo para buscar la información o cuando, después de realizar una búsqueda ellos mismos, no obtienen resultados favorables.

En los siguientes apartados se presentan los propósitos de uso que los participantes del cuestionario le dan a recursos como el correo electrónico, chat, buscadores, metabuscadores, catálogos de biblioteca, listas de correo electrónico (**listserve**), bitácoras electrónicas (**blogs**) y directorios. Se incluye el porcentaje del resto de los reporteros que no brindan una respuesta o bien que no utilizan este recurso. Estos reporteros son agrupados bajo el término “sin respuesta”.

Correo electrónico

Hubo 3 reporteros que señalaron utilizar el correo para localizar expertos; 1 para identificar recursos; 1 para buscar información para contextualizar; y el resto, 2, manifiestan utilizarlo como medio de comunicación con sus fuentes. Sin respuesta: 6.

Chat

En este caso 2 reporteros utilizan el chat para generar ideas; 1 lo utiliza para localizar expertos y el otro participante lo utiliza para comunicarse con amigos y editores. Sin respuesta: 9.

Buscadores

La mayor parte de los participantes que contestaron esta pregunta dicen utilizar los buscadores, con el fin de buscar información para contextualizar sus notas; 3 de ellos contestaron directamente con esta opción de respuesta, otros 3 optaron por formular otras respuestas vinculadas con este punto. Asimismo 2 señalan que usan este recurso para generar ideas. Sin respuesta: 5.

Metabuscadores

La única persona que manifestó utilizar metabuscadores, señala que utiliza este recurso para identificar otros recursos de información. Sin respuesta: 12.

Catálogos de bibliotecas

En este punto hay una distribución equitativa entre las opciones de: identificar recursos, 1; generar ideas, 1; verificar hechos, 1; y la lectura de la competencia, 1. Se observa también que quienes ofrecen otra respuesta diferente a las establecidas, utilizan este recurso para la búsqueda de bibliografía o estudios específicos: 2. Sin respuesta: 7.

Listas de correo electrónico (listserve)

Un reportero manifiesta utilizar las listas de correos para buscar acontecimientos recientes e inmediatos, y por último un reportero los usa para buscar opiniones. Sin respuesta: 11.

Bitácoras electrónicas (blogs)

Sobre los propósitos de uso de bitácoras electrónicas hay una distribución equitativa entre las opciones de: generar ideas, 1; buscar acontecimientos recientes e inmediatos, 1; y la búsqueda de notas novedosas, 1. Sin respuesta: 10.

Directorios

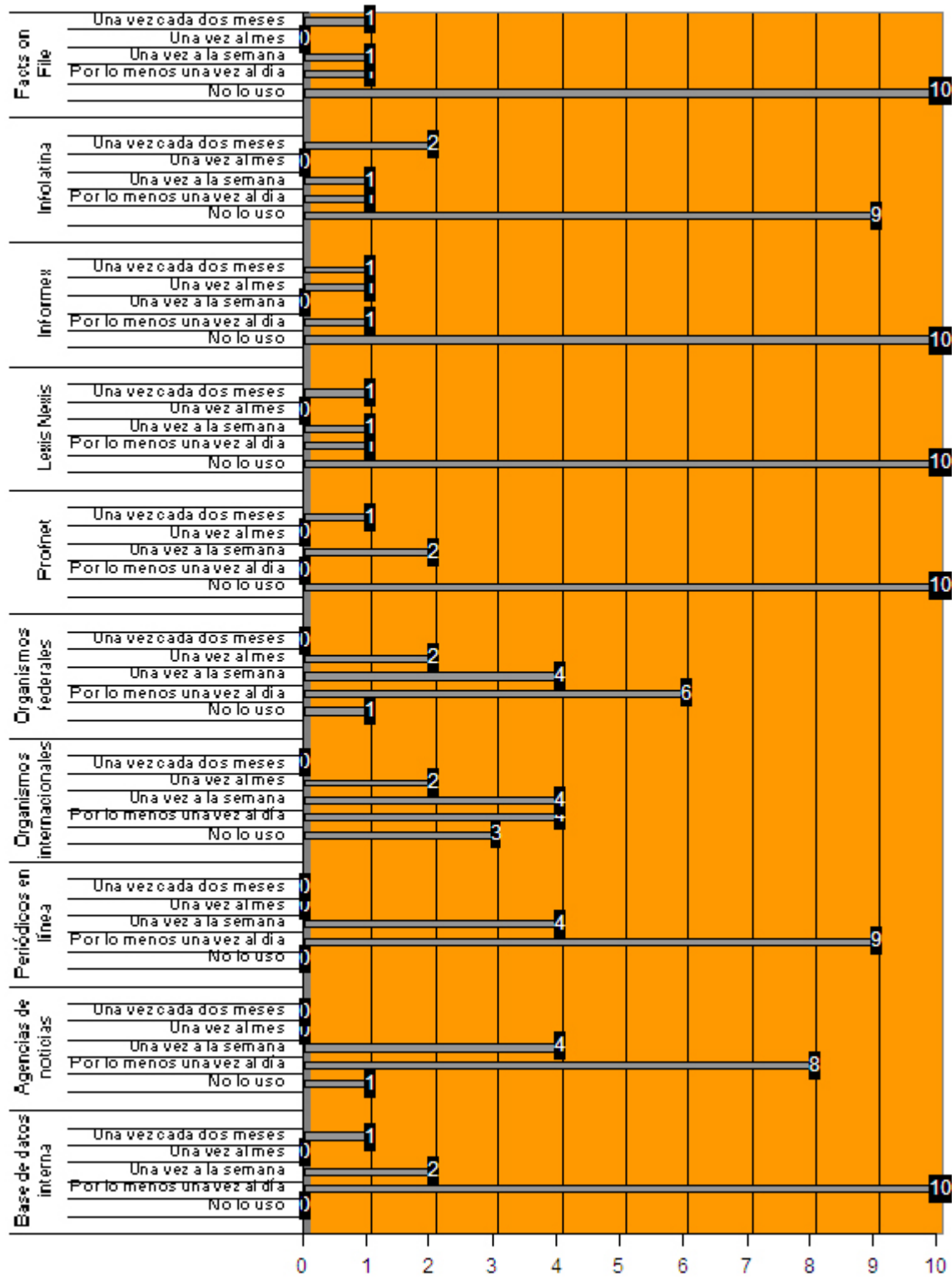
La mayor parte de los reporteros que ofrecen una respuesta a esta pregunta utilizan los directorios para localizar expertos, 4; y para identificar recursos, 2. Sin respuesta: 7.

RECURSOS OFICIALES, COMERCIALES Y ESPECIALIZADOS

Frecuencia de uso

En general, entre los reporteros que participaron en la encuesta, pocos son los que utilizan bases de datos especializadas como: *Facts on File*, *Infolatina*, *Informex*, *Lexis Nexis* y *Profnet*. Se puede observar que el número de participantes que dicen *no* utilizar este tipo de recursos oscila entre los 9 y 10. En cambio, entre los recursos más utilizados a diario por este grupo de reporteros se encuentran la base de datos interna de este periódico con, 10; los periódicos en línea con, 9; las agencias de noticias con, 8; y las fuentes provenientes de organismos federales con, 6 (ver tabla 8).

Tabla 8. Frecuencia de uso de recursos oficiales, comerciales y especializados



Propósitos de uso

Como ya hemos venido observando, hay una clara tendencia de los participantes por preferir información de tipo oficial y publicada, principalmente, por organismos nacionales e internacionales. Durante las entrevistas 2 de los reporteros mencionaron algunos de los usos que le dan a este tipo de recursos. Éstos se relacionan con los propósitos de monitorear, comparar y localizar datos.

En el caso de la base de datos interna, hay una clara tendencia entre los entrevistados a utilizarla como una herramienta que permite saber si un tema ya fue publicado anteriormente y tener una idea de cómo ha sido tratado.

En los siguientes apartados se narran los propósitos de uso que los participantes del cuestionario le dan a recursos como: *Facts on File*, *Infolatina*, *Informex*, *Lexis Nexis*, *Profnet*, bases de datos de organismos federales, bases de datos de organismos internacionales, periódicos en línea, agencias de noticias y la base de datos interna de este diario. Se incluye, al igual que arriba, el porcentaje del resto de los reporteros que no brindan una respuesta o bien que no utilizan este recurso.

Facts on File

La base de datos *Facts on File* es utilizada por una persona para identificar otros recursos. Sin respuesta: 12.

Infolatina

Para quienes contestaron esta pregunta, esta base de datos es utilizada con los fines de: buscar información para contextualizar, 1; y leer a la competencia, 1. Sin respuesta: 1.

Informex

Para uno de los reporteros que participaron en la encuesta, *Informex* es utilizado para identificar otros recursos. Sin respuesta: 12.

Lexis Nexis

La única persona que respondió a esta pregunta señala que utiliza *Lexis Nexis* con el propósito de buscar información para contextualizar, 1. Sin respuesta: 12. .

Profnet

Uno de los reporteros señala que utiliza *Profnet* para identificar otros recursos. Sin respuesta: 12.

Bases de datos de organismos federales

Entre los usos más frecuentes que los participantes señalan darle a las bases de datos de organismos federales se encuentran: la búsqueda de acontecimientos recientes e inmediatos, 2; y la verificación de hechos, 2. Uno de los reporteros lo utiliza con el fin de generar ideas. Sin respuesta: 8.

Bases de datos de organismos internacionales

Entre los participantes que respondieron a esta pregunta, las bases de datos de organismos internacionales son utilizadas con los propósitos de generar ideas, 2; verificar hechos, 1; y buscar acontecimientos recientes e inmediatos, 1. Sin respuesta: 9.

Periódicos en línea

El propósito más frecuente que los participantes le dan a los periódicos en línea es la lectura de la competencia, 3. Le siguen por igual la identificación de recursos, 1; la verificación de hechos, 1; y la búsqueda de información para contextualizar, 1. Sin respuesta: 7.

Agencias de noticias

La distribución sobre el propósito de uso de agencias de noticias es equitativa entre las opciones de generar ideas, 1; verificar hechos, 1; buscar información para contextualizar, 1; leer a la competencia, 1; buscar acontecimientos recientes e inmediatos, 1. Sin respuesta: 8.

Base de datos interna

Entre los usos que los participantes le dan a la base de datos interna se encuentran: la verificación de hechos, 2; y la búsqueda de información para contextualizar, 2. Le siguen por igual los propósitos de identificar recursos, 1; y buscar acontecimientos recientes e inmediatos, 1. Sin respuesta: 7.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Resulta difícil encontrar similitudes entre los criterios que toman los entrevistados para la evaluación de recursos. A pesar de ello se observa, en al menos 2 reporteros, que la verificación de información en fuentes primarias (entendidas en este caso como monografías y fuentes vivas específicas) es una tarea fundamental para ellos. De igual modo se observa que la familiaridad con el tema que cubren lleva a los reporteros a reconocer, o no, la confiabilidad de las fuentes. Hablando de un caso en específico, las experiencias negativas que un reportero tuvo con una fuente lo llevó a desconfiar de ésta, a pesar de que es publicada por un organismo supuestamente confiable. Esta decisión fue tomada, a partir del cotejo con otras fuentes, vivas y documentales.

Pues mira, en mi caso específico, nosotros no tomamos los datos de la Asociación de Bancos de México, nos vamos a los datos que da El Banco de México y la CNVB. Para nada tomamos los datos de la Asociación de los Bancos de México. Cuando pido información sobre temas de financiamiento de productos que también los ofrece la ABM, yo mejor me voy al mercado. Yo voy como cliente a una sucursal y digo: “vengo a contratar un crédito hipotecario ¿cuánto está la tasa?, ¿cuánto me vas a cobrar de comisión? Quiero que me des un esquema de costos de este crédito que pretendo contratar” Yo me voy ahí y cambia mucho. (E4)

En el caso de los participantes de la encuesta, todos reconocen el valor de evaluar la información publicada en los recursos en línea. Sin embargo, al preguntarles: ¿por qué es importante evaluar? Se percibe entre las respuestas de los participantes una visión que pone de relieve la vulnerabilidad de este tipo de recursos, en términos de falta de actualización, publicación de información errónea y la falta de confiabilidad.

Porque muchos sitios no están actualizados, no se señalan fuentes o de dónde proviene la información. Mucha información es parcial o errónea, pero sirve como orientación o como pista para buscar en otros lugares de Internet, libros o fuentes vivas. (007)

En la perspectiva de otro participante:

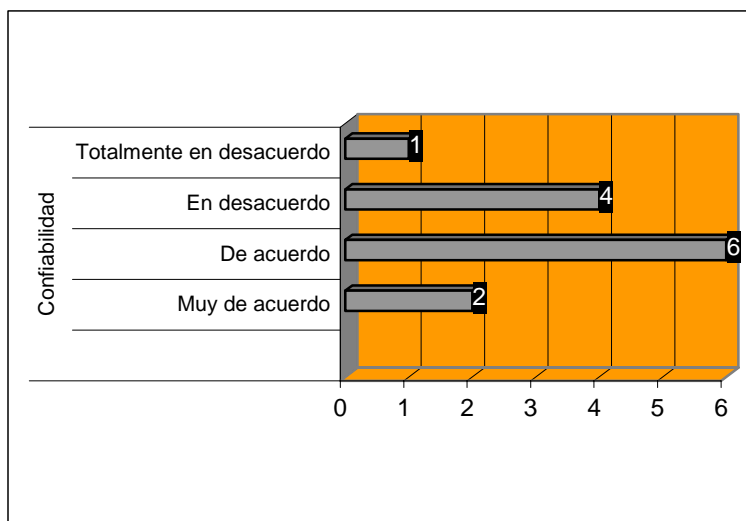
Porque no toda la información de todos los sitios es confiable. (010)

En ese sentido, podría advertirse una correspondencia entre las necesidades y los criterios para seleccionar información en los recursos en línea. Recordemos que entre las necesidades de información que enlistamos en apartados previos además de la actualidad, puntos como el organismo responsable del sitio y la confiabilidad ocuparon un lugar importante.

En el caso específico de Internet, al preguntarles a los participantes de la encuesta qué tan de acuerdo estaban con el enunciado de “Hay dificultad para determinar la confiabilidad de la

información publicada en Internet” (ver tabla 9) se encontró que entre este grupo de reporteros la discordancia entre los que están de acuerdo y en desacuerdo no es muy clara.

Tabla 9. Dificultad para determinar la confiabilidad de la información publicada en Internet



Sin embargo, a partir de los resultados obtenidos en la escala de Likert descubrimos que los participantes podrían estar de acuerdo con dicho enunciado (ver más adelante la tabla 10).

ACTITUD FRENTE A RECURSOS EN LÍNEA

En cuestiones actitudinales, al menos 2 de los reporteros que participaron en las entrevistas mencionaron que este tipo de recursos son susceptibles de utilizarse de forma irresponsable, bien para realizar plagios o para utilizar información sin verificar.

para algunos puede ser un plagio de la red y ya. El caso histórico de aquel muchacho del *Washington Post* que se plagió los reportajes de no sé quiénes, pero, sucede todos los días que hay informaciones que llegan por Internet, una selección de noticias que sacan en Chile, sobre América Latina y hay periódicos, al interior de la República, que sacan de ahí sus reportajes, sin ningún despacho. (E2)

En ese mismo sentido encontramos la opinión de otro participante:

Hay reporteros que se fusilan los reportajes y le llaman tropicalizar. Y eso es un gran error porque los editores lo permiten, tienen tantas responsabilidades que no se dan cuenta. (E3)

En cuanto al asunto de la falta de verificación uno de los entrevistados señaló que un reportero:

puede tomarla [la información] sin usar los criterios de validación respectivos. Ahí es otro momento muy importante de producción, ¿cómo validas la información que está en la red?, ¿cuál es la garantía de que es veraz, oportuna y no tergiversar? (E3)

En el caso de los resultados de la encuesta, la mayor parte de quienes contestaron la pregunta vinculada con la actitud frente a Internet, encontramos que el *interés* es una de las posturas que se repiten con mayor frecuencia, 6 menciones; le siguen la *necesidad* con 5; y la *curiosidad* y *rapidez*, ambas con 3.

Por lo que corresponde a la escala para la medición de actitudes de los reporteros frente a un recurso como Internet (ver tabla 10) se observa que entre los participantes de la encuesta: Internet es visto como un medio por el cual se puede acceder de forma inmediata a información que por otro medio sería difícil localizar. Sin embargo, reconocen la persistencia de problemas como: la abundancia de información, la falta de actualización, la dificultad para determinar la confiabilidad de los datos publicados en Internet y la existencia de problemas de carácter técnico como ligas trucas, archivos pesados y mucho tiempo de descarga. A pesar de ello, la mayor parte de los encuestados concuerdan en el hecho de que Internet es una herramienta útil para hojear, cuando no se está seguro de lo que se busca.

Tabla 10. ¿Qué tan de acuerdo está con los siguientes enunciados? (Actitudes frente a Internet)

Enunciado	Connotación	Resultado
Hay dificultad para determinar la confiabilidad de la información publicada en Internet	Negativa	2.3 De acuerdo
Por medio de Internet puedo acceder a información que por otros medios sería difícil localizar	Positiva	3.46 De acuerdo
Cuando no estoy seguro de lo que busco, Internet es útil para hojear	Positiva	3.38 De acuerdo
La información en Internet no está actualizada	Negativa	2.38 De acuerdo
No cuento con el suficiente tiempo para buscar información en Internet	Negativa	3.38 En desacuerdo
Hay molestos problemas técnicos con Internet (ligas trucas, archivos pesados, mucho tiempo de descarga)	Negativa	2.23 De acuerdo
Por medio de Internet obtengo acceso inmediato a la información	Positiva	3.07 De acuerdo
Para realizar mis tareas cotidianas los recursos tradicionales (libros, revistas, enciclopedias, directorios, boletines, etc.) son suficiente	Positiva	2.46 En desacuerdo
La abundancia de información publicada en Internet representa un problema	Negativa	2.69 De acuerdo
Cuando busco información en Internet no sé que palabras utilizar	Negativa	3.3 En desacuerdo
Me cuesta trabajo localizar la información que deseo en Internet	Negativa	3.38 En desacuerdo

Esta información se procesó con el procedimiento de escalas de actitud tipo Likert.

En relación al contexto y las habilidades de los participantes para usar este recurso, encontramos que tienen una buena percepción de ellos mismos, pues reconocen que el tiempo no es un impedimento para realizar búsquedas en Internet y que no les cuesta trabajo localizar la información que desean en este medio.

NECESIDADES DE FORMACIÓN

Al cuestionar a los entrevistados sobre: ¿qué les está exigiendo los recursos en línea a los reporteros, en términos de habilidades? la mayor parte de ellos, hacían referencia a la comprensión de la información publicada en este y otro tipo de recursos, y resaltaron la necesidad de contar con conocimientos que permitan distinguir la información validada. En un segundo plano, uno de ellos insistía en la importancia de desarrollar habilidades de lectura selectiva, reforzar la ética y dominar el idioma inglés.

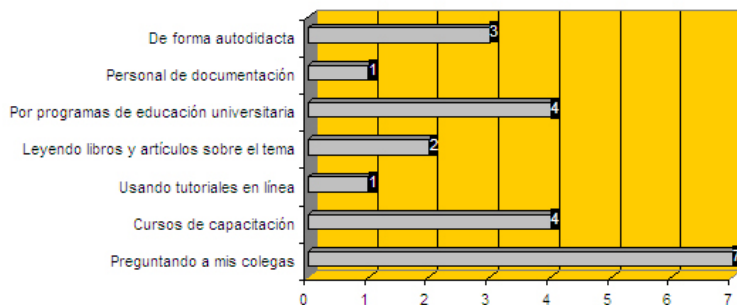
En cuanto al modo en que aprendieron a utilizar estos recursos, llama la atención que la mayor parte de los participantes ubiquen la enseñanza entre colegas, como una de las formas de aprendizaje más recurrentes.

Entonces los primeros meses, dos, tres meses estuve sentada con la analista, con mi coeditora y ella me estuvo enseñando. (E4)

un ingeniero de sistemas, pues se la sabe. Porque dentro de su currícula hubo esta parte de nuevas tecnologías. Es parte de pan de cada día, yo cuando tenía dudas iba con un ingeniero en sistemas: “¿Oye como le haces aquí? – Ah mira” (E3)

Este aspecto es claro también, en los resultados arrojados por la encuesta. La tabla 11 muestra las frecuencias de las opciones seleccionadas por los encuestados al preguntarles: ¿cómo aprendieron a utilizar los recursos de información en línea? Hay que advertir que hubo reporteros que ofrecieron más de dos respuestas a dicha pregunta.

Tabla 11. ¿Cómo aprendió a utilizar los recursos de información en línea?



Por lo que se refiere a la autopercepción de los reporteros en relación con sus habilidades para utilizar los recursos de información en línea, podemos decir que la mayor parte de los encuestados tiende a estar satisfechos con sus habilidades para usar este tipo de recursos. Visto en términos de cifras, 7 de los reporteros contestaron que están algo satisfechos, pues pueden hacer muchas cosas que quieren hacer. El resto de ellos, 6, respondieron estar muy satisfechos, pues pueden hacer todo lo que quieren hacer al utilizar este tipo de recursos.

Si bien, como se puede apreciar, hay un buen nivel de satisfacción en relación a las habilidades de los reporteros para el uso de los recursos en línea, también se observa una gran disposición para fortalecerlas. Esto es claro al ver que 11 de los participantes estarían interesados en fortalecer estas destrezas, y que la mayoría lo haría con los fines de: mejorar las estrategias de búsqueda (7 menciones); mejorar las técnicas de investigación (7 menciones); saber evaluar la información (5 menciones); ahorrar tiempo (5 menciones); y aprender por sí mismo (3 menciones).

En ese sentido, quienes respondieron estar interesados en fortalecer estas habilidades les gustaría hacerlo por medio de grupos de estudio especializados (6 menciones); en un curso o taller (5 menciones); en sesiones complementarias dentro de un curso de métodos de investigación (4 menciones); asesorías personalizadas al momento de tener un problema de información (4 menciones); con un manual impreso (3 menciones); y por último, con tutoriales en línea que se puedan consultar permanentemente (2 menciones). En relación al tiempo que estarían dispuestos a invertir, en un semestre, para fortalecer sus habilidades encontramos que 6 reporteros invertirían más de 20 horas; 2 de 11 a 20 horas; 2 de 7 a 10 horas; y 1 de 1 a 3 horas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Responder las preguntas con las que un investigador comienza un estudio es una preocupación constante. La lectura de teorías previas va ayudando a interpretar los datos que se van generando, pero aun así advertimos aspectos en el terreno empírico que no tienen un referente teórico previo. Ese es el caso de las motivaciones que llevan a un reportero a buscar información en los recursos en línea. Aunque no se le da tanta relevancia en el modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain⁸⁹, hay factores externos que inciden directa o indirectamente en la voluntad de los participantes para iniciar una búsqueda activa de información. En el caso de nuestro estudio, nos referimos al sentido de ofrecer productos noticiosos de forma inmediata y con valor agregado para hacer frente a la competencia. Este aspecto lo identificamos como parte del contexto externo en el que se inserta un diario y es uno de los factores que más resaltó durante las entrevistas, pues se reconoce una insistencia constante de los participantes a tocar este punto y ubicarlo como uno de los motivos que los llevan a estar atentos y requerir de información para documentar sus notas.

En este campo “ganar la nota” a un compañero o “al otro diario” es un aliciente constante que puede ser retribuable para el reportero y para el diario, en forma de primicia, generación de agenda y una mayor visibilidad para su nota, por medio de su publicación en la portada principal del diario.

En el caso del contexto interno, refiriéndonos de forma específica a las condiciones, políticas e infraestructura del diario se advierte entre los participantes el reconocimiento de una exigencia institucional, probablemente incorporada, sobre el *deber ser* de una nota. Esto es claro

⁸⁹ G. Leckie, K. Pettigrew y C. Sylvain, “Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers”, en *Library quarterly* (Chicago: The University of Chicago Press, vol. 66, no. 2, 1996), pp. 161-193.

en las reiteraciones sobre la obligación de verificar la información y en la idea sobre el valor agregado que debieran incluir sus productos noticiosos en forma de evidencias, elementos de contraste y utilidad para el destinatario. De igual modo, hay una visión extendida sobre el hecho de preferir la descripción fundamentada de un hecho, por encima de la declaración aislada.

Además, como ya hemos descrito, esta conducta obedece también a una exigencia transversal que involucra a directores, editores, coeditores y reporteros en la tarea de promover la documentación de sus productos noticiosos, a tal grado de que el reportero se exija profundizar o documentar una nota para evitar que su editor le rechace una propuesta.

Por lo que toca a las necesidades de información podría verse como un resultado natural el hecho de que el elemento que se toma con mayor consideración entre los participantes para hacerse de información sea la actualidad o la vigencia de la misma. Decimos natural, por las propiedades de un campo como el periodístico cuyos embates de sus miembros giran en torno a lo novedoso, a la agenda, a lo reciente y a lo noticiable. No sólo eso, también hay una tendencia notable entre los participantes a requerir información proveniente de organismos confiables y de tipo estadística.

En cuanto a la frecuencia con la que el reportero utiliza los recursos en línea podemos decir que al tratar de caracterizar estos niveles de uso con las modalidades de Computer Assisted Reporting (CAR) propuestas por Williams y Nicholas⁹⁰ y descritas en el capítulo 2, estamos en condiciones de señalar que al menos en los resultados obtenidos por el cuestionario, el tipo de investigación que realizan los participantes de este estudio se vincula más con la modalidad de Computer Assisted Research, pues utilizan con mayor frecuencia bases de datos de organismos nacionales e internacionales.

En contraste, la modalidad menos desarrollada por este grupo de reporteros es Computer Assisted Rendezvous que supone el uso frecuente de foros, listas de correos electrónicos (**listserve**), grupos de discusión y bitácoras electrónicas (**blogs**) que vinculan a personas con los mismos intereses para conformar comunidades virtuales.

Al revisar estos aspectos llama la atención que al comparar los resultados de investigaciones previas, a pesar de las diferencias metodológicas, hay puntos de acuerdo. En el

⁹⁰ Peter Williams y David Nicholas, "Journalist, news librarians and the internet", en *New library world* (Inglaterra, Bradford West Yorkshire: Emerald, vol. 28, no. 1137, 1997), p. 218

caso de Nicholas⁹¹ y Garrison⁹² coincidimos en el hecho de que nuestros sujetos de estudio frecuentan con regularidad las versiones en línea de los diarios y los sitios gubernamentales. Con Poteet⁹³ encontramos que los participantes de su estudio consultan diariamente el correo electrónico, pero muy pocos utilizan las bases de datos comerciales, los foros, las listas de correo (**listserve**) y los grupos de discusión.

Sobre el tema de las estrategias que desarrolla el reportero para evaluar un recurso en línea resaltan dos puntos: el reconocimiento de validar las fuentes ante un tipo de recurso que se percibe como vulnerable en términos de falta de actualización, publicación de información errónea, etcétera; y el hábito expresado por 2 reporteros para verificar la información de primera fuente, sea viva o documental. Esta visión crítica ante recursos como Internet es percibida también entre las actitudes de los participantes, pues si bien Internet es percibido con interés, también es visto con mucha cautela dado que se aprecia como un medio cuya información puede ser errónea. Aun así todos los participantes de la encuesta mencionaron sentirse cómodos al utilizar este recurso e incluso encontramos que el tiempo no representa un impedimento para realizar sus búsquedas de información.

⁹¹ David Nicholas, Peter Williams, Peter Cole y Helen Martin, "The impact of the internet on information seeking in the media", en *Aslib proceedings* (Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 52, no. 3, marzo, 2000), pp. 104-106

⁹² Bruce Garrison, "Online information use in the newsroom" (School of Communication, University of Miami. Texto presentado en University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, Marzo 29-31, 1999), p. 13. (DE, 3 de mayo, 2006:<http://com.miami.edu/car/denver00.htm>)

⁹³ Ann Romine Poteet. "Newspaper journalists information seeking behavior with online information sources" Tesis de Maestría en Science in Library Science (Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina, 2000), p. 30

CONCLUSIONES

Entre las afirmaciones que los resultados permiten establecer, podemos señalar que los reporteros de este diario recurren al uso de los recursos en línea por motivos ligados a las tareas que desempeñan en su labor periodística; a las exigencias institucionales y a referentes extrainstitucionales. En el primer caso encontramos que el reportero está obligado a conocer y monitorear las fuentes de información del tema que cubre, pues sus tareas de atender la agenda diaria y proponer semanalmente temas de investigación dependen, en gran medida, de estas actividades. Por lo que refiere a las exigencias institucionales se puede deducir que esta entidad reproduce entre sus agentes y en su estructura la exigencia transversal (entre directores, consejos editoriales, editores, coeditores y reporteros) de producir noticias documentadas. De tal modo que el reportero incorpora y asume como una exigencia tácita el hecho de documentar su nota para evitar que sea rechazada por su editor. De igual manera, se habla de un aliciente simbólico para que los reporteros produzcan este tipo de noticias, este tipo de estímulo es la publicación de sus notas en la portada principal del diario. Finalmente, encontramos como un referente extrainstitucional el sentido que tienen los reporteros sobre la competencia, tanto interna (entre sus compañeros) como externa (con los otros medios) y que incide en el hecho de que el reportero siempre esté atento a lo que ocurre alrededor de la temática que cubre, por ello monitorea periódicamente sus fuentes.

En congruencia, la exigencia de este diario para ofrecer productos de información con valor agregado, se ve reflejada también en la disposición de recursos materiales y humanos que permiten al reportero diseñar y producir noticias documentadas.

Por lo que toca al modo en que los participantes se conducen frente a los recursos de información en línea podemos decir, con el riesgo explícito de presentar a este grupo de participantes como una realidad social homogénea, que:

1. Los reporteros que participaron en esta investigación tienden a necesitar más de información actualizada, de tipo estadística, histórica y oficial, provenientes de instancias oficiales de carácter nacional e internacional.
2. Entre los servicios de Internet, el correo electrónico y los buscadores son los más utilizados por los participantes y son usados con propósitos relacionados con su labor periodística. Por ejemplo: como medio de comunicación con sus fuentes, localizar expertos y para buscar información para contextualizar.
3. Los participantes deciden acudir a los servicios del Centro de información cuando no cuentan con el suficiente tiempo para buscar información o cuando después de realizar sus búsquedas no encuentran resultados favorables.
4. Entre este grupo de reporteros se registra un bajo nivel de uso de bases de datos comerciales como: *Facts on File*, *Infolatina*, *Informex* y *Lexis Nexis*. Quienes mencionan utilizar estos recursos lo hacen con los propósitos de: identificar recursos, buscar información para contextualizar y principalmente leer a la competencia.
5. Los reporteros que participaron utilizan con mayor frecuencia recursos, cuya información se actualiza a corto plazo: base de datos interna, periódicos en línea y agencias de noticias. Las usan, con los propósitos de: leer a la competencia, verificar hechos y para buscar información sobre acontecimientos recientes e inmediatos.
6. Los participantes no utilizan los recursos de información en línea de forma aislada, antes bien comparten una visión sobre la importancia de validar la información disponible en la red y en algunos casos se habla de verificarla con libros y fuentes vivas. A pesar de ello reconocen que hay dificultad para determinar la confiabilidad de la información publicada en Internet.
7. Los reporteros muestran interés frente a los recursos en línea y reconocen su utilidad para acceder de forma inmediata a la información. Sin embargo advierten la posibilidad de utilizar de forma irresponsable estos recursos.

Al revisar la parte correspondiente a las necesidades de formación de los participantes frente a los recursos de información en línea encontramos que, a pesar de manifestar un bajo nivel de uso de bases de datos comerciales y de otros recursos como bitácoras electrónicas (**blogs**) y listas de correo (**listserve**), los participantes tienen un buen nivel de autopercepción

con respecto a sus habilidades para usar la información. Es probable que estos niveles de uso obedezcan a factores de disponibilidad (recordemos que las bases de datos comerciales tienen suscripciones muy costosas y que su uso requiere de instrucción) y pertinencia con respecto a la temática que cubre cada sección pues, por una parte, no sabemos con certeza cuáles de las bases de datos mencionadas están contratadas por este diario, ni tampoco sabemos si el reportero tendría acceso a ellas. Por otro lado, no podemos partir de la idea de que estas bases de datos tienen información pertinente para cada sección.

Aun así, encontramos que entre los participantes de la encuesta se mostró interés por desarrollar habilidades que le permitan al reportero mejorar las estrategias de búsqueda, mejorar las técnicas de investigación, aprender a evaluar la información y aprender por sí mismos. Incluso se observa también la disposición para invertir más de 20 horas por semestre. Hay que advertir que no sólo se identificaron estas necesidades de tipo procedimental, sino que también, entre los entrevistados se percibió una preocupación por reafirmar la ética, ante el uso irresponsable que pudiera hacerse de los recursos en línea. Esto nos lleva a sugerir el tratamiento de contenidos actitudinales y conceptuales que cubran este aspecto, en relación con el uso de este tipo de recursos.

En lo que corresponde al modo en que preferirían los reporteros desarrollar estas habilidades llama la atención que, al comparar la forma en que aprendieron a utilizar estos recursos y el modo en que preferirían desarrollar sus habilidades para el manejo de los mismos, hay una concordancia; pues aprendieron a utilizar estos recursos por medio del aprendizaje entre pares y preferirían actualizarse por medio de grupos de estudio especializados.

A partir de estos resultados estamos en posibilidades de plantear que quienes se interesen en desarrollar un curso de investigación documental para este sector de reporteros, podrían tomar en consideración que la alta frecuencia de personas que dicen haber aprendido a utilizar los recursos en línea por medio de la consulta a sus colegas, nos habla de grupos con intereses y propósitos comunes. Este aprendizaje basado en el intercambio y construcción de conocimientos prácticos, nos hace plantear la posibilidad de explotar esta misma estrategia para el diseño de un curso formal. Esta forma de aprender además de reproducir formalmente un canal de aprendizaje cotidiano, se complementaría con dinámicas basadas en situaciones reales, lo cual propiciaría un aprendizaje mucho más significativo, pues el intercambio de conocimiento estaría enfocado a la solución de problemas reales.

En cuanto a los contenidos, podrían enfocarse a cubrir aspectos procedimentales como:

1. La identificación de recursos relevantes para la labor periodística
2. Estrategias de búsqueda en recursos en línea y bases de datos.
3. Criterios para la evaluación de la información.
4. Organización y presentación de la información.
5. Procesamiento y síntesis de la información.

También es importante incluir temas sobre ética, pues este aspecto cobra relevancia en un medio con tanta audiencia y tras el conocimiento de casos como los de Jayson Blair quien fuera reportero de *The New York Times* y a quien se procesó legalmente por plagio e invención de entrevistas muchas de ellas creadas a partir de la técnica de “cortar y pegar”.

Asimismo, sería importante proporcionar al reportero elementos teóricos y conceptuales para la comprensión de fenómenos que involucren el uso, la producción y la representación de la información. Dichos elementos podrían alternarse con la aplicación de aprendizajes tratados durante el curso, a modo de que se ensayen situaciones laborales reales que le permitan al reportero comprender y experimentar el uso que puede hacer de lo que ha aprendido.

Al final de la investigación, consideramos que el estudio de caso permitió detectar los aspectos que emergen del contexto laboral del reportero y que inciden en sus motivaciones para utilizar los recursos de información en línea. Sin embargo, admitimos que los datos obtenidos provienen principalmente de reporteros que se desempeñan en suplementos y en las secciones de información nacional y financiera. Por lo que se deducirá que los resultados se ciñen a las tareas, necesidades y preferencias de estos sectores. En ese sentido, se reconoce también que categorías de análisis como la de los propósitos de uso no se pudieron estudiar como se pretendía, pues se obtuvo un bajo nivel de respuesta en relación a las preguntas relacionadas con dicho aspecto.

Por lo que se refiere al modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain, podemos señalar que si bien el modelo permite identificar los elementos que rodean a las necesidades de información y los recursos que atienden dichas necesidades, no hace tan evidente los aspectos de la cultura organizacional que motivan el uso de recursos de información (en forma de políticas y de estímulos). A pesar de ello, consideramos que el modelo funcionó para el acopio, la estructuración y el análisis de la interpretación de los datos obtenidos, pues nos permitió tener un marco de referencia a partir del cuál se fueron agregando elementos, que junto con los

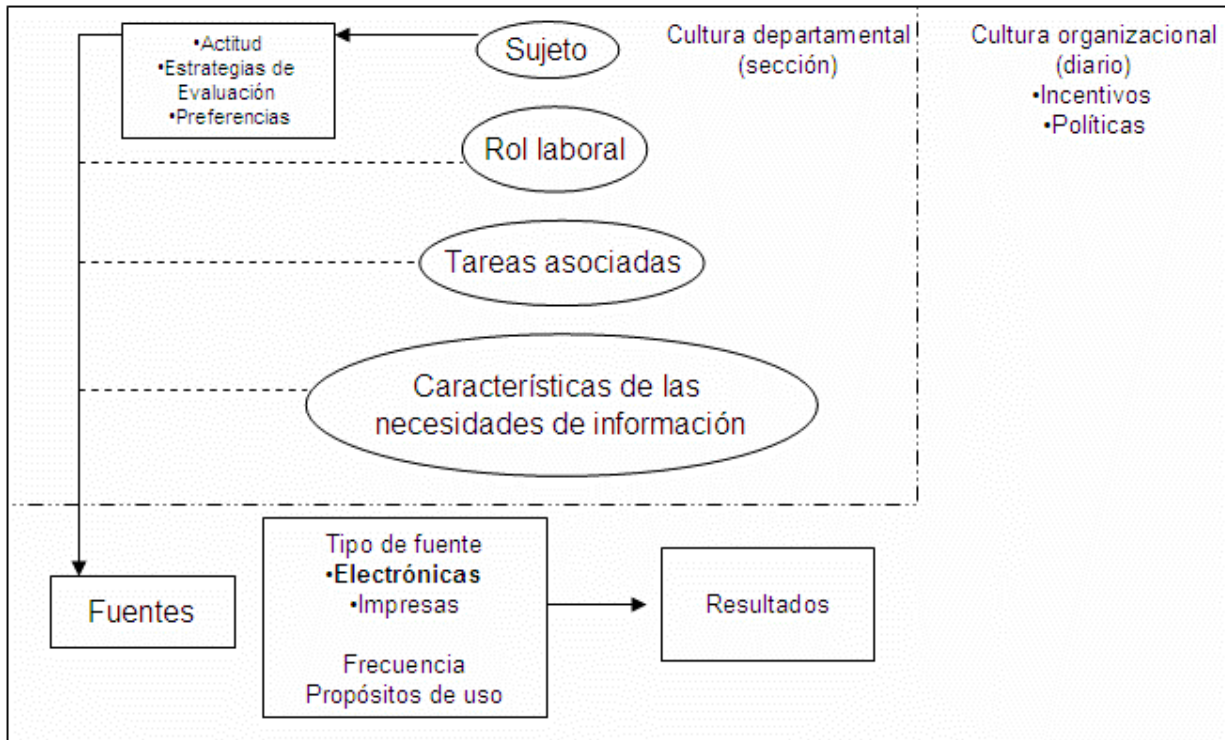
indicadores de Poteet, nos permitieron ofrecer una primera aproximación al *cómo* y al *porqué* los reporteros usan los recursos de información en línea en su contexto laboral.

En el esquema 3 el lector podrá apreciar una adaptación de dicho modelo con algunos aportes que derivaron de la presente investigación. Se parte del hecho de que las organizaciones cuentan con políticas e incentivos que tienden a regular y estimular la producción. En un segundo nivel de este contexto, se advierte la existencia de departamentos (para nuestro caso secciones) con una cultura y necesidades propias. En estos espacios se insertan sujetos que desempeñan un rol y que tienen tareas y necesidades de información asociadas con éste.

Cuando el sujeto, motivado por el rol y las tareas que desempeña, emprende una búsqueda para satisfacer una necesidad de información, puede reflejar alguna actitud o preferencia por alguna fuente en específico. Asimismo, puede llegar a contar con estrategias de evaluación que le permitan validar la información que va recopilando.

Las fuentes pueden ser impresas o electrónicas y el usuario podría frecuentar, algunas más que otras, dependiendo de la disponibilidad de fuentes en el lugar donde labora, su rol laboral, sus tareas, sus necesidades de información y los propósitos para los que usa estos recursos.

Esquema 3. Aportaciones al modelo de Leckie, Pettigrew y Sylvain



A lo largo de esta investigación hubo obstáculos que fueron modificando la naturaleza inicial del estudio. Uno de estos aspectos, es la urgencia con la que se trabaja en este medio, pues evita que las investigaciones que tengan como sujetos de estudio a este sector, se vean retrasadas por la poca disposición de tiempo por parte de estos actores.

A pesar de ello, el estudio de la conducta informativa de esta comunidad de usuarios permitió ubicar algunos aspectos que pueden ser considerados para un mejor aprovechamiento de los recursos en esta organización. Por ejemplo:

1. El papel que tiene el personal del Centro de información para organizar, reunir y suministrar información de acuerdo a los requerimientos y necesidades de los reporteros y de la organización, puede complementarse con el de proveer actualización en el manejo de recursos de información, a la planta de reporteros. Esto puede beneficiar al reportero en un mejor aprovechamiento del tiempo y de los recursos, pues estaría en posibilidades de contar con las herramientas necesarias para atender sus necesidades de información por medio de sus habilidades para el manejo de distintos recursos. A su vez, los resultados de esta actualización le permitiría al Centro de información invertir más tiempo en la localización de nuevos recursos que puedan resultar útiles, al momento de anticipar los requerimientos de información de los periodistas y de la organización en general.
2. El personal del Centro de información podría analizar alternativas para que los reporteros puedan tener acceso a bases de datos especializadas como *Infolatina*, *Informex*, *Lexis Nexis*, etcétera. Una opción puede ser la ubicación de centros de información públicos o privados que cuenten con el acceso a este tipo de recursos y gestionar el uso de éstos por medio de suscripciones. En ese sentido, el papel que pueda tener el personal calificado del Centro de información para ubicar estos centros y evaluar su pertinencia en términos de costo-beneficio, sería decisiva.

Finalmente, queremos compartir que durante el desarrollo de esta investigación surgieron inquietudes que pueden servir como punto de referencia para emprender nuevos temas de estudio. Entre ellos resalta la posibilidad de un estudio sobre las comunidades de práctica al interior de las redacciones, y una investigación que contemple los distintos canales de información que utiliza un reportero, editor, o articulista en la conformación de un producto noticioso.

BIBLIOGRAFÍA

- Aquesolo Vegas, José. "De la documentación informativa al periodismo de precisión". En *Documentación de las ciencias de la información*. Madrid: [Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense], Universidad Complutense de Madrid, vol. 21, no. 19, 1996. Pp. 10-40.
- Attfield, Simon y John Dowell. "Information seeking and use by newspaper journalist". En *Journal of documentation*. Londres: Emerald, MCB UP Limited, vol.59, no. 2, 2003. Pp. 187-204.
- Belkin, Nicholas J. "Anomalous state of knowledge for information retrieval". En *Canadian journal of information science*. Toronto: University of Toronto Press, vol. 5, 1980. Pp. 133-143.
- Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama, 2003. 138p.
- Campbell, Federico. *Periodismo escrito*. México, D.F.: Alfaguara, ©2002. 295p.
- Campbell, Fiona. "Journalistic construction of news: information gathering". En *New library world*. Inglaterra, Bradford West Yorkshire: Emerald, vol. 28, no. 1133, 1997. Pp. 60-64.
- Chacón Gutiérrez, Inmaculada. "Documentación para el periodismo especializado". En *Revista general de información y documentación*. Madrid: [Escuela Universitaria de Biblioteconomía y Documentación], Universidad Complutense de Madrid, vol. 11, no. 2. 2001. Pp. 33-60.
- Chin, Lisa. "The information seeking behavior and needs of journalists in context". Tesis de maestría en Science in Library Science. Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina. 2001. 44p.
- David Nicholas y Helen Martin. "Assesing information needs: a case study of journalists". En *Aslib proceedings*. Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 49, no. 2, febrero, 1997. Pp 43-52.
- De la Rocha, Doraangélica. "¿Periodismo de investigación o de consulta?". En *Revista mexicana de comunicación*. México, D.F.: Fundación Buendía, no. 87. junio-julio, 2004. (DE, 17 de junio, 2006: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/consulta.html>).
- Delgado Guallar, Javier y Anna Cornet Casals. "Fuentes de información digitales en los centros de documentación de prensa: las bases de datos comerciales". En *El profesional de la información*. Barcelona: Swets, Zeitlinger Ibérica, vol. 13, no. 2, marzo-abril, 2004. Pp. 107-117.
- Dervin, Brenda. "An overview of sense-making research: concepts, methods and results". En *Annual Meeting of the International Communication Association*. Dallas: University Columbus, 1983. (DE, 17 de junio, 2006: <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/art/artabsdervin83smoverview.html>).
- Flick, Uwe. "Triangulation in qualitative research". En *A companion to qualitative Research*. Editado por Uwe Flick, Ernst von Kardorff e Ines Steinke. Londres: Sage Publications, ©2004. Pp. 178-183.
- Fuentes, Alma Delia. "Nuevas reglas del juego en el periodismo". En *Sala de prensa*. México, D.F. año 3, vol. 2, no. 23, septiembre, 2000. (DE, 8 de agosto 2006: <http://www.saladeprensa.org/index.html>).
- Fuentes-Berain, Rossana y Pedro Enrique Armendares. "¡Es Internet, estúpido!". En *Explorando el ciberespacio iberoamericano*. Coordinadores: Octavio Islas y otros. México, D.F.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Cibercultura, Grupo Patria Editorial, ©2002. Pp. 361-389.

- Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Programa medios de comunicación y democracia en América Latina, *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos*. Lima: Instituto de Prensa y Sociedad, Fundación Konrad Adenauer, © 2004. 150p.
- Garrison, Bruce. "Journalists perceptions of online information-gathering problems". En *Journal & media communication quarterly*. Oregon: [School of Journalism and Mass Communication], University of Oregon vol. 77, no. 3, 2000. Pp. 500-514.
- Garrison, Bruce. "Online information use in the newsroom". School of Communication, University of Miami. Texto presentado en University of Luton Creativity and Consumption Conference, Luton, marzo 29-31, 1999. 27p. (DE, 3 de mayo, 2006: <http://com.miami.edu/car/denver00.htm>).
- Kapuscinski, Ryszard. *Los cinco sentidos del periodista: estar, ver, oír, compartir, pensar*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, ©2003. 90p.
- Kaupfert Gertaud Martín del Campo, Laura. "Internet como herramienta para el periodismo. La utilización de Internet en los periódicos del DF". Tesis de licenciatura en Comunicación México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1997. 126p.
- Kerr, John y Walter E. Niebauer Jr. "Use of full text, database retrieval Systems by Editorial Page Writers". En *Newspaper research journal*. Memphis: [The Department of Journalism], The University of Memphis, vol. 8, no. 3, primavera. 1987. Pp.21-31.
- Leckie, G. K. Pettigrew y C. Sylvain, "Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers". En *Library quarterly*. Chicago: The University of Chicago Press, vol. 66, no. 2, 1996. Pp. 161-193.
- Leckie, Gloria J. "General model of the information seeking of professional". En *Theories of information behavior*. Editado por Karen E. Fisher, Sandra Erdelez y Lynne McKechnie; Nueva Jersey: American Society for Information Science and Technology, Information Today Inc, ©2005. Pp. 158-163.
- Lichfield, Gideon. "La declarocracia en la prensa". En *Letras Libres*. México, D.F.: Editorial Vuelta, julio, 2000. Pp. 54-58.
- López Yepes, Alfonso. *Los nuevos métodos de rastreo sobre textos completos en la documentación automatizada, aplicados a la investigación periodística*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. s/a 19p. (DE, 22 de enero, 2006: <file://C:/educación/ ANDREA OEI/ DOCUMENTALES CUADERNOS/LOS N.../Alfonso.htm>).
- Marcos Recio, Juan Carlos. "Una nueva concepción de la documentación en los medios electrónicos: retos y nuevas tareas profesionales". En *Documentación de las ciencias de la información*. Madrid: [Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense], Universidad Complutense de Madrid, vol. 21, 1998. Pp. 113-130.
- Nicholas, David. "Hacking the net". En *Ariadne*. Bath: University of Bath, MLA, JISC, no. 16, 1998. (DE, 16 de mayo, 2004: <http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/aw/ariadne/issue16/cover/>).
- Nicholas, David, Peter Williams, Peter Cole y Helen Martin. "The impact of the Internet on information seeking in the media". En *Aslib proceedings*. Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 52, no. 3, febrero, 1997. Pp. 98-114.

- Red de Periodismo de Calidad. *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana, ©2006. 143p.
- Romine Poteet, Ann. "Newspaper journalists information seeking behavior with online information sources". Tesis de maestría en Science in Library Science. Chapel Hill: Faculty of the School of the University of North Carolina. 2000. 43p.
- Ruiz C, Antonio. "El periodismo mexicano e Internet". En *Explorando el ciberespacio iberoamericano*. Coordinadores: Octavio Islas y otros. México, D.F.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Cibercultura, Grupo Patria Editorial, ©2002. Pp. 281-297.
- Ruiz, Claudia y Jorge Sánchez Badillo. "Propuesta de la materia titulada 'Internet aplicada al periodismo y la comunicación' Para la carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón". Tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, 2002. 217p.
- Schmidt, Christiane. "The analysis of semi-structured interviews". En *A companion to qualitative research*. Editado por Uwe Flick, Ernst von Kardorff e Ines Steinke. Londres: Sage Publications, ©2004. Pp. 253-258.
- V Encuentro Internacional de Desarrollo de Habilidades Informativas. *Diagnóstico de habilidades informativas en alumnos de primer ingreso a educación superior en México*. Coordinadora: Guadalupe Vega Díaz; colaboradores: Valentín Ortiz, Norma Manzanera, Gabriela Mendoza y Julio C. Ramírez; Ciudad Juárez; Chihuahua: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2006) En prensa.
- Vriens, Dirk. "Information and communication technology: tools for competitive intelligence". *Encyclopedia of information science and technology*. Editores: Mehdi Khosrow-Pour. Hershey: Idea Group Reference, vol. 3, ©2005, pp. 1458-1463.
- Wien, Charlotte. "Teaching online information retrieval to students of journalism". En *Aslib proceedings*. Londres: Association for Information Management (ASLIB), vol. 52, no. 1, enero, 2000. Pp. 39-47.
- Williams, Peter y David Nicholas. "Journalist, news librarians and the Internet". En *New library world*. Inglaterra, Bradford West Yorkshire: Emerald, vol. 28, no. 1137, 1997. Pp. 217-223.
- Wilson, T.D. "Human information behavior". En *Informing science: special issue on information science research*. Manchester: Informing Science, vol. 3, no. 2, 2000. Pp.49-55.
- Wilson, T.D. "On user studies and information needs". En *Journal of documentation*. Londres: Emerald, vol. 37, no. 1, 1981. Pp. 3-15.
- Yin, Robert K. *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, California: Sage, ©2003. 181p.
- Zaid, Gabriel. "Periodismo cultural". En *Letras Libres*. México, D.F.: Editorial Vuelta, vol. 8. no. 86, febrero, 2006. Pp. 58-60.

ANEXOS

Los reporteros mexicanos y sus recursos de información en línea

Este cuestionario forma parte de la investigación que realizo para obtener el grado de maestro en bibliotecología por El Colegio de México, sobre la conducta informativa de los reporteros frente a los recursos de información en línea. El cuestionario es de carácter anónimo y los resultados del mismo serán presentados con fines académicos. Gracias por su colaboración.

Una vez contestado agradecería guarde los cambios y lo envíe a la siguiente dirección de correo electrónico joreva777@hotmail.com

Instrucciones:

El documento está diseñado como formulario sensible. Puede manipular las casillas de respuesta haciendo clic sobre ellas.

Fecha:

Edad:

Sexo: **Elige**

Grado máximo de estudios:

Nombre de la carrera:

1. ¿Cuántos años de experiencia tiene como reportero?

Entre 0 y 3 años

Entre 4 y 7 años

Entre 8 y 11 años

Entre 12 y 20 años

20 años o más

2. ¿En qué sección se desempeña?

Internacional

Nacional

Espectáculos

Deportes

Tecnología

Cultura

Política

Finanzas

Otros ¿Cuál?

3. ¿Qué género periodístico desarrolla más? (Elija una opción)

Crónica

Reportaje

Entrevista

Nota

Otro ¿Cuál?

4. ¿Utiliza la computadora para realizar sus actividades laborales?

Sí

No

5. En caso afirmativo ¿Qué tipo de computadora utiliza?

PC de escritorio

Laptop

Otra ¿Cuál?

6. ¿Usa Internet?

Sí

No

7. ¿En dónde tiene acceso? (puede señalar más de una opción)

Casa

Café Internet

Trabajo

En sitios públicos por medio de conexión inalámbrica

Otra ¿Cuál?

8. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando Internet?

Menos de 6 meses

De 6 a 12 meses

De 1 a 3 años

De 4 a 6 años

7 años o más

9. Si utiliza Internet, marque la frecuencia y el tipo de uso que le da a cada recurso

Recurso	No lo uso	Por lo menos una vez al día	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada dos meses	Lo utilizo para:	Otro uso ¿Cuál?
Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Listserve (listas de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	

correo)							
Buscadores (Google, Yahoo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Metabuscadores (Metacrawler)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Catálogos de bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Newsgroup/grupos de discusión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Blogs (bitácoras electrónicas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Directorios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	

10. ¿Cuáles son los nombres de los sitios o páginas que más frecuenta para cubrir la información que le corresponde?

11. Qué tan de acuerdo está con los siguientes enunciados:

Frase	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Hay dificultad para determinar la confiabilidad de la información publicada en Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por medio de Internet puedo acceder a información que por otros medios sería difícil localizar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando no estoy seguro de lo que busco, Internet es útil para hojear	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La información en Internet no está actualizada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No cuento con el suficiente tiempo para buscar información en Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hay problemas técnicos molestos con Internet (ligas truncas, archivos pesados, mucho tiempo de descarga)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por medio de Internet obtengo acceso inmediato a la información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para realizar mis tareas cotidianas los recursos tradicionales (libros, revistas, enciclopedias, directorios, boletines, etc.) son suficiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La abundancia de información publicada en Internet representa un problema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando busco información en Internet no sé que palabras utilizar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me cuesta trabajo localizar la información que deseo en Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Considera que es importante evaluar la información que aparece en Internet?

Sí

No

13. En caso de que su respuesta sea afirmativa señale por qué:

14. ¿Cuáles son sus actitudes frente a Internet? (Curiosidad, interés, etc.)

15. ¿Qué tan cómodo se siente utilizando Internet?

Muy cómodo

Algo cómodo

Muy incómodo

Algo incómodo

16. ¿Usa recursos de información en línea, como bases de datos, publicaciones en línea, etcétera?

Sí

No

17. En caso afirmativo ¿Con qué frecuencia y con qué propósito utiliza los siguientes recursos?

Recurso	Por lo menos una vez al día	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada dos meses	Lo uso para	Otro uso ¿Cuál?
Infolatina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Lexis-Nexis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Facts on file	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Profnet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Informex	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Bases de datos de organismos federales (INEGI, SEP, SEGOB, BANXICO, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Página Web de organismos internacionales (ONU, UNESCO, OCDE)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Periódicos en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Agencias de noticias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Base de dato internas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	
Otros ¿Cuáles?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elige	

18. ¿Qué otros recursos de información son indispensables para el trabajo que realiza?

19. ¿Qué tipo de información busca con más frecuencia en los recursos en línea?

- Conceptual
- Histórica
- Descriptiva
- Estadística
- Metodológica
- Oficial
- Otro ¿Cuál?

20. ¿Cuáles de los siguientes elementos considera importantes al momento de seleccionar información en recursos en línea? (elija tres y enuméralos en orden de importancia)

- Actualidad 0
- Disponibilidad 0
- Idioma 0
- Confiabilidad 0
- Lugar de origen (región o país) 0
- Punto de vista (enfoque de la información) 0
- La terminación de la dirección electrónica (.com, .org, .edu, .net) 0
- El organismo responsable del sitio 0
- Otro ¿Cuál?

21. ¿Cómo aprendió a utilizar los recursos de información en línea? (puede elegir más de una opción)

- Preguntando a mis colegas
- Leyendo libros y artículos sobre el tema
- Usando tutoriales en línea
- Cursos de capacitación
- Preguntándole al personal de documentación
- Por programas de educación universitaria
- Otro ¿Cuál?

22. ¿Qué tan satisfecho está con sus habilidades para utilizar los recursos de información en línea?

- Muy satisfecho: puedo hacer todo lo que quiero hacer
- Algo satisfecho: puedo hacer muchas cosas que quiero hacer
- Algo insatisfecho: no puedo hacer muchas cosas que me gustaría hacer

Insatisfecho: no puedo hacer nada

23. ¿Le gustaría fortalecer sus habilidades para usar la información? (en caso de que su respuesta sea negativa pase a Comentarios generales)

Sí

No

24. En caso afirmativo ¿Para qué actividades le sería importante fortalecer sus habilidades?

Para mejorar las estrategias de búsqueda

Para ahorrar tiempo

Para mejorar las técnicas de investigación

Para saber evaluar la información

Para aprender por mí mismo

Otras ¿Cuáles?

25. ¿Cómo le gustaría desarrollar tus habilidades informativas? (puede señalar más de una opción)

En un curso o taller

En sesiones complementarias dentro de un curso de métodos de investigación

Con asesorías personalizadas al momento de tener un problema de información

Con tutoriales en línea que se puedan consultar permanentemente

En grupos de estudio especializados

Con un manual impreso

Otras ¿Cuáles?

26. ¿Cuánto tiempo invertiría en fortalecer sus habilidades en un semestre?

De 1 a 3 horas

De 4 a 6 horas

De 7 a 10 horas

De 11 a 20 horas

Más de 20 horas

Comentarios generales:

Muchas gracias por su colaboración

PROTOCOLO DE ENTREVISTA AL PROMOTOR DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo: Conocer el estado de los centros de información de estos diarios en relación con:

- ¿Cuánto tiempo lleva operando este departamento?
- ¿Cómo se actualiza?
- ¿Formación profesional?

1 Organización del depto.

- a) ¿Cómo cree que es visto este departamento para la administración?
- b) Objetivos
- c) Funciones

2 Su personal

- a) Cargos
 - ¿Cuántas personas conforman este departamento?
- b) Tareas
 - ¿Qué tareas tiene cada una de las personas que le acompañan?
- c) Formación
 - ¿Cuál es su formación?

3 Sus recursos de información

- a) Disponibilidad
 - ¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en este lugar?
 - ¿Cuentan con algún portal o página de recursos para sus reporteros?
 - ¿A partir de que año comienzan a contar con recursos en línea (bases de datos comerciales, Internet, otros servicios)?
 - ¿
- b) Servicios
 - ¿Horarios?
 - ¿Qué servicios ofrece este departamento?
 - ¿A quiénes está dirigido?
- c) Suscripciones
 - ¿A cuantas publicaciones están suscritos?
 - ¿Cuentan con suscripciones a bases de datos?
- d) Solicitudes
 - ¿Reciben recomendaciones o solicitudes de material por parte de los reporteros?
 - Selección
 - Modalidades de compra
- e) Acuerdos
 - ¿Tienen acuerdos con otras instituciones, asociaciones, universidades para compartir recursos?

¿Qué otras instituciones visitan sus usuarios?

f) Evaluación

¿Cómo evalúan sus servicios y sus recursos?

¿Llevan estadísticas de uso?

¿Estudios de usuarios?

4 Perfil de sus usuarios

a) Tipo de solicitudes

¿Qué materiales son los más solicitados y por quiénes?

¿Qué sección le demanda más información?

¿De los distintos tipos de periodista reportero, editorialista, colaborador, etc. ¿Quién le solicita más información?

b) Preferencias

¿Hay disposición por parte de los reporteros para actualizarse en las fuentes de información?

¿En qué momento o en qué circunstancia un reportero decide venir a solicitar ayuda?

c) Capacitación

¿Ve usted apertura en los reporteros para aprender a utilizar estos recursos?

¿Quién les imparte la capacitación para el uso de recursos de información a los periodistas?

¿Cómo lo hacen?

5 Infraestructura

¿Físicamente o en términos de infraestructura cómo esta conformado este departamento?

¿Qué le hace falta?

6 Presupuesto

¿Hay interés por parte de la administración en invertir en recursos para este depto.?

PROTOCOLO DE ENTREVISTA A REPORTEROS SELECCIONADOS

Objetivo: Conocer las tareas de un reportero junto con su contexto, motivaciones y situaciones que rodean el uso de información en línea

1. Tareas

- ¿En qué consiste su labor como reportero?
- ¿Qué tareas están asociadas con la labor del reportero?
- ¿Además de negocios que otro tema trabajas?
- ¿A partir de la introducción de recursos electrónicos en el diario donde has trabajado que cambios han habido?
- ¿Cómo es un día de trabajo?

2. Contexto

- ¿Qué obligaciones tienes como reportero de este diario?
- ¿Qué recursos te ofrece este diario para el cumplimiento de tus tareas?
- ¿De qué otros recursos de información haces uso?
- ¿Tienes preferencia por algún tipo de recurso?
- ¿Cómo y bajo que circunstancias decides compartir información con otro reportero?
- ¿El tiempo es un límite, un obstáculo para documentar tus notas?

3. Motivaciones

- ¿Qué motivos te llevan a buscar información?
- ¿A que atribuyes tu interés por documentar tus notas?
- ¿Qué características tiene una buena nota?
- ¿En contraste, que sería una mala nota?
- ¿Para qué lectores escribes?
 - ¿Has recibido retroalimentación?
 - ¿Qué tipo de retroalimentación de tus lectores?
- ¿Qué te provoca publicar en la portada principal del diario?

4. Situaciones

- ¿Cómo eliges el tema de tus notas?
- ¿Cuándo sabes que una nota puede resultar interesante para lector?
- ¿Cómo intuyes que un tema o noticia es potencial para dedicarle más tiempo?
- ¿Cuándo sabes que es necesario documentar una nota?
- ¿Qué ocurre cuando detectas una nota, buscas información, te haces de algunos resultados de búsqueda, pero no hay suficiente información como para sostener una hipótesis?
- ¿En qué momento, decides acudir a los servicios de los Centros de documentación?

5. Definiciones

- ¿Cómo defines el periodismo de investigación?
- ¿Cuál es tu concepto de información?

DIRECTORIO DE RECURSOS EN LÍNEA

- American Bankers Association. *aba.com*. Washington, D.C.: ABA, © 2006. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.aba.com/default.htm>).
- Colegio de Notarios del Distrito Federal. *Colegio de Notarios del Distrito Federal*. México, D.F.: COLNOTDF, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.colnotdf.com.mx/>).
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. *Portal de Internet CNBV*. México, D.F.: CNBV, 2002. (DE, 15 de febrero, 2007: http://www.cnbv.gob.mx/default.asp?com_id=0).
- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro. *Comisión Nacional del SAR*. México, D.F.: CONSAR, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.consar.gob.mx/consar.shtml>).
- Comisión Nacional Forestal. *CONAFOR*. México, D.F.: CONAFOR, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.conafor.gob.mx/portal/home.php>).
- Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo. *Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo*. México, D.F.: CONCANACO SERVYTUR, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.concanacored.com/>).
- Confederación Patronal de la República Mexicana. *COPARMEX*. México, D.F.: COPARMEX, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.ine.gob.mx/ueajei/publicaciones/libros/133/anexo%206.html>).
- Dealogic*. Londres: Dealogic Limited, ©2005. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.dealogic.com/default.aspx>).
- El Banco de México. *Banco de México*. México, D.F.: BANXICO, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.banxico.org.mx/index.html>).
- España, Ministerio del Interior. *Página principal del Ministerio*. Madrid: Ministerio del Interior, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.mir.es/index.html>).
- Estados Unidos, U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis. *U.S. Bureau of Economic Analysis*. Washington, D.C.: BEA, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.bea.gov/index.htm>).
- Estados Unidos, U.S. Department of Justice. *United States Department of Justice*. Washington, D.C.: U.S. Department of Justice, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.usdoj.gov/index.html>).
- Estados Unidos, U.S. Drug Enforcement Administration. *U.S. Drug Enforcement Administration*. Washington, D.C.: DEA, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.dea.gov/>).
- Facts on File: weekly world news digest*. Nueva York: Facts on File, ©2007. (DE: 15 febrero, 2007: <http://www.facts.com/facts-db-ref-modules.htm>).
- Gobierno de Oaxaca. *Página oficial del Gobierno de Oaxaca: de cara a la nación*. Oaxaca: Gobierno de Oaxaca, ©2006. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.e-oaxaca.gob.mx/web/>).
- Gobierno del Distrito Federal. *Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal*. México D.F.: PGJDF, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.pgjdf.gob.mx/index1.asp>).

Infolatina: ISI Emerging Markets. México, D.F.: Euromoney Institutional Investor, ©2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://site.securities.com/corp/infolatina.html>).

Informex. México, D.F.: IN4MEX S.A. de C. V., ©2002-2007. (DE: 15 febrero, 2007: <http://www.in4mex.com/>).

Instituto Federal Electoral. *IFE*. México, D.F.: IFE, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.ife.org.mx/portal/site/ife>).

Instituto Mexicano de Teleservicios. *Instituto Mexicano de Telemarketing*. México, D.F.: IMT, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.imt.com.mx/>).

Instituto Mexicano para la Competitividad. *IMCO Instituto Mexicano para la Competitividad*. México, D.F.: IMCO, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.imco.org.mx/>).

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. *Sistemas Nacionales Estadísticos y de Información Geográfica*. Aguascalientes: INEGI, ©2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.aspx>).

Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. *Portal del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación*. México, D.F.: INEE, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.inee.edu.mx/>).

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. *Escuela de Graduados en Administración Pública EGAP*. México, D.F.: EGAP, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.ccm.itesm.mx/egap/>).

KPMG International. Suiza: KPMG International, ©2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.kpmg.com/>).

Lexis Nexis. Dayton, Ohio: Reed Elsevier Inc., ©2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://global.lexisnexis.com/us>).

Luz y Fuerza del Centro. *Luz y Fuerza del Centro*. México, D.F.: LFC, 2007. (DE, 15, febrero, 2007: <http://www.lfc.gob.mx/>).

México, Congreso, Honorable Cámara de Diputados. *Cámara de Diputados LX Legislatura*. México, D.F.: H. Cámara de Diputados LX Legislatura, ©2006. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.camaradediputados.gob.mx/>).

México, Congreso, Honorable Cámara de Diputados. *Centro de Estudios de las Finanzas Públicas*. México, D.F.: CEFP, H. Cámara de Diputados LX Legislatura, ©2006. (DE, 15 de febrero, 2007: http://www3.diputados.gob.mx/camara/001_diputados/006_centros_de_estudio/02_centro_de_estudios_d_e_finanzas_publicas).

México, D.F., Secretaria de Seguridad Pública del Distrito Federal. *Secretaria de Seguridad Pública del Distrito Federal*. México, D.F.: SSP DF, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://portal.ssp.df.gob.mx/portal>).

México, D.F., Secretaria de Transportes y Vialidad. *Secretaria de Transportes y Vialidad*. México, D.F.: SETRAVI, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.setravi.df.gob.mx/>).

México, Poder Judicial de la Federación. *Consejo de la Judicatura Federal*. México, D.F.: CJF, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.cjf.gob.mx/inicio.asp>).

- México, Procuraduría Federal de Protección al Ambiente. *PROFEPA: la ley al servicio de la naturaleza*. México, D.F.: PROFEPA, 2006. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.profepa.gob.mx/profepa>).
- México, Procuraduría General de la República. *Procuraduría General de la República*. México, D.F.: PGR, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.pgr.gob.mx/>).
- México, Secretaría de Economía. *Secretaría de Economía*. México, D.F.: SE, 2007. (DE, 15, febrero, 2007: <http://www.economia.gob.mx/>).
- México, Secretaría de Educación Pública. *Secretaría de Educación Pública*. México, D.F.: SEP, ©2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.sep.gob.mx/wb2>).
- México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Secretaría de Hacienda*. México, D.F.: SHCP, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.shcp.gob.mx/zyx.html>).
- México, Secretaría de la Función Pública. *Instituto para la Protección del Ahorro Bancario*. México, D.F.: IPAB, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: http://www.ipab.org.mx/ipab_espanol/principal.htm).
- Organisation for Economic Co-operation and Development. *OECD*. París: OECD, ©2007. (DE, 15 febrero, 2007: http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura. *UNESCO.ORG*. París: UNESCO, 2007. (DE, 15 febrero, 2007: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=29011&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).
- Petróleos de México. *PEMEX*. México, D.F.: PEMEX, 2007. (DE, 15 de febrero, 2007: <http://www.pemex.com/index.cfm>).
- Profnet*. Nueva York: PRNewswire, United Business Media, ©2005. (DE, 15 febrero, 2007: <https://profnet.prnewswire.com/>).
- UCEF Investigaciones de Mercado y Asuntos Sociales*. Rostock: Centro Independiente de Investigación Empírica y Asuntos Sociales, s/a. (DE, 15 febrero, 2007: <http://www.ucef.de/Homepage-spanisch/ucef1-s.html>).