

Las necesidades de información de los periodistas frente a la conversión de los medios tradicionales en cibermedios

Mabel Calderín

mabelcuba@gmail.com, mcalderi@ucab.edu.ve

Resumen

El ciberespacio es considerado el ambiente natural de satisfacción de las necesidades de información de los periodistas, por la facilidad de acceso que brinda este medio a un número incalculable de fuentes y recursos de información multimedia, sin límites de espacio ni tiempo. Para el estudio de las necesidades de información, tradicionalmente se ha usado el modelo orientado al sistema, pero cada vez con mayor frecuencia, este modelo se está sustituyendo por un nuevo paradigma centrado en el usuario. En ese sentido, se pretende examinar la conducta informativa en el proceso de búsqueda y uso de la información de los periodistas desde la perspectiva teórica del *Sense-Making*. Se explican las dimensiones que afectan la conducta del periodista durante el proceso de búsqueda y uso de la información, las cuales pueden reflejar necesidades físicas, cognitivas, sociales o afectivas; así como, las situaciones en las que el comunicador se enfrenta a un estado de carencia de información. Se describen las variables a incluir en el instrumento que permitirá medir la conducta de los periodistas frente al tipo de carencia informativa que pretendan resolver.

Palabras clave Ingles / Español

Estudio de usuarios, Necesidades de información, Conducta de búsqueda de información, Periodistas, Asignación de sentido, Cibersociedad / Study of users, Information needs, Information seeking behaviour, Journalists, Sense-Making, Cybersociety

Introducción

Las transformaciones en las rutinas de los profesionales de la comunicación están directamente relacionadas con la evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). En ese sentido, Alonso (2004) sugiere una definición de e-comunicador o comunicador digital concebido como productor/usuario de la comunicación en la Red, cuya función principal se centra en hacer un uso acertado y eficaz del espacio virtual, combinando oralidad, textualidad e imagen y desarrollando hábitos cognitivos y formas de colaboración asistidas por computadora.

Para el cumplimiento de sus objetivos, el nuevo comunicador debe poner en práctica una metodología que involucre las tareas tradicionales del periodismo como: selección, análisis, interpretación y valoración de la información para contextualizar y redactar noticias, sólo que ahora se enfrenta a un ambiente multimedia e interactivo en el que el receptor dejó de ser pasivo, es más exigente y en muchos casos también produce contenido, compite con el comunicador en su propio terreno y esto debe considerarse un reto para la profesión.

Sin embargo, una manera de distinguir los contenidos profesionales de aquellos que no lo son es a través del uso eficiente de la información que puedan hacer los comunicadores en una sociedad caracterizada por la sobre abundancia de ésta. Así, en el ámbito periodístico adquiere cada vez mayor relevancia la calidad de los contenidos y su conexión con las necesidades reales y los intereses de los usuarios.

El uso de la información está presente tanto en las respuestas resultantes de una solicitud realizada a un sistema formal cualquiera como en una comunicación personal que satisfaga una necesidad que antes no fue considerada como tal. La necesidad de información se plantea de acuerdo con el nivel conocimiento del usuario. Según la teoría del *Sense-Making* de Dervin (1983) la necesidad de información se presenta cuando determinadas situaciones vitales del individuo pierden sentido o significado y éste debe asignarle uno nuevo.

Por su parte, Khulthau (1991) considera que la necesidad de información genera un estado de incertidumbre que causa ansiedad y falta de confianza y se manifiesta fundamentalmente en las primeras etapas del proceso de búsqueda de información. En opinión de Belkin (1980) y Belkin, Oddy y Brooks (1982a, 1982b) la necesidad de información surge por una carencia o anomalía en el estado de conocimiento del individuo.

En ese sentido, vale destacar que la naturaleza de la actividad periodística genera constantemente la aparición de nuevas y diversas necesidades de información entre los profesionales de la comunicación. De ahí que, el propósito de este trabajo es estudiar la conducta informativa de los comunicadores sociales de la región iberoamericana durante el proceso de búsqueda de información para satisfacer las necesidades de información, conocimiento y aprendizaje en la era digital

Reflexión teórica

De acuerdo con Núñez Paula, todavía en el año 2001, al menos en los países en vías de desarrollo, no se visualizaban estrategias, procedimientos, ni recursos de información encaminados hacia un proceso educativo-informativo. Tampoco el estudio de las necesidades de información se consideraba tarea o responsabilidad de ningún profesional, ni existía un procedimiento para estudiar dichas necesidades. Las unidades de servicios de información tradicionalmente se limitaban a satisfacer las solicitudes que recibían de los usuarios.

Pero, los estudios de necesidades y usos de la información centrados en el usuario adquieren relevancia en la sociedad actual, caracterizada por la interacción del hombre con los sistemas de información (SI). Aunque los estudios precedentes abordaron esta investigación desde la perspectiva de los SI, en la actualidad hay mayor consenso en el plano internacional en el abordaje de este tipo de estudios desde una mirada cognitiva.

En ese sentido, la teoría del *Sense Making*, desarrollada por Brenda Dervin desde 1983 explica que el individuo da sentido a sus situaciones vitales de manera cambiante. Y, los cambios cognitivos y conductuales a nivel individual se reflejan, según González (2005) en el uso de la información, así como las modificaciones en un programa o política como consecuencia del uso de esa información se reconoce

como el impacto en la sociedad y la relevancia de esa información para un área específica del programa o política sería la utilidad de la información.

De manera que, el foco de atención en el estudio de necesidades de información no es la necesidad en sí misma, sino la conducta del individuo durante todo el proceso de búsqueda para lograr la satisfacción de esa necesidad.

Para Spink y Cole (2006) la conducta de búsqueda de información es una actividad compleja que requiere acceso a diversas fuentes de información para tratar problemas de distinta índole como pueden ser personales, laborales o sociales.

La forma tradicional de organización de las fuentes de información es a través de los sistemas de información, y estos constituyen los espacios destinados a satisfacer necesidades de información. Para el caso particular de los periodistas, la Red de redes se presenta como el sistema ideal de interacción durante las distintas etapas del proceso de búsqueda, recuperación y producción de nueva información, ya que es una fuente de generación de ideas para proyectos de investigación, facilita el acceso a una variedad y cantidad incalculable de recursos de información de naturaleza multimediática, amplía las posibilidades del trabajo reporteril a través de la virtualidad y suministra los instrumentos de análisis, procesamiento y presentación de los datos.

Los estudio de necesidades y usos de la información son competencia del campo de la bibliotecología y la documentación. En esa área, se han desarrollado diversos modelos que intentan explicar la conducta informativa en general o de manera específica como es el caso de la Web. En esa línea, Choo, Detlor y Turnbull (2000 cp. González, 2005) estudiaron la conducta informativa en la Web basándose en el modelo de Ellis (1989).

Ellis (1989) sugirió la descripción de un conjunto de características en la conducta del individuo que busca información

especialmente en entornos hipertextuales a partir de la construcción de patrones generalizables. Por tanto, sin dejar de considerar toda la gama de variables únicas que afectan al individuo dentro de un contexto dado o una situación específica, los profesionales del periodismo conforman un grupo de usuarios de información relativamente homogéneo que se identifican con cuatro funciones concretas: generación de ideas, referencias, trabajo reporteril y análisis y presentación de resultados.

El modelo de proceso de búsqueda de información desarrollado a partir de la teoría del *Sense Making* propone tres elementos, el primero denominado situación en el tiempo y el espacio y se refiere al contexto en que surgen los problemas de información, el segundo denominado brecha (*gap*) que significa la diferencia entre la situación contextual del individuo y la deseada y por último, los usos con los que el individuo ha creado un nuevo significado a su realidad (González, 2005).

En la misma dirección, Abad, Felip, Bellver y Lorenzo (1999) indicaron tres factores o dimensiones que influyen en el uso de un SI.

Las dimensiones que afectan la conducta del periodista durante el proceso de búsqueda y uso de la información son:

1. factores personales, que tienen que ver con el nivel de formación, las actitudes hacia los SI automatizados, los años de experiencia en el uso de la computadora, u otros,
2. factores del entorno, que están relacionados con el rol, las posibles consecuencias y/o el propósito de uso de la información), y
3. factores de relación, en este caso, del periodista con el entorno informativo del Medio donde trabaja, por ejemplo, conocer los sistemas y servicios existentes interna o externamente y las vías de comunicación formal e informal para acceder a ellos, o contar con los recursos necesarios para facilitar ese acceso a fuentes externas que implican suscripción, traslados, etc.

De esta manera, se identifica al periodista como un profesional que mantiene una relación directa y permanente con la búsqueda de información, en un contexto donde confluyen sus propias necesidades psicológicas, afectivas y cognitivas, e inmerso en un ambiente con características político – económicas y socioculturales determinadas (González, 2005), las cuales, de alguna manera influyen sobre la conducta que mantiene a la hora de satisfacer las necesidades de información que su propio trabajo les impone.

Situaciones en las que el comunicador se enfrenta a un estado de carencia de información

A manera de reflexión y sobre la base de las ideas antes expuestas, se puede suponer que las situaciones en las que el comunicador se enfrenta a un estado de carencia de información pueden variar en intervalos de tiempo muy corto, eso debido a la amplia gama de temas o asuntos que podría tratar y a la cantidad de obstáculos que pueden surgir durante el proceso de búsqueda.

Algunas situaciones pueden significar obstáculos que actúan como determinantes de uso de información: en esa línea, cabe destacar la deficiente formación e información del comunicador en torno al objetivo y a su papel en la investigación; barreras de comprensión y acceso físico a la información; información institucional disponible, pero fragmentada e incoherente; poca intención y actitud de búsqueda de información por parte del investigador, sumado a una ausencia de cultura de uso de información.

La falta de cultura de uso de información se refleja en el desconocimiento de fuentes alternativas que proporciona el formato digital, rechazo a las TIC y/o debilidad en las destrezas para utilizar los avances tecnológicos que facilitan el acceso a los datos, la

información y el conocimiento, o la falta de credibilidad y confiabilidad en la calidad informativa de las fuentes digitales (Calderín, 2008).

Particularmente en el caso Venezolano, la necesidad de dirigir peticiones a cualquier instancia gubernamental genera un grado de incertidumbre en cuanto a la obtención de respuestas adecuadas y oportunas que se convierte en una situación de estrés.

Propósitos a alcanzar

Entender, identificar y clasificar el tipo de conducta del periodista y/o comunicador social cuando busca información, para adaptar los sistemas de recuperación de información a esa conducta desarrollada intuitivamente por los usuarios, con el fin de disminuir las barreras que afectan el acceso y la obtención de la información, el conocimiento y el aprendizaje necesario en el ejercicio del periodismo.

Bibliografía más importante

Para estudiar las necesidades y usos de la información y toda la problemática relacionada con la conducta informativa hay que partir de la revisión de los modelos que conforman la base teórica de esta línea de investigación, de acuerdo con González (2005) las iniciativas más relevante incluyen el modelo Motivación para la búsqueda de información de Wilson (1981, 1997), la teoría del *Sense-Making* de Dervin (1983), el Modelo de búsqueda de información de Krikelas (1983), el Modelo de conducta para el diseño de sistemas de recuperación de información de Ellis (1989) y Ellis, Cox y Hall (1993), el Proceso de búsqueda de información de Kuhlthau (1991), el Modelo general de conducta de búsqueda de información de Brown (1991), el Modelo de búsqueda de información de los profesionales de Leckie, Pettigrew y Sylvain (1996), el de Conducta de búsqueda de información como resolución de problemas de Wilson (1999) y

Willson, Ellis, Ford y Foster (2000), así como la Búsqueda de información en World Wide Web de Choo, Detlor y Turnbull (2000).

Se sugiere revisar también los artículos publicados en *Information Research*, publicación en línea de acceso libre disponible a través de, <http://informationr.net/ir/12-3/paper318.html>, que reúne los estudios de investigadores de la talla de Bronstein (2007), Miranda y Tarapanoff (2007), Johnstone, Bonner, y Tate (2004), Izquierdo, Ruíz y Piñera (1998), Huvila (2008) o Fidel y Pejtersen (2004). Todos ellos en sus investigaciones abordan temas afines relacionados con las necesidades de información, la conducta informativa y los estudios de usos de información bajo el paradigma orientado al usuario.

En el ámbito Latinoamericano, se sugiere revisar, entre otros, las investigaciones llevadas a cabo por Núñez Paula, quien desde finales de los 70 mantiene un monitoreo constante sobre el tema en la región.

Pregunta de investigación: ¿Cómo es la conducta informativa que siguen los comunicadores sociales de la región iberoamericana para satisfacer las necesidades de información, conocimiento y aprendizaje en la era digital?

Método:

Las investigaciones revisadas sobre necesidades de información indican que tradicionalmente se ha usado la entrevista o encuesta como técnica principal y a veces única. Al respecto, la teoría del *Sense Making* sugiere la combinación de entrevistas, focus group y observación, Fernández y Núñez Paula (2007) también incorporan el análisis documental, ya que este método combinado permitiría analizar los documentos que describan o amplíen la información sobre las variables seleccionadas, definir aspectos de los usuarios relacionados con conocimientos, actitudes, intereses, opiniones, comportamientos, valores con respecto a la información y sus relaciones con los sistemas de información, así como recuperar información de fuentes documentales y no personales.

En el presente estudio se decidió aplicar el método de técnicas mixtas propuesto por Fernández y Núñez Paula (2007) para la recolección de datos, porque este es un proceso que involucra la caracterización del medio y el entorno en el que presta sus servicios el comunicador, la caracterización del individuo (comunicador), la segmentación y determinación de grupos de usuarios con algún punto de coincidencia, jerarquización de las necesidades de información y la identificación y distinción de los productos y servicios que satisfacen necesidades de información específicas y determinadas.

Por tanto, la investigación incluirá distintas fases para la aplicación de los instrumentos que varían de acuerdo con el tipo de fuentes (documentales y no documentales).

Así, las variables definidas para el estudio de las necesidades de información, conocimiento y aprendizaje en los periodistas según el modelo de Fernández y Núñez Paula (2007) incluyen aspectos:

1. Relativos al contenido semántico de la actividad de búsqueda de información.

- Temática(s) centrales relacionadas y subtemáticas de las secciones y otros asuntos de cobertura del Medio.
- Tipo o contenido de los datos que se requieren.
- Líneas de investigación en las temáticas de interés.
- Nivel de actualidad de los datos o la información que se requiere.
- Alcance de los datos o la información exhaustiva, selecta, solo reciente, limitada a un periodo de tiempo determinado.
- Tipos de información (teórica, gráfica, contradictoria, diversa, progresiva, heurística).
- Idiomas más frecuentes.

2. Relativos a la estructura de la actividad de búsqueda y sus requerimientos.

- Pasos (acciones y operaciones) en que se descompone la actividad de búsqueda de información del periodista.

- Métodos, procedimientos y técnicas que se deben utilizar en los diferentes pasos.
 - Tipos de informe (internos y externos) que se requieren en los diferentes momentos de la actividad.
 - Formas de presentación de la información que requieren las acciones: datos, resúmenes, reseñas, artículos originales, compilaciones, información referativa, comunicaciones personales.
 - Volumen de datos o información adecuada para cada etapa de la actividad.
 - Frecuencia (diaria, semanal, mensual).
 - Forma de comunicación que implica la actividad: individual, en equipos de trabajo, en reunión, directa o indirecta
 - Canales de comunicación que implica la actividad: radio, TV, video, fax, correo electrónico, Internet, intranet.
 - Horarios, momentos o situaciones, eventos que componen la actividad.
 - Lugares para la comunicación (sitios para la emisión y recepción de la información).
 - Funciones específicas de trabajo en el Medio o en los grupos (liderazgo, dirección, difusión de información).
 - Requerimientos de cualidades personales o grupales de la actividad, de sus acciones y operaciones: valores, convicciones, motivaciones, capacidades, habilidades.
3. Relativos a las condiciones peculiares en que se realiza la actividad de búsqueda de información.
- Plazos de tiempo (general y por etapas).
 - Distancia a recorrer para la realización de la actividad.
 - Canales de comunicación existentes.
 - Tecnología disponible para la realización de las acciones.
 - Tiempo disponible para la actividad.
 - Tiempo disponible para la lectura o consulta de información.

- Regulaciones laborales: horarios de trabajo, actividades permitidas en el horario.
 - Perfil del Medio para el que realiza la actividad de búsqueda de información.
 - Tipo de medio donde trabaja el comunicador: impreso, audiovisual, digital, etcétera.
 - Misión, metas, objetivos, recursos, estructura organizacional, fortalezas y debilidades del Medio en particular.
 - Régimen de propiedad del medio y su impacto en la sociedad.
 - Flujo de información (horizontal y vertical) en el funcionamiento del Medio
 - Tipos de servicios de información existentes en el Medio.
 - Organizaciones externas con las cuales el comunicador tiene contacto profesional o académico.
4. Relativos a las características sociopsicológicas y culturales del periodista.
- Conocimientos sobre las temáticas de la investigación: estudios cursados u ofrecidos, investigaciones, asesorías o consultorías realizadas, etcétera.
 - Experiencia (conocimientos y habilidades) en el tipo de actividad (años durante los cuales ha realizado la actividad, publicaciones, trabajos presentados en eventos, otros reconocimientos).
 - Nivel de actualización en las temáticas (relación entre las fuentes que se han utilizado y las que se han obtenido en el estudio métrico).
 - Intereses (sus aspiraciones sobre las variables del servicio de información en el Medio donde trabaja).
 - Hábitos y habilidades de lectura o de uso de la información y de los servicios de información de diferente tipo.
 - Dominio y fluidez en el uso y aprendizaje de las tecnologías de la información y la comunicación.

- Idiomas en que puede leer, escribir y hablar.
 - Tiempo que dedica a procesar información con diferentes fines.
 - Habilidad para expresar ideas.
 - Habilidades para el trabajo en grupo.
 - Posición en los grupos o colectivos a los que pertenece.
 - Otras capacidades (análisis, síntesis, generalización, abstracción).
5. Relativos a los datos, la información o las formas de servicio y gestión de la información y del aprendizaje que ofrece el Medio.
- Temáticas centrales relacionadas y subtemáticas.
 - Tipo o contenido de los datos que se archivan.
 - Editoriales, autores, expertos, publicaciones específicas.
 - Nivel de actualidad de los datos o la información que se archiva.
 - Alcance de los datos o la información: exhaustiva, limitada a un periodo de tiempo determinado, etcétera.
 - Tipos de información: teórica, gráfica, demostrada, heurística.
 - Forma de presentación: referencias, resúmenes, reseñas, artículos originales.
 - Volumen de datos o información.
 - Frecuencia.
 - Forma de comunicación (individual, en equipo, en reunión, etc.).
 - Canales de comunicación (fax, correo electrónico, páginas Web, etc.).
 - Horarios, momentos o situaciones.
 - Lugares para la comunicación: sitios de emisión y recepción de la información.
 - Aspectos educativos a considerar en el contenido de las actividades de aprendizaje: cultura general y de la organización, etcétera.

- Tipos de técnicas de actividad grupal que puede realizar con los medios tecnológicos disponibles, si existen.

Referencias

- Abad, M. F., Felip, J. M., Bellver, S. R., y Lorenzo, A. M. (1999). Evaluación del sistema de información ARGOS para la toma de decisiones en la presidencia de la Generalitat Valenciana. *Revista Valenciana d' estudis Autonòmics*, 28, 205-244.
- Alonso R., J. (2004). Valores de la Comunicación en Internet: propuestas para una definición de comunicador digital. En: Aguado, J. M. *E-Comunicación: dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. pp. 31-67.
- Belkin, N. J. (1980). Anomalous state of knowledge for information retrieval. *Canadian Journal of Information Science*, 5, 133-143.
- Belkin, N. J., Oddy, R. y Brooks, H. (1982a). Ask for Information Retrieval: 1. Background and Theory. *Journal of Documentation*, 38 (2), 61-71
- Belkin, N. J., Oddy, R. y Brooks, H. (1982b). Ask for Information Retrieval: 2. Results of a Design Study . *Journal of Documentation*, 38 (3), 145-164.
- Bronstein, J. (2007). The role of the research phase in information seeking behaviour of Jewish studies scholars: a modification of Ellis's behavioural characteristics. *Information Research*, 12(3) paper 318. Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://informationr.net/ir/12-3/paper318.html>
- Calderín, M. (2008). La conducta informativa del periodista en la sociedad red. En: Arclila, C. (coord.). *Comunicación digital y ciberperiodismo: nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales*. pp. 201-215. Caracas: Publicaciones UCAB.
- Dervin, B. (1983). An overview of sense-making research: concepts, methods and results. *Annual Meeting of the International*

Communication Association, Dallas, Recuperado el 12 de septiembre de 2002 de, <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/art/art/-dervin83.html>

Dervin, B. (2003). Human studies and user studies: a call for methodological inter-disciplinarity. *Information Research*, 9(1) paper 166. Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://InformationR.net/ir/9-1/paper166.html>

Ellis, D. (1989). A behavioural approach to information retrieval design. *Journal of Documentation*, 45 (3), 171-212.

Fernández V., M. M. y Núñez Paula, I. A. (2007). Metodología para el estudio de las necesidades de información, conocimiento y aprendizaje en las bibliotecas y centros de documentación de salud. *Acimed*, 15(4). Recuperado el 10 de enero de 2009 de, http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_4_07/aci04407.htm

Fidel, R. & Pejtersen, A.M. (2004) From information behaviour research to the design of information systems: the Cognitive Work Analysis framework. *Information Research*, 10(1) paper 210. Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://InformationR.net/ir/10-1/paper210.html>

González, T., A. (2005). *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Gijón: Ediciones Trea.

Huvila, Isto (2008). "Information work analysis: an approach to research on information interactions and information behaviour in context" *Information Research*, 13(3). Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://InformationR.net/ir/13-3/paper349.html>

Izquierdo A. M, Ruíz A. J., Piñera L., J.T. (1998). *Los estudios de usuarios en los programas de gestión de calidad. Propuesta de un marco teórico integrador para el estudio de usuario de información*. Recuperado el 18 de enero de 2007 de,

http://fesabid98.florida-uni.es/comunicaciones/m_izquierdo/m_izquierdo.htm

- Johnstone, D., Bonner, M., & Tate, M. (2004). Bringing human information behaviour into information systems research: an application of systems modeling. *Information Research*, 9(4). Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://InformationR.net/ir/9-4/paper191.html>
- Khulthau, C.C. (1991). Inside the Search Process: information Seeking from the User's Perspective. *Journal of the American Society for Information Science*. 42(5), 361-371.
- Miranda, S.V. & Tarapanoff, K.M.A. (2007). Information needs and information competencies: a case study of the off-site supervision of financial institutions in Brazil. *Information Research*, 13(2) paper 344 Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de, <http://InformationR.net/ir/13-2/paper344.html>
- Núñez Paula I.A. (2001). Por qué requerimos una metodología para el estudio de las necesidades de formación e información en las organizaciones y comunidades. *Revista General de Información y Documentación*, 11(1), 83-108. Recuperado el 25 de enero de 2009 de, <http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID0101120083A.PDF>
- Núñez Paula I. (2004). AMIGA: una metodología integral para la determinación y la satisfacción dinámica de las necesidades de formación e información en las organizaciones y comunidades. *Acimed*, 12(4). Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_4_04/aci02404.htm
- Spink y Cole (2006). Human Information Behavior: Integrating Diverse Approaches and Information Use. *Journal of the American Society for Information science and technology*, 57(1), 25–35.

Wilson, T.D. (1981) On user studies and information needs. *Journal of Librarianship*, 37(1), 3-15. Recuperado el 02 de diciembre de 2008 de,

<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>

Wilson, T.D. & Walsh, C. (1996). *Information behaviour: an interdisciplinary perspective. Report to British Library Research and Innovation Centre*. London: British Library Board. (Report 10)

<http://www.webcitation.org/5ZzxLR8nr>