

U N I V E R S I D A D
D E L O S H E M I S F E R I O S



S A B E R Y S A B E R H A C E R

Facultad de Comunicación

Tema

Análisis del uso de fuentes de información en cibermedios ecuatorianos

**Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en
Comunicación, énfasis en Periodismo y Comunicación Corporativa**

Presentado por:

Esteban David Ponce Garzón

Tutora:

Magister Consuelo Aguirre

Quito, Julio de 2016

RESUMEN

El artículo muestra los resultados de un estudio realizado para medir y analizar la calidad de los contenidos de los cibermedios ecuatorianos, en lo referente al manejo de fuentes periodísticas como elemento clave de la calidad periodística. La muestra ha sido analizada de acuerdo con variables que permiten medir el uso de fuentes. Entre estas variables se encuentran el número de fuentes, el tipo de fuentes principales y el tipo de fuentes secundarias. Estas variables, a su vez, se cruzan con datos sobre agenda temática y los géneros periodísticos. El objetivo principal es analizar los estándares de calidad informativa en los medios digitales ecuatorianos en función de la documentación informativa. Los contenidos en los cibermedios han tenido un objetivo primordial que es generar información más completa para los usuarios que se rige a estándares de calidad periodística como la multimedialidad, la interactividad, el uso de fuentes y la documentación informativa. Los resultados obtenidos evidenciarán las tendencias en el uso de fuentes en los medios digitales, con el objetivo de analizar la contratación de información en los contenidos periodísticos digitales en Ecuador.

Palabras Clave: Cibermedios, calidad periodística, fuentes informativas, agenda mediática, géneros periodísticos.

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS

El presente Trabajo de Titulación se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en éste ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para su lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación al Consejo Superior de la Universidad de Los Hemisferios.

Esteban David Ponce Garzón

C.I. 1719655936

ÍNDICE

1.	Introducción	7
1.1.	Justificación y antecedentes del trabajo	7
2.	Problematización	9
3.	Metodología	10
4	Marco Referencial	12
4.1.	Nuevos Medios	12
4.2.	Periodismo Digital	13
4.3.	Medios Digitales	15
4.4.	Documentación Informativa	17
4.5.	Fuentes Informativas.....	18
4.6.	Calidad Periodística	21
5	Hallazgos	22
5.1	Variables Generales	23
5.2	Variables de Fuentes	24
5.3	Cruce de Variables generales con variables de Fuentes	26
5.4	Cruce con variable general Tema	33
5.5	Cruce con variable general Género.....	39
6	Discusión.....	44
7	Conclusiones	48
8	Bibliografía.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de contenidos por medio.....	23
Tabla 2. Contenidos según tema.....	24
Tabla 3. Contenidos según el género periodístico	24
Tabla 4. Variable Número de fuentes	25
Tabla 5. Variable Número de fuentes principales	25
Tabla 6. Variable Número de fuentes secundarias	25
Tabla 7. Número de fuentes según medio	27
Tabla 8. Número de fuentes principales según medio	29
Tabla 9. Número de fuentes secundarias según medio.....	31
Tabla 10. Número de fuentes según tema.....	33
Tabla 11. Número de fuentes principales según Tema.....	35
Tabla 12. Fuentes secundarias según tema	37
Tabla 13. Número de fuentes según género periodístico.....	39
Tabla 14. Número de fuentes principales según género periodístico	41
Tabla 15. Cruce información variable Género y número de fuentes secundarias	43

ANÁLISIS DEL USO DE FUENTES EN CIBERMEDIOS ECUATORIANOS

Esteban David Ponce Garzón

Centro de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP)

estebpon@gmail.com

Resumen

El artículo muestra los resultados de un estudio realizado para medir y analizar la calidad de los contenidos de los cibermedios ecuatorianos, en lo referente al manejo de fuentes periodísticas como elemento clave de la calidad periodística. La muestra ha sido analizada de acuerdo con variables que permiten medir el uso de fuentes. Entre estas variables se encuentran el número de fuentes, el tipo de fuentes principales y el tipo de fuentes secundarias. Estas variables, a su vez, se cruzan con datos sobre agenda temática y los géneros periodísticos. El objetivo principal es analizar los estándares de calidad informativa en los medios digitales ecuatorianos en función de la documentación informativa. Los contenidos en los cibermedios han tenido un objetivo primordial que es generar información más completa para los usuarios que se rige a estándares de calidad periodística como la multimedialidad, la interactividad, el uso de fuentes y la documentación informativa. Los resultados obtenidos evidenciarán las tendencias en el uso de fuentes en los medios digitales, con el objetivo de analizar la contratación de información en los contenidos periodísticos digitales en Ecuador.

Palabras Clave: Cibermedios, calidad periodística, fuentes informativas, agenda mediática, géneros periodísticos.

Abstract

The article shows the results of a study incurred with the purpose of measuring and analyzing the quality of the contents of Ecuadorian cybermedia, in what concerns the managing of journalistic sources as key element of the journalistic quality. The sample has been analyzed according to variables that allow us to measure the use of sources. Within these variables can be found the number of sources, the type of principal sources and the type of secondary sources. These variable cross with information on thematic

agenda and the journalistic genres. The principal objective is to analyze the informative quality standards in the digital Ecuadoran media depending on the informative documentation. The contents in the cybermedia's principal objective is to generate complete information for the users regulated by journalistic quality standards as multimedia, interactivity and the use of informative documentation. The results obtained should evidence the trend of use of digital media's sources, with the objective of analysing Ecuador's digital media information contraction .

Keywords:

Cybermedia's, journalistic quality, informative sources, media agenda, journalistic gender.

1. Introducción

1.1. Justificación y antecedentes del trabajo

Internet como soporte de contenidos periodísticos ha provocado cambios profundos en la dinámica de los medios de comunicación, tanto en sus procesos de producción como en los contenidos. El San José Mercury News fue el primer medio de comunicación tradicional que colocó sus contenidos en internet, en 1994. Este periódico del Silicon Valley, en Estados Unidos, inauguró el periodismo digital con contenidos gratis a disposición de los lectores. A raíz de ello, varios procesos de convergencia han tenido lugar en las empresas informativas y en el periodismo. (Navarro, 2009, p. 36)

El periodismo se ha transformado debido al desarrollo de contenidos con características específicas propias de los formatos de internet. Los contenidos se han adaptado a la modalidad de recepción de los mismos y, en general, a los desarrollos y paradigmas de las Nuevas Tecnologías de la Información (Navarro, 2004, p. 161). Entre los desarrollos, se encuentran la actualización de noticias en tiempo real, la no secuencialidad de la lectura con el uso del hipertexto, la interactividad y la personalización. Esto ha venido acompañado por cambios en la dinámica de producción de contenidos y en la relación de los medios con las audiencias.

Los desarrollos tecnológicos impregnan un medio social hasta el punto que todas sus instituciones se ven saturadas. Esto ocurre también con los medios de comunicación.

McLuhan, en su momento, teorizó que, más allá de los contenidos transmitidos, es la misma tecnología de los medios de comunicación la que constituye *per se* un impulso comunicativo fuerte y determinado (Mafarioti, 2005, p. 216). McLuhan estudió los efectos de la tecnología electrónica en los medios de comunicación y las audiencias, concluyendo que todos los medios electrónicos representan una extensión de los sentidos y las funciones de nuestro cuerpo, como lo eran antes las antiguas tecnologías mecánicas (Aguirre, Odriozola, & Bernal, 2014, p.2).

La teoría de McLuhan es aplicable al estudio de los efectos de la tecnología Web 2.0 en las sociedades y los medios de comunicación. A finales del siglo XX y principios del siglo XXI han surgido nuevos modelos de comunicación que tienen como elemento central “el medio”: internet y su panorama de redes sociales, portales, periódicos electrónicos, blogs, wikis, entre otros, que se han convertido en un campo de interacción a través del cual internet alcanza el apelativo de “medio de medios”, “multimedia”, “mundo o espectro virtual” (Sánchez & Botero, 2012).

En este panorama, la radio, televisión y prensa pasaron de ser medios en sí a formar parte de un “medio de medios” que es internet (Sánchez & Botero, 2012). En este contexto, los medios tradicionales se han encontrado con desafíos y oportunidades: han tenido que adaptar sus formatos, contenidos y procesos a la web. Una vez más, la tecnología ha permeado al medio; éste, a los formatos y estos, a los contenidos.

Al mismo tiempo, ha cambiado la dinámica empresarial de las empresas informativas, que se han debido adaptar a la producción de contenidos para dos tipos de medios: impresos y digitales. Producir información para internet ha resultado costoso y la publicidad no ha sido suficiente para financiarla. A los medios mixtos, es decir, medios con edición impresa y en línea, el mantenimiento de la edición digital les exige enormes y constantes inversiones que restan rentabilidad a sus negocios (Navarro, 2004).

La convergencia digital, que implica integrar la producción de la redacción impresa televisiva, radiofónica y digital para hacer más eficientes los procesos en las salas de redacción, sigue siendo un concepto confuso y difícil de aplicar. Los diarios electrónicos surgieron como una reproducción fiel de la versión impresa. Sin embargo, en la década de los noventa, las versiones digitales se empezaron a diferenciar de las impresas y las empresas informativas se vieron precisadas a crear una redacción digital. (Salaverría, 2005).

Según Rubio (2005) “las propiedades del periodismo digital, las habilidades del nuevo periodista y la estructura del discurso periodístico han descubierto en la documentación uno de sus elementos más representativos y diferenciadores” (p. 154), no solo enfatizando los elementos multimedia e interactivos.

La documentación en el ciberperiodismo cumple la función social de encaminar el conocimiento a los usuarios o ciudadanos que consumen esta información. En una era muy complicada socialmente, en la que existe una brecha entre la gente que tiene acceso a la información y la que no, la documentación debe ser manejada muy correctamente. En diluvios y mares de información en la red debe existir un manejo de fuentes, de documentación muy delicada y a conciencia (Rubio, 2005, p. 155).

Estos procesos han tenido resultados exitosos con respecto al desarrollo de nuevos formatos de contenidos y en la relación con las audiencias.

La multimedialidad ha generado cambios, tanto en formatos como en contenidos periodísticos. Los géneros periodísticos tradicionales están experimentando fusiones y mutaciones en función de las nuevas dinámicas de las redacciones y la nueva relación con las audiencias.

El manejo de fuentes en el periodismo es muy importante: el criterio y formación del periodista juegan un papel indiscutible en la rigurosa selección de fuentes y contrastes de las mismas, ya que existe un interés adicional por parte de las fuentes en su gran mayoría y esto puede generar una tergiversación de la realidad y de los sucesos contados por los periodistas (Mayoral, 2005, pp. 94-95).

2. Problematicación

La problematización del proyecto consta de cuatro puntos importantes que son el eje de la investigación. La pregunta principal que es ¿Cómo se expresa el uso de fuentes informativas en los contenidos de los medios digitales ecuatorianos en relación con la agenda temática y el género periodístico?

De la cual se desprenden tres preguntas secundarias. La primera es ¿Cómo se da el uso de fuentes informativas principales y secundarias en los medios digitales en Ecuador?, la segunda ¿Cuál es el tipo de fuentes informativas presentes en los medios digitales ecuatorianos, de acuerdo con la agenda temática de los mismos? Y la tercera ¿Cuál es el

tipo de fuentes informativas presentes en los medios digitales ecuatorianos, en función del género periodístico?

Para responder estas preguntas planteadas se plantea objetivos, los mismos que se desprenden literalmente de las preguntas anteriores, en la misma jerarquización.

El objetivo principal es determinar cómo se expresa el uso de fuentes informativas en cibermedios ecuatorianos y para sustentarlo se desglosa en tres objetivos secundarios expuestos a continuación: a) Identificar cómo se da el uso de fuentes informativas en cibermedios ecuatorianos; b) Establecer el tipo de fuentes informativas presentes en los cibermedios ecuatorianos, en función de la agenda temática; c) Determinar el tipo de fuentes informativas en función de los géneros periodísticos.

3. Metodología

Este es un estudio cuya metodología es el análisis de contenido cuantitativo, definido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, teniendo como fin interpretarlo (Aguirre, 2014, p. 5). Dentro de la tipología actual del análisis de contenido nos ubicamos dentro del análisis de contenido temático. Para entender y conceptualizar de mejor manera la metodología que se manejó en el estudio es importante profundizar en conceptos específicos por lo que:

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos, discursos), que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), otras, cualitativas (lógica basadas en la combinación de categorías), tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (Raigada, 2002, p. 2)

El estudio es, además, explicativo, pues hace inferencias con respecto a la naturaleza de los productos comunicativos y es secuencial en la medida en que establece relaciones entre las variables analizadas.

La estructura de análisis de contenido se compone de seis variables: (a) Medio; (b) Tema (C.R.=1); (c) Género (0.811); (d) Número de fuentes (C.R.=0.835); (e) Número de fuentes principales (C.R.=0.788); (f) Número de fuentes secundarias (C.R.=0.8 La

muestra está compuesta por 865 piezas periodísticas publicadas del 6 al 12 de octubre y del 20 al 26 de octubre de 2014, centradas en los temas de Salud, Educación, Fútbol, Presidencia y Seguridad. La investigación se basó en ciertos criterios de validez y confiabilidad con respecto al análisis total de la información publicada sobre los respectivos temas anteriormente mencionados en medios digitales, con un carácter censal y una fiabilidad intercodificada en base a los Métodos Científicos Holsti (C.R.) y Kappa de Cohen (K).

Para entender de mejor manera el énfasis del estudio, es necesario determinar el concepto de fuentes principales y secundarias. Las principales o primarias se caracterizan por ser directas, es decir que proporcionan la información de primera mano desde los protagonistas o testigos de los hechos. Generan una información relevante para la construcción de la noticia. Por otro lado las fuentes secundarias otorgan la información sobre los sucesos con una menor relevancia, es decir desde una cuarta o quinta perspectiva, este tipo de fuentes pueden ser útiles para complementar la información de la nota. (Izquierdo, 2010, p. 342)

El grupo de investigación Calidad de Contenidos Periodísticos Digitales diseñó una herramienta de análisis de contenido cuantitativo de medios digitales que ya lleva su segundo año de aplicación.

El Universo del estudio está compuesto por 16 medios digitales generalistas de Ecuador que tienen soportes en radio, prensa escrita, televisión y medios nativos digitales: www.elcomercio.com, www.eluniverso.com, www.telegrafo.com.ec, www.expreso.ec y www.eltiempo.com.ec. Cuatro cibermedios que tienen como soporte original la radio: www.radiopublica.ec, www.radiohuancavilca.com.ec, www.ecuadoradio.ec y www.radiohcjb.org. Cuatro medios cuyo soporte matriz es el canal de televisión: www.ecuavisa.com, www.teleamazonas.com, www.gamatv.com.ec y www.tctelevision.com. Por último, los medios nativos digitales que integran la muestra son: www.ecuadorinmediato.com; www.planv.com y www.larepublica.ec.

Al tratarse de un estudio digital no aplica a una muestra poblacional.

Los instrumentos usados fueron Matrices de análisis de contenido. Para analizar los datos de la muestra y realizar los cruces de variables se usó SPSS.

5 Marco Referencial

4.1. Nuevos Medios

La opinión pública ha desatado una batalla a nivel mundial: “La forma en que la gente piensa determina el destino de las normas y valores sobre los que se construyen las sociedades” (Castells, 2008), por lo tanto, la comunicación y su rol en la sociedad son de fundamental importancia. Pues bien, estos procesos comunicacionales se reflejan y van desarrollándose de acuerdo con la evolución que brinda la tecnología y esto se aplica a la Sociedad Red que se caracteriza por su omnipresencia de redes de comunicación en un hipertexto multimodal. La transformación tecnológica de la comunicación en la era digital amplía el alcance de los medios de comunicación en todas las esferas de la sociedad en una red genérica y personalizada, según un patrón cambiante (Castells, 2008, pp. 14-15).

Añadiendo a lo desarrollado por Castells, acotamos que el desarrollo de los medios masivos, técnica y tecnológicamente, ha permitido la circulación de cada vez más información por diferentes medios, controlando los tiempos y llegando a una mayor cantidad de públicos (Barrios, 2008, p. 269).

Entendiendo esta visión sobre la comunicación y su aporte para la construcción de la sociedad, Adell (1997) entiende que en el ámbito comunicacional, los avances tecnológicos y de la comunicación han cumplido con un desempeño casi vital en la configuración de nuestra sociedad (p. 2).

Los cambios dados en el transcurso de la historia fueron marcando etapas dentro de la evolución tecnológica en los medios, y, como todos los autores coinciden, para la comunicación, la llegada de la digitalización es muy importante y se orientó hacia un desarrollo de capacidades interactivas y multimedia entre el emisor y el receptor. Adicional a ello, se dio espacio para un procesamiento y manipulación de la información de manera ampliada (Adell, 1997, p. 5).

Castells (2008) sostiene que la Comunicación de Masas ha sido transformada por esta nueva plataforma llamada internet y por la *Web 2.0*. En estas dimensiones, la intervención de los ciudadanos, movimientos sociales, empresas, gobiernos, políticos se remiten e intervienen en un mismo espacio, “he aquí las tendencias sociales

contradictorias se expresan por uno y otro lado tanto en los medios de comunicación de masas como en los nuevos medios de comunicación...” (p. 13).

Para entender este gran avance tecnológico que se da, es importante que se sepa los factores que lo componen. Como dice Adell (1997), citando a Manuel Castells, “el cambio tecnológico tan solo puede ser comprendido en el contexto de la estructura social dentro de la que ocurre”, es decir, los avances tecnológicos deben ser entendidos desde un aspecto coyuntural en el cual se da el mismo. Los factores comprendidos son los sociales, económicos y políticos (p. 6).

A su vez, las nuevas tecnologías se consideran un nuevo lenguaje que marca una diferencia entre la gente que tiene acceso y no tiene acceso a las mismas. Es así como se desenvuelve esta “*nueva sociedad*”, y su confianza en el desarrollo de la tecnología está ligada a la comunicación y a la información (Barrios Rubio, 2008, p. 266).

4.2. Periodismo Digital

En los últimos años hemos sido parte de la evolución de muchas profesiones a causa del gran impacto de la tecnología y la digitalización. Esta digitalización ha moderado los procesos involucrados al trabajo periodístico (búsqueda, elaboración y difusión de contenidos). A partir de esta serie de sucesos, debemos entender que la sociedad está y continuará estando en un constante proceso de cambio, acotando un criterio a esta visión, autores renombrados en este ámbito sostienen que: “De hecho, el propio concepto medio de comunicación ha mutado a raíz de la rápida confluencia entre la industria audiovisual, la informática y las telecomunicaciones” (Salaverría & García-Avilés, 2008, p. 32).

La invención de internet marcó un hito en la historia de las telecomunicaciones de todo el mundo. Textualmente, como dice Alonso Sánchez (2007) “La red revolucionó por completo la dinámica de los medios de información masiva al aparecer en el espectro, uno nuevo que, en la práctica conjuga las ventajas de la televisión, la radio, la prensa tradicionales” (p. 67).

Antes de empezar a introducir a los aspectos y características del periodismo digital es muy importante hablar sobre la convergencia de los nuevos medios. Al momento en que se habla de convergencia del periodismo debemos entender todos elementos y

actividades que forman parte de esta profesión, es decir medios, periodistas, empresas dedicadas a la comunicación, entre otros.

El periodismo se encuentra sometido a un sinnúmero de procesos paralelos de convergencia; todos los “afectados” en este cambio gradual y de transformación del periodismo tienen y tendrán que irse adaptando a este cambio sistémico que se da dentro de la comunicación, y del periodismo, en específico. (Salaverría & García, 2008, p. 32). La Convergencia es entendida como:

Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de tecnologías digitales de telecomunicaciones, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios y métodos de trabajo. Además se integran lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboren contenidos que se distribuyan a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (Salaverría & García, 2008, p. 35).

Los medios digitales en internet fueron evolucionando en función del avance de las tecnologías, metodologías, estudios, propuestas, etc. En 1994 los medios de comunicación en internet iniciaron su esquema con contenidos reducidos. No había servicios adicionales o diferentes a los que los usuarios podían encontrar en los medios impresos. Poco a poco, los medios fueron aprovechando este recurso para generar un poco más de interacción con los usuarios. Entre las características identificadas dadas en la evolución de la década del 90 en este ámbito periodístico, es importante recalcar la actualización; muchos medios a nivel mundial consagraron inconscientemente este aspecto como medular dentro de los medios digitales, ya que la actualización, de acuerdo a la importancia de los acontecimientos, logró un plus. Muchos otros siguieron manejando las mismas noticias que los medios impresos (Navarro, 2009, pp. 36-37).

Una característica muy marcada en este medio es la interactividad. Esta característica fue considerada como el pilar fundamental de los medios digitales en internet, ya que se consideró que la riqueza de internet se daba ya que existía esta relación/comunicación real entre el emisor y el receptor. (Navarro, 2009, p. 37).

Entre las principales características que se hallaron en los medios digitales y en el periodismo digital se encuentra también la multimedialidad, tratando específicamente la complementariedad de las notas, tal cual eran publicadas en los medios impresos, más

elementos gráficos, ilustrados y de video, más audio en las notas de los medios digitales. En la década de los 90 en adelante existió una evolución en los medios dependiendo los recursos tecnológicos y económicos. Algunos medios produjeron más rápidamente este tipo de contenidos mientras otros no (Navarro, 2009, p. 38). La siguiente cita de Sánchez es indispensable para analizar este hecho:

El periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo. Por el contrario, se trata del retorno del periodismo clásico. Lo que hizo la red fue hacer que los periodistas se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas del periodismo: la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización, y el manejo de múltiples fuentes (Sánchez, 2007, p. 68).

4.3. Medios Digitales

Para definir las características que se enmarcó en el punto anterior de este marco referencial, es importante que profundicemos en dichas características que según varios autores son muy importantes dentro de la digitalización del periodismo y de los medios.

Antes de inmiscuirnos en el concepto de interactividad o interacción, debemos entender que:

Los nuevos medios de comunicación, por sus características, quedan afuera además de las dos tradicionales áreas de interés en la que se han dividido los estudios de la comunicación: la comunicación interpersonal y la comunicación masiva. Los nuevos medios son una combinación de medios interpersonales y medios masivos. Una especie de medio masivo interpersonal (Rost, 2006, p. 173).

Pues bien, desde el marco interpretativo, podemos decir que esta cita nuevamente explica en cierto punto el nuevo concepto y que abarca las nuevas características de los nuevos medios: medios digitales y, en sí, del periodismo digital.

Para entender la interactividad de una manera global, es complicado indicar una fecha concreta del inicio de los medios interactivos, pero el teléfono es considerado por muchos como el medio interactivo más antiguo, lo cual se debe a que existe un doble flujo de comunicación, es decir, entre un emisor y un receptor (Rost, 2006, p. 173).

Para Rost, en un estudio profundo sobre la interactividad donde cita varios autores entre ellos Rogers (1986), Sádaba (2000), Codina (2000), entre otros, identifica que la interactividad se asocia a la convergencia de tres sectores particulares. El primero es las

telecomunicaciones y medios de comunicación. El segundo, la digitalización de contenidos en los medios y el tercero, el flujo de mensajes que los medios de comunicación tradicionales optan por brindar y plantear. Explica que actualmente se habla de una multidireccionalidad por la cantidad de relaciones y acciones que fomentan los medios digitales en internet (Rost, 2004, p. 3).

Entendiendo que el concepto interactividad es muy amplio y aún genera y seguirá generando dudas por la evolución de este tema, con Rost podemos definir que: “La interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las capacidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa) (Rost, 2004, p. 5).

En el marco digital, las nuevas tecnologías han creado una inmensa era de cambio dentro de la comunicación y, por ende, del periodismo. Díaz-Noci (2010) sostiene que el periodismo ha aumentado un nivel cuando hablamos del “periodismo participativo”, es decir, de acuerdo con las cualidades de las características interactivas, participativas, como las mencionadas, los medios digitales ofrecen ahora valores agregados como la participación de los usuarios, logrando, en cierto punto, que el periodista tenga mucho más cuidado en sus publicaciones (p. 563).

Díaz-Noci (2010) también describe cómo la tecnología nos permite y nos brinda herramientas que facilitan el acceso a la información, y explica igualmente que el periodismo debe adaptarse a las plataformas de consumo que los usuarios tienen al momento de consumir información. “La cultura de la propiedad y de la necesidad de la información llegue a un soporte físico ha dado un paso cultural del acceso”, refiriéndose a los smartphones y tablets, tan indispensables hoy en día (p. 565).

En modo de conclusión, es importante entender cuáles son los formatos de esta nueva era de convergencia digital y comunicacional, la cual ha marcado un salto cuantitativo y cualitativo en el periodismo y en la comunicación. Ya no solo hablamos de una forma de comunicar, sino también de buscar una calidad y una excelencia que permita acoplarnos a estos nuevos accesos de la información intentando siempre buscar una calidad para las audiencias.

4.5. Documentación Informativa

Para contextualizar y profundizar en los elementos que están dentro del periodismo y más específicamente el periodismo digital, a continuación se conceptualizará el significado de Documentación informativa. “Documentación es el conjunto de ciencias y técnicas documentales al servicio de la producción de informaciones de actualidad, el incremento de su calidad, su almacenamiento y conservación, su difusión y reutilización” (Guallar, 2011, p. 53).

En el periodismo digital la información es abundante, pero no necesariamente verdadera. De allí que las fuentes en internet son una preocupación para los periodistas. “Ante esta avalancha, el periodista debe fortalecer sus criterios de selección, de jerarquización, y de organización de fuentes y habituarse al entorno de superabundancia mediante la búsqueda, el reconocimiento y el empleo de mejores recursos” (Rubio Lacoba, 2005, p. 8). La abundancia que existe de información en internet debe ser filtrada y seleccionada, aunque no resulta un trabajo fácil, ya que la cantidad de información es enorme, y si a eso le sumamos la información de los medios impresos, de las revistas, de la televisión y demás medios, se convierte en algo inconmensurable para los periodistas, además de que necesitan mantener una actualización en la información como parte de su labor periodística en los medios digitales (Rubio Lacoba, 2005, p. 160).

Por los motivos descritos anteriormente, el papel del documentalista resulta crucial y preponderante. Es por ello que han debido adaptarse a las circunstancias de esta muy delicada e importante labor (Rubio Lacoba, 2005, p. 161).

Por otro lado, Guallar (2011) que sostiene que observando y analizando el panorama entre los medios pequeños, medianos y grandes, se puede concluir que no en todos se manejan salas de documentales o documentalistas, sino que los propios periodistas han tenido que absorber esa función y convertirse en documentalistas, pues esta función garantiza una publicación con alta calidad investigativa. Por esto y sumando la explosión de contenidos informativos en internet, los periodistas cumplen una función muy importante y más completa dentro de los medios reformando así el papel que cumplen los documentalistas en los medios y de la documentación en general (pp. 53-54).

De acuerdo a las características manifestadas en el concepto dado al inicio de este tema del marco referencial, debemos entender que, a diferencia de la documentación y archivo en los medios tradicionales y masivos que conocemos (televisión, radio, prensa), en internet la situación se masifica y se potencializa, ya que podemos evidenciar que en las hemerotecas digitales los usuarios tienen accesos a buscar informaciones de fechas pasadas, por ejemplo. Por otro lado, la contextualización de las noticias de actualidad atadas a enlaces de documentos de archivo o noticias relacionadas y de otras fuentes externas nos muestra el gran potencial de estos nuevos medios y nuevas plataformas hablando de la documentación informativa (Guallar, 2011, p. 54).

Como hemos podido visualizar y analizar, es necesario interpretar que la labor del documentalista es muy importante: gestionar, emplear y adaptarse al internet genera siempre sensaciones nuevas dentro del personal de los medios de comunicación y es por ello que las capacitaciones deben ser periódicas. Acerca del nuevo rol que poseen los periodistas, es importante y necesario que la labor periodística sea muy profesional y actualizada.

El mundo de internet, más el avance de la tecnología, deben ser tratados con una delicadeza tal, que siempre sea un aporte positivo para la sociedad. La cantidad de información que se maneja es inconmensurable, por lo que la documentación usada para las notas periodísticas debe ser contrastada, tratada, filtrada con las fuentes apropiadas, oficiales, y de esa manera generar un contraste significativo para poder publicar en estos nuevos medios.

4.6. Fuentes Informativas

Según Herbert Gans citado por Canavilhas & Ivars-Nicolás (2012), fuentes son: “los actores que los periodistas observan o entrevistan, incluidos los entrevistados que hablan por los medios o que son citados en artículos de revista, y también los que sólo suministran información de antecedentes o sugieren temas o narraciones.” Hay que entender este concepto y diferenciarlo de acuerdo con los componentes del mismo; los actores, se puede decir, son las fuentes oficiales o no oficiales, de acuerdo a la relevancia de la fuente y del papel que cumple dentro de la noticia; otro criterio en función a fuentes son las fuentes principales, que son las que sustentan la información y fuentes secundarias que permiten desarrollar aspectos secundarios o dar una mayor

retórica a la información. Adicional a esto, la migración a internet ha generado que estos criterios de fuente tengan cambios conceptuales en varios medios y autores (p. 64).

Consolidando conceptos de distintos autores, Ruiz & Albertini (2008) entienden que las fuentes son “... aquel canal-persona o institución- que proporciona datos sustanciales o complementarios- al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes...” (p.15)

La noción de que las fuentes de información proporcionan contenidos, datos, argumentos, opiniones, para que los periodistas los incluyan en su totalidad o parcialmente dentro de sus notas periodísticas, es un concepto entendido entre los teóricos del periodismo. Sin embargo, es pertinente cuestionar si las fuentes otorgan la información por simple colaboración y ayuda, o existe un interés detrás de la información entregada al periodista. Según Mayoral, existe este interés por parte de la fuente en obtener algún beneficio a cambio. Un ejemplo de esto puede ser el “prefabricar un relato de los hechos”. Este fenómeno se ha hecho frecuente y va en aumento, “... incluso podríamos considerarlo como un rasgo esencial, definitorio de la moderna sociedad de la información” (Mayoral Sánchez, 2005, p. 94).

Algo muy importante que manifiesta Mayoral Sánchez (2005) es que “las fuentes cuentan o mandan, confían o engañan, ayudan o sobornan”. Además existe algo en común en estos conceptos: siguen siendo fuentes. Es por ello que los periodistas deben manejar los contrastes de fuentes y tener un criterio muy maduro y formado en el ámbito periodístico para no cruzar estas casi invisibles brechas que existen entre los aspectos positivos y negativos que se exponen frente a las fuentes. (pp. 94-95)

Según el español Miguel Alsina (1989), de la Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona: “El tema de las fuentes es una parte importante en el proceso productivo de la noticia y en el estudio de la profesionalidad periodística. El nexo entre acontecimiento-fuente-noticia es central en la construcción de la realidad periodística” (p. 89).

La relación que existe entre fuentes y periodistas se condiciona al tipo de acontecimiento o hecho noticioso, es decir que mucho depende del acontecimiento para el tipo de fuente necesaria (Rodrigo, 1989, p. 90).

Rodrigo Alsina cita a una investigación que estudia los papeles del informador y de sus fuentes. En este análisis se determinan 3 tipos de relaciones que pueden existir:

- Posible independencia entre la fuente y el periodista: existe un distanciamiento entre ambos.
- El periodista y la fuente cooperan ya que el periodista necesita la información y a la fuente le interesa que esa información sea publicada.
- La fuente es la que hace la noticia, es decir una fuente que da información completa y se vuelve principal (Rodrigo, 1989, p. 92-93).

Rodrigo Alsina (2014) destaca que:

Al analizar la actividad de la noticia se constata que la actividad realizada no es dar una información según los valores profesionales, sino que se ha de respetar, por ejemplo, la forma espacio/temporal del medio o incluso, y esto es lo que deseo destacar, sacrificar alguna noticia para mantener unas buenas y productivas relaciones con las fuentes (p. 93).

Un estudio realizado en Portugal y España manifiesta que en internet el campo de las fuentes puede verse diferenciado por fuentes oficiales y no oficiales. Como se indica en este estudio, las fuentes oficiales son las que poseen mayor relevancia informativa para la construcción de la noticia, agregando la terminología adecuada a este estudio, se les puede denominar fuentes principales. Por otro lado y como complemento a esto, las no oficiales, se lo relaciona con secundarias, y son las que están basadas en la contribución de la inteligencia colectiva o sirven para maquillar y complementar el relato periodístico (Canavilhas & Ivars-Nicolás, 2012, p. 65).

En relación con la credibilidad, es importante mantener el criterio y el conocimiento que manejen los lectores. Enumerando ciertas características que deben tomarse en cuenta están: exactitud (contraste y verificación de información), autoridad (información sobre los autores, contraste del mismo), objetividad (información sobre los propósitos del sitio), actualización periódica de la información (ritmo e inmediatez de la información), y, por último, la cobertura y el alcance (profundidad y amplitud de la información ofrecida) (Canavilhas & Ivars-Nicolás, 2012, p. 66).

4.8. Calidad Periodística

Al momento de hablar de calidad periodística existen factores que pueden marcar el trabajo periodístico tales como la ética, el rigor informativo, multiplicidad de fuentes, criterio profesional, entre otros. (Red de Periodismo de Calidad, 2006, p.5)

Con los avances tecnológicos en internet y la constante evolución que ha tenido, han surgido nuevos medios. Esta tendencia ha hecho que exista una sobre saturación de información, la cual no es positiva del todo, ya que muchas veces no se maneja la ética periodística o no existen normas universales para ejercer la labor periodística, es decir no existe una veracidad y contraste de la información de internet (Pellegrini & Mujica, 2006, p. 13).

Entendiendo el párrafo anterior, es importante mencionar que el periodismo es un servicio de interés público con varios procesos y en los que intervienen los medios y los periodistas, hablando en términos de estructura para el medio y de formación para los periodistas. Todo esto se explica ya que la búsqueda y razón de los periodistas es entregar productos de calidad a los consumidores de la información (Gutiérrez, 2006, p. 31).

Como es notorio y la necesidad de un periodismo de calidad se ha manifestado en los ámbitos del periodismo, muchos periodistas consideran que la información es un producto, por lo tanto los consumidores de esta información son los que califican y definen la calidad (De La Torre & Téramo, 2005, p. 176).

¿Qué criterios deben ser los adecuados para medir la calidad del periodismo? ¿Qué estándares se deben regir en un periodismo de calidad? Hablar de calidad en asuntos intangibles como el periodismo es una tarea compleja, de modo que, si se evalúa lo mismo, el resultado es subjetivo (Pellegrini & Mujica, 2006, p. 14).

Algo que cabe la pena citar es lo siguiente:

La producción noticiosa es el resultado de un proceso en el que entran en juego el conocimiento de los intereses y necesidades del público y la capacidad que tiene el periodista de entregar y procesar la información sin distorsionar la realidad, seleccionando y jerarquizando lo que es noticia (De La Torre & Téramo, 2005, p. 176).

Como podemos evidenciar, además de buscar un parámetro objetivo de la calidad periodística, es muy importante el criterio y formación del periodista. Juega un rol muy importante para entregar un periodismo de calidad.

Intentando dar con una definición más acertada, Gutiérrez (2006) cita a Shultz (2000), manifiesta que “la calidad periodística depende de tres condiciones: disponibilidad de recursos adecuados para efectuar un trabajo periodístico, un ordenamiento político y legal que proteja y garantice la libertad de los medios de comunicación, y la adhesión del periodista al cumplimiento de unos estándares profesionales.”. Para el autor, los criterios de calidad periodística son la diversidad y la objetividad, ligados a valores políticos que manifiesten libertad e igualdad (p. 33).

Pellegrini & Mujica (2006) acotan en su escrito que: “El valor agregado periodístico se entiende como aquello que el medio añade a la información que el público podría obtener directamente” (p. 15). Este concepto dado sobre valor agregado periodístico se lo puede entender desde dos funciones: la función notarial, que son los hechos y fuentes que el periodista elige de acuerdo a una comprobación y contrastación; y la función de asignación de sentido, que es la función que el medio ejerce para organizar y jerarquizar la información y hacerlo entendible a la sociedad de acuerdo con sus características.

A partir de esos conceptos se hace una selección de estándares del ejercicio del periodismo compartidos por el medio, el público, y los periodistas y que pueda darse en cualquier circunstancia independientemente del medio, línea editorial, misión, objetivos. Estos estándares se basan en la medición de acuerdo a las consecuencias relevantes en la vida social (Pellegrini & Mujica, 2006, pp. 15 -16).

Como mencionamos en el párrafo anterior, el criterio del público juega un papel muy importante para medir los estándares de calidad de las noticias. La proximidad, el impacto y la relevancia son parámetros que implican directamente el criterio del público; caracterizándolos podemos decir que el público muestra su interés de acuerdo a la proximidad geográfica de la noticia, la sensación emotiva que causa esta y la relevancia del hecho (De La Torre & Téramo, 2005, p. 177).

6 Hallazgos

El estudio aplicó una matriz que mide cuantitativamente la muestra de 865 notas periodísticas digitales de distintos medios ecuatorianos, según variables diseñadas para

captar las tendencias en el uso de fuentes, en relación con las variables Tema, Medio y Género periodístico.

Para esto se realizará el cruce de estas principales variables mencionadas en el párrafo anterior con las variables correspondientes al uso de fuentes, en el programa estadístico SPSS. Con los resultados podremos analizar, interpretar tendencias y observar la calidad de los cibermedios ecuatorianos en lo referente al uso de fuentes.

5.1 Variables Generales

La matriz del estudio identifica a tres variables como las generales y ejes del análisis: Medio, Tema y Género Periodístico.

El total de la muestra es de 865 notas periodísticas. En el siguiente cuadro se puede observar la cuantificación y porcentaje del total de la muestra por la variable Medio.

Tabla 1. Número de contenidos por medio

Medio	Cantidad	Porcentaje
Ecuavisa.com	40	4.6%
TcTelevisión.com	21	2.4%
Teleamazonas.com	29	3.4%
Gamatv.com.ec	34	3.9%
Radiopublica.ec	55	6.4%
Radiohuancavilca.com	81	9.4%
Ecuadoradio.ec	16	1.8%
Radiohcjb.org	12	1.4%
Elcomercio.com.ec	62	7.2%
Eluniverso.com	85	9.8%
Eltiempo.com.ec	66	7.6%
Expreso.ec	70	8.1%
larepublica.ec	64	7.4%
planv.com.ec	1	0.11%
Ecuadorinmediato.com	99	11.4%
Telógrafo.com.ec	130	15.02%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo observado en la tabla 1 de la variable Medio, el análisis se llevó a cabo en 16 cibermedios generalistas ecuatorianos; cinco provenientes de medios impresos; cuatro de canales de televisión; cuatro de radio y tres nativos digitales.

El medio con más notas usadas en el estudio es El Telógrafo (telografo.com.ec). De las 865 notas 130 fueron de El Telógrafo, esto equivale al 15.02% de la muestra.

Tabla 2. Contenidos según tema

Tema	Cantidad	Porcentaje
Presidente	196	22,7%
Fútbol	309	35,7%
Seguridad	197	22,8%
Salud	60	6,9%
Educación	103	11,9%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

La segunda tabla analiza la agenda de los cybermedios, según los temas más recurrentes. Fútbol tiene la mayor presencia, con 35,7% del total de contenidos, seguido de Seguridad, con 22,8% de las noticias y Presidencia, con 22,7%. El tema con menor influencia es Salud, con 6,9% del total.

Tabla 3. Contenidos según el género periodístico

Género	Cantidad	Porcentaje
Noticia	628	72,6%
Crónica	85	9,8%
Reportaje	91	10,5%
Entrevista	44	5,1%
Opinión	10	1,2%
Otros	7	0,8%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 3 se evidencia que el género con mayor presencia es la noticia, con el 72,6% del total de la muestra. Por otro lado, el género menos usado es el de opinión con el 1,2% de la muestra, equivalente a 10 notas de 865.

5.2 Variables de Fuentes

Las variables de fuentes son: número de fuentes (en general), número de fuentes principales, número de fuentes secundarias.

La tabla 4 muestra las categorías utilizadas para cuantificar el número de fuentes generales en los contenidos, según intervalos. La mayor parte de los contenidos tienen de 1 a 2 fuentes (64,2% o 555 contenidos), el 24% (208 contenidos) no tiene fuentes y, en menor porcentaje, están las noticias con 3 a 4 fuentes (9%), de 5 a 6 (2,1%) y más de 6 (0,7%).

Tabla 4. Variable Número de fuentes

Categorías	Cantidad notas	%
1 a 2	555	64,2%
Ninguna	208	24%
5 a 6	18	2,1%
Más de 6	6	0,7%
3 a 4	78	9,0%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Variable Número de fuentes principales

Número de fuente	Cantidad notas	Porcentaje
0	233	26,9%
1	464	53,6%
2	108	12,5%
3	34	3,9%
4	17	2,0%
5	2	0,2%
6	3	0,3%
7	2	0,2%
8	1	0,1%
10	1	0,1%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 5 se observa que 233 notas periodísticas o el 26,9% de la muestra no usan fuentes principales; 464 contenidos (53,6%) tienen una fuente principal y 108 (12,5%), 2 fuentes principales. En total, 73% de las notas tiene alguna fuente principal.

Tabla 6. Variable Número de fuentes secundarias

Número de fuente	Cantidad notas	Porcentaje
0	625	72,3%
1	196	22,7%
2	34	3,9%
3	3	0,3%
4	5	0,6%
6	1	0,1%
10	1	0,1%
Total	865	100%

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 6 demuestra que no se usa ninguna fuente secundaria en 625 notas periodísticas, es decir en el 72,3% de la muestra. Por otro lado, se usa una sola fuente secundaria en 196 notas (22,7%); 2 fuentes secundarias en un 3,9% de las notas y 3 fuentes, en un 0,3%.

5.4 Cruce de Variables generales con variables de Fuentes

En este apartado, las variables de fuentes son analizadas en función de Medio, Tema y Género Periodístico, con el objetivo de observar el comportamiento del uso de fuentes en los medios digitales en relación con las variables generales.

Tabla 7. Número de fuentes según medio

Medio	1 a 2	%	Ninguna	%	5 a 6	%	Más de 6	%	3 a 4	%	Total (100%)
ecuavisa.com	22	55%	10	25%	1	2.5%	1	2.5%	6	15%	40
tctelevision.com	13	61.9%	8	38.1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	21
teleamazonas.com	14	48.3%	12	41.4%	0	0,0%	0	0,0%	3	10.3%	29
gamatv.com.ec	21	61.8%	11	32.4%	0	0,0%	0	0,0%	2	5.9%	34
radiopublica.ec	55	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	55
radiohuancaivilca.com.ec	81	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	81
ecuadoradio.ec	16	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16
radiohcb.org	12	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	12
elcomercio.com.ec	31	50%	21	33.9%	3	4.8%	0	0,0%	7	11.3%	62
eluniverso.com	57	67.1%	22	25.9%	3	3.5%	0	0,0%	3	3.5%	85
eltiempo.com.ec	36	54.5%	20	30.3%	1	1.5%	0	0,0%	9	13.6%	66
expreso.ec	33	47.1%	28	0	1	1.4%	0	0,0%	8	11.4%	70
larepublica.ec	33	51.6%	29	45.3%	0	0,0%	0	0,0%	2	3.1%	64
planv.com.ec	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%	0	0,0%	1
ecuadorinmediato.com	80	80.8%	9	9.1%	1	1.0%	0	0,0%	9	9.1%	99
telegrafo.com.ec	51	39.2%	38	29.2%	8	6.2%	4	3.1%	29	22.3%	130
Total	555	64.2%	208	24.0%	18	2.1%	6	0.7%	78	9.0%	865

Fuente: Elaboración Propia

En Ecuavisa.com, de 40 contenidos, 22 usan de una a dos fuentes, es decir el 55%. El 25% no usa fuentes, y las 8 sobrantes tienen más de 3 fuentes. Teleamazonas.com, de sus 29 artículos, el 48,3% de su aporte usan de 1 a 2 fuentes.

En el 100% de sus contenidos (55), Radiopublica.ec usa de 1 a 2 fuentes.

Por otro lado Radiohuancavilca.com.ec registra 81 notas periodísticas, de las cuales el 100% tiene de 1 a 2 fuentes. Ecuadoradio.ec usa de 1 a 2 fuentes en el 100% de su contenido (16). Ecuadorinmediato.com tiene de 1 a 2 fuentes en el 80,08% de sus notas. En eluniverso.com, de los 85 contenidos presentes en la muestra, 57 (67,1%) notas usan de 1 a 2 fuentes, el 25,9% de ellas no tiene fuentes, mientras que 6 tienen más de 3 fuentes. En telégrafo.com.ec, 51 notas o el 39,2% usan de 1 a 2 fuentes, mientras que 38 notas o el 29,2% no tiene fuentes.

Tabla 8. Número de fuentes principales según medio

Medio	0	%	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	6	%	7	%	8	%	10	%	Total (100%)
ecuavisa.com	9	22.5	23	57.5	5	12.5	3	7.5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40
tctelevision.com	8	38.1	10	47.6	3	14.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21
teleamazonas.com	12	41.4	14	48.3	2	6.9	1	3.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29
gamatv.com.ec	10	29.4	21	61.8	3	8.8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	34
radiopublica.ec	0	0,0	46	83.6	9	16.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	55
radiohuancavilca.com.ec	0	0,0	77	95.1	4	4.9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	81
ecuadoradio.ec	0	0,0	14	87.5	2	12.5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16
radiohcjb.org	0	0,0	11	91.7	1	8.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12
elcomercio.com.ec	24	38.7	22	35.5	11	17.7	4	6.5	0	0,0	1	1.6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	62
eluniverso.com	24	28.2	42	49.4	17	20	1	1.2	0	0,0	0	0,0	1	1.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	85
eltiempo.com.ec	21	31.8	25	37.9	15	22.7	5	7.6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	66
expreso.ec	31	44.3	26	37.1	10	14.3	2	2.9	1	1.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	70
larepublica.ec	33	51.6	28	43.8	2	3.1	1	1.6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	64
planv.com.ec	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100	0	0,0	0	0,0	1
ecuadorinmediato.com	19	19.2	71	71.7	4	2.0%	5	5.1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	99
telegrafo.com.ec	42	32..3	34	26.2	20	15.4	12	9.2%	16	12.3	1	0.8	2	1.5	1	0.8	1	0.8	1	0.8	130
Total	233	26.9	464	53.6	108	12.5	34	3.9	17	2.0	2	0.2	3	0.3	2	0.2	1	0.1	1	0.1	865

Fuente: Elaboración Propia

En Ecuavisa.com, 22,5% de los contenidos no usan fuentes principales, mientras que el 57,5% sí lo hacen. De 21 notas de tctelevision.com, 8 no usan fuentes principales, 10 usan 1 fuente, es decir el 47,6% de las 21 notas.

En Teleamazonas.com, 12 notas o el 41,4% no usa fuentes principales; 14 notas equivalentes al 48,3% de las 29 usan 1 fuente principal. Gamatv.com.ec aportó con 34 notas periodísticas al estudio de las cuales 10 no usan fuentes principales y 21 usan 1 fuente principal, es decir, el 61,8% del aporte de este medio.

Por otro lado, de los medios radiales con plataformas digitales, en radiopublica.ec se registran 55 notas periodísticas de las cuales 46 usan una fuente principal, es decir el 83,6% de las notas de este medio y 9 notas usan dos fuentes.

Radiohuancavilca.com.ec tiene 81 notas periodísticas, de las cuales el 95,1% o 77 notas usan 1 fuente principal y 4 notas usan dos fuentes principales.

En los medios impresos, elcomercio.com.ec aporta al estudio con 62 notas periodísticas, de las cuales 38,7% o 24 notas no usan fuentes principales, mientras que 22 o 35,5% notas usan 1 fuente principal, dejando menos del 25% con más de 1 fuente principal.

El eluniverso.com no tiene fuentes principales en 24 de sus 85 contenidos, mientras que su mayoría (49,4% o 42 notas) usa 1 sola fuente principal. Expreso.ec tiene 70 notas periodísticas de las cuales 31 notas no usan fuentes principales, es decir el 44,3% de su aporte. El 37,1% o 26 notas periodísticas presentan 1 fuente principal y 10 notas tienen 2 fuentes principales, es decir el 14,3%.

Telegrafo.com registra 130 notas periodísticas, de las cuales 42 o el 32,2% no usa fuentes principales, mientras que 26,2% o 34 notas presentan 1 fuente principal, aumentando el número de fuentes principales a 2: el 15,4% del aporte de eltelegrafo.com o 20 notas.

El medio nativo digital Larepublica.ec tiene 64 notas periodísticas, 33 no usan fuentes principales, 28 usan una fuente principal, 2 notas usan 3 fuentes principales y 1 nota usa 4 fuentes principales. Planv.com.ec, otro medio nativo digital, registra una nota periodística que posee 6 fuentes principales. Ecuadorinmediato.com aporta con 99 notas periodísticas, de las cuales 19 no usan fuentes principales, 71 usan 1 fuente principal, 4 usan dos fuentes principales y 5 notas usan 3 fuentes principales.

Tabla 9. Número de fuentes secundarias según medio

Medio	0	%	1	%	2	%	3	%	4	%	6	%	10	%	Total (100%)
ecuavisa.com	30	75%	6	15%	2	5%	0	0,0%	1	2.5%	1	2.5%	0	0,0%	40
tctelevision.com	21	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	21
teleamazonas.com	25	86.2%	2	6.9%	2	6.9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	29
gamatv.com.ec	29	85.3%	3	8.8%	2	5.9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	34
radiopublica.ec	21	38.2%	32	58.2%	2	3.6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	55
radiohuancaivilca.com.ec	45	55.6%	34	42%	2	2.5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	81
ecuadoradio.ec	13	81.3%	3	18.8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16
radiohcjb.org	9	75%	3	25%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	12
elcomercio.com.ec	48	77.4%	10	16.1%	2	3.2%	1	1.6%	1	1.6%	0	0,0%	0	0,0%	62
eluniverso.com	72	84.7%	10	11.8%	0	0,0%	1	1.2%	2	2.4%	0	0,0%	0	0,0%	85
eltiempo.com.ec	51	77.3%	10	15.2%	5	7.6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	66
expreso.ec	56	80%	8	11.4%	5	7.1%	0	0,0%	1	1.4%	0	0,0%	0	0,0%	70
larepublica.ec	55	85.9%	8	12.5%	1	1.6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	64
planv.com.ec	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%	1
ecuadorinmediato.com	41	41.4%	53	53.5%	4	4%	1	1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	99
telegrafo.com.ec	109	83.8%	14	10.8%	7	5.4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	130
Total	625	72.3%	196	22.7%	34	2.9%	3	0.3%	5	0.6%	1	0.1%	1	0.1%	865

Fuente: Elaboración Propia

Ecuavisa.com aportó al estudio con 40 notas periodísticas, de las cuales 30 notas no usan fuentes secundarias, es decir el 75% de su aporte al estudio; 6 notas usan 1 fuente secundaria, esto corresponde al 15%. Tctelevision.com, por su lado, da al estudio 21 notas periodísticas, de las cuales el 100% no usa fuentes secundarias. Teleamazonas.com participa con 29 notas periodísticas: de este aporte, 25 artículos o el 86,2% no usa fuentes secundarias. El estudio toma en cuenta a 34 contenidos de Gamatv.com.ec, de estos 29 artículos o el 85.3% no usa fuentes secundarias.

En medios radiales, Radiopublica.ec reporta 55 contenidos. 21 artículos que representan el 38,2% no usan fuentes secundarias, mientras que el 58,2% o 32 notas usan 1 fuente secundaria. Hablando de otra radio con plataforma digital está radiohuancavilca.com: esta aporta con 81 notas periodísticas de las cuales 45 o el 55,6% no usa fuentes secundarias, 43 contenidos o 42% usa 1 fuente secundaria. Radiohcjb.org registra 12 notas de las cuales el 75% no usan fuentes secundarias.

Elcomercio.com.ec entrega 62 artículos periodísticos al estudio, de los cuales el 77,4% de su aporte no usa fuentes secundarias, 10 notas o el 16.1% utiliza 1 fuente secundarias y 5 artículos, dos fuentes secundarias. Se seleccionaron 85 notas de elnuniverso.com: el 84,7% de esta muestra no usa fuentes principales, esto equivale a 72 artículos. Eltiempo.com.ec nos da 66 contenidos, de los cuales la mayoría equivalente 77,3% o 51 contenidos no usan fuentes secundarias. Eltelgrafo.com.ec colabora con 130 artículos, entre los que el 83,8% o 109 contenidos que no usan fuentes secundarias.

En el caso de medios nativos digitales larepublica.ec registra 64 notas, de estas, el 85,9% o 55 contenidos no usan fuentes secundarias. Por su lado, Planv.com.ec aporta 1 sola nota en la cual tiene 10 fuentes secundarias. Al estudiar a Ecuadorinmediato.com, medio nativo digital, que más aporta en cuestión a contenidos con 99 notas, nos indica que 41,4% de esa muestra no usan fuentes secundarias, esto representa a 41 artículos, mientras que 53 notas o el 53,5% usa 1 sola fuente secundaria.

5.5 Cruce con variable general Tema

Tabla 10. Número de fuentes según tema

Tema	1 a 2	%	Ninguna	%	5 a 6	%	Más de 6	%	3 a 4	%	Total (100%)
Presidente	155	79.1%	22	11.2%	4	2%	1	0.5%	14	7.1%	196
Fútbol	153	49.5%	137	44.3%	3	1%	1	0.3%	15	4.9%	309
Salud	41	68.3%	6	10%	1	1.7%	2	3.3%	10	16.7%	60
Educación	60	58.3%	16	15.5%	3	2.9%	0	0,0%	24	23.3%	103
Seguridad	146	74.1%	27	13.7%	7	3.6%	2	1%	15	7.6%	197
Total	555	64.2%	208	24%	18	2.1%	6	0.7%	78	9%	865

Fuente: Elaboración Propia

Existen 196 notas periodísticas o artículos que tratan sobre el Presidente: 155 de ellas usan de 1 a 2 fuentes, es decir el 79,1%. En tanto, 22 o el 11,2% de notas no usan fuentes, mientras que otras 14 que representan el 7,1% usan de 3 a 4 fuentes.

En el tema Fútbol se registran 309 artículos, de los cuales 153 o el 49,5% usa de 1 a 2 fuentes, mientras que 137 no incluyen fuentes, es decir el 44,3%.

En Salud hay 60 notas periodísticas, de las cuales 41 usan de 1 a 2 fuentes, es decir el 68,3%. 6 notas que representan el 10% no usan fuentes; el 16,7% o 10 artículos usan de 3 a 4 fuentes; 1 que representa al 1,7% tiene de 5 a 6 fuentes, y 2, que representa al 3,3% usan más de 6 fuentes.

En Educación hay 103 notas, de las cuales 60 o el 58,3% usa de 1 a 2 fuentes, 16 que representa el 15,5% no tienen fuentes, 24 notas o 23,3% incluyen de 3 a 4 fuentes y 3, de 5 a 6 fuentes, que representa al 2,9%.

En Seguridad, de 197 notas periodísticas, 146 tienen de 1 a 2 fuentes es decir el 74%.

Tabla 11. Número de fuentes principales según Tema

Tema	0	%	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	6	%	7	%	8	%	10	%	Total (100%)
Presidente	26	13.3%	122	62.2%	34	17.3%	10	5.1%	2	1%	0	0,0%	1	0.5%	1	0.5%	0	0,0%	0	0,0%	196
Fútbol	150	48.5%	122	39.5%	26	8.4%	7	2.3%	2	0.6%	1	0.3%	0	0,0%	0	0,0%	1	0.3%	0	0,0%	309
Salud	8	13.3%	36	60%	9	15%	3	5%	2	3.35	0	0,0%	1	1.7%	1	1.7%	0	0,0%	0	0,0%	60
Educación	21	20.4%	54	52.4%	15	14.6%	6	5.8%	6	5.8%	0	0,0%	1	1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	103
Seguridad	28	14.2%	130	66%	24	0	8	4.1%	5	2.5%	1	0.5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0.5%	197
Total	233	26.9%	464	53.6%	108	12.5%	34	3.9%	17	2%	2	0.2%	3	0.3%	2	0.2%	1	0.1%	1	0.1%	865

Fuente: Elaboración Propia

En tema Presidente hay 196 artículos, de los cuales 26 no usan fuentes principales, 122 o el 62,2% tiene 1 fuente principal. En este tema es claro que la mayoría usa una sola fuente principal.

En Fútbol, hay 309 notas, de las cuales 150 no usan fuentes principales, es decir el 48,5%, seguido por el 39,5% o 122 notas que tienen 1 fuente principal. En Salud hay 60 notas, de las cuales 8 no usan fuentes principales; 36 tienen 1 fuente principal y este valor representa la mayoría con el 60%; 9 notas registran 2 fuentes principales, y 3, usan 3 fuentes principales

Educación tiene 103 notas, de las cuales 21 no usan fuentes principales; 54, que representan el 52,4% usan 1 fuente principal, mientras que 15, o el 14,6% de las notas, usa 2 fuentes principales.

De Seguridad hay 197 notas periodísticas, 28 de las cuales no utilizan fuentes principales, 130 tienen 1 fuente principal, es decir el 66% del aporte a este tema, 24 notas usan 2 fuentes principales.

Tabla 12. Fuentes secundarias según tema

Tema	0	%	1	%	2	%	3	%	4	%	6	%	10	%	Total (100%)
Presidente	139	70.9%	49	25%	6	3.1%	1	0.5%	0	0,0%	0	0,0%	1	0.5%	196
Fútbol	258	83.5%	43	13.9%	5	1.6%	1	0.3%	2	0.6%	0	0,0%	0	0,0%	309
Salud	34	56.7%	21	35%	4	6.7%	0	0,0%	0	0,0%	1	1.7%	0	0,0%	60
Educación	62	60.2%	29	28.2%	10	9.7%	1	1%	1	1%	0	0,0%	0	0,0%	103
Seguridad	132	67%	54	27.4%	9	4.6%	0	0,0%	2	1%	0	0,0%	0	0,0%	197
Total	625	72.3%	196	22.7%	34	3.9%	3	0.3%	5	0.6%	1	0.1%	1	0.1%	865

Fuente: Elaboración Propia

En Presidente, de los 196 contenidos, 139 no usan fuentes secundarias, es decir el 70,9%, mientras que 49 tienen 1 fuente secundaria.

De Fútbol, de las 309 notas, 258 no usan fuentes secundarias (83,5%); 43 o 13,9% usa 1 fuente secundaria.

De Salud, son 60 artículos en total, de los cuales 34 no tienen fuentes secundarias, es decir el 56,7%. El 35% usan una fuente secundaria, esto equivale a 21 notas. 4 o el 6,7% usan dos fuentes secundarias y una nota usa 6 fuentes secundarias, es decir el 1,7%

De Educación y sus 103 notas, 62 de ellas no usan fuentes secundarias es decir el 60,2%, mientras que 29 notas o el 28,2% usa 1 fuente secundaria, 10 o el 9,7% notas usan 2 fuentes secundarias, mientras que 1 nota usa 3 y otra nota usa 4 fuentes secundarias, cada nota refleja el 1%.

En Seguridad, de 197 contenidos, 132 no usan fuentes secundarias, es decir el 67% de las notas con este tema, mientras que 54 o el 27,4% tienen 1 fuente secundaria, 9 o el 4,6% presentan 2 fuentes secundarias y 2 notas usan 4 fuentes secundarias que representan el 1%.

5.6 Cruce con variable general Género

Tabla 13. Número de fuentes según género periodístico

Género	1 a 2	%	Ninguna	%	5 a 6	%	Más de 6	%	3 a 4	%	Total (100%)
Noticia	458	72.9%	116	18.5%	5	0.8%	1	0.2%	48	7.6%	628
Crónica	10	11.8%	74	87.1%	0	0,0%	0	0,0%	1	1.2%	85
Reportaje	43	47.3%	5	5.5%	13	14.3%	5	5.5%	25	27.5%	91
Entrevista	40	90.9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	9.1%	44
Opinión	4	40%	6	60%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	10
Otros	0	0,0%	7	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7
Total	555	64.2%	208	24%	18	2.1%	6	0.7%	78	9%	865

Fuente: Elaboración Propia Programa SPSS

Hay 628 notas periodísticas que son del género Noticia. 458 o el 72,9% usa de 1 a 2 fuentes, el 18,5% o 116 noticias no usan fuentes de ningún tipo.

En el género Crónica solamente hay 85 artículos y el 87,1% no usa fuentes, mientras que el 11,8%, equivalente a 10 artículos, usa de 1 a 2 fuentes.

Hay 91 reportajes de los cuales 43 usan de 1 a 2 fuentes, esto equivale al 47,3%. El 5% o 5 reportajes no usan fuentes, mientras que el 14,3% usa de 5 a 6 fuentes.

En entrevista, hay una menor cantidad de número de artículos: 44 entrevistas. 40 de ellas o el 90,9% usan de 1 a 2 fuentes y el 9,1% usa de 3 o 4 fuentes.

El número de artículos de opinión, es aún menor. Son 10 artículos de opinión los que se manejan en el estudio. De ellos, 4 o el 40% usan de 1 a 2 fuentes y 6 no usan fuente alguna, que representa el 60%.

Existen 7 artículos que no forman parte de los principales géneros periodísticos y, aun así, son notas informativas y han sido tomadas en cuenta en este estudio con el nombre de “Otros”: no cuentan con ningún tipo de fuente.

Tabla 14. Número de fuentes principales según género periodístico

Género	0	%	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	6	%	7	%	8	%	10	%	Total (100%)
Noticia	140	22.3%	374	59.6%	87	13.9%	17	2.7%	10	1.6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	628
Crónica	74	87.1%	9	10.6%	1	1.2%	1	1.2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	85
Reportaje	6	6-6%	36	39.6%	19	20.9%	14	15.4%	7	7.7%	2	2.2%	3	3.3%	2	2.2%	1	1.1%	1	1.1%	91
Entrevista	0	0,0%	42	95.5%	0	0,0%	2	4.5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	44
Opinión	6	60%	3	30%	1	10%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	10
Otros	7	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7
Total	233	26.9%	464	53.6%	108	12.5%	34	3.8%	17	2%	2	0.2%	3	0.3%	2	0.2%	1	0.1%	1	0.1%	865

Fuente: Elaboración Propia Programa SPSS

Siguiendo la dinámica del estudio, la tabla 14 analiza el cruce de información entre las variables Género y fuentes principales.

En noticias se tiene que el 22,3% o 140 de ellas no usan fuentes principales. El mayor porcentaje de este género se inclina al uso de 1 fuente principal con el 59,6%.

El 87,1% de las crónicas no usan fuentes principales, es decir 74 crónicas de 85, al tanto que 9 crónicas usan 1 fuente principal, esto equivale al 10,6%.

Hablando de los reportajes, existe una diversidad en el uso de fuentes principales, de los cuales resaltaremos las más representativas. De los 91 reportajes, 36 que equivalen al 39,6% usan 1 fuente principal. El 20,9% usan 2 fuentes principales, esto es igual a 19 reportajes, seguido por el 15,4% que representa al uso de 3 fuentes principales.

En entrevistas, el 95,5% usa 1 fuente principal.

En cuestión a los artículos de opinión y su minúsculo aporte al estudio, 6 de los 10 artículos no usan fuentes, es decir el 60%.

Tabla 15. Cruce información variable Género y número de fuentes secundarias

Género	cero	%	uno	%	dos	%	tres	%	cuatro	%	seis	%	10	%	Total (100%)
Noticia	447	71.2%	155	24.7%	24	2.8%	1	0.2%	1	0.2%	0	0,0%	0	0,0%	628
Crónica	81	95.3%	4	4.7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	85
Reportaje	54	59.3%	21	23.1%	8	8.8%	2	2.2%	4	4.4%	1	1.1%	1	1.1%	91
Entrevista	26	59.1%	16	36.4%	2	4.5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	44
Opinión	10	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	10
Otros	7	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7
Total	625	72.3%	196	22.7%	34	3.9%	3	0.3%	5	0.6%	1	0.1%	1	0.1%	865

Fuente: Elaboración Propia Programa SPSS

447 de 628 noticias del estudio no usan fuentes secundarias, esto equivale al 71,2%, seguido de 155 o 24,7% de noticias que usa 1 fuente secundaria.

En el caso de crónicas el 95,3% o 81 crónicas no usan fuentes secundarias: la mayoría.

En reportaje, de los 91 que hay, 54 o el 59,3% no usan fuentes secundarias, es decir la mayoría, mientras que el 23,1% de reportajes usa 1 fuente secundaria.

Del recuento de entrevistas, el estudio indica que el 59,1% no usa fuentes secundarias.

En artículos de opinión el 0% usa fuentes secundarias.

6 Discusión

A continuación se realizará el análisis e interpretación de todos los cuadros o tablas expuestas en los hallazgos.

Las tres primeras tablas representan lo identificado para el estudio como las variables generales.

La tabla 1 expone los valores de la variable *medio* en la cual se muestran los 16 cibermedios usados en el estudio, donde se observa los porcentajes en relación al total de artículos que contribuyen al estudio. El Telégrafo (telegrafo.com) es el medio que más aporta a la muestra con 130 artículos, esto representa el 15,02% del total de la muestra.

Añadiendo una justificación teórica, relacionamos estos primeros resultados con lo que nos menciona Sánchez Zuluaga, criterio seleccionado para la justificación del proyecto. De acuerdo a la tabla 1 se evidencia que internet y su panorama o funcionamiento en el cual constan redes sociales, portales, periódicos electrónicos, blogs, wikis, etc., es un campo de interacción y por eso alcanza el apelativo de “medio de medios”, (Sánchez & Botero, 2012). Por lo tanto, el estudio escoge tres tipos de medios de comunicación generales (prensa, radio, televisión), y los nativos digitales con más influencia, esto nos demuestra lo sustentado en las líneas anteriores.

La tabla 2 muestra la agenda temática seleccionada para el estudio de los cibermedios ecuatorianos. El tema Fútbol tiene la mayor presencia dentro del estudio con el 35,7% del total de contenidos, seguido de Seguridad, con 22,8% de las notas. El tema con menor influencia es Salud, con 6,9% del total. En este caso, y de acuerdo a los

resultados se evidencia la gran importancia del infoentretenimiento en los cibermedios ecuatorianos.

La última variable general es el género periodístico. En la tabla 3 se detallan dichos géneros y evidenciamos que la noticia es el género más común con el 72,6% del total de la muestra, esto independientemente del número o tipo de fuente que se use. Por otro lado, el género menos usado es el de opinión con el 1,2% de la muestra, equivalente a 10 notas de 865.

Las siguientes tres tablas muestran los valores de acuerdo a las variables de fuentes y las interpretaciones sirven de guía para conocer los rangos con los que se midió el uso de fuentes. Como se notará, el análisis de estas tablas indicará la tendencia en términos generales de todo el estudio.

La tabla 4 nos indica que el rango más usado es el de 1 a 2 fuentes por nota periodística. Este rango maneja el 64,2% de la muestra. Lo que interpreta que de la muestra total existe una tendencia mayor a la mitad de la muestra en el uso de fuentes. El siguiente porcentaje es la categoría “ninguna” con el 24% de la muestra o 208 notas.

Para lo entendido en el párrafo anterior sobre la tabla 4, es necesario relacionarlo con Rodrigo Alsina (1989) “El tema de las fuentes es una parte importante en el proceso productivo de la noticia y en el estudio de la profesionalidad periodística. El nexo entre acontecimiento-fuente-noticia es central en la construcción de la realidad periodística” (p. 89). Para ello, es evidente y concluyente que dentro de los cibermedios ecuatorianos hay un índice alto que usa fuentes informativas. Adicional a ello se evidencia que más de la mitad de la muestra del estudio, incluyendo todos las variables generales (medio, tema, género), tienden al uso de fuentes.

La tabla 5 indica el uso de número de fuentes. La categoría en esta variable no tiene rango, es decir va de 0 a 10 fuentes, refiriéndose al uso de fuentes principales. El porcentaje más alto es 53,6% representa al uso de 1 fuente principal, esto equivale a 464 notas de 865 posibles. El segundo valor más alto es el de la categoría 0, es decir el 26,9% de la muestra no usa fuentes principales. El tercer valor es la categoría 2, es decir el 12,5% de la muestra usa 2 fuentes principales. De acuerdo a estos resultados se evidencia que un poco más de la media (53,6%) de los periodistas en el Ecuador prefieren el uso de 1 fuente principal al momento de elaborar las notas.

En la tabla 6 se explica, en valores generales, el uso de fuentes secundarias. Esta tabla indica que no se usa ninguna fuente secundaria en 625 notas periodísticas del estudio, es decir el 72,3% de la muestra. Por otro lado, se usa una sola fuente en 196 notas que equivale al 22,7% de la notas.

Mediante estas interpretaciones (tabla 4,5 y 6), se evidencia que existe un índice medio (64,2%) de uso de fuentes en general. En relación a fuentes principales, el porcentaje más elevado representa a 1 fuente principal (53,6%). Pero, en cuanto se trate del uso de fuentes secundarias, es evidente que la mayoría de la muestra tiene bajos registros (72,3% no usan fuentes secundarias).

Una vez interpretados los valores y porcentajes generales de las variables del estudio, se procede a explicar el cruce de información que se generó para, mediante ello, arrojar los resultados más relevantes.

En la tabla 7, que muestra la presencia de fuentes en función de los medios digitales, la tendencia marca que se prioriza usar de 1 a 2 fuentes con el 64,2%, seguido por no usar ningún tipo de fuente, con el 24%. Para ejemplificar lo mencionado podemos exponer que el 55% de artículos de Ecuavisa.com usa de 1 a 2 fuentes, mientras que el 25% no usa ningún tipo de fuente. Datos peculiares en esta tabla son que radiopublica.ec tiene 55 notas y el 100% hace uso de 1 a 2 fuentes, de igual manera con radiohuancavilca.com.ec: el 100% de su aporte usa de 1 a 2 fuentes.

Relacionando la información de las variables generales con el número de fuentes principales tenemos también que existen tres categorías que marcan tendencia dentro de nuestro estudio. La mayor es el que el 53,6% de las notas periodísticas usa 1 fuente principal para elaborar sus notas. Seguido por que no se usan fuentes principales con el 26,9% y, en tercer lugar, que el 12,5% usa 2 fuentes principales.

Para reforzar la tendencia que se ha venido mostrando e interpretando, los siguientes párrafos explicarán ejemplificando los casos particulares y más representativos de los cuadros o tablas siguientes.

En la tabla 8, ecuadorinmediato.com que de su aporte de 99 notas, el 71,7% usa 1 fuente principal y el 19,2% no usa ninguna. De acuerdo al estudio, más de la mitad de las notas periodísticas publicadas en los cybermedios, ya sean de radio, prensa o televisión, usan una sola fuente principal.

En la tabla 9, sobre las fuentes secundarias en los medios, la tendencia varía de acuerdo a lo que las tablas anteriores fueron mostrando. El porcentaje que domina la tendencia en este tipo de fuentes es el de no usar fuentes secundarias. De las 865 notas de la muestra, 625 no usan fuentes secundarias, 72,3%. De acuerdo a la variable medio, que es la que estamos analizando, tctelevision.com aporta con 21 artículos, de los cuales ninguno usa fuentes secundarias. Otro caso es el del medio que más notas aporta, eltelegrafo.com: el 83,8% no usa fuentes secundarias.

Una vez analizado y expuesto las interpretaciones y los datos que más resaltan en este primer cruce de variables de fuentes con la variable medio (tabla 7, 8 y 9), se identifica que los medios televisivos se inclinan en su mayoría al uso de 1 a 2 fuentes. En el caso de los medios de radio, el resultado es contundente ya que el 100% de los medios usados en el estudio usan de 0 a 2 fuentes (principales y secundarias). Es decir, los medios radiales con plataformas en internet no usan más de 3 fuentes para elaborar sus notas. En el caso de los medios escritos, al igual que los televisivos, usan entre medianamente este recurso para elaborar sus notas.

En la tabla 10, se reafirma la tendencia mencionada. De las 309 notas sobre fútbol, 153 o el 49,5% usa de 1 a 2 fuentes, seguido por 137 que no usan ningún tipo de fuente (44,3%). De todas formas el tema que ocupa el segundo lugar de acuerdo al porte del estudio, es seguridad con 197 y en el cual el 74,1% usa de 1 a 2 fuentes y el 13,7%, ninguna fuente.

En la tabla 11, sobre el uso de fuentes principales con la agenda temática, la tendencia sigue perfilándose a lo mencionado. En cuestión a datos relevantes tenemos el tema fútbol como el más representativo: el 48,5% de sus notas no usan fuentes principales, seguido por el 39,5% que usan 1 fuente principal.

En el tema seguridad, el 66,0% usa 1 fuente principal, mientras que el 14,2% no usa fuentes principales.

Al igual que con la variable medio, el cruce del uso de fuentes secundarias con la agenda temática, marca que se tiende a usar menos fuentes secundarias como preferencia. El 72,3% de la muestra no usa fuentes secundarias, seguido por el 22,7% que usan 1 fuente secundaria. En este caso la diferencia si está bien marcada y definida.

Es importante resaltar que el tema que usa de 1 a 2 fuentes es “Presidente”. El uso es el 79,1% a pesar de no ser el tema que más aporta al estudio con notas periodísticas.

Para terminar con la discusión, se iniciará con el análisis del último cruce de información que comprende 3 tablas (tabla 13, 14, 15), es decir las variables del uso de fuente con la variable género. La tendencia no cambia y para reforzar lo mencionado, se mencionará el ejemplo del género más usado. De las 628 notas que aporta la noticia, 458 o el 72,9% usa de 1 a 2 fuentes, seguido del 18,5% que no usan fuentes.

En concordancia con la tendencia mencionada, tratándose de fuentes principales y géneros, de igual manera el 53,6% de la muestra usa 1 fuente principal seguida por el 26,9% que no usa fuentes principales.

Adicional a lo comentado, y acotando de manera general, la crónica es el género que menos número de fuentes usa, seguido del género de opinión. Por otro lado y como dato curioso, el reportaje es el género con mayor porcentaje en cuestión al uso de 1 a 2 fuentes, esto considerando que el aporte de notas periodísticas no es tan grande como la noticia.

Para concluir y recalcar las tendencias que hemos identificado en los hallazgos, tenemos que el uso de fuentes secundarias es menor que el uso de fuentes principales. No importa el medio, el tema o el género, pero los periodistas en el Ecuador no usan en su mayoría fuentes secundarias. Pondremos el ejemplo de noticias, ya que es el género más usado. De las 628 noticias que hay en el estudio, 447 no usan fuentes secundarias, esto equivale al 71,2%.

En general, es importante recalcar la tendencia en cuanto al uso de fuentes secundarias: el 72,3% del total de la muestra de 865 artículos, no usa fuentes secundarias.

7 Conclusiones

Como se ha observado a lo largo del estudio, se puede evidenciar la gran importancia que hoy en día representa internet. Es notable la gran cantidad de información que existe diariamente dentro de esta inmensa plataforma. Es por ello que es necesario manejarse con un criterio muy formado para escoger información valiosa y verdadera. Es indispensable resaltar que la información a la que estamos expuestos debe ser filtrada, seleccionada y contrastada.

En el mundo del periodismo y de la comunicación nos encontramos expuestos a un desarrollo imparable de la web, es por ello que todos los periodistas deben estar a la vanguardia en conocimientos y en una constante capacitación como parte de su labor periodística.

Entendiéndose el contexto anterior, es importante analizar al eje de nuestro estudio que es el uso de fuentes periodísticas como recurso para la elaboración de notas en los cibermedios ecuatorianos, para que, así, la calidad periodística aumente su nivel.

Pues bien, para entender que las fuentes en el periodismo cumplen un rol muy importante dentro de la elaboración del periodismo y complementarlo con el marco teórico usado, citamos a Rubio (2005) que dice: “Ante esta avalancha, el periodista debe fortalecer sus criterios de selección, de jerarquización, y de organización de fuentes y habituarse al entorno de superabundancia mediante la búsqueda, el reconocimiento y el empleo de mejores recursos” (p. 8).

De acuerdo a los resultados del estudio, el 64,2% de los cibermedios ecuatorianos usan fuentes, sin importar qué clase o tipo sea. Esto da una tendencia media hacia el uso de fuentes informativas o periodísticas en más de la mitad de la muestra del estudio, aunque en el caso de fuentes secundarias se puede observar que la tendencia es baja (72,3% no usa fuentes secundarias), otorgando una expectativa escasa en el panorama mundial sobre el uso de fuentes periodísticas.

En relación al uso de fuentes principales el estudio dio como resultado que el 53,6% de artículos en los cibermedios ecuatorianos usa fuentes principales, seguido por el 26,9% que no usa este tipo de fuente. Es decir, la tendencia en cuestión al uso de fuentes principales es que más de la mitad de notas, sin importar el medio, el género o la agenda temática. En una descripción general de nuestro estudio y por variable general, se tiene que la noticia es el género que más fuentes principales usa, esto tomando en cuenta que este género fue el que más aportó a la base de datos estudiado. En el caso de la variable Tema, “Presidente”, es el tema que más fuentes principales usa en los cibermedios ecuatorianos.

Por otro lado, en el caso de fuentes secundarias, la tendencia varía en cuestión al uso de fuentes y es que el 72,3% de artículos del estudio no usa fuentes secundarias y el 22,7% usa una fuente secundaria. Es decir, la mayoría de cibermedios, independientemente del

resto de variables, usa, en menor porcentaje, fuentes secundarias y como lo hemos observado a lo largo del estudio, se refuerza el concepto de que las fuentes secundarias no aportan de manera relevante información al contexto, sino más bien aporta complementariamente a las notas periodísticas.

Como en el marco teórico del estudio se refleja, el uso de fuentes es muy importante dentro de la elaboración de las notas periodísticas, pues mucho depende del acontecimiento para escoger el tipo de fuente (Rodrigo, 1989, p. 90).

De acuerdo a los resultados arrojados por el estudio, se encuentra que el ciberperiodismo ecuatoriano maneja un estándar medio de calidad en relación al uso de fuentes, y de acuerdo al VAP (Valor Agregado Periodístico) de Pellegrini y Mujica (2006) el recurso periodístico fuente cumple un factor importante y adicional: una de las funciones se basa en su confrontación y selección (p. 15).

Para esto también se añade que el índice de uso de fuentes principales es alto en relación al porcentaje del uso de fuentes y tomando en cuenta que este tipo de fuente deben ser contrastadas, es decir de organismos reguladores oficiales tales como ministerios, ministros, etc. El porcentaje de las fuentes principales del estudio es 53,6%, esto equivale a 464 notas de 865 posibles de toda la muestra del estudio.

De acuerdo a lo manifestado anteriormente, concluyendo este análisis, se evidenció que los cibermedios ecuatorianos usan un porcentaje mayor a la mitad de la muestra seleccionada (53.6%). Es decir que el criterio del periodista ecuatoriano y del medio, se inclina al uso de fuentes principales sobre las secundarias.

Como se ha estipulado a lo largo del estudio, en más de la mitad de nuestra muestra (76%) se da el uso de fuentes, ya sean principales o secundarias.

Para concluir y responder la pregunta principal y a su vez el objetivo principal del estudio, se tiene que las fuentes periodísticas aunque deban cumplir un papel importante y decisivo dentro de la elaboración o construcción de las notas periodísticas, en el Ecuador existe un nivel medio en el uso de este recurso. Generando que la calidad periodística de los cibermedios ecuatorianos no alcance aún los mejores estándares de calidad posibles. Dejando como legado un camino aún extenso para poder entregar un periodismo de calidad a toda la sociedad ecuatoriana.

Bibliografía

- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de la tecnología de la información. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*(7), 2-21. Recuperado de <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/570>
- Aguirre, C., Odriozola, J., & Bernal, J. (2014). *Medición de calidad de contenidos periodísticos digitales en medios de comunicación ecuatorianos*. Universidad de los Hemisferios, Comunicación. Quito: Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios.
- Barrios, A. (2008). Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 28(54), 265-275. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232009000100017&lng=en&tlng=pt.
- Canavilhas, J., & Ivars-Nicolás, B. (2012). Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España. *El profesional de la información*, 21(1), 63-69. Recuperado de <http://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/683>
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). *los medios y la política, cuadernos de comunicación e innovación*(74), 1-64. <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=74.htm>
- De La Torre, L., & Téramo, M. (2005). Medición de la calidad periodística: La información y su público. *Revista Interdisciplinar de Estudio de Comunicación y Ciencias Sociales*(3), 173-185. Recuperado de <http://dspace.ceu.es/handle/10637/5969>
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El profesional de la información* , 19(6), 561-567. Recuperado de <http://novosmedios.org/xornalismo/wp-content/uploads/2014/02/diaz-noci-cibermedios.pdf>.
- Guallar, J. (2011). La documentación en la prensa digital. Nuevas tendencias y perspectivas. (pp. 52-68). Barcelona: Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/16326/>
- Gutiérrez, L. (2006). Análisis de calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra-Cave*, 9(1), 29-56. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2053231>
- Izquierdo, M. (2010). El periodista y sus fuentes. Información y cambios tecnológicos en la prensa escrita. *Revista Riojana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(159), 333-366.

- Mafarioni, R. (2005). *Sentidos de la Comunicación, teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. . Buenos Aires: Biblos.
- Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 93-11. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/13293>
- Navarro, L. (2004). Diez años del periodismo online desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría. *Revistas Científicas Coplutenses*, 159-174. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/13433>
- Navarro, L. (2009). Tres Lustros del perdismo digital: hinteractividad e hipertextualidad. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*(33), 35-43. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3055974>
- Odrizola, J., Aguirre, C., & Bernal, J. (2014). Tratamiento de los temas de Presidencia en los cybermedios ecuatorianos. *Tratamiento de los temas de Presidencia en los cybermedios ecuatorianos*. Quito: Universidad de los Hemisferios.
- Pellegrini, S., & Mujica, M. C. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP) la calidad periodística como factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 9(1), 11-28. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2053224>
- Raigada, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 1(3), 1-42. Recuperado de <http://www.academia.edu/download/31156298/A.Contenido.pdf>
- Red de Periodismo de Calidad. (2006). *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad*. México: Universidad Iberoamericana.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). La construcción de la noticia. En M. R. Alsina, *La construcción de la Noticia* (pp. 1-96). Barcelona: Paidós. Recuperado de <http://www.academia.edu/download/32163107/53008037-Rodrigo-Alsina-Miquel-La-Construccion-de-la-Noticia-pdf.pdf>
- Rost, A. (2004). ¿ De qué hablamos cuando hablamos de interactividad? *Center for Civic journalism* (2), 2-16. Recuperado de [http://s3.amazonaws.com/lcp/alaic-internet/myfiles/Alejandro%20Rost%20\(Argentina\).pdf](http://s3.amazonaws.com/lcp/alaic-internet/myfiles/Alejandro%20Rost%20(Argentina).pdf)
- Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 9-436. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/4189>
- Rubio, M. (2005). Nuevos tiempos para la documentación informativa en el periodismo digital: viejas y nuevas funciones del servicio de documentación digital.

Comunicación y Sociedad, 18(1), 153-168. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/8229>

Ruiz, A., & Albertini, E. (2008). Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso. *Trampas de la Comunicación y la Cultura*(60), 14-25.

Salaverría, R. (2005). Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España. *Comunicación Social ediciones y publicaciones*, 9-338.

Salaverría, R., & García-Avilés J.A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación:retos para el periodismo. *Dadun*, 31-47. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/5071>

Sánchez, D. (2007). El periodismo digital, una nueva etapa del periodismo moderno. *Red Revista Lasallista de investigación*, 4(1), 67-73.

Sánchez, U., & Botero, A. (2012). *Modelos de Comunicación Digital*. Medellín: Universidad de Medellín.