

# Sistematización de la prensa. Creación y operación de una base de datos

## 1. La investigación

**E**l presente estudio es parte de un proceso de investigación mucho más amplio que el autor lleva a cabo en el Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México. La parte aquí expuesta corresponde a la elaboración de reflexiones sistemáticas sobre el quehacer cotidiano guiado por una búsqueda teórica consistente sobre la investigación de la colectividad en México.

En este trabajo se plantea una propuesta singular: cómo *sistematizar la prensa metropolitana*. Para cumplir la tarea se utiliza una base de datos que denominamos SINF y cuya característica es su procesamiento electrónico.

En la elaboración de este documento se enfrentó desde el principio un dilema: o se investiga el periodismo o se investiga el periódico. En teoría, hablamos de dos asuntos o hechos sociales diferentes vinculados ineludiblemente. Un análisis de factores permite definir el tratamiento de cada uno, aunque en esta obra se observa sólo el segundo asunto, es decir *el periódico*.

**Para estudiar los periódicos se propone descomponer algunos aspectos de la lógica con la que fueron elaborados.**

El periódico o diario se estudia por ser un producto comercial y cultural de la época. También porque aún representa, a finales de este siglo, un medio tradicional para informar y opinar. Estas características son comunes a otros medios, pero es más fácil recuperar la información de los periódicos. A fin de realizar estos propósitos, además de usar técnicas de procesamiento relativamente nuevas, se propone descomponer algunos aspectos de la lógica con la que fue elaborado el periódico, es decir la *racionalidad* que maneja la empresa periodística para elaborar su producto.

Aunque conocemos parte de la naturaleza de los periódicos en México, los resultados aquí expuestos pueden variar en la aplicación en otros países, donde los periódicos importantes alcanzan tirajes mayores a un millón de ejemplares diarios, o donde se distribuyen por otros procesos electrónicos. Este es quizá el reto inmediato, el análisis de estos nuevos fenómenos de comunicación social.

## 2. La prensa periódica

El tratamiento de la prensa como medio de comunicación colectiva en el contexto de la sociedad mexicana implica asumir una posición o enfoque de tipo crítico sobre la misma.

Para fines de la investigación, se retoman aspectos de orden social que se refieren a asuntos triviales para algunos, peyorativos para otros, como calificar a la prensa de "vendida" o a algunos comunicadores de la prensa escrita como "corruptos". Esta caracterización inscribe en el margen de la investigación las *circunstancias de valor ético social real*, a las

que habrá que agregar, además, las *características peculiares o evidencias* de la prensa en México. El análisis de ambos grupos da los puntos de partida. Se trata, entonces, de estudiarla como es, no como debiera ser.

Como se aprecia, el tema de los valores de la investigación social surge de inmediato. Este problema ya fue analizado por varios científicos sociales en el aspecto teórico, y aquí se retoma la postura de Max Weber respecto al trabajo en ciencias sociales y la búsqueda y construcción de juicios sobre asuntos culturales y sociales.<sup>1</sup> En tanto se habla de una investigación particular, la prensa diaria como parte de la vida social, como *relato, no es historia ni es ciencia*; pero no se puede dejar de analizar desde la perspectiva teórica de los procesos sociales y su representación en las páginas de los diarios, donde se localizan infinidad de juicios sobre dichos procesos. La particularidad de esta investigación consiste en elaborar, como ya se mencionó, *evidencias* de los relatos periódicos como presentación de la vida social, tal como lo propone Max Weber.<sup>2</sup>

**La prensa diaria como parte de la vida social, como relato, no es historia ni es ciencia.**

### 3. El periódico como producto cultural

El periódico como medio de comunicación social implica un esfuerzo colectivo mucho mayor de lo que se cree, tanto en su carácter de mercancía de intercambio como en su calidad de producto cultural. El problema tiene dos aspectos: uno implica la racionalidad de la producción de la mercancía periódica y otro, el del producto cultural, que también conlleva una racionalidad de producción y reproducción de la ideología. Ambos aspectos están presentes en la producción intelectual de cada época.

<sup>1</sup> Max Weber, *Sobre la teoría de las ciencias sociales*. España: Península, 1977, p. 9.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 94.

**Se trata de identificar el mito de la prensa como un tipo de poder y control social que el científico social, desde su óptica analítica, desmenuza.**

Esta forma o apariencia hace que todos los miembros ligados a la producción y reproducción de la ideología participen del *mito del poder* de la prensa. Con fines de indagación social se propone analizar la racionalidad de la producción de la prensa como mercancía y la forma correspondiente en la *valoración de los hechos sociales* expuesta en los documentos periodísticos. Se trata de identificar el mito de la prensa como un tipo de poder y control social que el científico social, desde su óptica analítica, desmenuza. El primer paso consiste en precisar la función del medio, el papel que desempeña el periódico como vehículo. El valor social real donde se localiza el factor del poder está en la actividad del periodista y en las ideas que transfiere al espacio periodístico. En gran medida, esta actividad prioritaria en el proceso de comunicación produce información y opinión. Ese despliegue de actividad está en función de la racionalidad económica de la empresa periodística.

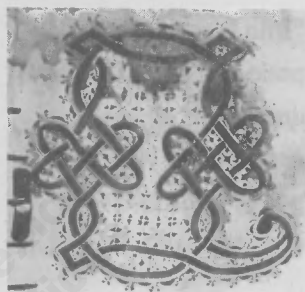
En términos técnicos, *la información y la opinión* son las formas más identificadas por el lector de cada periódico. Desde el ángulo de la producción y reproducción ideológica dichas formas se inscriben en el discurso de la política, sobre todo en el periodismo actual, ya que los asuntos de la opinión y su pluralidad son fundamentales al concepto de *democracia*. Esta es la base del análisis en las ciencias sociales, tanto de la historia como de la ciencia política.

En el caso de los periódicos, la presentación cotidiana refleja tres tipos de intereses: el del editor hacia los asuntos sociales y naturales, el de los periodistas y las ideas del momento. El ejercicio de la investigación consiste en establecer la relación entre el interés social y el interés particular de la em-

prensa productora. Recuperar el esfuerzo de producción empresarial periodístico es sólo posible a través del periódico. Al considerarlo como un hecho social, en la perspectiva del análisis de las ciencias sociales se le identifica como una de las formas de expresión social, en donde el mito del poder de la prensa corresponde más al rigor de la ciencia política. En esta investigación particular, la circunscribimos a los límites que le competen como productora de un servicio o mercancía y como portadora del interés empresarial y de los periodistas o de la actividad que desempeñan.

La caracterización del periodismo y de la actividad empresarial productora del servicio como tal ponen en el centro del discurso dos asuntos: las formas del análisis y el periódico como producto empresarial y cultural. Se parte de la idea de que el periódico es un producto empresarial y refleja en su formato el interés tanto del empresario como del "público". Esto no es nuevo. Ya en 1921, Félix F. Palavicini refirió el interés comercial y económico del periódico, en su caso *El Universal*, como éxito de empresa editorial informativa.<sup>3</sup> Este reconocimiento, evidente, le asigna un valor social al medio, tanto en lo económico como en lo cultural.

El periódico, entonces, sirve como medio de comunicación, y por las funciones asignadas desempeña un papel importante en la representación de la comunicación masiva o colectiva. Desde este punto de vista es útil rescatar este proceso e identificar los atributos de esa manifestación o apariencia que nos presentan los medios de comunicación, *cuyos contenidos son las formas mismas*. Pero, al participar con otros medios de la naturaleza de la comunicación colectiva, el periódico se nos presenta como un artificio al que es posible descomponer de



<sup>3</sup> Marcos Becerra, *Félix F. Palavicini. Desde allá abajo*. México: Talleres Litográficos de El Hogar, 1924, p. 261.

**“Una teoría del periodismo debe ofrecer un modelo abstracto que permita comprender por qué una noticia desplaza a otra.”**

acuerdo con la lógica del análisis y descubrir los intereses evidentes. Las técnicas de edición y las razones de la opinión y la información publicadas, evidencian el interés en ciernes. Las formas se transforman en contenidos. Comportan intereses evidentes.

Las evidencias como se postulan aquí son referencias conceptuales demostrables y medibles en la función de la prensa y el entorno del poder, en este caso, político. En una explicación teórica, el periodismo como valor social sólo es una racionalidad de los hechos presentados por el binomio información-opinión. Al respecto, como criterio de autoridad, se asumen en el desarrollo del trabajo los conceptos de Lorenzo Gomis, quien al respecto señala: “una teoría del periodismo debe ofrecer un modelo abstracto que permita comprender por qué una noticia desplaza a otra y por qué comentamos una noticia en vez de otra”.<sup>4</sup> Al aceptar estos conceptos como válidos, tenemos que la evidencia escrita nos permite registrar el interés del editor, del periodista o del momento social. El periódico de interés general<sup>5</sup> presenta cotidianamente una combinación de intereses manifiestos, tanto en la forma como en el fondo, a través del binomio información-opinión. Como ya se mencionó, el formato de cada periódico manifiesta una tendencia evidente hacia temas considerados generales. En este aspecto se puede medir, en términos numéricos, la producción del discurso en relación con los temas de *la política, la economía, la sociedad* u otros. A estos temas y su repetición discursiva se les puede seguir o registrar durante varios días con la finalidad de identificar los cambios y las afinidades del periódico por esos temas generales y se pueden comparar de periódico a periódico. Es decir, se puede construir, tentativa-

<sup>4</sup> L. Gomis, *Teoría del periodismo. Cómo se construye el presente*. México: Paidós, 1991, p. 11.

<sup>5</sup> H. Borrat, *El periódico actor político*. España: GG, p. 10.

mente, una agenda temática de lo que publica cotidianamente el periódico.

Según la lógica expuesta, los intereses del medio se inscriben como evidencias del discurso político. Este principio de discriminación de las notas sirve también para conocer la construcción de las mismas, los espacios asignados a esos temas por la empresa y por último, con fines de operatividad, permite clasificarlos y cuantificarlos. La cuantificación es una medida indicativa del interés o evidencia.

## 4. La sistematización

El diseño de análisis incluye la propuesta de usar una base de datos con procesamiento electrónico (SINF), la cual nos permitirá establecer las relaciones conceptuales (fondo) y sus evidencias cuantitativas. La reiteración de la agenda de temas y la presentación cotidiana de los comentarios de autor se registran y se les asigna un valor semántico y numérico.

La interpretación de las evidencias se puede hacer de diferentes maneras: como informe redactado, con cuadros numéricos o a través de imágenes gráficas sobre las coincidencias y diferencias de los temas y los discursos. En términos teóricos, hablamos de la tendencia de la información y la opinión presentada en la agenda temática e identificada en los formatos de prensa (se denomina técnicamente semantización periodística).<sup>6</sup> En cualquier caso, el diseño del SINF permite registrarla en forma directa.

El SINF se inscribe en la tentación epistemológica de desentrañar la lógica con la que se construye el formato cotidiano del periódico como vehículo de

---

<sup>6</sup> J.M. Casasús, *Iniciación a la periodística*. España: Teide, 1988, p. 101.

**Se busca una lectura enterada o inteligente de lo que los medios dicen más allá de la tinta y el papel.**

la noticia y la opinión, ambos como clave de la prensa contemporánea informativa y mercantil.

En el plano metodológico, es una noción básica definir al periódico como proveedor de ideas y opiniones para amplios grupos de individuos que comparten criterios o puntos de vista similares sobre asuntos o temas de su interés. Este interés es posible identificarlo y desglosarlo en el material periodístico donde se especifica. Es decir, se busca una lectura enterada o inteligente de lo que los medios dicen más allá de la tinta y el papel.

En este trabajo se considera que el público lector de periódicos se forma opiniones con la información y opinión que les suministra el medio, pero no sólo con eso. No se desconoce que hay otros agentes sociales que influyen en la opinión del público. Desde luego, el despliegue de información y opinión en cada periódico presenta al público un mosaico ideológico vasto, sin una idea clara de que la ideología es una construcción de la realidad con apego a un sistema de ideas y creencias en donde el lenguaje sirve de soporte al interés particular, sea del editor, del periodista o del grupo social que se expresa. La presentación en formato comprensible en este caso, es con arreglo a una racionalidad dictada por las funciones empresariales de producción ideológica y comercial. En este proceso se explica la función ideológica como una forma de presentación cotidiana y la construcción de un sentido de la realidad en los periódicos. Esta realidad responde a los valores o intereses del grupo productor del periódico como mercancía social y cultural de servicio, en eso consiste la semantización periodística que cada diario hace en la práctica cotidiana.

La manera en que el medio se convierte en soporte físico de los intereses del grupo productor se



manifiesta en la cobertura de la información y la opinión en la prensa, la cual regularmente se limita a ciertos temas y responde al criterio de provocar el mayor impacto social posible.

En esta investigación, el registro de la circunscripción temática diaria por periódico permite el desglose de los temas que sustentan la opinión e información cotidiana. Un primer acercamiento a los periódicos se hace regularmente a través de estas dos formas periodísticas básicas. Para identificar la opinión y la información como evidencias analíticas se necesita desarrollar los medios técnicos, tanto en el corto como en el mediano plazos, que nos permitan recuperar el impacto social como resultado de la función de la prensa. En el plano metodológico, se trata de vincular los instrumentos técnicos para hacer lecturas dirigidas o enteradas y el modo de captar ese impacto.

Se propone, en primera instancia, el registro de la versión de la cotidianidad tal como la presenta cada periódico. Hay que advertir, sin embargo, que es difícil todavía recuperar todo lo que registra cada uno de ellos.

En los últimos años, la atención de las investigaciones se ha dirigido principalmente a la influencia de los medios en los individuos. Este trabajo se inscribe en la investigación de la comunicación colectiva, en el ámbito de la producción capitalista y en la racionalidad que impone, así como en el análisis de los efectos culturales que esta racionalidad implica. Conceptos como "investigación de la comunicación", "mass-media", "auditorios", "públicos masivos", etc., son términos carentes de sentido *si no se traducen en elementos identificables y verificables*. Los estudios sobre la investigación de la comunicación han construido un sis-

**Para identificar la opinión y la información como evidencias analíticas se necesita desarrollar los medios técnicos.**

tema de ideas para la identificación de las características de los medios y la construcción de evidencias para el análisis, tal como lo demostró Joseph T. Klapper al referirse a los efectos de las comunicaciones de masas,<sup>7</sup> las investigaciones de auditorio que se manifiestan en escalas o *ratings* y las encuestas de opinión.

En este caso, la investigación y el trabajo se encuentran en el área denominada empírica.

## 5. Estructura conceptual

En la recuperación de los datos útiles para reconocer a cada periódico como portador de intereses específicos, lo nuevo de este enfoque quizá sea la combinación de técnicas ya antes desarrolladas. Según este trabajo, se considera que la investigación aporta en principio un método para recuperar los datos de la prensa diaria en forma combinada y ordenada, en corto tiempo y con valores de recuperación accesibles a cualquier persona.

Al asignar al periódico un valor social como fuente de información para públicos masivos, concepto cuyas características son la amplitud y el anonimato, tal como los define Charles Wright en su libro sobre la comunicación masiva,<sup>8</sup> entramos al primer plano de la investigación empírica, donde los conceptos se convierten en algo medible.

Para determinar el valor de un periódico se parte del hecho de que la cobertura noticiosa diaria tiene diferencias de uno a otro. Esto es comprobable a simple vista. Pero explicarlo y recuperarlo días después no es fácil si no se tienen los medios al alcance de la mano. Es común recuperar la información de

<sup>7</sup> J. Klapper, *Efectos de las comunicaciones de masas*. Argentina: Paidós, 1963.

<sup>8</sup> Ch. Wright, *La comunicación de masas*. Argentina: Paidós, 1963.

los periódicos para documentar las ideas que circulan en ambientes privados y públicos,

Desde luego, se parte de la concepción de públicos con intereses diferenciados, tanto por asuntos generales (políticos, económicos o educativos), como por la clasificación o formas de ordenación y organización de la información y la opinión de cada periódico, y su relación con el interés público.

Como ya se dijo, en la comunicación se hace necesario comprobar los datos mediante una explicación razonada y detallada de los diferentes elementos interactuantes en el proceso comunicativo; desde el punto de vista metodológico se pondera la función de la opinión pública como un elemento de legitimación tanto social como política. En este ensayo tomamos los caminos lógicos seguidos por un analista de la sociedad mexicana. El análisis propuesto trata de fenómenos de la comunicación, de auditorios masivos, política, cultura y los procesos que ocurren alrededor de una sociedad específica.

De la multiplicidad de trabajos teóricos sobre la sociedad mexicana, el que más se aproxima a su descripción actual es el que propone Miguel Basáñez en su libro *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*.<sup>9</sup>

El autor propone en su obra explorar tres planos: “el hecho histórico, el dato empírico y la opinión subjetiva de los individuos”.<sup>10</sup>

En la segunda parte del trabajo, “El dato empírico”, en el apartado “Las cifras” se trata de “dar un marco empírico al proceso histórico”, de tal manera que se puedan establecer bases comunes para medir la profundidad, extensión y severidad de las crisis analizadas. El autor propone conocer las cifras de las siguientes categorías: política, sociedad y economía.

**Desde el punto de vista metodológico se pondera la función de la opinión pública como un elemento de legitimación tanto social como política.**

<sup>9</sup> M. Basáñez, *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*. México: Siglo XXI.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 9.

**En el diseño del SINF se retoma al periódico como eje para conocer esa sociedad específica.**

Para hacer operativo el estudio de las cifras propone 12 indicadores en total para establecer el registro de los datos y atomiza cada indicador en varios asuntos específicos.<sup>11</sup>

En el libro de Miguel Basáñez se ensaya la correlación de datos y se representa gráficamente. Para efectos del análisis de la prensa, la referencia a los indicadores propuestos (política, economía y sociedad) se retoma para definir los aspectos mensurables del análisis hemerográfico.

La investigación es el procedimiento específico para construir herramientas teóricas que sirven para conocer la sociedad actual. En el diseño del SINF se retoma al periódico como eje para conocer esa sociedad específica. Al rescatar la estructura conceptual propuesta por M. Basáñez, se intenta articular dos planos de la investigación empírica a la que se alude con el SINF.

El primer plano se presenta en la clasificación de los formatos del contenido periodístico, y el segundo alude al problema de cómo clasificar. En términos técnicos, se trata de registrar el qué y el cómo de esta sociedad.

Establecer la relación entre ambos planos nos permite elaborar datos recuperables en forma ordenada y combinada. En el caso del SINF se propone la recuperación por categorías del conocimiento con sus respectivos indicadores. Ambos aspectos deben ser instrumentos confiables, capaces de indicarnos los diferentes niveles del entendimiento de la sociedad o de su estructura. En el desarrollo de la investigación, se ha reiterado, junto con L. Gomis, que una teoría del periodismo debe explicar cómo la sociedad se forma el concepto de presente.<sup>12</sup> Al respecto, la propuesta teórico-metodológica de M. Basáñez permite articular dos planos de la investigación em-

<sup>11</sup> *Ibid.*, pp. 28-116.

<sup>12</sup> L. Gomis, *op. cit.*, p. 11.

pírica, las categorías y los indicadores de esta sociedad hoy. Las categorías *política*, *sociedad* y *economía* son identificables en otros sistemas de clasificación. En este estudio, el diseño del SINP aporta un proceso de ordenación y jerarquización de la clasificación del binomio información-opinión.

Las categorías seleccionadas son criterios teóricos amplios y suficientes para comprender con la teoría del periodismo el concepto de realidad y presente en la sociedad hoy. Por otro lado, con el SINP se busca recuperar el material o datos útiles para cada concepto clasificador general. Las categorías y los indicadores de la estructura conceptual propuesta por M. Basáñez nos permiten aplicar la lógica utilizada a los formatos periodísticos de información general. En el diseño del SINP se partió de las categorías y se fueron elaborando los indicadores de acuerdo con la agenda temática; esto es, se aplicó la lógica deductivo-inductiva.

En términos técnicos, con las categorías se maneja un nivel de generalidad sobre la agenda temática y se precisa cada categoría con indicadores que orientan la recolección de información por su clasificación. Finalmente, se busca precisar la relación clasificadora al asignar un elemento mensurable, es decir, numérico. Al recuperar estos elementos del modelo propuesto en el libro *El pulso de los sexenios*, se obtuvieron varios productos de trabajo teórico-metodológicos.

En este proceso se propuso establecer unidades de registro. Es decir, definir, como lo hace M. Basáñez, cada elemento y sus propiedades. Todas las unidades de registro del SINP tienen esta bipolaridad, definición y su propiedad, susceptible de ser mensurable. Esto es, se registran con criterios excluyentes. En cada unidad de registro sólo caben los

**Las categorías política, sociedad y economía son identificables en otros sistemas de clasificación.**

**El universo conceptual del periódico es susceptible de ser registrado por diferentes unidades.**

datos seleccionados para esa unidad y no se pueden clasificar en otros registros. Las propiedades del contenido constituyen el segundo criterio de clasificación, y corresponden a los atributos de cada unidad, que también son mensurables a través de los indicadores de cada categoría.

De acuerdo con el modelo de M. Basáñez, el diseño del SINF contempla los aspectos extensivo e intensivo de cada concepto de la clasificación. El primero se refiere a que es posible registrar por unidades clasificadas un amplio número de datos de la información y opinión jerarquizados y cuantificados. Del intensivo se puede mencionar que es factible analizar por indicadores o por categorías la manera en que el periodismo está presentando un tipo de sociedad actual.

La estructura conceptual sirve entonces al diseño de la propuesta del SINF para especificar un grado de conocimiento de la sociedad actual con criterios de explicación teórica y, al mismo tiempo, posibilitar el plano técnico de la investigación empírica con criterios de medición y verificación. El universo conceptual del periódico es susceptible de ser registrado por diferentes unidades, con criterios de clasificación general, así como por indicadores de cada aspecto de la vida social o, si se quiere, del Estado hoy. Una vez que consideramos adecuado manejar una estructura conceptual sobre la sociedad mexicana de hoy, se hace necesario plantear en toda la extensión nuestra propuesta.

## 6. Propuesta de análisis hemerográfico

Se propone un diseño o modelo de análisis para la *sistematización de la prensa metropolitana*, y para realizarlo se desarrolló una base de datos con procesamiento electrónico, sin dejar de tomar en cuenta otros paradigmas o modelos para el análisis de la información y opinión en la prensa. Aunque la diferencia entre el diseño propuesto y otros modelos consiste en la posibilidad de elaborar *indicadores* específicos que nos permitan volver mensurables los dos elementos básicos de la prensa: la información y la opinión.

La propuesta consiste en retomar el formato del periódico como un producto de la empresa periodística editora. El formato del periódico se divide, con fines operativos, en dos grupos, el de información o noticioso y el de opinión. Estos conceptos generan los indicadores para la clasificación de los contenidos de cada grupo. El formato seccionado en dos grupos nos permite conocer día a día los contenidos temáticos a los que dedica su espacio. El registro diario que se hace del periódico y lo que se toma de él, de los asuntos sociales de interés público, permite conocer cuáles son los asuntos temáticos a los que le dedica mayor espacio en la presentación de formatos noticiosos y sobre qué temas opina cada día.

Los temas periodísticos se refieren a una sociedad humana y para la identificación de esos elementos temáticos se emplean categorías del conocimiento de la sociedad en general. El empleo de los discriminantes de los contenidos se clasifica en orden temático y se jerarquiza, procedimiento al que llamamos estructura conceptual. Dicha estructura, como su nombre lo indica, se elabora a través de

**La propuesta de sistematización de la prensa consiste en deconstruir el presente de cada formato periodístico.**

conceptos-indicadores de los temas de interés social. Se generaliza la naturaleza temática del formato periodístico en tres dimensiones. En este caso, se parte del modelo de desarrollo del Estado mexicano y se postula que las dimensiones generales de las categorías del contenido periodístico se estructuran conceptualmente en: 1) la política, 2) la economía, y 3) los aspectos socioculturales. El diseño del SINF incluye la elaboración del registro individual de cada formato con base en esa estructura conceptual que H. Borrat denomina de interés general.

La estructuración de la agenda temática escrita en el formato periodístico permite su clasificación por contenidos y por género informativo o de opinión. La propuesta de sistematización de la prensa consiste en deconstruir el presente de cada formato periodístico.

El procedimiento de deconstrucción o decodificación se basa en la identificación de los núcleos de interés manifiestos en el formato del diario y se toman en cuenta las evidencias manifiestas sobre los temas preferidos o reiterativos en la construcción del presente<sup>13</sup> y en la reiteración de la opinión sobre esos temas de interés social. Decodificar los intereses del editor, del periodista y de la empresa es una tarea del análisis de información con base en una estructura conceptual y de registro. El trabajo de investigación aquí propuesto permite afirmar que es posible elaborar un diseño o modelo de análisis de información de prensa a través de la sistematización del formato periodístico, reconstrucción de la agenda temática e identificación de los intereses de la empresa periodística. Para tal fin el diseño contiene formas de clasificación de información y opinión que permiten recuperar la tendencia del for-

<sup>13</sup> Gomis, *op. cit.*, p. 11.



mato sobre los asuntos de interés público y del público. Este diseño o modelo es de naturaleza empírica. Permite elaborar indicadores mensurables y conceptualmente estructurados en función del análisis de la información de prensa que Félix F. Palavicini fundó y que aquí se denomina *informativa y comercial*.

De los diseños conocidos se pueden mencionar al análisis de contenido, el análisis bibliohemerográfico, las técnicas de indización, las reglas de catalogación, el sistema Dewey, las reglas del Congreso de la Unión (EUA) y otras reglas catalográficas que sirven para analizar y clasificar documentos. También están las diferentes técnicas empleadas en el análisis lingüístico; sin embargo, el modelo propuesto, denominado *Sistema de información* o SINE, permite combinar varias técnicas, entre ellas las de almacenamiento electrónico en una base de datos, las de clasificación bibliohemerográfica, y las técnicas del análisis de contenido. Este es el alcance de la propuesta que aquí se presenta.

Las consideraciones principales consisten en el almacenamiento de grandes volúmenes de datos y su recuperación, casi instantánea, de acuerdo con la tecnología moderna, a través de largas distancias y de máquina a máquina, en lo que se denomina en línea (*On Line*). Es decir, se pueden procesar datos a distancia (teleproceso de información de prensa).

La propuesta se basa en la generación de la sistematización de la información de prensa, con operación de la base de datos de procesamiento electrónico. Un concepto básico es la transferencia de la opinión y la información de los periódicos a caracteres alfanuméricos, para decirlo en lenguaje de programación, o a datos susceptibles de transmitirse, al-

**Este diseño o modelo es de naturaleza empírica.**

**Permite elaborar indicadores mensurables y conceptualmente estructurados.**

**Un indicador del uso del espacio y del formato son las primeras planas de los diarios en tanto escaparate de la información socialmente importante.**

macenarse y recuperarse en una o varias computadoras personales. En otras palabras, se propone un conjunto de técnicas o vías lógicas para manejar como un sistema la información de prensa. En este aspecto, se parte de que los periódicos metropolitanos tienen características regulares en cuanto a formato y diseño del espacio. Un indicador del uso del espacio y del formato son las primeras planas de los diarios en tanto escaparate de la información socialmente importante. En ellas se refleja el interés de la empresa, de los periodistas en particular y de los diferentes grupos sociales; en algunos de estos diarios se localizan también dos páginas completas de opinión en el interior. De acuerdo con estos indicadores se puede plantear que éstas son las dos formas más socorridas del periodismo que, en este trabajo, se denomina "comercial e informativo" y que se encuentran en todos los periódicos diarios de la ciudad de México.

Al desarrollar la estructura de la base de datos, se consideró al periódico como mercancía o producto cultural de una empresa de tipo comercial e informativa. La principal herramienta empírica del diseño se llama registro. Los registros electrónicos contienen elementos indicativos de temas, cronología, autoría, género y tendencia, así como síntesis de los elementos del contenido de cada nota seleccionada.

La propuesta consiste en un diseño para la sistematización de prensa con indicadores específicos para la clasificación del formato. Indicadores empíricos con una racionalidad teórica que sustenta el modelo del periodismo ejecutado hoy en día en la prensa mexicana. En los siguientes puntos se desarrolla el concepto teórico de dicha prensa y de cómo sistematizarla mediante una herramienta electró-

nica: la base de datos. En términos técnicos se desarrolla a partir del punto 9 de este material. Finalmente, como producto del desarrollo teórico, en la propuesta global se localiza un conocimiento sistemático sobre la prensa en México y también una manera de investigarla en sus propios marcos del periodismo contemporáneo, con medios electrónicos, dado el desarrollo de la comunicación humana, donde los sistemas de acumulación y organización de la información social se traducen en bancos de referencias obligados. El diseño del SINF comprende estas áreas del conocimiento, como se demuestra en la investigación.

## 7. La prensa en México

El periódico en México es producto de una organización empresarial. Por su régimen de propiedad es una sociedad anónima o cooperativa, aunque también hay diarios oficiales. Cualquier empresa periodística se funda en la capacidad financiera que tiene para elaborar un producto noticioso. Las empresas periodísticas en este país han creado verdaderos emporios comerciales a partir del mercado de noticias, la publicidad, las relaciones públicas y otros artículos editoriales que influyen en la comunicación social. El sustento periodístico ha sido protagonizado por las tendencias ideológicas de los periodistas. A diferencia de otras épocas, hoy más que nunca, la unión de la empresa y la acción periodística han propiciado un tipo o modelo de periodismo que tiene sus raíces en la Constitución de 1917. Este último marco legal y político de las acciones sociales de los grupos e individuos de este país no es el único, sin embargo, podemos preguntar a la historia ¿qué

**También se considera de vital importancia en la edición moderna la rapidez en la difusión, la cual está centrada en la noticia más que en el editorial.**

se rescata del periodismo de editor y doctrinario del siglo XIX? Desde luego, el concepto empresa y su vinculación partidista. La prensa, señaló Mario Rojas Avendaño, no es ajena a las crisis ni a los grandes problemas nacionales.<sup>14</sup> Esta tradición alcanza posiciones políticas desde la prensa en asuntos públicos y del público. También se considera de vital importancia en la edición moderna la rapidez en la difusión, la cual está centrada en la noticia más que en el editorial.

El inicio del periodismo moderno en México, su modelado, se inicia con la lucha revolucionaria. A las características de la empresa, las técnicas modernas de edición, la rapidez en la difusión y la creación de públicos masivos habría de agregarse otra característica acorde con el régimen y concepto de Estado por crearse. El periodismo de polémica era superado, que no descartado; se necesitaba uno nuevo, el informativo y comercial.<sup>15</sup>

Una explicación sobre la creación del nuevo periodismo la tenemos en la fundación de *El Universal*, y tal como lo postula Fátima Fernández Ch., dicho rotativo, como empresa periodística, fue en primera instancia vocero de aliados y sustentador de tesis carrancistas, así como dependiente del capital extranjero.<sup>16</sup> La información sobre la fundación de la Compañía Periodística Nacional, S.A., en 1916, editora del periódico *El Universal*, la proporciona Alfonso Taracena, quien en sus artículos señala que Félix F. Palavicini fue su promotor y empresario. Se creó con apoyo de Venustiano Carranza y respondió a los intereses nacionales. Fue una tribuna de la corriente constitucionalista.<sup>17</sup>

Al parecer hay dos situaciones informativas: una sostiene que desde el principio, la fundación del periódico se dio con el apoyo de los carrancistas y

<sup>14</sup> M. Rojas Avendaño, "La prensa", en *México 50 años de Revolución*, t. IV. México: FCE, p. 60.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 62.

<sup>16</sup> F. Fernández Ch., *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos, 1984.

<sup>17</sup> A. Taracena, "Los Universales". *El Universal*, 21 de enero de 1921 (¿).

tuvo a Palavicini a la cabeza, quien dejó el despacho de la Secretaría de Instrucción Pública en el gabinete de Venustiano Carranza para crear una corriente de opinión a través del periódico. La otra —señala Fátima Fernández— le atribuye como antecedente sólo la compañía periodística ligada a capitalistas extranjeros. Sin embargo, el periódico *El Universal* y Félix F. Palavicini inician la era moderna del periodismo mexicano; crean el periodismo *informativo y comercial* como empresa por desarrollar en este país y como actividad permanente. De acuerdo con la evolución política y económica del Estado mexicano, el periodismo crea un modelo concreto y acorde con el proyecto político especificado en la Constitución de 1917.

En efecto, el 1 de octubre de 1916, el ingeniero Félix F. Palavicini, ex secretario de Instrucción Pública y Bellas Artes del gobierno de Venustiano Carranza, funda un periódico que se edita hasta la fecha, *El Universal*. Para los fines de esta investigación, cumple los requisitos de ser parte de la prensa contemporánea, tal como se ha caracterizado en la propuesta de análisis. Sobre todo porque se puede aplicar a los primeros números, editados en 1916, la sistematización de la información que aquí se propone. Desde su fundación, este diario es un medio *económicamente independiente*, concepto que nos refiere a la autonomía, cuyo aspecto es definitivo en la caracterización de la prensa informativa y comercial. El concepto de independencia económica lo postula H. Borrat como un atributo del *periódico de carácter general*,<sup>18</sup> en tanto se apoya en una empresa productora de mensajes que circulan en el medio social como mercancías y como objetos culturales. Como empresa mantiene márgenes de ganancia con su producto y es una organización competi-

***El Universal* cumple los requisitos de ser parte de la prensa contemporánea, tal como se ha caracterizado en la propuesta de análisis.**

<sup>18</sup> H. Borrat, *op. cit.*, p. 10.

**En la propuesta para sistematizar la información, la clasificación principal se hace con base en categorías generales.**

va. Lo anterior precisa las particularidades expuestas en este trabajo, necesarias para definir en extensión la prensa informativa y comercial. Es *El Universal* prototipo de la prensa comercial, en tanto que desde su fundación se le concibe como un medio de *información general*,<sup>19</sup> cuya finalidad es cumplir la función político-ideológica que le asigna la fracción carrancista. Es decir, los intereses son las evidencias del discurso político de la época. Para que un periódico sea caracterizado como de información general, en este caso *El Universal*, debe asignar en su agenda cotidiana una parte significativa a la “actualidad noticiable de los sistemas político, social, económico y cultural [...] y a escala nacional e internacional”.<sup>20</sup> En la propuesta para sistematizar la información, la clasificación principal se lleva a cabo con este tipo de categorías generales. Además, se manejan los conceptos de *derecho, educación, ciencia, comunicación, desastres y deportes*, estructura mencionada con anterioridad. Estas categorías se deben a la pluralidad de contenidos que desde un principio presentaron los periódicos de información general.

## 8. La prensa metropolitana

Como consecuencia del desarrollo de la prensa en México a partir de 1916, para Fátima Fernández, “*la prensa mexicana ha sido, desde hace varias décadas, un elemento corporativizador, un instrumento neutralizador de demandas e insatisfacciones. Con su oficialismo ha colaborado a reducir la competencia por el poder y a acentuar las relaciones conciliatorias entre los diversos grupos sociales*”.<sup>21</sup> Conviene

<sup>19</sup> *Ibid.*, p. 11.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Fernández, *op. cit.*, p. 80.

hacer notar el concepto de oficialismo como regulador de instancias sociales. Efectivamente, el Estado mexicano tiene fuertes mecanismos de control, y parte de sus presupuestos políticos se mantienen vigentes en virtud de su habilidad para la integración, coerción y equilibrio socioeconómico del proyecto nacional.

En cambio para Petra María Secanela

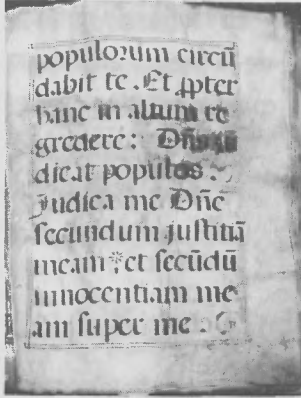
la prensa en México siempre ha ido al lado o en contra de los políticos. En el México actual la prensa no puede separarse de la marcha del PRI. Dos de los grandes periódicos de hoy nacieron con esos dos signos de a favor y en contra de la política del momento. *El Universal* se lanza meses antes de la revolucionaria constitución, siguiendo la tónica moderada de su fundador F.F. Palavicini, *Excélsior* surge unos días después, fundado por Rafael Alducin, para combatir la constitución.<sup>22</sup>

Consideramos entonces, según estas tesis, que el proyecto de la prensa de la Revolución es algo más que ir a favor o en contra de la corriente política dominante de la época, porque de ser así, todo el periodismo en México habría sido coyuntural. Palavicini, en sus escritos, señala manifiestamente la importancia del uso de la prensa como orientadora de opinión y como empresa lucrativa, además de protagonizar el área de la comunicación social conforme a las necesidades del proyecto nacional.

Por otra parte, si, como sostiene Fátima Fernández, la prensa hace corporativas las tendencias políticas, estaríamos ante órganos oficiales del gobierno. La tendencia general de la prensa en México como institución, por su trayectoria y realidad, no es coyuntural, ni tampoco corporativista como asien-

**La tendencia general de la prensa en México como institución, por su trayectoria y realidad, no es coyuntural.**

<sup>22</sup> P. Ma. Secanela, *El periodismo político en México*. España: Mitre, 1986, p. 73.



tan Fernández y Secanela en sus respectivas tesis sobre el periodismo mexicano.

La prensa cotidiana, señala Miguel Ángel Granados Chapa, se caracteriza más por su vinculación empresarial, comercial y por el tipo de contenidos de corte publicitario que maneja. Y sostiene:

En una sociedad como la nuestra, en que se nos dice que hay una economía mixta, aunque para todos resulte claro que se trata simplemente de un capitalismo matizado por una determinada intervención del Estado en la economía, en el subsistema de la prensa encontramos también esa mixtura. De esta suerte [...] podemos identificar un sector propiamente privado de la información impresa, un sector al que la retórica gubernamental llama social porque está compuesto por empresas privadas no propiamente capitalistas, y un sector gubernamental que en el caso del subsistema de comunicación es mucho más reducido que el ya de por sí reducido sector gubernamental en el ambiente de la economía general.<sup>23</sup>

La tesis escrita por Granados Chapa indica con claridad el carácter adquirido por el periódico en México. Sobre el contenido informativo sostiene que con frecuencia reiterada se refieren las actividades de la clase dominante, de la clase gobernante, y no de las populares.

En otro de sus textos Granados Chapa menciona la dificultad de acceder a estudios actualizados acerca del diarismo mexicano de hoy. Plantea una paradoja al mencionar que los “órganos públicos de información” se manejen de manera privada sobre sus propios datos como estructura empresarial.<sup>24</sup>

Los autores mencionados, en sus respectivas te-

<sup>23</sup> M. A. Granados Chapa, *Comunicación y política*. México: Océano, 1986, p. 23.

<sup>24</sup> M. A. Granados Chapa, “Aproximaciones a la prensa mexicana (notas sobre el periodismo diario)”, *Revista Mexicana de Ciencia Política*. México: FCPYS, núm. 69, 1971, p. 47.



sis, nos conducen a caracterizar el periodismo empresarial y comercial como resultante del desarrollo de la sociedad, la economía –mixta– y la política en el México posrevolucionario. Periodismo necesario para el Estado de la Revolución, pero en manera alguna asociado con él. La característica comercial de la prensa la limita *per se* ante el Estado.

La prensa, como se ha señalado, al convertirse en una empresa rentable ha posibilitado, según varios autores, el surgimiento de varios tipos de empresarios de la organización periodística. Al respecto, Manuel Buendía señala que hay dos clases de empresarios:

los hay, por supuesto, que son periodistas auténticos, de estirpe, por vocación, por aptitud, por entrega. Se meten a empresarios porque no hay periódico o revista que no sea en su base y estructura económica, una empresa, de propiedad social o privada pero empresa al fin [...] En la otra clase de empresarios podemos distinguir tres especies:

La del hombre sencillo y rupestre [...] que de pronto adquiere un periódico porque él se imaginó o alguien le dijo que era buena inversión [...] La del negociante que adquiere uno o varios periódicos y revistas como puntal para otro tipo de negocios: terrenos, inversiones financieras, agencias de automóviles, ventas al gobierno, hoteles, etc. [...] La del delincuente, dentro y fuera de los negocios, que establece un periódico porque él –archimillonario al fin– desea comprar impunidad y respetabilidad social. Además, claro, de poder cumplir a través del periódico, unas cuantas venganzas.<sup>25</sup>

En el texto de Secanella se retoma el concepto *picaresco* de Buendía sobre el empresario-político

### La característica comercial de la prensa la limita *per se* ante el Estado.

<sup>25</sup> M. Buendía, *Ejercicio periodístico*. México: Océano, 1986, pp. 72 y 73.

**El periodismo  
empresarial es más  
gestor de sus intereses  
económicos  
que políticos.**

Manuel J. Clouthier, a quien señaló como el Barón de Clouthier, además de adjetivar como barones periodísticos a las familias Azcárraga, Ortiz Garza, O'Farril, Alarcón, Alemán y agrega a Luis Echeverría.<sup>26</sup> En sí, el texto citado mantiene una posición descriptiva sobre la gestoría empresarial periodística frente a otras fuerzas de poder económico y político de la sociedad mexicana. Material que es ampliamente expuesto por Fátima Fernández en *Los medios de difusión masiva en México*, y donde señala en el capítulo 1, punto V, "Prensa y grupos económicos", las relaciones de los periódicos *Novedades*, *El Heraldo de México* y *Ovaciones* con organizaciones inmobiliarias, financieras de medios y editoras. También se menciona el poder económico y su relación en el mundo empresarial, frente a otros poderes en la sociedad.<sup>27</sup>

Para continuar con las características de la prensa informativa y comercial en México, señalamos algunas ya descritas por diferentes diaristas e investigadores del medio. En primera instancia, para Granados Chapa, el periodismo empresarial es más gestor de sus intereses económicos que políticos, más difusor de publicidad que del bienestar de la sociedad civil.<sup>28</sup>

Para Petra Ma. Secanela, los periódicos en la ciudad de México están monopolizados por empresas privadas de derecha. En el parágrafo que denomina "Maraña de la letra impresa" como criterio maniqueo dice que "la reconversión más general que pueda hacerse a la prensa mexicana es que la mayoría de los diarios están dispuestos a vender sus espacios —y hasta los titulares a ocho columnas— a quien pueda pagarlos".<sup>29</sup>

Un análisis más comprometido lo hace Fátima Fernández, quien sostiene que el estudio de la pren-

<sup>26</sup> Secanela, *op. cit.*, p. 19.

<sup>27</sup> Fernández, *op. cit.*, p. 85.

<sup>28</sup> Granados Chapa, *Comunicación y política*, p. 74.

<sup>29</sup> Secanela, *op. cit.*, p. 18.

sa mexicana, sobre todo de la capitalina, se debe manejar en tres dimensiones: como voceros de grupos de poder, en su relación con el Estado y en la dependencia manifiesta del extranjero.<sup>30</sup> Todos estos escritores han caracterizado, de hecho, al diarismo junto con otros elementos. Los tres consideran que la gran prensa en México la constituyen entre cinco y diez diarios importantes en el ámbito metropolitano y nacional.

De lo desarrollado hasta ahora consideramos, con Manuel Buendía, que: "*El periodismo forma parte de los instrumentos de la comunicación social. La comunicación social es un elemento constitutivo del poder*".<sup>31</sup> El propósito del trabajo que aquí presentamos se inscribe dentro de este marco, por lo que se postula que es posible desglosar la lógica interna de los periódicos a través de la clasificación de los contenidos de información y opinión que presentan cotidianamente en su formato. Asimismo, se pueden caracterizar las tendencias, tanto informativas como de opinión, de los miembros que hacen el periódico por medio de la sistematización de la información y opinión recuperada a través de la construcción-deconstrucción de la agenda periodística.

La prensa, como portadora de intereses, lleva implícitos los de su naturaleza empresarial y los particulares (periodistas, empresarios, redactor), así como los de los otros miembros de la sociedad e intereses político-ideológicos. Al ocupar un espacio en su formato y al inscribirse en un discurso general, la sistematización de prensa lo recupera como una evidencia del interés manifiesto en la agenda temática. Si tal como lo mencionó M. Buendía, la comunicación social es un elemento constitutivo del poder,<sup>32</sup> y si el periódico es un medio de comuni-

**La gran prensa en México la constituyen entre cinco y diez diarios importantes en el ámbito metropolitano y nacional.**

<sup>30</sup> F. Fernández Ch., *op. cit.*, pp. 33-36.

<sup>31</sup> Buendía, *op. cit.*, p. 39.

<sup>32</sup> *Ibid.*

**El periódico, como portador de intereses, se presenta como factor constitutivo de las relaciones entre el binomio gobernantes y gobernados.**

cación social, las evidencias llevan a considerar al periódico de información general como un elemento que gira alrededor del poder establecido. El periódico, como portador de intereses, se presenta como factor constitutivo de las relaciones entre el binomio gobernantes y gobernados, o dominantes-dominados. El periódico se postula como un medio que provee de datos a esa relación. El discurso, aparentemente general, se asume como un discurso político. Como dijo Miguel Ángel Granados Chapa, la prensa comercial es más difusora de publicidad que del beneficio social.<sup>33</sup> Al hacer énfasis en la información comercial más que en la social, la prensa en México diluye en el impacto publicitario la comunicación social y de esta manera se mantiene como la portadora de los intereses de un segmento de la sociedad, por lo general del económicamente dominante.

El papel del periódico, y de la prensa como concepto genérico, se inscribe en las relaciones de los diferentes actores del sistema político. La comunicación colectiva, y la de la prensa en ese ámbito, se constituyen como parte del contenido de la urdimbre de las relaciones sociales al dotar a cada comunicador social de datos sobre el presente. A diferencia de lo expresado por H. Borrat, en este trabajo no se postula a la prensa como un actor político, pero sí como un elemento constitutivo del poder en el sistema político. A los miembros de la empresa periodística se les concede una tendencia política sólo en el marco de la investigación y en términos de registro de los intereses evidentes, cuando la empresa asume un papel activo en las relaciones de poder en el sistema político. En términos hipotéticos, la propuesta de sistematización de la prensa, creación y operación de una base de datos permite el análisis

<sup>33</sup> Granados Chapa, *Comunicación y política*, p. 74.

de los contenidos manifiestos y de los implícitos que comportan los mensajes de la prensa. La propuesta de diseño o modelo permite analizar la prensa informativa y comercial desde el primer periódico con estas características, *El Universal*, fundado en 1916, hasta en sus números actuales. La propuesta sistematiza la prensa como un elemento alrededor del poder, según postula Fátima Fernández, tanto como vocero de grupos de poder, como interlocutora del gobierno en turno. La prensa registra el discurso del poder político en México en la época posrevolucionaria.

El periódico como artificio es susceptible de ser decodificado o desarmado en partes según sus contenidos manifiestos en la agenda temática. El registro se propone recuperar los aspectos tanto de fondo como de forma. El modelo propuesto por el SINF permite analizar en dos sentidos el entramado o urdimbre de intereses publicados en el periódico. El primero permite establecer criterios y conceptos (categorías e indicadores) que guíen la búsqueda de intereses manifestados en forma de discurso general, tanto en el uso del espacio como en la semántica manifiesta en cada segmento seleccionado. El segundo sentido parte de utilizar elementos de medición al asignar a cada concepto (categorías e indicadores) un orden mensurable en términos numéricos. Se asignan valores aritméticos de (+) o de (-) de acuerdo con su presencia en los materiales seleccionados. La forma de clasificar permite jerarquizar y agrupar en términos lógicos las unidades seleccionadas. La sistematización de la prensa que presentamos en este trabajo posibilita en términos de registro medir ese (+) o (-) del universo conceptual en el discurso político y que la prensa considera de interés general.

**El periódico como artificio es susceptible de ser decodificado o desarmado en partes según sus contenidos manifiestos en la agenda temática.**

Como sostiene Lorenzo Gomis, en el medio periodístico hay decisiones de editores, periodistas y empresas que definen lo que se está publicando y no otra cosa.<sup>34</sup> De ser cierta esta idea, la propuesta del SINF implica un análisis de la racionalidad con la que se va construyendo el presente, la agenda temática y el formato de cada periódico día a día. El diseño del SINF, en términos teóricos, toma al periodismo tal como lo señala L. Gomis: "un método de interpretación sucesiva de la realidad social".<sup>35</sup> La sistematización de la prensa consiste en definir los elementos mensurables en la construcción de datos empíricos.

En las siguientes líneas se elaboran los procedimientos del sistema y se explica técnicamente el diseño.

## 9. La base SINF

### El registro

Para el registro y sistematización de las notas de los periódicos *El Nacional*, *El Universal*, *Excélsior*, *Unomásuno*, *La Jornada* y *El Financiero*, se considera a los medios impresos como: a) difusores, b) soportes materiales y c) reproductores de los mensajes socialmente útiles,<sup>36</sup> con una amplia gama de significaciones para cualquier lector de prensa, es decir, con un significado especial para cada grupo político, económico o de opinión, clase social o gobierno.

Desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, se trata de plantear un diseño de análisis de los mensajes en los diarios. Se inicia con la siste-

<sup>34</sup> Gomis, *op. cit.*, p. 38.

<sup>35</sup> Gomis, *op. cit.*, p. 41.

<sup>36</sup> J. Clouthier, "La comunicación audio escrito visual", en José de la Mora y Roberto Sánchez (comps.), *Antología de Ciencias de la Comunicación*. México: UNAM, 1981, p. 93.

matización de los contenidos que los diferentes comunicadores y receptores sociales intercambian a través de los impresos (soportes) y en la denominada comunicación masiva o colectiva.

### **La sistematización**

La sistematización se inicia con la clasificación de los diferentes tipos de géneros periodísticos. Actualmente el periodismo cotidiano se divide en dos grandes secciones: la de información y la de opinión. Al menos esto se propone para iniciar un primer proceso de clasificación en este trabajo. El establecimiento de una separación técnica entre los géneros informativos (o modos de difusión) y los de opinión permite definir una primera categoría de análisis para el registro. Los contenidos que el medio presenta en forma de relato informativo son clasificados en la clase que denominamos información, y los que aparezcan en la sección de opinión se clasifican en la clase o conjunto de ese nombre. Estos dos conjuntos se pueden desglosar en varios subconjuntos o subclases. La técnica que se utilice para su agrupación en cada subconjunto nos dará un elemento nuevo, denominado género en el ámbito periodístico. Esta forma de desglosar los subconjuntos tanto de información como de opinión nos permite establecer unidades mínimas de análisis del total de hojas que hay en un periódico.

Si logramos diferenciar adecuadamente estas notas podremos elaborar indicadores generales de contenido en cada uno de los diarios seleccionados. Este procedimiento sirve también para clasificar los temas y asuntos más relevantes o más reiterados en la prensa. Esta diferenciación es válida para los dos conjuntos principales: la información y la opinión.

## Información y opinión

Para tener una idea más clara desde el punto de vista académico sobre los elementos constitutivos de la prensa contemporánea, la docencia postula tradicionalmente una serie de géneros periodísticos. A continuación y para ejemplificar se toman del libro de Martín Vivaldi las definiciones siguientes:

Nota: También se pueden llamar notas a las noticias de poco realce y en las que falta alguno de los elementos constitutivos, es decir, a la noticia de escaso relieve e incompleta.

Nota informativa: género periodístico por excelencia que da cuenta de modo sucinto pero completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana [...] la noticia, para ser completa, ha de dar respuesta a las preguntas clásicas, qué, quién, cuando, dónde, cómo y por qué.

Reportaje: relato periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo. El reportaje es el género periodístico por excelencia, ya que todo lo que no sea comentario, crónica o artículo es reportaje que, en sentido lato, equivale a información.

Crónica: relato periodístico, eminentemente noticioso, caracterizado porque los hechos que se narran son interpretados por el cronista. Distingue a la crónica el matiz subjetivo, personal.

Entrevista: (dícese también interviú, anglicismo derivado de *interview*). Reportaje periodístico que relata –todo o en parte– la conversación o el diálogo mantenido por el periodista con determinada persona. De carácter psicológico: aquella en que se



traza el retrato del personaje, con rasgos físicos, anímicos y de ambiente. Noticiosa: es la entrevista como fuente de información; lo que interesa en ella es fundamentalmente lo que dice u opina el entrevistado sobre un problema de actualidad. En la entrevista de carácter predomina el hombre, en la noticia priva lo que tal hombre sepa, piense o diga.<sup>37</sup>

Hasta aquí la clasificación con las definiciones propuestas por Martín Vivaldi. Para el grupo de opinión se tienen tentativamente las siguientes propuestas de definición:

Editorial: publicación generalmente atribuida al director del periódico o al jefe de la plana editorial. Opinión sustentada sobre un hecho o acontecimiento.

Artículo: se conoce también como artículo de opinión, espacio dedicado a un escritor o periodista, donde regularmente da a conocer su punto de vista sobre hechos y eventos informados en el mismo periódico.

Columna: llámase también columna al espacio periodístico reservado a un determinado escritor o periodista para que en él escriba sobre temas de actualidad que tengan interés público.<sup>38</sup>

Con esta clasificación de los elementos de los dos conjuntos principales se define la presencia de los diferentes mensajes en el periódico, sean provenientes de la sección informativa o de la de opinión. El agrupamiento de notas y su clasificación forman conjuntos que se traducen en indicadores del contenido por cada medio-periodico.

**Desglosar los subconjuntos de información y de opinión nos permite establecer unidades mínimas de análisis.**

<sup>37</sup> M. Vivaldi, *Los géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1979.

<sup>38</sup> *Ibid.*

## Pre-supuestos de información

A continuación se presenta el tratamiento de la información documental y de referencia bibliográfica para elaborar la base de datos hemerográfica, y que sirve para pensar sobre su puesta en marcha y diseñar las funciones de acceso o carga, procesamiento y consulta de datos sobre las publicaciones diarias.

El proyecto comprende tres fases: planeación, ejecución y evaluación como procedimiento de sistema con mecanismos propios y separables en cada una de sus etapas.

Un supuesto básico en comunicación humana determina que para todo proceso de información se requieren dos elementos sustanciales: el tiempo y el espacio donde se va a transmitir y transferir o depositar el material.<sup>39</sup>

La caracterización del tiempo se hace en función de la duración del proceso comunicativo, en otros términos se define en el corto, mediano y largo plazos en correlación con el crecimiento del material y según los depósitos y los sistemas de transferencia.<sup>40</sup>

La configuración de los espacios donde se puede depositar el material también se determina en el corto, mediano y largo plazos, regularmente hablamos de sistemas de archivo.<sup>41</sup>

Uno de los elementos del procesamiento de información es el tipo de lenguaje con que ésta se comunica, es decir el tratamiento que reciben los elementos según el medio de donde la obtenemos. En nuestro caso, podemos hablar de palabras, fotos y gráficas, y para cada uno de estos ciframientos requerimos depósitos diferentes pero relacionados entre sí, esto es en la medida en que la fuente pre-

<sup>39</sup> Clouthier, *op. cit.*, pp. 91 y 92.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 92.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 89.

senta de manera orgánica una morfología integrada y con pautas definidas de organización y estructuración como periódico, por estas razones es necesario, desde un principio, definir el código en que se cifra la información.<sup>42</sup>

Hablamos de las técnicas del periodismo contemporáneo en este país, de la manera como se elaboran los contenidos noticiosos, en este caso de los géneros periodísticos cuando se trata de materiales de carácter público que se inscriben en los denominados medios de difusión masiva o colectiva.<sup>43</sup> Para otro tipo de materiales hemerográficos –revistas académicas, científicas, humanísticas, de artes– podemos recurrir a otros modelos.

Como ya señalamos, el proceso de información para el ciframiento de los mensajes requiere mecanismos, sistemas de transmisión, sistemas de transferencia y formas de archivo especiales. Todo puede ser programado en términos de tiempo y espacio y ambos configuran el volumen del material por procesar. Para desarrollar este tratamiento existen técnicas y procedimientos lógicos, es decir metodologías de trabajo para cada etapa de elaboración de la base.

Otro problema consiste en definir la comunicación de la información de la base, el ciframiento de la información de acuerdo con las necesidades del usuario receptor y a normas universales de entendimiento, a normas de validación de la información según programas nacionales e internacionales, así como al conocimiento de materiales y equipo útiles al procesamiento de la información.

**Todo puede ser programado en términos de tiempo y espacio y ambos configuran el volumen del material por procesar.**

<sup>42</sup> *Ibid.*, pp. 93 a 98.

<sup>43</sup> Ch. Wright, *op. cit.*

## Planeación

Los objetivos consisten en:

- 1) determinar las características de la base,
- 2) definir el universo, en términos numéricos, como espacios utilizables para, finalmente,
- 3) contabilizar los recursos y la definición de su programación, necesaria para la siguiente etapa, la ejecución.

En términos generales, la planeación es un procedimiento recomendable para los usuarios de las bases de datos.

## Ejecución

Consiste en:

- 1) la selección del programa y de los mecanismos de procesamiento de la información,
- 2) los mecanismos de procesamiento y los recursos necesarios para su liberación en línea (*On Line*),
- 3) incluye la obtención del equipo humano y material, su adecuación y entrenamiento.

## Evaluación

En esta etapa se pone en uso el sistema en línea (*On Line*) y se determina el tipo de usuarios y productos que se les pueden brindar como consulta general.

## **Las características de la base**

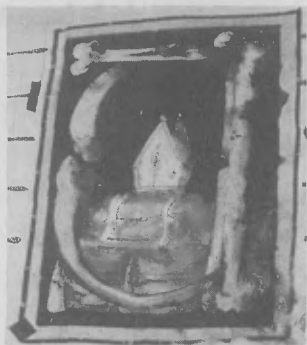
La propuesta inicial consiste en desarrollar una base de datos de referencia hemerográfica de fácil acceso a cualquier tipo de usuario, en la que se podrán consultar las principales temáticas de la prensa metropolitana. El universo lo constituyen los periódicos; se propone trabajar con cinco de los catorce diarios más importantes de la ciudad de México. El acceso podrá hacerse según diferentes variables, especificadas en los manuales de procedimiento y uso.

El principal producto es la referencia hemerográfica de una nota informativa o de opinión y se podrá obtener en papel o en disco, según la capacidad del sistema.

**Nombre: SINF**

En este trabajo se presenta la sistematización de la información desarrollada durante los últimos doce meses en materia de procesamiento electrónico y hemerográfico en la Dirección General de Información de la Universidad Nacional Autónoma de México. En este lapso se produjo la base de datos SINF, la cual contiene información de los principales diarios de la ciudad de México.

La base de datos de referencias hemerográficas (SINF) tiene como meta principal documentar a los usuarios del sistema sobre asuntos nacionales e internacionales, además de los propios en materia universitaria, difundidos por seis periódicos de la zona metropolitana. Una característica de la base consiste en la actualización diaria sobre sus temáticas. También tiene como objetivo posibilitar la comunicación máquina a máquina en sistemas micro PC XT o AT.



La cobertura de la base de información SINF comprende referencias de notas informativas y de opinión de seis diarios metropolitanos, así como la sistematización de los contenidos de manera cronológica, temática y por autor. También incluye personalidades y género de la información. La cobertura consiste en la clasificación en diez temas generales y sus contenidos específicos.

Por su naturaleza y de acuerdo con la experiencia desempeñada, el SINF desarrolla una sistematización de información única en su género porque es exhaustiva en el número de registros sobre un mismo tema, preciso en la recuperación inmediata de los datos sobre la temática propuesta, específica y concisa en las referencias con síntesis. El SINF se procesa con la selección de notas de seis fuentes hemerográficas cotidianas de la zona metropolitana: *Excelsior*, *El Universal*, *El Nacional*, *El Financiero*, *Uno másuno* y *La Jornada*.

A continuación se presenta la cobertura informativa y temática del SINF:

Género	Tema
Informativo	Política
De opinión	Economía
	Derecho
	Educación
	Ciencias
	Cultura
	Sociedad
	Comunicación (referidas a medios de comunicación colectiva)
	Desastres
	Deportes

La base de información de referencias hemerográficas se elabora con la supervisión del Instituto de Investigaciones Bibliográficas. Se inició en el mes de febrero de 1990 y actualmente cuenta con más de 107 000 registros clasificados. El programa aplicado está en DBASE III. PLUS. Se captura la información en una red de PC o una LAN (Local Area Network), y con un software NOVELL netware 286, vers. 215. Se cuenta con un servidor central, una PC AT 286 con disco duro de 120 Mb; ocho PC XT con disco duro de 30 Mb cada una. Se captura en forma simultánea en un archivo de 14 campos para las referencias hemerográficas, todos los días por la mañana, excepto cuando no hay periódico.

Para desarrollar la captura se cuenta con seis analistas, todos con carrera universitaria, la mayoría egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la carrera de Ciencias de la comunicación, una jefatura de departamento y un encargado del proyecto general de consulta.

Algunos de los productos de la base de datos son los siguientes registros hemerográficos, clasificados y ordenados según la temática. En primera instancia tenemos registros de tipo analítico, donde se vinculan las variables autor y síntesis, así como periódico, fecha, página, género y tema (véase la página 299). Más adelante describiremos estos elementos del registro.

Otro producto es la referencia hemerográfica para localización en el periódico. En las páginas 300-301 presentamos varias fichas clasificadas por autor y tema.

La sistematización se hace con los lineamientos hemerográficos generales para clasificar y organizar la información. El acceso se obtiene con "voca-

**La base de información  
de referencias  
hemerográficas se  
elabora con la  
supervisión del Instituto  
de Investigaciones  
Bibliográficas.**

**En promedio, cada día se capturan cuando menos 300 notas entre informativas y de opinión.**

bulario abierto” y conceptos clave, técnicamente llamado “mixto”.

Cada analista clasifica y registra la información diariamente bajo la supervisión del jefe. En promedio, cada día se capturan cuando menos 300 notas entre informativas y de opinión. Se trabaja con un archivo compartido que permite una supervisión directa del acceso de los datos. En materia de base de datos y en términos de hemerografía registral debe definirse el o los archivos de trabajo. La manera más simple consiste en establecer la forma del registro por unidades relacionadas o campos de la base.

Page No. 1  
09/30/91

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS DE  
CONSULTA Y ACTUALIZACIÓN  
INFORME HEMEROGRÁFICO

SÍNTESIS	PERIÓDICO	FECHA	PÁG.	GÉN.	TEMA
<b>**DELGADO, RENÉ</b>					
EL COORDINADOR DEL PRD CONSIDERA QUE TENER PARTIDOS OBSERVADORES EN LAS ELECCIONES POLÍTICAS PODRÍA CONSTITUIR UN PASO IMPORTANTE PARA REFORZAR A LAS MUY DIVERSAS CORRIENTES Y PARTIDOS POLÍTICOS QUE BUSCAN QUE HAYA ELECCIONES LIMPIAS EN EL PAÍS	JORNADA	02/14/91	44	1	1



Page No. 1  
09/30/91DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS DE  
CONSULTA Y ACTUALIZACIÓN  
INFORME HEMEROGRÁFICO

SÍNTESIS	PERIÓDICO	FECHA	PÁG.	GÉN.	TEMA
**ZÚÑIGA, M. J. ANTONIO					
EL SECRETARIO DE RE MANIFESTÓ QUE EN UN MUNDO EN QUE HAY UNA MARCADA TENDENCIA A LA INTERNACIONAL FORMACIÓN DE BLOQUES ECONÓMICOS REGIONALES, MÉXICO NO TIENE INTERÉS EN FORMAR PARTE DE UN BLOQUE HERMÉTICO NI DE INTEGRARSE A UN MERCADO CERRADO.	JORNADA	02/14/91	44 Y 35	1	II

\*\*GRANADOS CHAPA, MIGUEL ÁNGEL

"EL GOBIERNO MEXICANO HA FUNDADO UNA DE SUS LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN CONSEGUIR EL ALC CON USA. ARGUMENTA COMO BASE LA DE EXPANDIR SU COMERCIO INTERNACIONAL, ADEMÁS DE ENTRAR EN EL GATT, MÉXICO HA TENIDO QUE MEJORAR..."	JORNADA	02/15/91	1 Y 4	2	II
--	---------	----------	-------	---	----

Page No. 1  
09/30/91DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS DE  
CONSULTA Y ACTUALIZACIÓN  
INFORME HEMEROGRÁFICO

AUTOR	TÍTULO	PERIÓDICO	PÁG.	GÉNERO	FECHA
**II COMERCIO INTERNACIONAL					
ALEMÁN, RICARDO	RECHAZÓ EL PRI QUE SERRA PUCHE INFORME DEL TLC A DIPUTADOS	JORNADA	44 Y 30	1	02/14/91

Page No.  
09/30/91 1

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS DE  
CONSULTA Y ACTUALIZACIÓN  
INFORME HEMEROGRÁFICO

AUTOR	TÍTULO	PERIÓDICO	PÁG.	GÉNERO	FECHA
	**I PARTIDOS POLÍTICOS PRO				
DELGADO, RENÉ	LOS OBSERVADORES AYUDARÍAN A OBTENER LIMPIEZA ELECTORAL	JORNADA	44 Y 20	1	02/14/91
	**II MERCADO INTERNACIONAL				
ZÚÑIGA, J. ANTONIO	MÉXICO NO VA A INTEGRARSE A UN MERCADO CERRADO: SOLANA	JORNADA	44 Y 35	1	02/14/91
	**I INTERNACIONAL PERÚ				
AFP, ET AL.	CRISIS EN EL GABINETE DE PERÚ RENUNCIA EL PRIMER MINISTRO	JORNADA	44 Y 14	1	02/14/91
	**I INTERNACIONAL URSS				
AFP, ET AL.	RENunció GENNADY FILSHIN, VICEPRIMER MINISTRO RUSO	JORNADA	14	1	02/14/91
	**I PARTIDOS POLÍTICOS				
SALDIERNA, GEORGINA	CONVOCA COLOSIO A LOS PARTIDOS A ELEVAR EL NIVEL DE LA DEMOCRACIA	JORNADA	44 Y 17	1	02/14/91
	**III DERECHOS HUMANOS				
SALANUEVA CAMARGO, P.	LIBERARON BAJO FIANZA AL EX FISCAL ÁLVAREZ PALACIOS	JORNADA	44 Y 28	1	02/14/91

Page No.  
09/30/91 1DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS DE  
CONSULTA Y ACTUALIZACIÓN  
INFORME HEMEROGRÁFICO

AUTOR	TÍTULO	PERIÓDICO	PÁG.	GÉNERO	FECHA
	**II TRABAJO				
GÓMEZ HERNÁNDEZ, EVARISTO	DEMANDA EL SNTE UN SALARIO PROFESIONAL PARA LOS MAESTROS	JORNADA	44 Y 22	2	02/14/91
	**I GOBIERNO ESTATAL YUCATÁN				
MACARIO, AUDELINO	DULCE MARÍA SAURI SUSTITUYE A MANZANILLA SCHAFFER	JORNADA	1 Y 20	1	02/15/91
	**I INTERNACIONAL CONFLICTO				
AFP, ET AL.	"IRAK PUEDE AFRONTAR LA GUERRA POR SEIS AÑOS", SOSTIENE SADDAM HUSSEIN	JORNADA	1A Y 11	1	02/15/91
	**II COMERCIO INTERNACIONAL				
GRANADOS, MIGUEL ÁNGEL	PLAZA PÚBLICA LIBRE COMERCIO TRILATERAL MERCADOS E IDENTIDAD NACIONAL	JORNADA	1 Y 4	2	02/15/91
	**I PARTIDOS POLÍTICOS COALICIÓN				
S/A	DIALOGAN EL PAN Y EL PDM PARA POSTULAR A FOX	JORNADA	17	1	02/15/91

Structure for database: F: SINF. dbf

Number of data records: 14136

Date of last update: 10/22/91

Field	Field Name	Type	Width	Dec
1	PERIÓDICO	Character	20	
2	FECHA	Date	8	
3	TÍTULO	Character	100	
4	COM. SOCIAL	Character	20	
5	CATEGORÍA	Character	30	
6	PÁGINA	Character	10	
7	COLUMNAS	Numeric	10	
8	TENDENCIA	Character	5	
9	GÉNERO	Character	5	
10	SÍNTESIS	Character	250	
11	AUTOR	Character	30	
12	REFERENCIA	Memo	10	
13	DIARIOS	Character	100	
14	DESCRIPTOR	Character	60	
**Total**			659	

### **Descripción de los campos del registro**

**Autor:** se refiere a quién escribe o firma la nota; puede ser institucional, como en el caso de las agencias informáticas.

**Título:** transcribe la cabeza de la nota publicada, tal como aparece en el periódico.

**Periódico:** se consigna el nombre del cotidiano.

**Fecha:** se anota la fecha de publicación, el formato es mes, día y año (mm/dd/aa).

**Página:** la página del periódico donde se publica la nota.

● Género: la forma o tipo de nota (informativa o de opinión).

● Síntesis: es un párrafo que contiene los principales datos sobre los temas, similar a los *abstracts* de otras bases.

● Tema: clasificación asignada por numeración romana y por categoría general.

● La consulta al SINF se hace de PC a PC vía modem, o si se tiene el equipo adecuado se puede consultar en CD ROM.

● El programa de consulta se desarrolló pensando en usuarios remotos (reporteros o periodistas). En términos técnicos la consulta se hace vía modem, de PC a PC, ya que gracias a la red Novell, una de las estaciones de trabajo sirve como terminal para comunicación remota. Es decir, para los usuarios es una llamada local de teléfono a teléfono, sin necesidad de conectarse a los sistemas neutros como TELEPAC, o BITNET o RED UNAM. No se excluye su uso, sólo se jerarquiza el sistema principal. En términos de usuarios y de explotación de la base SINF, podemos señalar que el objetivo es documentar al informador para que sea más eficiente en sus mensajes. La documentación es tanto sobre asuntos nacionales como internacionales referidos a México, incluidos los universitarios en el ámbito nacional, y permite la actualización y verificación inmediata de datos relevantes sobre la vida pública.

● En la consulta remota el acceso a la base permite recuperar la información clasificada y ordenada en varios ámbitos. En términos de oportunidad se establece la facilidad de acceso de máquina a máquina al hacerlo como una llamada telefónica local. La comunicación técnicamente es de micro a micro, lo cual hoy día en términos de cómputo sigue sien-

**En términos de oportunidad se establece la facilidad de acceso de máquina a máquina al hacerlo como una llamada telefónica local.**

**La base ofrece actualización, precisión y concisión en la documentación de manera temática y cronológica.**

do una área en desarrollo. También el SINF es consultable en CD ROM.

En términos de consulta o de búsqueda en la base se pueden dividir en rutinarias e inteligentes. La progresión se da según el interés y especialización del usuario, ya que como característica del sistema la base permite rutinas de búsqueda fáciles.

La documentación sobre hechos y eventos públicos se hace de manera exhaustiva. El registro de los seis diarios metropolitanos supone la presencia de un número considerable de notas sobre los mismos asuntos.

En la documentación del informador la recuperación de datos puede significar ganancia de tiempo para mejorar la información o evitar repeticiones inútiles. De hecho, la base ofrece actualización, precisión y concisión en la documentación de manera temática y cronológica. Si se hiciera una valoración sobre la base de datos, se puede decir que se ha jerarquizado la tabla de valores de los periodistas y que hemos agregado dos más: mejor selectividad de las fuentes por su contenido y recuperación expedita en el escritorio del periodista. En otras palabras, se documenta el futuro ahora que se puede.

En esto consisten las rutinas para la sistematización de la información con procesamiento electrónico que se ha desarrollado en los últimos años (1990 a 1995). A continuación se presenta la automatización del trabajo de carga o acceso de la información a través de pantallas de computadoras personalizadas.

ESTÁ UD. TRABAJANDO CONECTADO DIRECTAMENTE  
A LA 'RED'. SUERTE. PRESIONE UNA TECLA  
CUANDO ESTÉ LISTO.  
DIGITE SUS INICIALES (xxx)

<< REGISTRO #: 1 >>

22:17:47

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
< MÓDULO DE CARGA >

PERIÓDICO:  
FECHA (mm/dd/aa): / /

TÍTULO >

COMUNICADOR SOCIAL:  
CATEGORÍA:  
PÁGINA:  
COLUMNAS: 0  
TENDENCIA:  
GÉNERO:

<< REGISTRO #: 1 >>

22:21:28

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
< MÓDULO DE CARGA >

SÍNTESIS

AUTOR:

DIARIOS >

DESCRIPTOR:

&lt;&lt; REGISTRO #: 1 &gt;&gt;

22:22:29

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
< MÓDULO DE CARGA >

DESEA HACER ALGUNA CORRECCIÓN (S/N)?

&lt;&lt; REGISTRO #: 1 &gt;&gt;

22:22:29

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
< MÓDULO DE CARGA >

DESEA LLENAR OTRO REGISTRO (S/N)?

## Consulta

sinfo	DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN Sub-Dirección Técnica Sistema de Información Periodística	UNAM
-------	--	------

- 1.- Captura de Notas Periodísticas
- 2.- Edición de Notas Periodísticas
- 3.- Consulta de Notas
- 4.- Sub-Menú de Mantenimiento
- 5.- Sub-Menú de Emisión de Reportes
- 6.- Terminar la Sesión

Entrada al Sistema de Consultas



FAVOR DE DIGITAR LAS INICIALES DE SU NOMBRE

UNAM

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN

LA FECHA DE HOY ES: 04/12/92

BIENVENIDO AL BANCO DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA  
SOBRE ASUNTOS NACIONALES: SINP

CONSULTA

PULSE CUALQUIER TECLA PARA COMENZAR

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINP

USTED PUEDE CONSULTAR EL BANCO DE ACUERDO AL SIGUIENTE ÍNDICE:

PERIÓDICO  
TEMA  
COMUNICADOR SOCIAL (PERSONAS O INSTITUCIONES)  
AUTOR (PERIODISTA)  
GÉNERO (INFORMACIÓN/OPINIÓN)  
DESCRIPTOR (PALABRA CLAVE)

PULSE CUALQUIER TECLA PARA SELECCIONAR EL PERIODO DE BÚSQUEDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

ANOTE EL PERIODO DE BÚSQUEDA DESEADO  
 PUEDE CONSULTAR HASTA 30 DÍAS ANTES AL DÍA DE HOY: 11/30/91  
 EL FORMATO DE LA FECHA ES: MM/DD/AA  
 SI USTED DESEA CONSULTAR SÓLO UN DÍA LAS FECHAS DESDE...  
 HASTA EL:..., COINCIDIRÁN  
 EL DÍA 4 SE ESCRIBE 04, EL MES 2 SE ESCRIBE 02, ETCÉTERA.  
 SI NO PUEDE INTRODUCIR LA FECHA PULSE LA BARRA ESPACIADORA  
 DESDE EL 11/15/91 HASTA EL 11/30/91  
 SON LA(S) FECHA(S) QUE DESEABA? \* S/N \*

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

SELECCIÓN DEL PRIMER INDICADOR: PERIÓDICO

\*\*\*\*\*

PERIÓDICO	TECLEE
EXCÉLSIOR	1
LA JORNADA	2
EL FINANCIERO	3
EL NACIONAL	4
EL UNIVERSAL	5
UNOMÁSUNO	6
TODOS	7
FIN DE LA CONSULTA	8

SU OPCIÓN ES ? 4

ES SU OPCIÓN LA DESEADA ? \* S/N \*

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

SELECCIÓN DEL SEGUNDO INDICADOR:	TEMA
	****
TEMA	TECLEE
POLÍTICA	1
ECONOMÍA	2
DERECHO	3
EDUCACIÓN	4
CIENCIAS	5
CULTURA	6
SOCIEDAD	7
COMUNICACIÓN	8
DESASTRES	9
DEPORTES	10
FIN DE LA CONSULTA	11

SU OPCIÓN ES ? -TECLEE EL NÚMERO E INTRO PARA AVANZAR-1

FAVOR DE ESPERAR

## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

TEMAS	OPCIÓN
I, EJECUTIVO INICIATIVAS	1
I, ELECCIONES ESTATALES	2
I, ELECCIONES ESTATALES TABASCO	3
I, EXTERIOR DIPLOMACIA	4
I, INTERNACIONAL ALEMANIA	5
I, INTERNACIONAL ARMAMENTISMO	6
I, INTERNACIONAL CONFLICTOS	7
I, INTERNACIONAL CUBA	8
I, INTERNACIONAL CUBA DEUDA	9
I, INTERNACIONAL EU COMICIOS	10

APUNTE EL NÚMERO DE SU OPCIÓN EN UN PAPEL

PULSE UNA TECLA PARA VER MÁS TEMAS

## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

TEMAS	OPCIÓN
I, INTERNACIONAL UES	11
I, INTERNACIONAL URSS	12
I, INTERNACIONAL YUGOSLAVIA	13
I, PARTIDOS POLÍTICOS PRD	14
I, PARTIDOS POLÍTICOS PRI	15
I, RELACIONES POLÍTICAS	16

QUIERE VER EL LISTADO NUEVAMENTE ? S/N \*

FAVOR DE ESPERAR

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

SELECCIONE EL SEGUNDO INDICADOR:   TEMA  
TEMA   \*\*\*

Teclee el NÚMERO de su Selección Y/O Intro para Avanzar  
Su Opción ? 7

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINIF

SELECCIÓN DEL TERCER INDICADOR: COMUNICADOR SOCIAL  
\*\*\*\*\*  
-PERSONAS O INSTITUCIONES-

DESEA UTILIZAR ESTE INDICADOR \* S/N \*  
PULSE X PARA TERMINAR LA CONSULTA sincerely

PODRÁ SELECCIONAR HASTA CUATRO COMUNICADORES SOCIALES

SE LISTARÁN A CONTINUACIÓN NOMBRES Y/O SIGLAS DE  
PERSONAS E INSTITUCIONES

PULSE UNA TECLA PARA CONTINUAR

FAVOR DE ESPERAR

## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINP

COMUNICADOR SOCIAL	OPCIÓN
ADOLFO AGUILAR Z.	1
BORIS YELTSIN	2
CSG	3
CUAUHTÉMOC CÁRDENAS	4
CUBA	5
EDWIN EDWARDS	6
EJÉRCITO FEDERAL	7
ELISEO MENDOZA B.	8
FIDEL CASTRO	9
GABRIEL GARCÍA M.	10

APUNTE EL (LOS) NÚMERO(S) DE SU(S) OPCIÓN(ES) EN UN PAPEL  
PULSE UNA TECLA PARA VER MÁS COMUNICADORES SOCIALES

## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINP

COMUNICADOR SOCIAL	OPCIÓN
IEE	11
IGLESIA	12
LUIS D. COLOSIO M.	13
LUIS H. ÁLVAREZ	14
MIDDLE EAST WATCH	15
MIJAIL GORBACHOV	16
MILOVAN DJILAS	17
NACIONAL	18
SIN AUTOR	19
SOVIÉTICOS	20

APUNTE EL (LOS) NÚMERO(S) DE SU(S) OPCIÓN(ES) EN UN PAPEL  
PULSE UNA TECLA PARA VER MÁS COMUNICADORES SOCIALES

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINP

COMUNICADOR SOCIAL	OPCIÓN
YUGOSLAVIA	21

QUIERE VER EL LISTADO NUEVAMENTE ? \* S/N \*

FAVOR DE ESPERAR

TERCER INDICADOR: COMUNICADORES SOCIALES

\*\*\*\*\*

-PERSONAS O INSTITUCIONES-

PULSE INTRO PARA AVANZAR O SI NO HAY OPCIÓN

PRIMERA OPCIÓN ?	21
SEGUNDA OPCIÓN ?	0
TERCERA OPCIÓN ?	0
CUARTA OPCIÓN ?	0

SON SUS OPCIONES LAS DESEADAS? -TECLEE S/N-

FAVOR DE ESPERAR

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

SELECCIÓN DEL CUARTO INDICADOR: AUTOR

\*\*\*\*\*

-PERIODISTAS-

DESEA UTILIZAR ESTE INDICADOR ? \* S/N \* PULSE X PARA TERMINAR  
LA CONSULTA

FAVOR DE ESPERAR

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

AUTOR	OPCIÓN
AFP	1
AFP, REUTER	2
ALPONTE, -JUAN MARÍA	3
ANSA	4
ANSA, AP	5
EFE	6
GARCÍA MEDRANO, RENWARD	7
GUTIÉRREZ CHÁVEZ, JORGE	8
MAGAÑA, -JUAN MANUEL	9
MOYSSEN, -GABRIEL	10

APUNTE EL NÚMERO DE SU OPCIÓN EN UN PAPEL  
PULSE UNA TECLA PARA VER MÁS AUTORES



## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

AUTOR	OPCIÓN
NACIONAL	11
NOTIMEX, AFP	12
NOTIMEX, AP	13
ORTEGA, R. GABRIELA	14
SIN AUTOR	15
TREJO DELARBRE, RAÚL	16
UPI	17
VALDERRÁBANO, -AZUCENA	18

QUIERE VER EL LISTADO NUEVAMENTE ? \* S/N \*

FAVOR DE ESPERAR

## CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

SELECCIÓN DEL CUARTO INDICADOR: AUTOR

\*\*\*\*

-PERIODISTA-

TECLEE EL NÚMERO DE SU SELECCIÓN Y/O INTRO PARA AVANZAR  
SU OPCIÓN ? 7

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINF

SELECCIÓN DEL QUINTO INDICADOR: GÉNERO  
\*\*\*\*\*

-INFORMACIÓN-OPINIÓN-

DESEA UTILIZAR ESTE INDICADOR ? \* S/N \* TECLEE X PARA  
TERMINAR LA CONSULTA

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINF

SELECCIÓN DEL QUINTO INDICADOR: GÉNERO  
\*\*\*\*\*

GÉNERO	TECLEE
INFORMACIÓN	1
OPINIÓN	2
AMBOS	3
FIN DE LA CONSULTA	4

SU OPCIÓN ES ? 2

ES SU OPCIÓN LA DESEADA ? \* S/N \*

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINF

SU CONSULTA HEMEROGRÁFICA PUEDE SER VISTA DE VARIAS FORMAS.

LA INFORMACIÓN SELECCIONADA SERÁ MOSTRADA EN PANTALLA Y/O

IMPRESA EN PAPEL Y/O GRABADA EN DISCO FLEXIBLE O

DISCO DURO, EN FORMA DE ARCHIVO ASCII.

PULSE CUALQUIER TECLA PARA COMENZAR

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

SU SELECCIÓN HA SIDO DE 2 REGISTROS

OPCIÓN	TECLEE
MONITOR	1
IMPRESIÓN	2
GRABAR UN DISCO	3
CONTINUAR	0

PUEDE SELECCIONAR UNA, DOS O TRES OPCIONES

PRIMERA OPCIÓN ? 1

SEGUNDA OPCIÓN ? 2

TERCERA OPCIÓN ? 0

SON SUS OPCIONES LAS DESEADAS ? -TECLEE S/N- s

DESEA SU REPORTE CON SÍNTESIS ? -TECLEE S/N- s

PULSE CUALQUIER TECLA PARA CONTINUAR

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINI

PULSE CUALQUIER TECLA PARA VER EL REPORTE

Page No. 1  
11/30/91

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN  
SUDIRECCIÓN TÉCNICA  
INFORME HEMEROGRÁFICO

SÍNTESIS	PERIÓDICO	FECHA	PÁG.	GÉN.	TEMA
**GARCÍA MEDRANO, RENWARD					
LOS CONFLICTOS MUNDIALES SON TAN CONSTANTES Y COMUNES QUE HAN PARALIZADO NUESTRA CAPACIDAD DE ASOMBRO. HAY VIOLENCIA EN PAÍSES DE CENTROAMÉRICA Y EN PAÍSES DE EUROPA Y NO DEBE CRITICARSE A LOS PAÍSES DÉBILES DE AL. PORQUE ES IGUAL EN EUROPA. GUERRAS. NACIONAL, 11/17/91, 1, 2, I, INTERNACIONAL CONFLICTOS					

TECLEE A/T/R -AVANZAR, TERMINAR, RECOMENZAR-

CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINF

IMPRESIÓN DEL REPORTE

ASEGÚRESE QUE LA IMPRESORA ESTÉ CONECTADA, EN LÍNEA Y CON PAPEL  
PULSE CUALQUIER TECLA PARA COMENZAR

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA UNAM  
CONSULTA AL BANCO DE INFORMACIÓN SINF

DESEA OTRO REPORTE DE SU BÚSQUEDA ? -TECLEE S/N- n

EL COSTO DE SU CONSULTA FUE DE 100 000 PESOS

\* \* \* \* \*

AGRADECEMOS SU INTERÉS

Pulse Cualquier Tecla Para Continuar

de la prensa de Yucatán...  
El curso...  
La reprografía de este material no implica la transmisión...  
o el disfrute del derecho autoral de la obra...

