

# 1. INFORMACIÓN GENERAL\*

## *Identificación y Procedencia de la Fuente*

**1.2. PIEZA INFORMATIVA (PI):** Debido a las múltiples unidades discursivas (artículos, publicidad, imágenes, avisos) que se pueden analizar con el SATPI, el nombre genérico que ellas recibirán será *Pieza Informativa (PI)*. Con este concepto se busca hacer una categoría unificadora, en la medida en que por ella se entienden el texto escrito y el icónico, así como los diferentes géneros periodísticos o literarios en los que pueda presentarse.

Cada pieza informativa está compuesta de varias unidades, texto escrito e imágenes, además de la identificación y procedencia de la fuente y la sintaxis de la puesta en página o diagramación.

Los elementos de identificación para la Pieza Informativa (PI), son:

**1.2.1. Fecha de la PI (día, mes, año):** registra el día, el mes y el año en que apareció la pieza informativa en el periódico. Este dato permite dar cuenta de las transformaciones históricas del medio, con el se reconstruirá la imagen periodística sincrónica (al día) y diacrónicamente (a través del tiempo). Esta categoría más la de nombre del periódico y título de la pieza informativa serán información de primera mano en el cruce con otras unidades y categorías.



Página/12  
Buenos Aires, Argentina

\* El proyecto SATPI surge en 2003 por iniciativa de la línea de investigación “Tratamiento Periodístico de la Información”, del grupo *Comunicación, Periodismo y Sociedad*, de la Universidad de Antioquia - Medellín - Colombia. Actualmente hacen parte del proyecto el Historiador Eduardo Domínguez Gómez (Investigador Principal), la Comunicadora Ana María López Carmona, el Historiador Luis Carlos Toro Tamayo y las estudiantes de pregrado en Historia y Comunicación Social María Carolina Cubillos V. y Viviana María Garcés Hernández. (Co - Investigadores). La fuente de financiación del proyecto proviene de fondos de la Universidad de Antioquia, destinados por la Vicerrectoría de Investigaciones.



*El País*. Santiago de Cali, Colombia

**1.2.2. Día de la semana:** Dato que permite reconocer la *agenda setting* de un periódico en relación con los miles de acontecimientos diarios que ocurren en sociedad, desde cualquiera de los ámbitos territoriales de que se ocupa el impreso<sup>1</sup>.

Este dato, pues, al ser cruzado con otros de la unidad dos *Puesta en página: Morfograma y Diagramación*, permite relacionar la agenda ciudadana con la agenda setting (tanto la selección de asuntos como su jerarquía), y una posible influencia de esta agenda setting en la toma de decisiones por parte de las personas en calidad de ciudadanos. Por ejemplo, los domingos influyen en la elección de deportes y recreación, así como los sábados en tratamientos de temas de belleza, estética y salud física, cocina y compras; desde el viernes y hasta el domingo la referencia a la audiencia se focaliza, por lo menos en cuanto a anuncios, en la agenda cultural y lúdica.

---

<sup>1</sup> Reciente investigación hecha en la Universidad de Manizales en busca de un *Análisis de los procesos de mediación estructural en un periódico local: La Patria, de Manizales*, muestra como este medio modifica su morfograma, y, en consecuencia, su diagramación según el día de la semana: “En el cuadernillo B se encuentra *Deportes*; esta sección suele ocupar entre dos y cuatro páginas, pues generalmente se diagrama en conjunto las páginas enfrentadas, noticias locales en la sección *Metropolitana* entre semana y los fines de semana *En Domingo*. Este cuadernillo mantiene una estructura regular entre semana y es reorganizada completamente con la aparición de columnas exclusivas en la sección del domingo y algunas que salen de manera intermitente, como *variedades*. (CASTELLÓN OBREGÓN. Juan Manuel y VELÁSQUEZ GARCÍA,

**1.2.3. Materia (tema):** Identifica el contenido general de la pieza informativa analizada. No obstante, los intentos de representar el contenido de la información periodística constituye grandes esfuerzos y sigue siendo una de las tareas fundamentales y que más tiempo requiere en los centros de documentación periodística (MOREIRO, 2000:74). Siguiendo el sistema universal Dewey para bibliotecas se contemplan diez materias principales: *Generalidades, Filosofía y psicología, Religión, Ciencias sociales, Lenguas, Ciencias naturales y matemáticas, Tecnología (Ciencias aplicadas), Las bellas artes y artes decorativas, Literatura y retórica, Geografía e historia.*<sup>2</sup> Cada una se divide en diez submaterias.

**1.2.4. Submateria:** Es una especificidad de la categoría materia que sigue el parámetro del Sistema de Clasificación Decimal Dewey. El objetivo es acercarse en lo posible al tópico de las piezas informativas, de la investigación en general, y de la imagen periodística. De esta manera se espera, también, lograr una mejor clasificación para facilitar la búsqueda del usuario general.

Ambos datos contribuyen al reconocimiento de la orientación epistémica del autor y a la ubicación de sus intereses en el orden del conocimiento. Ejemplo:

000	Generalidades
010	Bibliografía
020	Bibliotecología y ciencias de la información
030	Obras enciclopédicas generales
040	
050	Publicaciones seriadas generales
060	Organizaciones generales y museología
070	Medios noticiosos, periodismo, publicación
080	Colecciones generales
090	Manuscritos y libros raros

---

Beatriz. (p. 75) Análisis de los procesos de mediación estructural en un periódico local: La Patria, de Manizales. *En*: Escribanía, núm. 13. Universidad de Manizales, julio-diciembre de 2004. pp. 65-889)

<sup>2</sup> Ver: Sistema de Clasificación Decimal Dewey (2000). Bogotá, Rojas Eberhard Editores Ltda.

**1.2.5. Titulaje (Antetítulo, Título, Subtítulo):** Según Helena Calsamiglia y Amparo Tusón, en la organización textual y discursiva existen configuraciones propias del texto escrito que proporcionan a los lectores la orientación necesaria para interpretar los contenidos. Entre estas formas se encuentran la *Segmentación*, la *Puntuación* y la *Titulación*.

Los títulos (titulaje: antetítulo, subtítulo e intertítulo) tienen características tipográficas que los diferencian de otros textos y se ocupan de adelantar el contenido y de atraer la atención del lector (CALSAMIGLIA y TUSÓN 2002:97). Los investigadores húngaros Radics Vilmos y Ritter Aladár consideran que la importancia de la noticia está ponderada, entre otras, por el ancho del titular.

Ellos son, pues, la carta de presentación o menú de todo periódico; por tanto los más relevantes se ubican en la portada, lugar privilegiado por el que compete la información.

Por el año de 1966, Kayser subrayaba que los títulos ocupan una de la más alta importancia en la fisonomía de los periódicos y por tanto uno de los aspectos que más cuenta en la venta de este como producto o vehículo publicitario; cuarenta años después las circunstancias no han cambiado.

Si bien los titulares son un primer acercamiento al texto, y, desde el ideal de la neutralidad, deben responder a por lo menos tres de las preguntas *W* (*what, who, how, when and where*) de Lasswell (qué, quién, cómo, cuándo y donde)<sup>3</sup>, son a veces, también para Kayser, una apertura a consideraciones que no aborda el texto<sup>4</sup>. Ello puede darse cuando los periodistas se alejan de la forma escueta clásica, hacia la narrativa interpretativa y/o la opinión. Como el caso descrito por el periodista Echeverri<sup>5</sup>, el *¡Ya!*, usado por un diario

---

<sup>3</sup> Harold D. Lasswell citado por ECHEVERRY S., Darío, *Hacia una propuesta de clasificación de los titulares de prensa en Colombia*, *En: Folios*, revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, número 7, enero de 2005. p. 37

<sup>4</sup> En la investigación del Proyecto Antonio Nariño sobre *La Calidad informativa y cubrimiento del Conflicto* “se observa que el texto tiene una relación estrecha con el titular y amplía lo que éste dice: así ocurre en el 95% de los casos. Por su parte, en el 91% de los casos la información visual es coherente y aporta información de complemento a lo que dice el texto escrito”. (REY: 2004, 16-17).

<sup>5</sup> ECHEVERRRI, Darío. *Ibid.* p. 36

mexicano para informar la muerte del gobernante soviético José Stalin, en 1952<sup>6</sup>.

Ejemplo: En cuanto al aspecto fisonómico del titular (antetítulo, título, subtítulo y entradilla) la edición número 530 correspondiente a marzo de 2005, el periódico Alma Máter de la Universidad de Antioquia, de Medellín, Colombia, se constituye en un ejemplo importante en la medida en que ocupa el 40% de la primera de las dos páginas dedicadas a la información (p. 12-13) y las dos columnas en las que están diagramadas. Además en él se combinan las fuentes tipográficas en diferentes tamaños, en minúsculas y mayúsculas iniciales y sostenidas, y regulares y en negrita.

CIENCIA Y TECNOLOGÍA

De acuerdo con el nuevo escalafón nacional elaborado por COLCIENCIAS

La Universidad de Antioquia,  
primera en el país en Grupos de Investigación  
de **EXCELENCIA**

Entre los 230 grupos clasificados en la máxima categoría,  
el Departamento de Antioquia ubicó 72,  
es decir, el 31.3% del total nacional.

Sobre la base de la documentación entregada por los Grupos de Investigación que fueron reconocidos en los años 2003 y 2004, Colciencias analizó de día a día un nuevo escalafón nacional, en el que se establecieron las siguientes tres categorías de acuerdo con el grado de desarrollo científico:

—Categoría "A": "E" de Excelencia, en la que quedaron ubicados los 230 Grupos de mayor desarrollo.

—Categoría "B", con 273.

—Categoría "C", con 465.

La Universidad de Antioquia es la institución colombiana con el mayor número de Grupos de Investigación clasificados en la máxima categoría, puesto que de los 230 clasificados en "A", 45 (el 19.5%) pertenecen al Alma Máter de los antioqueños.

siguen, en orden decreciente, la Universidad Nacional de Colombia con

33, la Universidad de los Andes con 22, la Universidad del Valle con 15 y la Universidad Javeriana con 13. (Ver cuadros 1 y 2).

Con relación a las cifras de la Universidad de Antioquia, por primera vez 7 grupos del Área de Ciencias Sociales y Humanas alcanzan la máxima distinción, en tanto que la Facultad de Medicina es la líder con 12 grupos "A".

Asimismo, 8 dependencias académicas, también por primera vez, ostentan el mérito de la excelencia en el nuevo escalafón. Ellas son: Facultad de Ciencias Agrarias, Facultad Nacional de Salud Pública, Facultad de Odontología, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Facultad de Comunicaciones, Escuela de Nutrición y Dietética, Instituto de Estudios Políticos e Instituto de Estudios Regionales.

En la categoría "B", 29 grupos pertenecen a la Universidad de Antioquia (Ver cuadro 3), y en la categoría "C" 25 (Ver cuadro 4).

Cuadro 1

**Instituciones colombianas con el mayor número de Grupos clasificados por Colciencias en máxima categoría ("A")**

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	TOTAL DE GRUPOS
Universidad de Antioquia	45
Universidad Nacional (Bogotá y demás sedes)	33
Universidad de los Andes	22
Universidad del Valle	15
Pontificia Universidad Javeriana	13
Universidad Industrial de Santander (UIS)	8
Universidad Pontificia Bolivariana	6
Universidad Distrital	6
Universidad del Norte	6
Universidad del Cauca	5
Universidad Autónoma de Occidente	5

Cuadro 2

**Instituciones antioqueñas con grupos clasificados por Colciencias en la máxima categoría ("A")**

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	TOTAL DE GRUPOS
Universidad de Antioquia	45
Universidad Nacional de Colombia (Sede Medellín)	10
Universidad Pontificia Bolivariana	6
Corporación para las Investigaciones Biológicas, CIB	4
Instituto de Ciencias de la Salud, CES	2
Escuela Nacional Sindical	1
Instituto Colombiano de Medicina Tropical Antonio Roldán Betancur	1
Instituto de Capacitación e Investigación del Plástico y del Caucho	1
Universidad de San Buenaventura	1
Universidad EAFIT	1

12 ALMAMATER UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA • No. 530 • Medellín, marzo de 2005

*Alma Máter*. No. 12, Marzo de 2005. Universidad de Antioquia, Medellín.

<sup>6</sup> Ibid, p. 37

**1.2.6. Procedencia:** Esta categoría se pregunta por el origen y autoría de la información. Se refiere a la(s) persona(s) o entidad(es) que firma(n) la información suministrada por la PI.

En el reconocimiento de la procedencia puede entenderse el grado de legitimidad y de ponderación alcanzado por el escrito:

(...) la autoría de la pieza informativa aclara la ponderación del escrito, procedencia de la información. No recibe igual el lector un artículo sin firma o de autor desconocido que uno acuñado por personalidades reconocidas o por la casa periodística. La fama es un símbolo de legitimidad que da confianza porque se lee cree experta. Las afirmaciones respaldadas por hombres públicos tienden a convertirse en Ideas – Fuerza que lideran reafirmaciones o cambios en la opinión de los usuarios y se les debate con más cautela que a los anónimos y a los desconocidos. Al autor desconocido —no necesariamente inexperto— se le recibe como a un usuario más que se atrevió á escribir, sus juicios han de ser probados para otorgarles credibilidad.<sup>7</sup>

Para el SATPI la procedencia se divide en:

**1.2.6.1. Firmada (periodista o colaborador):** Cuando la información va firmada con el nombre propio de (los) periodista(s) o colaborador(es). Tiene la posibilidad de respaldar la información suministrada; saber del autor y/o la procedencia permite también asimilar tendencias del texto.



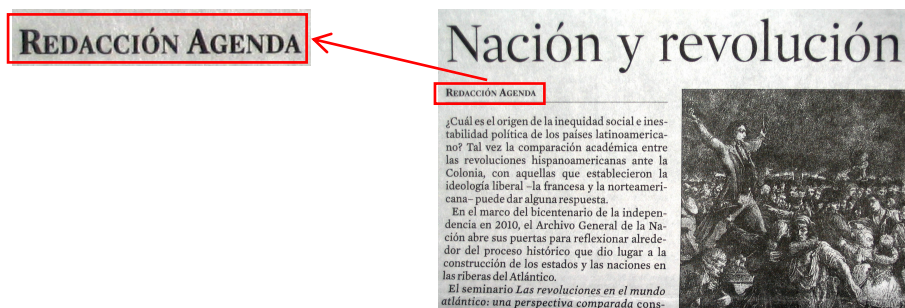
*La República.*

Bogotá, 28 de octubre de 2004, portada

<sup>7</sup> El afamado comentarista deportivo Julio Arrastía B. inundó la conciencia de los radio – escuchas con el lema: “La experiencia no se improvisa, viejo!” que pide respeto para los consagrados y se burla de los nuevos. Frase que desde lo científico se encuentra admisible como guía de procesos, pero en la exageración ideológica lleva al miedo por lo nuevo (misonéismo), tal como se ha visto en las críticas a la composición generacional del gabinete y asesores del Presidente César Gaviria. El concepto de *Ideas – Fuerza* puede estudiarse en Michael Vovelle, *Ideologías y Mentalidades*, Ed. Ariel, Barcelona, 1985. (DOMÍNGUEZ GÓMEZ, Eduardo, 1993:31).

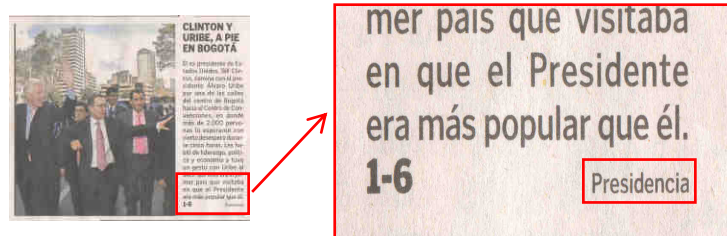
**1.2.6.2. Agencia:** Cuando la pieza informativa proviene de una agencia noticiosa. Ejemplo: agencia EFE, AP, Colprensa, entre otros. Con frecuencia las empresas de prensa recurren a la información internacional suministrada por agencias, pero, incluso la información noticiosa producto de sucesos ocurridos en la misma ciudad, municipio o cantón del medio suelen ser comprados a las agencias. El Proyecto Antonio Nariño arrojó como resultado sorprendente que en muchos de los diarios analizados las piezas informativas referidas al confincito colombiano procedían de agencias de prensa (nacional y/o internacional). Del total de diarios El Universal, de Barranquilla, ocupó el primero con el 82% del total de informaciones, mientras El Tiempo, en último lugar, sólo requirió este recurso con un 1%.

**1.2.6.3. Otras fuentes:** Cuando la información es referenciada por el nombre de una unidad, sección o medio. La responsabilidad, credibilidad y tendencia es atribuible a un equipo de trabajo y, en caso de tenerlo, al editor de la unidad, la sección o el medio. También las entidades o personas que se responsabilizan de la autoría.



*El Espectador*. Bogotá, semana del 24 al 30 de oct. de 2004, p. 3F

O, por ejemplo, cuando es una *firma corporativa* (organización se responsabiliza de la autoría). Ejemplo:



*El Tiempo*. Bogotá, Colombia. 23 de junio de 2005. Portada

**1.2.6.4. Anónimo:** Cuando la información no aparece firmada ni atribuida a algún autor, agencia u otros, por tanto, el lector no sabe quién o quiénes son los responsables de su autoría. En muchas ocasiones restan legitimidad al texto, y la tendencia de sus informaciones son atribuidas, en su totalidad, a la casa editorial.

Conocer la procedencia de una información trae diferentes beneficios según teóricos del periodismo y la argumentación. Una investigación reciente sobre el cubrimiento a las campañas presidenciales para el periodo 2002-2006 en Colombia demostró que el 70% de las informaciones presentadas no especificaron su autoría o procedencia. Tratando de explicar esta conducta periodística, el investigador se remite al teórico de la comunicación política Gleich Uli. Según Uli las notas anónimas son estrategia de las campañas para colmar la agenda informativa de los medios de manera gratuita y posicionar así una imagen positiva del político, de manera que esas noticias adquieren más credibilidad en contraste con la desgastada estrategia electoral (HINCAPIÉ y DOMÍNGUEZ, 2005: 58).

De manera similar el Proyecto Antonio Nariño mostró que el 55% de las informaciones en toda la muestra de periódicos aparecen sin firma establecida, sin embargo dicen, cabría preguntarse si esto se debe a decisiones del medio para proteger la identidad de los periodistas, “a políticas informativas de los periódicos o a rutinas propias del trabajo periodístico, en las que a veces se firma y a veces no”. “Así mismo es significativo el porcentaje de informaciones por las agencias de noticias (31%) (...)”. (REY, 2004: 15-16)




Para contrarrestar esta estrategia de anonimato existe la figura del *Garante*, por medio de la cual los teóricos de la argumentación se refieren al principio cuya validez se presume aceptada por parte de los miembros de una sociedad. El *Garante* se establece entre el punto de vista y la fundamentación de un argumento, en este caso el titular y su autor. Puede aparecer de forma implícita o explícita, sin embargo, en la mayoría de argumentos no se expresa porque resulta demasiado obvio. El *Garante* está basado en leyes, normas y convenciones socioculturales. El *Garante*, según Oswald Ducrot (1988), reúne tres características: *se utiliza como si fuese compartido por los interlocutores, se basa en algún principio general y es de carácter gradual* (DÍAZ, 2002:78). Existen diferentes tipos de garantes basados en el *ethos* o credibilidad de la fuente, en los efectos y emociones del destinatario (*pathos*) y en hechos o situaciones dados.

**1.2.7. Fuente:** Documento, obra, materiales, confidencias o declaraciones que sirven de información básica o contextual al autor de la pieza informativa. El autor ingresa el número de fuentes. Hay de dos tipos las Documentales y las Orales. A su vez, cada una de ellas se divide en Oficiales y No Oficiales. Aquí el investigador ingresa el total de fuentes utilizadas en la PI de manera directa en la que se nombra a quien da el testimonio. Esta es una categoría que le permite al usuario del *SATPI* reconocer la diversidad practicada por el periódico frente a la información suministrada.

**1.2.7.1. Documentales u orales:** El investigador ingresa el total de fuentes utilizadas (orales o escritas como cartas, archivos, etc.) en la PI. Los testimonios de la fuente deben ser directos, deben llevar el nombre completo de quien los proporciona y la referencia o implicación en el hecho (cargo público, profesión, dedicación formal e informal, etc.).

Ejemplo de fuente oral: “Mientras construyen...”, dice Yudi Patricia.

ecido más difícil de su  
pleo, es tener que cru-  
ría. “Los cuatro carrin-  
ntradas y salidas que  
la uno y el montón de  
e pasan, hacen que sea  
il cruzar. Aquí se de-  
unque uno tenga que  
adra.

“Mientras construyen un puente tocará hacer lo mismo  
de siempre, cerrar los ojos y apretar los dientes para que  
los chirridos de llantas sean solo eso, chirridos de llantas,  
y no otro muerto”, dice Yudi Patricia quien se queda mi-  
rando al otro lado de la Avenida, por donde viene Sandra  
Martínez con la bandeja de madera sobre la cabeza para  
cubrirse del sol del medio día, y quien tendrá que enfren-  
tarse de nuevo con el mismo tren de vehículos, para seguir  
cumpliendo con su trabajo. 

Fuente  
documental

LUGARES DE MAYOR ACCIDENTALIDAD CON PEATONES LESIONADOS Y MUERTOS AÑO 2000			
LUGAR	PEATONES HERIDOS	PEATONES MUERTOS	TOTAL
Corregimiento y carretera a San Antonio de Prado	86	1	87
Corregimientos San Cristóbal, Palmitas y carretera al mar	55	3	58
Ayacucho con Avenida Oriental C49xK46	50	1	51
La Playa con Avenida Oriental C52xK46	40	2	42
Bombona con Avenida Oriental C47xK46	35	1	36
La Paz con Avenida del Ferrocarril C57xK57	35	1	36
Colombia con Avenida Oriental C50xK46	33	0	33
Avenida Amador con Avenida Oriental C45xK46	30	0	30
Caracas con Carabobo C54xK52	27	2	29
Pichincha con Avenida Oriental C48xK46	27	2	29
Maracaibo con Carabobo C53xK52	24	1	25
San Juan con Avenida del Ferrocarril C44xK57	24	0	24
Maturín con Avenida del Ferrocarril C46xK57	19	2	21
Maracaibo con Bolívar CC53xK51	20	0	20
Calle 80 con carrera 65 (cementerio Universal)	18	1	19
Maturín con Avenida Oriental C46xK46	17	2	19
Los Huesos con Avenida del Ferrocarril C41xK55	15	3	18
Avenida Medellín con Avenida Guayabal C25xK52	17	1	18
Caracas con Avenida Oriental C54xK46	17	1	18
San Juan con Palacé C44xK50	18	0	18
Cifras aportadas por la Secretaría de Tránsito y Transporte de Medellín			

Andrés Ángel Gómez, “Bajo las ruedas”, *De La Urbe*. Año 5 No. 19, Junio de 2003. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín.

**1.2.7.2. Oficiales y no oficiales:** se pregunta por la diversidad de posiciones de los testigos frente al hecho. Esto se alcanza mediante el registro en la casilla *oficial* del número de fuentes, o el número de personas que cumplieron el papel de informantes, testigos, analistas

o declarantes vinculados o ligados formal o informalmente con el personaje, grupo, u organización de donde se origina el hecho noticioso. Aquellas informaciones orales o documentales suministradas por persona contrario o desvinculado al (los) implicados en el hecho, se ubica en el campo *no oficial*.

Ejemplo (continuando con el mismo de F. Documentales y Orales):

*“Bajo las ruedas”*

Andrés Ángel Gómez.

“¡Oiga, hay mucha gente que me debe creer muerta!”, recuerda Yudi Patricia Vargas.

Hace siete años, ella trabajaba con su mamá vendiendo dulces y cigarrillos en la esquina de la Avenida de Ferrocarril con los Huesos, carrera 55 con calle 41. Desde allí ha presenciado varios accidentes con peatones. “El último que me tocó ver fue...

“Esta es la única conexión autorizada en este momento por Planeación, porque si se estudia el resto de los puentes peatonales de la ciudad, en un 95 por ciento no los está utilizando la gente”, explica Luis Alberto Muñoz Castrillón, subdirector de Planeación Municipal, y agrega que “esta nueva administración está tratando que la ciudad sea más amable con el peatón, para lo cual se están estudiando otras alternativas diferentes de los puentes peatonales”.

(De La Urbe. Año 5 No. 19 Junio de 2003. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín).