

# FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

## ESTADOS DEL ARTE\*

### Unidad Uno

### INFORMACIÓN GENERAL: IDENTIFICACIÓN Y PROCEDENCIA DE LA FUENTE

Los estudios contemporáneos sobre análisis de prensa encuentran un buen antecedente en el Instituto Francés de Prensa, donde la preocupación por las ciencias sociales ha llevado desde principios del siglo XX, a desarrollar métodos para cuantificar las noticias publicadas en diferentes periódicos y revistas.

En el caso de América Latina, los estudios sobre medios de comunicación se hicieron conocer en la década del treinta del siglo XX, cuando se introdujeron los métodos parciales experimentados por las grandes escuelas científicas de Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Alemania y la entonces Unión Soviética, y se fundó el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina –CIESPAL– en la Universidad de Quito, centro dependiente de la UNESCO y especializado en la promoción de la investigación para una mejor práctica del periodismo. Gracias a estos avances, actualmente diferentes instituciones desarrollan diversos proyectos y observatorios de medios, que se constituyen en propuestas metodológicas para el estudio de la prensa centradas en el análisis de contenido y del discurso.<sup>1</sup>

---

\* 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.

<sup>1</sup> El análisis de contenido se inició bajo la forma de análisis cuantitativo de periódicos. No obstante, evolucionó hacia un estudio del mensaje con base en la definición de los niveles sintáctico, semántico y pragmático, diferenciándose de otras técnicas de análisis textual donde se hacía más énfasis en el desarrollo de metodologías cualitativas como en los análisis del discurso, (HINCAPIÉ, 2004: 26-27). Berelson define el análisis del discurso así: “Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones”, nos encontramos en presencia de un recurso cuya función

La primera unidad metodológica llamada *Información General: Identificación y Procedencia de la Fuente*, tiene como fin principal realizar una reseña bibliográfica donde se agrupen todos aquellos datos que permiten explicar y conocer la autoría intelectual de noticias, opiniones, datos o avisos; las relaciones de tiempo y espacio; el sentido contextual de los acontecimientos y las posiciones reflejadas por la casa o los autores de las PI.<sup>2</sup>

Es importante anotar que el diseño de esta unidad surge de los datos obligados para cualquier reseña bibliográfica de artículos periodísticos. Según Antonio Hernández Pérez y Mercedes Caridad Sebastián (MOREIRO, 2000:39,40), la documentación periodística permite a los usuarios la recuperación posterior de textos y referencias ya publicados, de información de actualidad o no, para su posible utilización con fines *Comprobatorios-Verificativos, Preparatorios, Completivos* u *Orientadores* o *Ideológico*.<sup>3</sup>

Del mismo modo, el historiador Eduardo Domínguez Gómez sostiene que conocer el periódico es conocer el público, sus intereses temáticos y orientación política, es indispensable para la fidelidad de sus lectores:

Conocer la filiación de un periódico, su carácter, su orientación política, su director y sus colaboradores habituales, trae sosiego al usuario, lo calman, así como lo tensionan periódicos no depositarios de sus afectos. (...) Se trata de una "Servidumbre voluntaria" a la que llega el lector cuando su opinión ha sido cautivada, seducida, ganada, en este contacto permanente del periódico con su mente y su corazón.<sup>4</sup> La presencia del destinatario en el destinatario es el resultado de una transacción que no termina, donde la confianza no se absolutiza, ni el recelo acaba. (DOMÍNGUEZ GÓMEZ, 1993:30,31).

---

es cuantificar ciertos elementos que aparecen en un texto y reconocer la preponderancia de unos y otros según la frecuencia de aparición". (PRIETO CASTILLO, 1988: 194)

<sup>2</sup> Las unidades de análisis que seleccionemos en una página de periódico para una investigación, las denominamos genéricamente como PIEZAS INFORMATIVAS (PI).

<sup>3</sup> Los autores citan constantemente a Galdón López (1986), para explicar cada uno de los fines. Así, el fin *Comprobatorios-Verificativos* tiene que ver con la necesidad periodística de conocer con mayor profundidad los temas o las personas sobre las que va a escribir. El fin *Completativo* trata de ofrecer al periodista los datos necesarios para explicar las causas y consecuencias, relaciones de tiempo y espacio y el significado profundo de los acontecimientos. Finalmente, el fin *Orientadores* o *Ideológico* se relaciona con la actividad editorial de la empresa periodística. El centro de documentación debe ser capaz de proporcionar a los editoriales y redactores, hechos, datos u opiniones que refrendan las ideas o posiciones que pretende reflejar los editoriales o artículos. Hernández Pérez, Antonio y Mercedes Caridad Sebastián (2000). "Documentación escrita en los centros de documentación de los medios de comunicación", en: MOREIRO, José Antonio (2000). *Manual de Documentación Informativa*. Madrid, Ediciones Cátedra, pág.: 39,40).

<sup>4</sup> Ver: WOLF, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós (Primera parte: Evolución...).

Otros que han trabajado en el esquema de análisis descriptivo de prensa y se ubican en este primer paso de indagación son Josep María Casaus en 1974, con su obra *Biografía Técnica del Medio* y Eliseo Verón (1974).<sup>5</sup>

En la *Biografía Técnica del Medio*, Josep María Casaus retoma los elementos propuestos por Kayser, como el nombre del periódico, las indicaciones que acompañan al nombre, la sede de sus oficinas, la redacción, la administración, los talleres, la periodicidad y el momento de su aparición (mañana, tarde), la zona principal de difusión; tirada y precio, el formato y las características de impresión y confección; número habitual de páginas, número de columnas por página, etc., la estructura jurídica y financiera, las condiciones de fabricación y distribución, la organización de la redacción y la línea y la acción política.

Finalmente, en Medellín se desarrolló un trabajo de importantes resultados históricos y archivísticos. La obra de Jesús María Álvarez Gaviria y María Teresa Uribe de Hincapié, (2002). Allí aparece formulado un modelo de indización que tiene en cuenta las siguientes categorías: nombre, página, lugar, período, frecuencia, carácter y línea política. Además de las categorías antes mencionadas, los autores definen una serie de convenciones que ayudan a ubicar o comprobar la existencia de los periódicos en la Sala de Prensa de la Universidad. También, nos proporcionan un breve contexto histórico de los periódicos y nos dan detalles sobre los impresos registrados, como: la temática de fondo, los periódicos con los que polemiza, los colaboradores, las interrupciones, cambios de nombre, cambios de periodicidad, cambios de propietario, entre otros.

## Unidad Dos

### PUESTA EN PÁGINA: MORFOGRAMA Y DIAGRAMACIÓN

La segunda unidad conocida con el nombre de *Puesta en página: Morfograma y Diagramación*, está centrada en el estudio de la presentación física y visual del periódico, es decir, la forma como se muestran y se distribuyen las piezas informativas en cada página

---

<sup>5</sup> Para más detalles ver: Cfr. CASASUS, José (1974). *Ideología y Análisis de M.C.S. España*, Dopesa.

y de todos esos “factores externos” que le confieren a la información un valor agregado; un hilo conductor que permite al investigador visualizar ese juego compositivo jerarquizado de imágenes, textos, formas y espacios dispuestos en cada página de acuerdo con los puntos de vista de la casa periodística.

Una de las variantes o pautas para el análisis de información de prensa, es el estudio de la morfología del periódico a través del “análisis hemerográfico”, que adquiere una dimensión importante como pauta para el reconocimiento inicial de la fuente impresa, en la medida en que el investigador realiza un examen, estudio y descripción sistemática de su estructura, para elaborar conclusiones generales relacionadas con su evolución en un ámbito geográfico y humano.

Como pionero en el uso de esta técnica se puede señalar al francés Jacques Kayser, quien ideó un sistema de investigación primaria denominado *Prensa comparada*, el cual se constituyó en un gran esfuerzo sistemático de análisis de prensa al proponer no sólo un tratamiento de la *especialidad* del medio basado en las técnicas de la Confección y de la Compaginación en los diarios, sino también un *diagnóstico de eficacia del medio* o del mensaje mediante la valoración de su presentación.<sup>6</sup>

La propuesta metodológica de Kayser establece un modelo que utiliza coeficientes valorativos para llegar a un análisis descriptivo del periódico. Este conocimiento técnico parte del planteamiento según el cual, se concibe al periódico como una unidad conformada por los factores exteriores al contenido (la ubicación, los caracteres de los títulos y su presentación), elementos que le confieren su verdadero significado al atraer, desviar, acrecentar, disminuir y neutralizar la atención del usuario durante la lectura. De esta manera, su análisis estructuralista comprende tres etapas que permiten determinar las tasas de valorización y a su vez facilitan las comparaciones entre diferentes periódicos:

1. *Registro de Identificación del periódico y expediente de identidad*: El primero permite fijar su identidad y características (nombre, lugar de residencia de la redacción, indicaciones que acompañan el nombre, periodicidad, momento de aparición, zona

---

<sup>6</sup> Este sistema es conocido también como Hemerografía registral. Véase: Joseph María Casaus, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona, Editorial Mitre, 1985, p. 38

principal de difusión, tiraje, fecha del primer y último número, precio, características excepcionales del periódico, formato, número de páginas y columnas, impresor, número de ediciones, lugares donde existan colecciones del periódico). El segundo estudia la “vida del periódico” en cuanto a la estructura jurídica y financiera, condiciones de impresión y distribución, organización de redacción, línea de acción política.

2. *Morfología del periódico:* Este análisis se basa en la descomposición morfológica de los diferentes elementos que dan la estructura del diario. Básicamente, comprende dos fases esenciales. En la primera se trata de estimar la división del diario en páginas y columnas, y de constatar las distintas condiciones técnicas de impresión, sus calidades y el valor objetivo de cada página. En un segundo momento, se aborda el estudio de la superficie impresa que se encuentra dividida en superficie redaccional (textos, títulos e ilustraciones) y la superficie publicitaria y administrativa (formada por la suma de aquellos elementos que no son propiamente periodísticos).<sup>7</sup>

3. *Valorización:* En el estudio de valorización propuesto por Kayser, se realiza una evaluación completa de los contenidos para determinar el éxito o grado de impacto de un medio, sin limitarse a la valoración de sus elementos físicos. Así, la valorización de un texto se tienen en cuenta tres conceptos:<sup>8</sup>

- *El Emplazamiento:* Consiste en estudiar la página donde aparece la unidad redaccional que se está analizando. Se observa la superficie ocupada por el artículo (cms./col.). Dentro de éste se considera la compaginación y el lugar que ocupa en la superficie o la jerarquía del artículo en página. Esta última está determinada a su vez por el tipo de periódico, el autor del artículo y la importancia de la información.
- *El Titulado:* Se tienen en cuenta su importancia real, su importancia relativa y contenido. En la importancia real se incluyen las dimensiones y tipos empleados en columnas, altura, superficie y dimensión de los tipos o clase de ellos; la importancia relativa se refiere a la relación del título con el resto de títulos que configuran la

---

<sup>7</sup> Casasus señala que la superficie redaccional hace referencia a la parte de la página encargada a la redacción; la superficie administrativa es aquella que ha sido cubierta por elementos de la empresa editora aparentemente ajenos a la tarea periodística; y la superficie publicitaria es aquella que ha sido cubierta mediante la venta de espacios a personas ajenas a la casa editorial. Véase: Joseph María Casasus, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, p. 78

<sup>8</sup> Kayser, Jacques. *El periódico: estudios de morfología, metodología y de prensa comparada*. Quito, CIESPAL, 1961, 109p.

página, y el contenido donde se evalúa la posición ideológica presente en los titulares (sensacionalista, orientador, explicativo, indicativos), y la influencia que ejercen los elementos paralingüísticos (comillas, subrayado, distintos tipos y tamaños de letra, color, recuadros. etc.) en su valoración.

- *La Presentación:* Se refiere a tres elementos que pueden incidir en la presentación de un artículo: las ilustraciones, donde se señala la función de los elementos físicos y cualitativos, y la importancia de su contenido; la tipografía, en la cual se observa el cuerpo de un artículo y su relación con otros publicados en la misma página, y la estructura, que agrupa elementos como el acompañamiento, la fragmentación, la composición, el origen, la fuente y la longitud.

Una aplicación sistemática de su método se puede encontrar en el libro *El Diario Francés*<sup>9</sup>, donde Kayser realiza un estudio sobre diferentes diarios franceses intentando responder a tres preguntas fundamentales: ¿Cuáles son los datos indispensables para realizar la “ficha de identidad” de un diario?, ¿qué principios es posible establecer para intentar clasificar las “unidades de redacción”, es decir, los elementos que entran en la composición de un número?, ¿qué precauciones hace falta tomar para estudiar el “contenido” de un diario, para apreciar los procedimientos empleados en su presentación y para establecer entre dos diarios una comparación válida?

Así como un primer paso elabora un registro de identificación que consiste en una ficha característica con quince puntos claves: nombre, indicación que acompaña el nombre, lugar de residencia, lugar de la redacción, periodicidad, momento del día de su aparición, fecha del primer número, zona principal de difusión, tirada, precio, formato, número habitual de páginas, nombre y dirección del impresor, número de ediciones, características excepcionales de la vida del diario, lugar de conservación, ficheros o dossiers. Además, forma un “expediente de identidad”, donde se contempla la estructura jurídica y financiera, las condiciones de fabricación, condiciones de distribución, organización de la redacción y línea y acción políticas.

---

<sup>9</sup> Kayser, Jacques, *El Diario Francés*, Barcelona, A.T.E, 1974

En una segunda fase de la investigación, Kayser abordó el estudio desde algunas variables que le permitieron evaluar la superficie impresa y los elementos de la estructura del periódico (publicidad, titulares, grabados, los textos). Pero más allá de un análisis estructuralista, su propuesta adquiere un gran significado en la medida en que introduce una valoración a partir de la comparación. Su importancia queda enunciada en el siguiente párrafo:

Es recomendable proceder a estudios comparativos. Los resultados obtenidos por los estudios de morfología de un diario no toman todo su relieve y toda su significación si no son comparados a resultados obtenidos por estudios dedicados a otros diarios, o sobre el mismo diario en otros períodos. Estos trabajos son el complemento indispensable de los estudios morfológicos de prensa: los aclaran, les dan vida y les confieren un significado (KAYSER, 1974: 150)

Por su parte, Violette Morin en el libro *Tratamiento periodístico de la información* (1974), propone una metodología para el análisis de prensa basada en la lingüística estructural y en otros campos del saber humano, unificando así la propuesta morfológica de Kayser, Berelson y de todos los investigadores encaminados hacia el análisis de discurso.

En el análisis estructuralista propuesto por Morin, se aíslan aquellos elementos que contribuyen a la semantización del mensaje y que hacen parte del contenido ideológico del medio. A partir de un hecho concreto como fue la visita del jefe de estado de la Ex – Unión Soviética, Nikita Kroushev, a Francia entre marzo y abril de 1960, se realiza un estudio de 8.532 unidades de información extractadas de 16 periódicos franceses, clasificadas en un sistema general de seis temas y 69 categorías. De esta forma, las unidades de información están caracterizadas por un índice de frecuencia, un índice de politización absoluta y relativa, un índice de orientación absoluta y relativa, y un índice de compromiso.

El estudio de las cantidades y frecuencias de aparición en las unidades de información, se hace teniendo en cuenta tres tendencias características y que recrean “el mundorama de la prensa”: la *exhaustividad*, que busca presentar la información de forma completa; la *variedad*, visible en los titulares y en las unidades de información, y la *actualidad*, que debe responder a la promesa de decirlo todo de forma inmediata.

En cuanto a la unidad de información, Violette Morin tiene la peculiaridad de no partir de la definición tradicional que se ha hecho del texto periodístico, comúnmente conocido con

el nombre de artículo<sup>10</sup>. Para Morin, más exactamente, su concepto hace referencia a los tópicos tratados en los medios de comunicación a partir de un acontecimiento noticioso, en su caso la visita de Krouschev a Francia.

La unidad de información es, por tanto, extraída de la escritura para designar los elementos persistentes de una información a otra y objetivar la enumeración de aquello que se repite a través de aquello que cambia. El índice de frecuencia de que cada unidad está dotada y que servirá de punto de partida a todos los análisis, no recae sobre «aquello» que ha sido escrito por el emisor-periodista o «leído» por el receptor-lector, sino sobre el sujeto de lo que ha sido escrito y leído, cualesquiera que sean los modos predicativos de escritura o de lectura. No está sujeto a ninguna dependencia surgida de la condición propia de un periodista o de un lector. Descansa sobre una cantidad de informaciones objetivamente presentadas. De todas formas, esta presencia objetiva comporta por sí misma, como ya se ha dicho, una connotación. Un sujeto de información no es transmitido gratuita e inocentemente, sobre todo en un acontecimiento tan político como el viaje de Nikita Krouschev a Francia. Hace recelar, por su sola presencia, dos orientaciones que pueden completarse o combinarse: una, política, que empuja al lector en la misma dirección que el diario; otra, espectacular, que empuja al lector a comprar el diario. Estas dos orientaciones deben ser descifradas, al mismo tiempo que la unidad, para graduar al máximo posible el valor propio de su sola presencia. (MORIN, 1974: 29).

El final de la cita señala que toda unidad informativa tiene un nivel de politización y otro de espectacularización.<sup>11</sup> En cuanto al coeficiente de politización, se destacan tres atributos o coordenadas de localización (positivo, negativo y neutro), las cuales permiten establecer la tendencia específica de cada unidad de información o, en otras palabras, la orientación político-ideológica ofrecida por el periódico a sus lectores.<sup>12</sup>

En el caso del coeficiente de espectacularización, el medio busca la lectura masiva (compra) al conducir ideológicamente a sus lectores, poniendo en juego a su vez tres niveles que están presentes en la diagramación de la página: 1. El dibujo, el cual posee un mayor rango con respecto a la fotografía, al permitir la ilustración de los sentimientos y demás mensajes abstractos; 2. La fotografía, considerada como el modo de transmisión

---

<sup>10</sup> En la definición tradicional, el artículo se encuentra delimitado dentro de un espacio físico (la página del periódico); además, está caracterizado por contener un título, un autor, una entrada o lead y, en algunas ocasiones imágenes (fotografías).

<sup>11</sup> Morin asume ese coeficiente de espectacularización como el índice de desplazamiento de la mirada en la unidad de análisis, o sea el elemento utilizado para atraer la mirada del lector en la página (denominado por Harold Evans como Centro de Impacto Visual, CIV).

<sup>12</sup> Si bien son del periódico, ellas equivalen a la sumatoria de las unidades de información: “La neutralidad de este tratamiento es tan evidente como lo será retrospectivamente, después de la lectura del diario, la homogeneidad de su orientación. Estos titulares abocan necesariamente sobre un estado de espíritu, pero ¿cuál? (...) A la luz del diario completo se comprende por qué G recibirá a K, en grandes titulares; (...). Es preciso, pues, leer todo el diario y sus representaciones para comprender el signo de estos tres titulares, tanto el grande como los pequeños”. (MORIN, 1974: 28).



ideal que da una visión objetiva del acontecimiento y 3. Las palabras<sup>13</sup>, modos de expresión que buscan sincronizar el instante en que se ha producido el acontecimiento con el momento en el cual el lector lee el periódico.

Aunque la unidad informativa tiene como característica primordial la de actuar de forma independiente a los predicados y a la compaginación (variaciones en la tipografía y en el encuadramiento), esto no significa que dichos elementos sean apartados del análisis de la información. Por esta razón, Morin propone dividir en dos niveles la unidad clave para el análisis de prensa: el nivel microcósmico, o sea la diversidad en el acontecimiento mismo y en la misma superficie (conjunto o masa de información en la página) y el macrocósmico que comprende el conjunto o masa de información página por página y, así, de todo el periódico. Esto quiere decir que toda lectura de una unidad textual está condicionada por el conjunto de informaciones e ilustraciones de la página; de esta manera, cada suceso periodístico analizado puede aparecer en diversos grados de información.

La propuesta de Violette Morin combina el análisis del discurso y el tratamiento periodístico de la información para hacer una lectura más exacta de los medios, ratificando paralelamente la importancia atribuida por Kayser a la compaginación y la puesta en página, al afirmar lo siguiente:

...puede decirse que no se comprende nada descifrando la orientación inmediata elemental de la unidad sin tener en cuenta las sutilezas de connotación propias de la compaginación o del arreglo especial de las unidades entre sí: cuanto más imperceptibles son estas sutilezas al ojo desnudo, más claras serán al nivel de la repetición de las unidades. (MORIN, 1974: 32).

A partir de la metodología propuesta por Kayser y Morin, Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal en el libro *La ideología como mensaje y masaje*, plantean que existen dos niveles fundamentales en el análisis estructuralista: el *Nivel Denotativo* y el *Nivel Connotativo*. El *Nivel Denotativo* concibe la página como su unidad física y las columnas como sub-unidades. Este nivel corresponde a la distribución de la información en las páginas del

---

<sup>13</sup> En el análisis de contenido de Morin, las palabras adquieren total protagonismo, hacen parte del índice de espectacularización. Ellas permiten conocer posturas ideológicas por frecuencia de aparición, y sus significados se van volviendo transformaciones semánticas que requieren, no ser alejadas de la unidad para su correcta comprensión.: “La sola repetición de una palabra puede hacer variar su significado en muchas direcciones (y más adelante agrega) (...) Hay palabras que con como virus: pueden ‘extenderse’ en los diarios con la velocidad de una epidemia. Se repiten hasta llegar a perder sus primitivos significados”. (MORIN, 1974: 20).

periódico y contempla la división general de las partes que lo integran en unidades cualificadas (primera página, editoriales, anuncios, espectáculos, pasatiempos) y unidades superiores (suplementos, secciones especiales).

En el *Nivel Connotativo*, las unidades redaccionales se aíslan del resto de la información con el propósito de efectuar un análisis profundo, en el cual se aplican los principios semióticos de *Serie Visual Lingüística* y *Serie Visual No Lingüística*, para establecer una diferencia entre las imágenes y los textos que componen el artículo.<sup>14</sup> Así, se presta especial atención a los elementos que conforman el artículo o la noticia, los cuales se encuentran agrupados en tres grandes categorías:

- *El texto*: denominado por el autor con el nombre de *Serie Visual Lingüística*, no puede estar aislado del *Título* y de la *Ilustración*, porque todos estos elementos conforman una unidad inseparable en la que se consideran también los elementos paralingüísticos: tipo de letra, recuadro, negrita, subrayado, etc.
- *El titulado*: se distingue por su tamaño, tipografía, estilo lingüístico y ubicación espacial. Conviene precisar dentro del titulado los antetítulos, el subtítulo y el sumario.
- *Las Ilustraciones*: (*Serie Visual no Lingüística*). Se distinguen dos grupos: los *Fotograbados*, que incluyen ilustraciones fotográficas y grabados a pluma, y las ilustraciones en fotografía, dibujo, comic, etc (Aguirre y Bisbal, 1980: 237-240)

Desde un punto de vista más técnico, Radics Vilmos y Ritter Aladar presentan en su libro *Diseño de periódicos*, una propuesta que explica los elementos claves en la diagramación o el diseño de periódicos. Como trabajo de corte educativo, su importancia radica en que asume una posición particular con respecto a los autores ya tratados, al considerar que la noticia puede presentarse también en dos formatos diferentes al tradicional (texto) sin perder su valor informativo: la fotografía o el dibujo. Pero diferencia de Morin, quien indica un mayor predominio en el índice de espectacularidad del dibujo por encima de la fotografía y del texto, Vilmos y Aladar consideran que en el análisis de las piezas informativas, el índice de valorización dado por la casa periodística se determina a partir de

---

<sup>14</sup> Se entiende por Pieza Informativa la agrupación unitaria y generalmente autónoma de dos o más elementos de estructura: título y textos; título e ilustración; título, texto e ilustración, texto e ilustración. La lectura de la unidad redaccional está condicionada por el conjunto de las informaciones e ilustraciones de la página. Aguirre, Jesús María y Marcelino Bisbal (1990). *La Ideología como mensaje y masaje*. Caracas, Monte Avila, páginas 235 – 236.

las secciones y el diseño de la página<sup>15</sup>. En este último punto, resaltan que el carácter, el tamaño, el enmarcado, el subrayado, el color y el diseño de los títulos; el ancho de las columnas; el tipo y tamaño de la letra del texto; la utilización del *lead*; la composición del texto; las líneas o palabras en diferentes tamaños y estilos; la presentación de subtítulos con diferentes anchos, caracteres y tamaños distintos; el número de ilustraciones de gran efecto, y la ubicación y orden en la página, son elementos claves que permiten calificar el peso visual o atractivo para el público de la noticia.

Por su parte, en el libro *Las cosas del decir*, Helena Calsamiglia y Amparo Tusón ratifican la presencia del componente ideológico en las publicaciones periódicas. En este sentido, su interpretación con respecto al mensaje transmitido en los medios impresos, está orientado al estudio de cuatro condiciones paratextuales que no dejan de lado las características materiales:

- *El material del soporte*: incluyen diferentes tipos de soporte. Las autoras también tienen en cuenta que las posibilidades tecnológicas abren otros caminos como el *hipertexto* y los cambios que introduce en la lectura, es decir, las formas de lectura o la intervención del lector en el texto al suprimir o añadir información.
- *El formato*: Representa los elementos de diferenciación entre periódicos o publicaciones impresas, entre las que se encuentran la medida del papel, el tamaño de la página, la cantidad de páginas; la combinación de materiales y de colores.
- *La tipografía y el diseño gráfico*: El tamaño y grosor de las letras, el tipo de letra, el uso de mayúsculas o minúsculas, la negrita, la cursiva, los subrayados, el número de columnas, los espacios, los recuadros, así como el orden de aparición de la información periodística, son de gran importancia para la focalización, la estética, la relevancia del contenido y la legibilidad.

---

<sup>15</sup> Vilmos y Aladár argumentan que la parte superior de la página tiene una importancia mayor al iniciarse allí el proceso de lectura. Haciendo una comparación entre páginas pares e impares, consideran que las columnas de la izquierda en las páginas impares atraen más la atención del lector, mientras que en las pares corresponde a las columnas de la derecha. En cuanto a las secciones, establecen un orden de importancia que permite relacionarlo con la escala de valoración por páginas ya señalada anteriormente. Así, los autores plantean que el orden acostumbrado de las secciones, el cual aún sigue vigente en los periódicos misceláneos y nacionales, es el siguiente: política nacional, internacional, regional, problemas sociales, culturales, etc. (VILMOS y ALADÁR, 1986: 33 y 34).

- *La combinación con otros códigos semióticos:* en primer lugar están el dibujo, la fotografía o la infografía, que ilustran, refuerzan, complementan o clarifican la información, a este grupo se les denomina icónicos. Para la lectura o la interpretación de la imagen se puede utilizar el mismo aparato analítico que se aplica a los recursos expresivos verbales (Lomas, 1991, 1993, 1996).<sup>16</sup> Un segundo aspecto contempla los diagramas, los esquemas, las figuras y las tablas, que tienen su lugar propio en los textos y documentos que requieren una información precisa y fidedigna. En los escritos científicos parte de la información sólo puede ser expresada a través de esquemas o diagramas, que suponen la utilización de lenguajes formales imprescindible para comunicar relaciones lógicas que las lenguas naturales no pueden transmitir con rigor. (Calsamiglia y Tusón, 1999:86 - 89)

A partir de estos planteamientos, en los últimos años en Colombia se han realizado propuestas investigativas como la tesis de maestría del profesor e historiador Eduardo Domínguez Gómez llamada *Criterios para la historia de la imagen periodística*, que adaptó la metodología clásica con algunos cambios en las categorías y variables, para estudiar en la prensa un caso de gran importancia histórica como fue el llamado *Descubrimiento de América*. Asimismo, se incluyen en el ramillete de propuestas el estudio *Calidad Informativa y Cubrimiento del Conflicto del Proyecto Antonio Nariño* (REY y otros, 2004), y el trabajo de grado *El Tratamiento periodístico de la información: Propuesta metodológica y estudio de caso* del ingeniero administrativo Carlos Alejandro Hincapié Noreña, para optar al título de Comunicador Social-Periodista de la Universidad de Antioquia.

En el caso del Proyecto Antonio Nariño (2004)<sup>17</sup> realizado por Germán Rey, Jorge Iván Bonilla, Martha Ruiz y Camilo Tamayo, entre otros, constituye un antecedente de gran utilidad para el desarrollo de la investigación periodística en el país. En él se analiza el

---

<sup>16</sup> Ver las obras de Carlos Lomas: (1991). “La imagen. Instrucciones de uso para un itinerario de la mirada”, en: Signos. *Teoría y práctica de la educación*, 1, Páginas 14- 27: (1993). “Sistemas iconoverbales de comunicación y enseñanza de la lengua”, en: C. Lomas y A. Osoro (comps.), *El enfoque comunicativo de la enseñanza de la lengua*, Barcelona, Paidós, Páginas 93 – 131: (1996).

<sup>17</sup> El proyecto Antonio Nariño fue un trabajo conjunto de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Friedrich Ebert Stiftung en Colombia – FESCOL, Andiaros. Fundación para la Libertad de Prensa, Corporación Medios para la Paz, con el apoyo de National Endowment for Democracy.

contenido informativo de doce diarios y un semanario de referencia en la opinión pública nacional y regional. Su objetivo es construir un sistema de evaluación permanente de las informaciones periodísticas sobre el conflicto armado interno durante el período comprendido entre el 7 de octubre de 2002 y el 5 de octubre de 2003. Así, inició a partir de la información analizada, un proceso de reflexión, capacitación y debate, con todas aquellas personas e instituciones que tienen que ver con el proceso de recolección, producción y circulación de las noticias: medios, directivas, reporteros, fuentes informativas y sectores de la opinión pública nacional.

Su método de análisis es de carácter descriptivo, porque pretende analizar el despliegue periodístico, la jerarquización informativa, la construcción narrativa, el manejo de fuentes y las agendas noticiosas de doce diarios y un semanario publicados en distintas regiones del país sobre el conflicto armado interno. También es relacional porque pretende establecer las interrelaciones de esta cobertura informativa y los estándares de calidad periodística, a partir de los cuales las informaciones de los distintos medios seleccionados dan cuenta del conflicto armado en el ámbito local, regional y nacional.

De esta forma, su primer criterio de análisis corresponde a la *Identificación*, que cuenta con una serie de indicadores para registrar la información periodística como: fecha, identificación del formulario, nombre del codificador, nombre del diario, ubicación del cuadrante de la noticia, antetítulo de la información periodística, título, subtítulo, sección, género periodístico y prominencia de la cobertura de la noticia. Además, contiene una subsección llamada *autoría* en donde se analiza si el artículo fue realizado por un periodista o por una agencia de prensa, o si corresponde a una sección, unidad o medio específico. Adicionalmente aparece una opción en la que se consideran los artículos sin firmar, y una más denominada *Otros*, que permite al investigador dejar abierto un abanico de posibilidades. Por otra parte, en la propuesta se tiene en cuenta un segundo criterio llamado *Ubicación y Construcción de la Información*, el cual está compuesto por una serie de indicadores (despliegue informativo, sección informativa, géneros periodísticos y cuadrante

de la página) que miden la aparición, las formas de construcción informativa y la cantidad de espacio asignado a la información periodística.<sup>18</sup>

Con una temática diferente, pero también en el área del análisis de medios, el trabajo de Carlos Hincapié Noreña llamado *Propuesta metodológica y estudio de caso*, dirigido por el historiador Eduardo Domínguez Gómez, evaluó las agendas informativas y el tipo de cubrimiento periodístico que dos importantes diarios de circulación nacional (*El Tiempo* y *El Colombiano*) dieron a la contienda electoral por la presidencia de la república para el periodo 2002-2006.<sup>19</sup> Mediante la evaluación del comportamiento de los periódicos y un análisis comparado, este estudio exploró y describió el contenido informativo frente a un tema de alta trascendencia para la sociedad como los procesos electorales. Su propuesta metodológica se centró principalmente en los lineamientos formales del análisis de contenido y la hemerografía, al formular, a partir de los datos obtenidos, inferencias reproducibles y válidas aplicadas simultáneamente en un contexto histórico determinado. Así, establece como unidad de codificación o registro las noticias y notas informativas independientes (nota-recorte), definidas como un tipo de mensaje compuesto de titular, texto e ilustración y cuyo fin principal es inducir una información noticiosa, en su caso de tipo político.

Dos aspectos fundamentales enmarcan el desarrollo de su análisis. El primero, la calidad de la cobertura informativa que permite evaluar si las informaciones noticiosas mantienen al electorado informado acerca de los temas de interés general propuestos por los diferentes candidatos. El segundo, el equilibrio informativo frente a las diferentes opciones en disputa.

---

<sup>18</sup> Si bien el proyecto *Antonio Nariño* contempla dentro de un mismo cuadro muchas de las categorías expuestas, en el proyecto *SATPI* se tendrá especial cuidado en no mezclar criterios de análisis de diversa índole, es decir, no se referirá a aspectos denotativos y connotativos en un mismo escenario o ambiente electrónico.

<sup>19</sup> El período clave del estudio correspondió a los últimos 26 días de proceso electoral (mes de mayo de 2002). La base documental estuvo representada por 52 ejemplares de ambos diarios, de los cuales 321 informaciones fueron extractadas de *El Tiempo* y 228 de *El Colombiano*. Cabe resaltar que en su análisis se tuvieron en cuenta las informaciones referentes a los once (11) candidatos inscritos.