

Raymond Colle

El análisis de contenido de las comunicaciones

2. Técnicas de análisis

Colección Cuadernos Artesanos de Latina / 12



Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Revista
Latina
de Comunicación Social



12º - El análisis de contenido de las comunicaciones

2. Técnicas de análisis

Raymond Colle | Precio social: 5 €

ISBN – 10: 84-939337-7-5

ISBN – 13: 978-84-939337-7-7

Editor: Alberto Ardèvol Abreu

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro “La Geria, Lanzarote”, de S. Loshier.

Imprime y distribuye: F. Drago. Andocopias S.L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no vena
- La Laguna (Tenerife), 2011 – Creative Commons *

(<http://www.revistalatinacs.org/edita.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>)

ISBN – 10: 84-939337-7-5

ISBN – 13: 978-84-939337-7-7

D.L.: 1.212-2011

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro, señalando siempre la fuente. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Raymond Colle

El análisis de contenido de las comunicaciones

2. Técnicas de Análisis



Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Revista
Latina
de Comunicación Social



Índice

2ª Parte - Técnicas de análisis

Introducción: Tipologías de técnicas de análisis de contenido, 7

1. Técnicas de análisis temático, 9
 - 1.1. Listas de frecuencias, 9
 - 1.2. Identificación y clasificación temática, 9
 - 1.3. Palabras en contexto, 12

2. Técnicas de análisis semántico, 14
 - 2.1. Análisis de matriz gramatical, 14
 - 2.2. Análisis de matriz semántica, 15
 - 2.3. Análisis de componentes, 17
 - 2.4. Análisis valorativo, 19
 - 2.5. Análisis de núcleos, 20
 - 2.6. Análisis actancial, 23
 - 2.7. Análisis de "turnos", 24

3. Técnicas de análisis de redes, 26
 - 3.1. Análisis de coocurrencia y mapas semánticos, 26
 - 3.2. Redes de relaciones, 29
 - 3.3. Red de repeticiones y cohesión textual, 32

4. La dimensión fáctica del discurso y su evaluación, 36
 - 4.1. La naturaleza de los hechos, 36
 - 4.2. Inferencia e hipótesis, 37
 - 4.3. Demostraciones y pruebas, 39
 - 4.4. Técnica de evaluación fáctica, 40
 - 4.5. Criterios básicos para la WWW, 48

- 5. La dimensión ideológica del discurso y su estudio, 54
 - 5.1. Bases del análisis ideológico, 55
 - 5.2. El discurso político, 59
 - 5.3. Orientaciones metodológicas, 62

- 6. El análisis morfológico, 67
 - 6.1. Objetivo, 67
 - 6.2. La "personalidad" del periódico, 67
 - 6.3. La morfología del periódico, 70
 - 6.4. Procedimiento de recuento, 74
 - 6.5. La "valorización", 75

3ª Parte - Ejemplos de aplicaciones (Cuaderno 13)

Capítulo 1º - Ejemplo 1. La infografía del diario *El Mercurio*, de Chile

Capítulo 2º - Ejemplo 2. El análisis de contenido y la organización de repertorios culturales: El caso de las placas de linterna mágica (Francisco Javier Frutos Esteban)

Capítulo 3º - Ejemplo 3. La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido (Elena Galán Fajardo)

Capítulo 4º - Ejemplo 4. El discurso político electoral chileno: Convergencia y divergencias léxico-discursivas entre los planteamientos políticos de las dos mayorías en las elecciones presidenciales chilenas de 1993 (Ana María Burdach, Raymond Colle y Olly Vega)

2ª Parte - Técnicas de análisis



Tipología clásica

Introducción: Tipologías de técnicas de análisis de contenido

Según el énfasis que se dé a los diversos componentes de los mensajes, las técnicas de AC pueden agruparse en tres grandes categorías, definidas por Roger Mucchielli en 1974:

1. Las técnicas lógico-semánticas (también llamadas de AC temático), que son las más frecuentes y típicas. Recurren a la lógica para resumir, definir categorías y verificar la validez de los argumentos y de las conclusiones. Llevan al analista a actuar principalmente como verificador, clasificador y eventualmente estadístico.
2. Las técnicas propiamente semánticas y estructurales o funcionales, cuya meta consiste en desvelar elementos no manifiestos del contenido (significado implícito o latente y connotaciones), buscando pistas que subyacen en lo manifiesto. El principal riesgo consiste en pasar del campo del análisis intrínseco a la interpretación mediante elementos extrínsecos al discurso analizado: esto conduce a la hermenéutica (por ejemplo en discursos políticos), que exige el conocimiento de "claves" ideológicas externas al texto para su interpretación en profundidad, cosa que sale del dominio del AC aunque utilice algunas de sus técnicas.
3. Las técnicas lógico-estéticas y formales (o morfológicas), que centran su preocupación en los procedimientos de expresión utilizados por el emisor, buscando características (de estilo, vocabulario, efectos estéticos y retóricos u otros) que lo hacen diferente de otros emisores o discursos. Dejan de corresponder al análisis de contenido si no consideran

explícitamente los componentes semánticos en que se expresan tales diferencias formales.

Las técnicas lógico-semánticas y lógico-estéticas/formales se prestan para el análisis de amplios conjuntos o muestras grandes de textos, es decir para un análisis extensivo o cuantitativo, no así las técnicas semánticas/estructurales que, por ser más complejas, implican un trabajo más intensivo o "cualitativo", sólo posible –en la práctica– con conjuntos reducidos de discursos (análisis de casos) salvo que se disponga de grandes cantidades de tiempo y recursos de investigación. Debe tomarse en cuenta que los análisis de tipo cualitativo son necesariamente más subjetivos, ya que dependen mucho más de los criterios del analista.

2. Tipología actual

Dejando de lado los métodos o técnicas formales y estéticos, se agrupan actualmente las otras formas de AC en tres categorías –en parte semejantes a las antes mencionadas–, de acuerdo a una problemática ligada a las relaciones entre los componentes del discurso:

- ✧ el análisis "temático": sólo considera la presencia de términos o conceptos, independientemente de las relaciones entre ellos,
- ✧ el análisis "semántico": que define cierta estructura –significativa– de relación y considera todas las ocurrencias que concuerden con dicha estructura,
- ✧ el análisis "de redes": que se centra en la co-presencia de pares de componentes o en la ubicación relativa de ciertos componentes.

Estas técnicas pueden combinarse entre sí, para dar origen a análisis más complejos, pero es obvio que el análisis temático estará formal o informalmente presente cuando se aplique un método más complejo.

Consideraremos aquí varias de estas técnicas, algunas de las cuales ya tienen varias décadas de desarrollo mientras otras son

tributarias de los recientes avances de la computación.

1. Técnicas de análisis temático

1.1. Listas de frecuencias

La técnica más simple de análisis temático consiste en confeccionar una lista con la frecuencia de aparición de todas las palabras de un texto. Es evidentemente lo más simple y lo que más inmediatamente se obtuvo al utilizar computadores.

Se pueden obtener listas alfabéticas, para facilitar la búsqueda de términos específicos, o listas de frecuencias decrecientes, que permiten tener una idea de los contenidos más frecuentemente abordados. Esto último puede requerir cierto procesamiento anexo ya que pueden aparecer múltiples formas gramaticales de un mismo término (singular/plural; conjugaciones; etc.).

1.2. Identificación y clasificación temática

Quizás el A.C. más frecuente consiste en buscar –y eventualmente analizar más detenidamente, con otra técnica– unidades en que aparece una determinada temática. Esto supone que se selecciona –y eventualmente define– esta temática antes de iniciar el análisis, por cuanto ésta se transforma en una regla de selección de las unidades analizadas (Por ejemplo: analizar todos los artículos de un determinado diario referidos a "conflictos limítrofes"). En este caso el conteo de los casos se transforma en una mera tarea previa para pasar posteriormente a otro tipo de análisis.

Ejemplo:

En un estudio de discursos electorales de Frei y Alessandri (1993), después de obtener las frecuencias de las palabras, se confeccionó la siguiente lista de temas. Para cada tema, se señalan todas las palabras que se consideraran conceptualmente equivalentes ("campos conceptuales).

administración, administrar, administrativa,
administrativas, administrativo, administrativos
ahorro, ahorrar
burocracia, burocracias, burócratas, burocrático,
burocráticos
chile, país, república, nacional, nacionales, patria
chileno, chilena, chilenas, chilenos, ciudadana,
ciudadanas, ciudadanía, ciudadanos, habitante,
habitantes, población
comercio, comercial, comerciales, comerciante
concertación
contaminación
crear, creación, crea, creadora, creando, creatividad
déficit, deficitarias, deficientes
desafío
desarrollo, desarrollar, desarrollan, desarrollaremos,
desarrollarse
descentralización, descentralizadas, descentralizado,
descentralizados, descentralizar
economía, económica, económicas, económico,
económicos
educación, educacional, educar, educativos,
capacitación,
capacitarse, enseñanza, profesorado, profesor
empresa, empresas, empresarial, empresariales,
empresario, empresarios
estado, estados, estatal, estatales
familia, familiar, familias
futuro, futuro
gasto, gastar
gobierno, gobiernos, gobernante, gobernar, gobierna
hombre, hombres
infraestructura
inversión, inversiones, invertir, inversionista,
invertirán, inviertan, invierten, invirtiendo
jóvenes, joven, joven
ley, legal, legalmente, legislación
modernización, moderna, moderniza, modernizada,

modernizar, modernizaremos, moderno
mujer, mujeres
municipal, municipales, municipalidad, municipios
necesario, necesaria, necesarias, necesarios, necesidad,
necesidades, necesita
oportunidad, oportunidades
pobreza, pobres, necesitados
política, políticas, político, políticos
problema, problemas
progreso, progresos, progresar
recursos
salud
social, sociales
trabajo, trabajos, trabaja, trabajando
trabajador, trabajadora, trabajadores
vivienda, viviendas, habitacional

Pero existe también la posibilidad de predefinir un amplio número de temas, para luego analizar todo el corpus (todas las oraciones de un discurso o una serie de ediciones de un medio de difusión) de acuerdo a estos temas. Para ello se ha de crear un "lenguaje de clasificación" claramente definido, o recurrir a algún sistema existente como la Clasificación Decimal Universal, utilizada en nuestro sistema de bibliotecas. Este es el tipo de trabajo de AC que realiza permanentemente el documentalista, cuando clasifica el material que llega a sus manos (Vea al respecto mi libro *Documentación periodística*).

La técnica de construcción de los Tesauros o lenguajes combinatorios de clasificación es altamente útil para confeccionar buenos sistemas de clasificación temática. También han de ser respetadas las reglas de la lógica de clasificación.

También se puede trabajar con una lista abierta de temas, es decir agregando descriptores a medida que nuevos temas van apareciendo en un corpus dado. Esto, obviamente, se hace solamente en forma manual (no automático) y es comúnmente utilizado para analizar entrevistas (p.ej. en psiquiatría) y para registrar temas tratados por los medios de comunicación (agenda setting). Existen aplicaciones computacionales (software)

destinadas al análisis temático automático, los cuales descansan en la definición previa de un "diccionario" donde se registran todos los términos a tomar en cuenta así como la existencia de sinónimos, para extraer los temas tratados y su frecuencia. Todo depende evidentemente de la calidad de este diccionario.

Una de las dificultades mayores, sin embargo, corresponde a la interpretación automática de palabras homógrafas, para lo cual también se han desarrollado procedimientos –complejos– que eligen el significado en función del contexto.

Un ejemplo de AC temático es la investigación de Danielson y Lasorsa sobre los cambios sociales que se traslucen en 100 años de portadas de *The New York Times*. En esta investigación se utilizó una muestra aleatoria de 10 días por año y 10 oraciones por día, para establecer las frecuencias de los temas. Otro ejemplo es nuestro propio trabajo sobre las fotografías de prensa (noticiosas y de suplementos), realizado entre 1982 y 1988, o nuestro estudio de discursos de la campaña electoral de Frei y Alessandri en 1993 (ver 3ª parte).

1.3. Palabras en contexto

Los índices de frecuencia de palabras, a pesar de ser computacionalmente fáciles de obtener, tienen el defecto de no considerar posibles cambios de significación de acuerdo al contexto. Una de las primeras técnicas desarrolladas para solucionar este problema ha sido la creación de tablas de palabras registradas junto con su contexto ("KWIC: keyword in context").

Con este sistema se seleccionan determinadas palabras y se obtiene para cada una la transcripción de la oración o parte del texto en la cual aparece, pudiéndose discriminar y reagrupar los significados. De este modo se establece un "puente" con las técnicas de análisis semántico (facilitando, por ejemplo, el análisis de núcleos). La técnica KWIC tiene la ventaja de que puede buscar cadenas de caracteres de diferente amplitud: desde raíces (comunes a varias palabras) hasta palabras compuestas o frases enteras. (Un módulo de búsqueda KWIC ha sido incluido en nuestro software de análisis "Anatex").

Se puede ver con facilidad que estas técnicas se prestan muy

bien para una aplicación "masiva" o "extensiva", es decir a muestras grandes, y a la aplicación de procedimientos estadísticos, de ahí referidos por los análisis "cuantitativos". Como se podrá apreciar, las siguientes técnicas requieren mucho más tiempo, por lo que son de tipo "intensivo", y también involucren problemas de interpretación y valoración, por lo que involucran aspectos cualitativos.



Técnicas de análisis semántico

La forma más simple de registrar el significado de un discurso, más allá del registro de descriptores de los temas que trata, consiste en realizar un resumen. Pero un buen resumen puede hacer necesario el uso de técnicas específicas, que son las que se describen a continuación.

El análisis semántico pretende ante todo estudiar las relaciones entre temas tratados en un texto. Para ello se han de definir los patrones de relaciones que se tomarán en cuenta: relaciones gramaticales o relaciones más propiamente semánticas, p. ej. "expresiones de posiciones favorables a tal o cual decisión".

A partir del AC de matriz gramatical o semántica se puede en algunos casos profundizar el trabajo llegando a un análisis de red, ya que el "destino" de una relación puede ser el punto de partida de otra (Ver nº 5.3).

2.1. Análisis de matriz gramatical

Una forma típica del AC de matriz gramatical con mayor componente gramatical es el análisis que identifica un sujeto asociado a un objeto y registra qué tipo de acción realiza el sujeto para afectar al objeto. Sujeto, objeto y acción (o predicado) son las variables del análisis y las tres pueden ser registradas de acuerdo a una codificación de categorías. Se considera sin embargo que un análisis basado en estructuras exclusivamente gramaticales podría no rendir cuenta correctamente del contenido debido a que no tiene suficientemente en cuenta las variaciones de sentido.

Ejemplo:

S="Policía de Investigaciones" - A="desbarató" - O:"red de narcotraficantes"

A veces surgen "casos raros" en que la estructura gramatical puede llevar a engaño. Es en estos casos importante decidir si se da preferencia a la estructura gramatical "en bruto" o al valor semántico. Este tipo de problema es el que lleva a plantear otro tipo de matriz:

2.2. Análisis de matriz semántica

El análisis de "matriz semántica" exige que, antes de la aplicación, se definan los modelos de relaciones que podrán ser codificados, lo cual implica elaborar la llamada "gramática semántica" o conjunto de modelos con la forma sintáctica de las relaciones semánticas que interesen. Un ejemplo sería "expresión de problema - solución sugerida", para estudiar las demandas de los ciudadanos ante un gobierno o programa electoral, lo cual tiene una clara estructura (matriz) binaria del tipo Verbo (acción a realizar = solución) vs. Objeto (problema al cual corresponde). En el caso de problemas laborales, por ejemplo, la estructura sería triádica: Sujeto (quién) -Verbo (acción pedida) -Objeto (problema), o cuaternaria: Demandante / sujeto -Acción/verbo -Demandado/implicado -Problema/objeto (si se estudia, por ejemplo, todo el tema de las demandas sociales expuestas en un medio de comunicación).

De los ejemplos debe haber quedado claro que la matriz definida depende directamente de la estructura del fenómeno estudiado y que debe permitir recoger las diversas formas de expresión del mismo, para lo cual es importante comprender la intención del hablante y tener en cuenta el contexto. La unidad de análisis es la cláusula (fragmento del texto) que "encaja" en la matriz definida (y se pasa por alto todo el resto del texto).

Para el análisis, es conveniente reescribir las cláusulas seleccionadas de acuerdo al formato de la matriz y codificarlas es decir utilizar siempre los mismos términos o categorías, para poder efectuar clasificaciones y cálculos estadísticos.

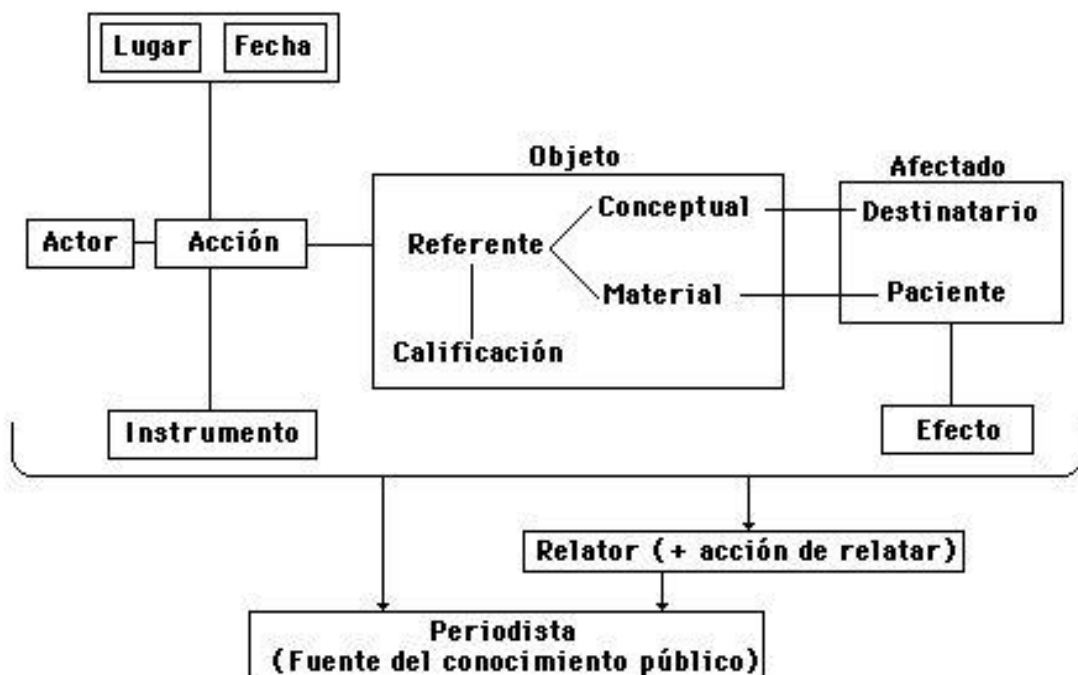
Puede ser conveniente recurrir a la lógica formal para representar la o las matrices semánticas de modo suficientemente general (abstracto), como por ejemplo $(x)p(x)$. Se ha recalcado (C. Roberts, pp.60ss) que es indispensable anotar con claridad la

fórmula correspondiente a la formulación semántica opuesta, como $(x)\sim p(x)$ para el ejemplo anterior, para evitar malas interpretaciones. Este par de fórmulas corresponde a la matriz de representación de un proceso, mientras $(x)a(x)$ con su opuesto $(x)a(\sim x)$ corresponde a la descripción de un estado de cosas; $(x)a(x)Q$ con su opuesto $(x)a(x)\sim Q$ corresponde a la evaluación positiva o negativa (Q es el calificador) de un estado de cosas; y $(x)p(x)Q$ con su opuesto $(x)p(x)\sim Q$ corresponde a un juicio positivo o negativo acerca de un proceso.

Existe software (en inglés) capaz de reconocer algunas de estas estructuras, como el KEDS (Kansas Events Data System) para codificar cables de agencias noticiosas acerca de eventos.

En mi libro sobre "Documentación periodística" muestro cómo se puede analizar detalladamente la estructura de las "reseñas periodísticas", de acuerdo a varios modelos funcionales ajustados al tipo de noticia reseñada (cfr. n° 6.1. "Análisis lógico de reseñas periodísticas"). Los componentes de la matriz semántica son los que surgen de la consideración del siguiente esquema:

Gráfico 51



La confección de un sistema documental periodístico ha de basarse necesariamente en este tipo de análisis de estructura semántica para asegurar una óptima utilización posterior (consultas con respuestas precisas).

También existen otras estructuras, más bien de orden retórico, que se presentan en los "discursos" que desarrollan temas (como los discursos políticos), que pueden ser útiles de investigar: para ello se cuenta con la técnica del "análisis de turnos", que podría ser considerada como un caso particular (ver nº 2.6).

2.3. Análisis de componentes

El análisis de componentes es una técnica que puede prestar un significativo apoyo en la dilucidación de la dimensión ideológica. Es un procedimiento sencillo destinado a esclarecer el significado o interpretación dada por un autor a términos de significado dudoso y consiste en buscar en el texto los componentes de la definición. R. Mucchielli describe del siguiente modo los pasos a seguir:

"1. Si es un concepto: anotar la totalidad de las frases del texto que contienen la palabra-meta (por definir) o un sinónimo

Si designa un comportamiento, un sentimiento o una relación: anotar la totalidad de las situaciones correlativas

2. Extraer (transcribir) por unidad (frase o situación) el o los interpretantes que aportan una descripción o un elemento de definición de la palabra-meta.

3. Construir un diagrama o tabla.

4. Formular los significados que surjan de la lista de interpretantes y luego las significaciones que surgen de la clasificación de los mismos y de sus interrelaciones.

5. Precisar las relaciones de la noción así analizada con otras nociones claves del texto o conjunto de situaciones típicas del sistema considerado." (L'analyse de contenu..., p. 102).

Es necesario precisar mejor el segundo de estos 5 pasos. ¿Cuáles son los "interpretantes que describen y definen...? Proponemos los siguientes:

1. Predicados aplicados como rasgos de clase a la palabra-meta (en la forma "Toda / palabra-meta/ es ZZ": ZZ es un posible rasgo de clase).
2. Sinónimos y otros términos utilizados para sustituir a la palabra-meta: constituyen matices o variantes de un mismo núcleo conceptual.
3. Términos complementarios, que indican "lo que no es" el significado de la palabra-meta.
4. Términos relacionados, cuyo significado constituye una serie jerárquica a la cual pertenece el significado de la palabra-meta.
5. Términos que indican las partes en que es posible analizar el concepto u objeto por definir (conjunto de descomposición). Aunque no son propiamente interpretantes, es evidente que ayudan a definir la palabra-meta.

Gráfico 52: Tabla de interpretantes - Término "Publicidad"

Componentes	Origen				
	8b	9b	13a	15b	17
Conjunto de medios	X				
Divulgación	X				
Prensa	X	X	X		
Bien de la comunidad		X			
Información	X	X	X	X	
Desmán		X			
Hechos delictuosos		X	X	X	X
Administración de la justicia			X		
Limitación			X		
Violación de sumarios				X	
Entretención				X	
Imputaciones				X	

En el tercer punto, Mucchielli se refiere a la construcción de un diagrama o una tabla. Propone una forma muy sencilla, que presentamos a continuación. Se compone de una mera lista de los interpretantes con la indicación de su procedencia (número de párrafo y oración en el texto original). La tabla se refiere a un discurso de un juez relativo a los excesos de la prensa al informar sobre determinados sucesos delictivos, para lo cual utiliza el término "publicidad".

El trabajo termina con la formulación en texto corrido del significado global encontrado, es decir expresando la definición en forma gramaticalmente correcta. Este modelo, sin embargo, no ofrece claridad alguna respecto de cómo ordenar los componentes para lograr tal definición: se obtiene revisando los lugares de origen de los interpretantes y ordenándolos mentalmente. Así, pueden distinguirse diferentes facetas que intervienen en un caso como el del ejemplo: sujeto, objeto, acciones involucradas, antecedentes, objetivos y consecuencias.

Así, a partir de la tabla aquí expuesta y reuniendo los componentes en el orden sugerido por el texto original, podemos deducir que el autor entendía por publicidad la "divulgación por los medios de prensa de información acerca de hechos delictuosos, con fines de entretenimiento, violando sumarios y sin auto-limitación, cosa que atenta (desmán) contra la administración de la justicia y el bien de las personas (imputaciones) y de la comunidad".

Nótese que el término por definir no puede aparecer dentro del texto que lo define, ya que introduciría una tautología (error frecuente en ejercicios de alumnos).

Es conveniente, por lo tanto, formalizar más los aspectos estructurales, ordenando los componentes o interpretantes por facetas o atributos. También es factible y puede ser útil recurrir a otras formas de representación como los diagramas de Ven (representando los interpretantes como conjuntos que se interceptan) o en forma arborescente.

2.4. Análisis valorativo

El análisis de componentes se puede complementar con un

análisis valorativo basado en el registro de los adjetivos y adverbios que expresan juicios de valor.

Los adjetivos y adverbios de este tipo son principalmente: bueno, malo, mejor, peor. También puede haber otros como "trágico", "honroso", "valioso", "horrible", etc. Normalmente no son válidos los que indican cantidades ("algunos", "todos", ...), ni orden ("primero", "último"), ni espacio, tamaño o distancia ("grande", "lejano", "aislado", "mayor", "menor"), salvo que el contexto indique claramente otra cosa.

Se hace una tabla con los adjetivos y adverbios, se señala el valor de cada uno (+ o -) y el concepto al cual se aplica. Luego se suma la cantidad de positivos y de negativos, para ver dónde se ha puesto el énfasis y se trata de sintetizar (resumir agrupando) los conceptos que se agrupan en cada tendencia.

Para más detalles y ejemplos –y una visión más amplia– vea el apartado sobre "La dimensión ideológica".

2.5. Análisis de núcleos

El análisis de núcleos permite contar con una versión transformada de un discurso que se presta mejor para sintetizar lo dicho y, a la vez, para ser aprovechado en fases evaluativas así como en la interpretación ideológica. El procedimiento consta de tres fases que agrupan diferentes operaciones, siendo la octava etapa la que da su nombre a esta técnica.

Fase de Preparación

1. Dividir el texto de acuerdo a su estructura tipográfica (títulos, bajadas y párrafos), para contar con trozos más fácilmente procesables.
2. Identificar global y tentativamente el sentido de cada fragmento partiendo del nivel menor (el párrafo) y subiendo hasta el mayor, construyendo un esquema piramidal en forma de tabla de contenido. Este esquema servirá de referencia en la etapa de confección final del resumen (si es a lo que se pretende llegar).

Fase de Simplificación

3. Examinar cada oración, eliminando las palabras vacías (como "en otros términos", "según se dice", etc.).
4. Reemplazar los sinónimos por un solo término idéntico en cada caso y confeccionar, aparte, una lista de las equivalencias.
5. Transformar cada sintagma original complejo (oración compuesta) en una o varias oraciones simples de forma directa, es decir con sujeto seguido de predicado y con un sólo verbo conjugado.

La simplificación puede resultar difícil.

¿Cuándo reducir a una sola oración, condensada, y cuándo recurrir a varias oraciones? Como regla general, sugerimos preferir la versión condensada, siempre que permita mantener la exhaustividad de la oración compleja y el sujeto activo de la oración principal pero sin incluir nuevos sujetos activos. Si no fuese posible, se procederá a dividir en el menor número posible de oraciones simples autosuficientes.

6. Poner en voz activa todas las oraciones en voz pasiva.
7. Eliminar:
 - a. las proposiciones redundantes (repeticiones)
 - b. las subimplicadas: proposiciones particulares cuyo significado se encuentra incluido en el de alguna proposición universal
 - c. las digresiones o afirmaciones que "salen del tema",
 - d. lo irrelevante que, aunque atingente, no precisa ni complementa el sentido general.

Se ha de tener en cuenta la frecuencia de los enunciados equivalentes que se supriman, anotando al lado del primer enunciado (conservado) el número de

supresiones, para no perder de vista la importancia relativa dada por el autor a su contenido específico.

8. Reagrupar las proposiciones con idéntico núcleo. Un núcleo es un término genérico (nombre común) que es sujeto activo de una proposición directa, en voz activa, y que tiene importancia en el conjunto, condiciones que ya se han asegurado por el procedimiento seguido hasta ahora. En caso de haber nombres propios utilizados como sujetos, deberá considerarse al final si se trata de pseudo-núcleos (lo cual sería adecuado en un texto que, por ejemplo, critique las actuaciones o expresiones de un personaje público) o si –siendo casos particulares o ejemplativos– deben ser considerados globalmente y, por lo tanto, convertidos en núcleo mediante una paráfrasis. Los núcleos, con los predicados que les corresponden, se ordenan finalmente de acuerdo a su "comprensión", es decir al número de predicados que les son asociados.

Fase de confección del resumen

9. Sintetizar los predicados, formulando una o pocas proposiciones de resumen para cada núcleo, siguiendo el orden de mayor a menor comprensión, conforme al paso nº8.
10. Comparar con el índice preparado en el etapa nº 2. Si predomina una estructura de argumentación lógica (premisas-conclusiones), reordenar las proposiciones recién formuladas, en lo posible, de acuerdo a este orden. Si no hay restricciones de tipo lógico, mantener como punto de partida el núcleo de mayor comprensión y ajustar el texto siguiente con miras a facilitar la comprensión del resumen.

La investigación de los núcleos es también la base del "análisis proposicional", que prosigue codificando y reescribiendo los

predicados. También lleva, si los sujetos gramaticales son de tipo personal (individuos o grupos) al "análisis actancial" desarrollado por Greimas. El análisis de los predicados –segunda parte del análisis proposicional, después de extraer los núcleos– puede ser particularmente útil para analizar entrevistas y para construir reportajes basados en éstas.

2.6. Análisis actancial

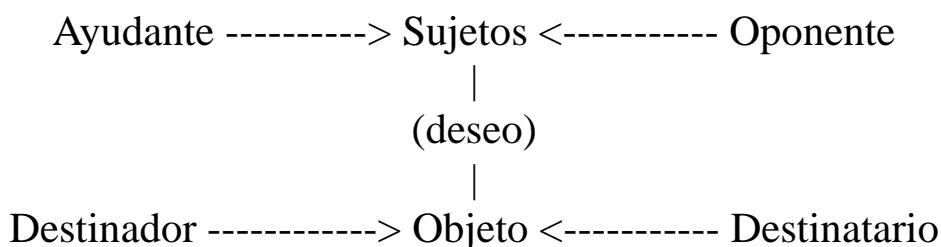
Introducido por Greimas, este tipo de análisis se aplica a discursos en que se da gran importancia a sujetos individuales o grupales (instituciones), por cuanto el concepto central lo constituye el "actante", el cual se define como una forma de ser o de hacer que puede ser "actualizada" o encarnada en uno o varios sujetos sintácticos. Se aplica por lo tanto preferentemente a discursos en que se expresan propósitos de acción (planes de autoridades, instituciones o colectividades, sean éstas políticas o de otra índole) o acciones reales ocurridas (eventos provocados por un actor definido) o en que se rinden cuenta de logros de personas o colectividades.

El análisis ha de iniciarse con un análisis de núcleos, tal como se describió en el numeral anterior. Sin embargo, en la etapa de clasificación de las proposiciones simples y directas –hasta la cual se ha de llegar– en vez de agrupar los núcleos, se trata de agrupar las oraciones de acuerdo a los predicados. De la totalidad de estos predicados emanan "funciones semánticas" que corresponden a distintos modos de ser y modos de hacer. Se seleccionan estas oraciones y se reclasifican, reagrupándolas de acuerdo a los sujetos de tales predicados, los cuales constituyen los actantes. Téngase en cuenta que cada actor sujeto de estas oraciones puede, en diferentes momentos (diferentes oraciones), encarnar diferentes actantes –ya que puede aparecer bajo diferentes "modos de ser"–. (Cfr. Greimas, 1973, pp. 263 y ss.)

El modelo actancial postula la existencia de una estructura que fija las relaciones recíprocas de los actantes. Éstos se pueden agrupar en tres ejes que expresan la estructura global del discurso. El primero corresponde a una relación entre un actante que es un sujeto deseoso de algo y el objeto que desea. El segundo

corresponde a una comunicación, en que un actante-destinador entrega o transmite un objeto a un destinatario. El tercer eje queda constituido por las condiciones que ayudan o perturban al actante-sujeto en la búsqueda o satisfacción de su deseo. Una relación típica entre estos ejes aparece en el siguiente esquema:

Gráfico 53: Ejes actanciales



La descripción de los actantes, en los respectivos ejes, se transforma de este modo en otra forma de describir el sentido del discurso, poniendo en evidencia elementos estructurales posiblemente no perceptibles a priori. (Un ejemplo de este tipo de análisis puede encontrarse en Munizaga, G.: "El discurso público de Pinochet", CESOC/CENECA, Santiago, 1988.)

2.7. Análisis de "turnos"

Una de las estructuras semánticas no gramaticales que puede ser encontrada en el discurso es la presencia de tríadas, compuestas de tres funciones o "turnos". Adriana Bolívar plantea que "de acuerdo a la evidencia presentada por diversos autores que plantean el estudio de estructuras de tres partes en el discurso, se justifica la tríada como unidad fundamental en la interacción escrita". (Cfr. A. Bolívar, "Discurso e interacción en el texto escrito", *paper*, Universidad Central de Venezuela, Caracas.).

La estructura interna de la tríada consiste en tres "turnos" fundamentales, cada uno de los cuales consiste de una o varias oraciones:

- ♣ iniciador (I): informa e inicia tríadas informativas, o bien elicitiva e inicia tríadas elicítivas (e. d. interrogativas), o bien inicia tríadas de organización

- ✧ seguidor (S): mantiene el tópico de la tríada
- ✧ evaluador (E): cierra el tópico de la tríada (termina una parte o una forma del discurso).

Las tríadas pueden ser de dos tipos:

- ✧ de contenido: relaciona el texto al mundo de los acontecimientos (sistema básico de presentación de información y evaluación acerca de un acontecimiento); tiene al menos tres turnos, en la secuencia ISE. Es "informativa" (declarativa) o elicitativa (forma interrogativa).
- ✧ de organización: no relacionan el texto a los acontecimientos en el mundo sino a lo que está sucediendo en el discurso (por lo cual su presencia es completamente opcional). Su único turno obligatorio es el iniciador (I).

Los turnos pueden estar agrupados en unidades más amplias, que corresponden a "movimientos" (*), de los cuales se pueden identificar tres tipos:

- ✧ (A) representación del mundo que es o era
- ✧ (B) representación del mundo que podría ser
- ✧ (C) representación del mundo que debería ser.

Todo movimiento ha de partir de la referencia a un evento o situación (S), la cual puede estar elaborada con mayor desarrollo (D) y se termina normalmente por una evaluación o recomendación (R). En textos largos, el movimiento puede ser llevado a cabo por más de una tríada y la secuencia SD puede repetirse, obteniendo una estructura interna del tipo SDSD, SDSDR, o aún más larga.

Técnicas de análisis de redes

3.1. Análisis de coocurrencia y mapas semánticos

El análisis de coocurrencia pretende ser un instrumento de análisis que dé un paso más allá de la mera estadística de términos en el sentido de aproximarse más al contenido semántico. Este paso consiste en considerar pares de componentes, midiendo la simultaneidad de su aparición en conjuntos significativos predeterminados. Típicamente, aquí, el conjunto significativo considerado es la oración (definida pragmáticamente como el conjunto de términos que se termina con un punto) y cada par de palabras en el interior de esta unidad gramatical constituye una coocurrencia. Así, si la oración se compone de 6 palabras, existirán en ésta 15 coocurrencias o pares de palabras. Por cierto el sistema es aplicable a cualquier conjunto, y no sólo a textos (El francés Hudrisier lo utilizó para generar sistemas de clasificación de fotografías).

Supongamos que disponemos de una serie de 10 términos que representaremos aquí por las minúsculas de la 'a' a la 'j', y que varias personas han de utilizarlos para formar dos oraciones distintas. Una primera respuesta podría ser:

[Oración A:] a, c, e, g.

[Oración B:] b, d, f, h, i, j.

Las coocurrencias correspondientes son, primero para el conjunto A:

a-c c-e e-g

a-e c-g

a-g

y para el conjunto B:

b-d d-f f-h h-i i-j

b-f d-h f-i h-j

b-h d-i f-j

b-i d-j

b-j

Supongamos que, ahora, otra persona efectúe las agrupaciones:

[C:] a, d, e, i, j.

[D:] b, c, f, g, h.

Son nuevas coocurrencias que, al considerarse todo el súper-conjunto (A, B, C, D), han de sumarse a las anteriores, para lo cual es necesario trasladar la información a una matriz cuadrada que tomaría la forma siguiente:

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
a	-	0	1	1	2	0	1	0	1	1
b	0	-	1	1	0	2	1	2	1	1
c	1	1	-	0	1	1	2	1	0	0
d	1	1	0	-	1	1	0	1	2	2
e	2	0	1	1	-	0	1	0	1	1
f	0	2	1	1	0	-	1	2	1	1
g	1	1	2	0	1	1	-	1	0	0
h	0	2	1	1	0	2	1	-	1	1
i	1	1	0	2	1	1	0	1	-	2
j	1	1	0	2	1	1	0	1	2	-

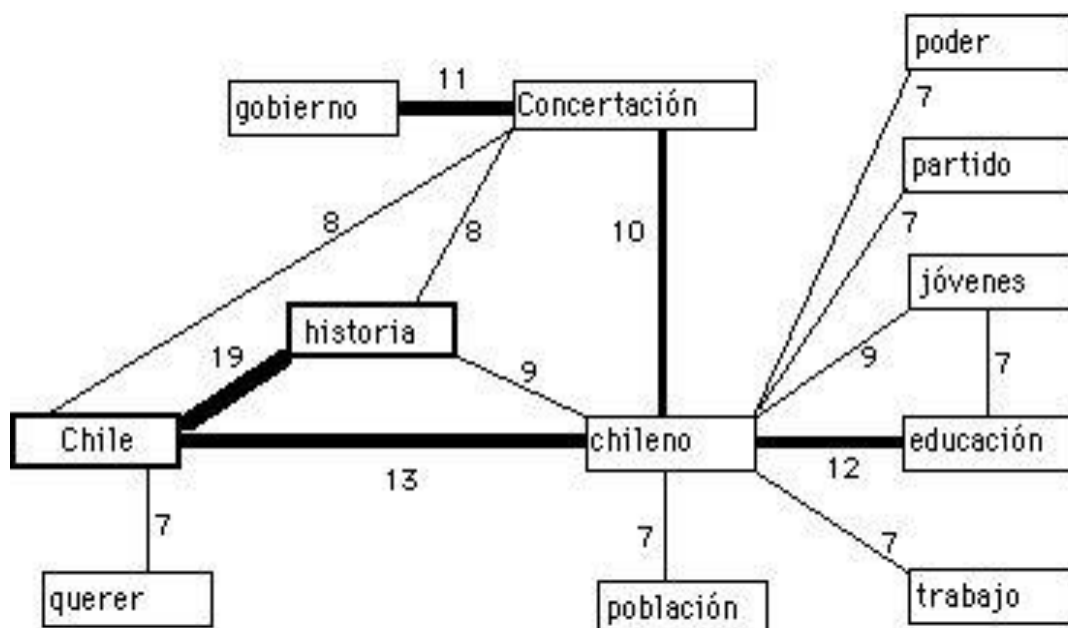
El superconjunto [A, B, C, D] puede representar también un texto, cuyo vocabulario total sea de sólo diez palabras diferentes. El mismo procedimiento se aplica a conjuntos mayores, obteniendo una "matriz de coocurrencia" evidentemente también mayor. Como el tamaño de ésta puede superar la capacidad del microcomputador, corresponde al analista limitar el número de términos a considerar. En el presente caso, el software ANATEX –desarrollado por la Escuela de Periodismo de la PUC–no permite sobrepasar la cantidad de 99 ítems, pero es factible definir términos equivalentes (en series de hasta 10), con lo cual se procesan campos semánticos más que términos (hasta 99 campos, que pueden agrupar hasta 990 términos).

Después de analizar el superconjunto, se habrá formado una

matriz con todas las coocurrencias reales. Esta matriz representará un campo semántico global determinado por los componentes anotados, poniendo en evidencia "procesos psicológicos subyacentes" –de agrupación de ideas– estrechamente vinculados al carácter semántico de la comunicación (como lo señalan autores como Danowski, Moles y Hudrisier). Los pares muy frecuentes indican una fuerte "atracción" o vinculación mutua (con influencia de la significación de un término en la significación del otro), y la eventual interrelación de múltiples pares conforma una suerte de mapa, que –al dibujarse– puede poner en evidencia sub-áreas, términos más centrales y términos que –si bien pueden ser poco frecuentes– jueguen un papel importante al unir las sub-áreas (términos llamados "bisagras"). Se puede, por lo tanto, obtener una primera aproximación al contenido latente, escondido tras el contenido manifiesto de un texto bajo estudio. (Para más detalles sobre los procedimientos, consúltese el manual de Anatex).

A continuación un ejemplo de representación gráfica de los campos semánticos principales de un discurso pre-electoral de E. Frei (30 de mayo de 1993) obtenidos a partir de un análisis de coocurrencia.

Gráfico 6.1: Grafo principal del discurso de E. Frei



En este tipo de análisis –y en la interpretación del grafo obtenido– se debe tener el cuidado de no pretender extraer inferencias acerca de la significación de las relaciones anotadas: sólo sabemos que existe alguna fuerza de unión (mayor o menor) entre dos conceptos, pero no cual es el tipo de relación (probablemente se sumen varias). Por ello se considera hoy más aconsejable efectuar un análisis gramatical o semántico que tome en cuenta la función del concepto en la posición que ocupa, lo cual lleva al análisis de red de relaciones.

3.2. Redes de relaciones

Se pueden realizar análisis más complejos partiendo de un análisis de matriz semántica, teniendo en cuenta el tipo de relaciones entre los términos, conceptos o temas. Así, por ejemplo, existen algunos trabajos que han construido secuencias de relaciones de causa a efecto (donde es posible calcular el "peso" propio de cada causa en relación a todas las otras). También es posible construir redes a partir de estructuras gramaticales o semánticas (como el modelo Sujeto-Verbo-Objeto del que hemos hablado en el nº 2.2) tipificando los predicados (e. d. definiendo tipos de relaciones) o dando a la relación de coocurrencia un "peso" variable según el tipo de relación entre los términos.

Un ejemplo de herramienta para la creación de redes semánticas es SemNet. Este es un software "de propósito general" en materia de representación de redes semánticas ya que sirve tanto para el análisis de contenido como para organizar ideas, representar estructuras de conocimiento u orientar el estudio (aplicaciones educativas de tipo hipertextual). Semnet genera un conjunto de tarjetas ligadas a modo de hipertexto. Cada tarjeta muestra el mapa de relaciones entre un concepto-foco y todos los otros conceptos relacionados con él (cada uno de los cuales se transforma a su vez en concepto-foco y dispone de su propia tarjeta-mapa de relaciones con otra serie de conceptos). Si bien se dispone de los mapas de relaciones de cada concepto, en SemNet el mecanismo que genera el mapa de conjunto no está optimizado para ordenar las relaciones en un gráfico legible (sigue el orden de creación de las tarjetas, formando filas, lo cual está lejos de

constituir una opción gráfica útil). Existen sin embargo interesantes funciones de cálculo que son asociadas a las redes así generadas como estadísticas de conceptos, de tipos de relaciones, etc. resumidas en el cuadro que sigue.

Gráfico 6.2 Ejemplo de Informe SemNet

About Net:		Deber Aless			
<u>Net Elements</u>	<u># Elements</u>	<u># Synonyms</u>	<u># Texts</u>	<u># Pictures</u>	<u># Names</u>
Concepts	66	0	0	0	66
Relations	5		0	0	5
Instances	72				
<u>Counts of Concepts Having Various Numbers of Instances</u>					
<u># Instances</u>	<u># Concepts</u>	<u>% of Total Concepts</u>			
0	0	0.0			
1-2	54	81.8			
3 or more	12	18.2			
6 or more	5	7.6			
10 or more	2	3.0			
20 or more	1	1.5			
<u>Maximums</u>					
Most developed concept(s) with 27 instances: debe					
Most embedded concept(s) with embeddedness of 72: DEBER					
Most used relation(s) used in 35 instances: compl. V/compl. V					
<u>Relations (*)</u>					
1: compl. V	35				
2: conjug	9				
3: impl	1				
4: objeto	1				
5: sujeto	26				

Términos asociados a verbo "deber" en un discurso electoral de A. Alessandri

* Las relaciones anotadas en este ejemplo fueron de base gramatical.

Ejemplos de relaciones sugeridas en SEMNET

Relaciones de inclusión

- ⤴ contiene/es contenido
- ⤴ igual a/igual a

⤴ tiene por parte/es parte de

Relaciones de característica

⤴ ocurre en/es donde ocurre

⤴ tiene por característica/es característica de

⤴ tiene por función/es función de

⤴ tiene por tamaño/es tamaño de

Relaciones de rol

⤴ es agente/tiene por agente

⤴ es input de/tiene por input

⤴ es output de/tiene por output

⤴ es objeto de/tiene por objeto

⤴ informa/es informado por

Relaciones temporales

⤴ desarrolla/es desarrollado por

⤴ experimenta con/es investigado por

⤴ sigue/precede

Relaciones activas

⤴ absorbe/es absorbido

⤴ actúa sobre/es objeto de acción de

⤴ adquiere/pierde

⤴ cambia de/cambia en

⤴ causa/es causado por

⤴ consume/es consumido por

⤴ designa/es designado por

⤴ emite/recibe

⤴ envuelve/está envuelto por

⤴ es origen/es originado por

⤴ especifica/es especificado por

⤴ forma/ es formado por

⤴ modifica/es modificado por

⤴ necesita/es una necesidad de

⤴ provee/está provisto por

⤴ proviene de/conduce a

⤴ se convierte en/es convertido a partir de

⤴ se junta con/se junta con

⤴ sintetiza/es sintetizado por

⤴ usa/es usado por

3.3. Red de repeticiones y cohesión textual

Para la descripción de la estructura semántica de discursos, se puede recurrir al modelo de cohesión textual desarrollado por el lingüista inglés Michael Hoey (cf. *Patterns of Lexis in Text*, Oxford University Press, Oxford, 1991), quien demuestra, mediante la construcción de matrices de reiteración léxica y sobre la base de categorías como la repetición simple y compleja, la paráfrasis simple y compleja, la superordinación, la hiponimia y la co-referencia, la existencia de redes de interrelaciones cohesivas que organizan la información semántica entre oraciones adyacentes y no adyacentes en un texto. Las oraciones se convierten, de este modo, en "paquetes" de información semántica y, el léxico, en configurador del significado del texto.

Para Hoey, la cohesión textual es de naturaleza objetiva, pues corresponde esencialmente a una propiedad textual, donde ciertos rasgos léxico-gramaticales de las oraciones que componen un texto permiten establecer vínculos entre ellas, a diferencia de la coherencia que es subjetiva, dado que corresponde a una cualidad que el destinatario le asigna al texto.

Todo texto posee un patrón organizacional, por lo tanto, podemos preguntarnos si la cohesión contribuye a la creación de dicho patrón. De hecho, en opinión de Hoey, la cohesión, especialmente la de tipo léxico, contribuye en gran medida a dicha organización textual, aunque también el patrón resultante está relacionado con las múltiples y complejas formas en que los tópicos de un texto se interrelacionan a medida que el texto se desarrolla (Hoey, 1991: 14).

3.3.1. Categorías de reiteración léxica

Las categorías consideradas por el modelo de cohesión textual corresponden a:

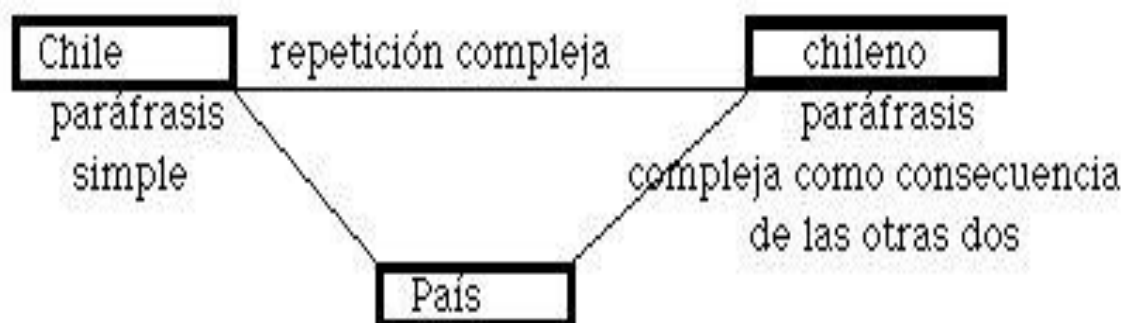
- △ La repetición simple (r.s.) que ocurre cuando en la repetición de elementos de un texto se produce una inflexión mínima: "chilenos", "chilenas".

- ▲ La repetición compleja, (r.c.) por su parte, ocurre cuando elementos que comparten un mismo morfema léxico, cumplen normalmente una función gramatical distinta. Sin embargo, para que el segundo ítem sea una repetición compleja del anterior, uno de ellos debe contener necesariamente la paráfrasis del otro, por ejemplo, "Chile", "chilenos".

- ▲ La paráfrasis simple, (p.s.) a su vez, ocurre cuando un ítem léxico reemplaza a otro sin que haya mayor alteración de significado como es el caso de "nación" y "país", paráfrasis que equivale a la sinonimia de Halliday y Hasan (1976).

- ▲ La paráfrasis compleja, (p.c.) por su parte, ocurre cuando uno de los elementos de la paráfrasis simple invoca a un tercero, con el cual establece una nueva asociación. Al igual que en el caso de la repetición compleja, esta categoría implica a menudo un cambio de clase gramatical. Ella se produce, según Hoey, cuando un ítem léxico es una repetición compleja de otro (p.ej. "Chile" / "chileno") y es al mismo tiempo una paráfrasis simple de un tercero, como por ejemplo "país" , creando un triángulo de enlace en el cual la presencia de dos tipos de vínculos crean un tercero, según se aprecia en el Gráfico 6.3:

Gráfico 6.3



La superordinación, la hiponimia y la co-referencia son otros tipos de repetición que postula el modelo, los primeros, en

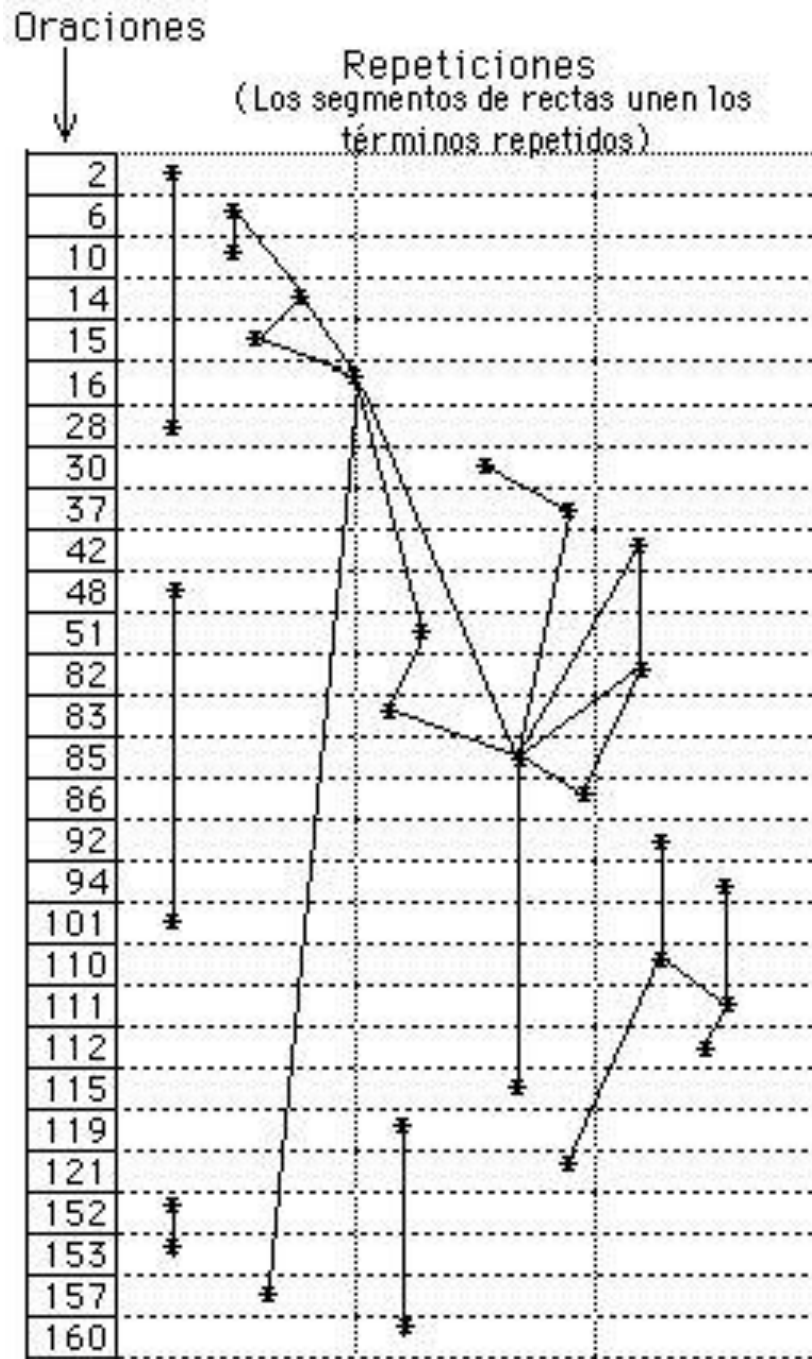
relación de inclusión. La superordinación indica que la palabra de referencia más general reitera un ítem sin agregar información adicional a la contenida en el ítem anterior, por ejemplo, urbanismo/vivienda. La hiponimia, por su parte, implica que la palabra de referencia más específica reitera una más general, la que a su vez la incluye, como por ejemplo, "partidos"/"Concertación". La co-referencia ocurre cuando se produce una repetición mediante identidad referencial, por ejemplo "el Presidente Eduardo Frei,..." estableciéndose un vínculo entre representante y representado.

3.3.2. Graficación de la red de vínculos

Según Hoey (1991: 8), la ocurrencia de un elemento léxico en un discurso conlleva su propia historia textual, un ámbito colocacional específico que se construye al crear el texto, y que explicita el contexto en el cual dicho elemento se inserta. Este ámbito determina el significado textual único y adecuado para cada contexto específico ('instantial meaning'). Una primera graficación recurre a tablas de doble entrada simétricas cuyas filas y columnas corresponden a las diferentes oraciones y las celdillas contendrán los términos repetidos.

Una graficación diferente a la anterior, en forma de red, permite ilustrar mejor la red de vínculos reiterativos indicadores del papel del léxico como configurador de los significados nucleares del discurso. Esta red léxica, ideológicamente significativa que impregna el discurso, se identifica sobre la base de la reiteración y da como resultado un esquema de la organización semántica de este discurso en forma de red transversal, sobre la base de puntos representando las diversas oraciones y arcos cubriendo la distancia entre las que se unen mediante una reiteración.

Gráfico 6.4



La dimensión fáctica del discurso y su evaluación ¹

Todo el conocimiento de que disponemos proviene inicialmente, en su fuente, de la observación de hechos. Como los hechos, además, participan de interrelaciones complejas, debe dedicarse especial atención a su definición, a su análisis y a su interpretación. Por tal razón es de suma importancia saber con precisión qué es un hecho, cómo se observa y cómo se verifica. Éste será el contenido del presente artículo.

4.1. La naturaleza de los hechos

Como bien lo señala W. Burton, considerar adecuadamente los hechos implica hacer intervenir el pensamiento crítico:

"El ciudadano medio suele no tener siquiera un conocimiento de la naturaleza de los hechos, de su interpretación y de las teorías a que dan lugar. Con frecuencia no conoce siquiera los procesos que, para manejar estas cosas, tienen lugar dentro de él mismo. Podemos hacer una presentación superficial de la situación mediante los siguientes diagramas, que indican cómo procede un pensador cuidadoso: hechos observados -> interpretación -> teoría.

El individuo corriente construye su sistema de conocimiento con sustitutos pobres de los factores arriba mencionados: observación o selección defectuosa, o falta de hechos -> interpretación pobre de experiencias que dan lugar a opiniones no dignas de confianza -> ninguna teoría, o teorías pobres." (Burton, pp. 111-112). Pero ¿qué son los hechos? Un hecho es un suceso, un estado de la existencia o una relación (entre entidades, entre acontecimientos o entre entidades y acontecimientos), para el cual pueden hallarse pruebas dignas de confianza y en el cual la interpretación interviene poco o nada. En sí posee un alto grado de objetividad, puede ser medido, descrito o definido con

¹ Artículo publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 10, 1998.

precisión y verificado en forma relativamente fácil (cfr. Burton, pp. 112 y 114).

¿Cómo se conocen los hechos? Existen métodos sencillos y otros más complejos: observación mediante los órganos de los sentidos o mediante instrumentos de precisión, procedimientos experimentales, uso –cuidadoso– de fuentes impresas y medios de comunicación, consultas a terceros. Estos dos últimos recursos son los que nos interesan aquí: para aceptar lo que reportan fuentes personales o mediales, es indispensable juzgar la confiabilidad de estas fuentes y de la forma en que exponen los hechos.

¿Cómo se verifican los hechos? Se estima habitualmente que un hecho está verificado cuando varios observadores independientes lo describen del mismo modo, o cuando puede ser reproducido independientemente de las personas (como cuando varios físicos repiten los mismos experimentos obteniendo los mismos resultados), o cuando ha sido observado frecuentemente por observadores independientes o cuando puede ser probado mediante la aplicación de reglas en el marco de un sistema axiomático (como, por ejemplo, la lógica formal). Es necesario por cierto que la descripción del hecho sea objetiva y completa.

¿Cómo saber si una fuente es confiable? No es siempre fácil. Es altamente conveniente tener conocimiento de la identidad del informador, lo cual permite obtener informaciones acerca de su persona y, en particular, disponer de informaciones acerca de su idoneidad. Pero, aún siendo idóneo, no será confiable si no se atiene claramente a la realidad, es decir si no describe los hechos en forma clara o si introduce opiniones personales (o de terceros) en el curso de la descripción. Los comentarios, las hipótesis explicativas o las deducciones deben aparecer claramente separados del relato de los hechos. Más adelante veremos cómo los hechos sirven de base para formular hipótesis, desarrollar razonamientos y deducir conclusiones, que también deben ser analizados y criticados.

4.2. Inferencia e hipótesis

Los hechos en sí cobran importancia, para el ser humano, en la

medida en que tienen para él algún sentido. La mente humana, en forma casi automática, clasifica los hechos, los relaciona y trata de sacar de ellos algún tipo de conclusión: juicio, predicción, afirmación de una relación de causa a efecto, afirmación descriptiva generalizadora, etc. Ésta es la operación de inferencia. Al respecto, señala Burton:

"En toda oportunidad en que realiza una actividad reflexiva, la persona se enfrenta con una determinada situación, a partir de la cual tiene que llegar a –u obtener como conclusión– algo más, algo que no está presente. Este proceso de llegar a una idea de algo ausente partiendo de lo que se tiene a mano es lo que se llama inferencia. La inferencia tiene lugar en muchas situaciones variadas y posee distintos grados de complejidad. (...) Es el corazón del pensamiento. Con frecuencia se dice que es un "salto". La persona que piensa observa hechos reales, que pueden ser medidos o controlados de alguna manera y luego "salta" a una explicación." (Burton, pp.173-174).

Este proceso es particularmente susceptible de error y caracteriza la diferencia entre pensamiento crítico y pensamiento acrítico. El pensador adiestrado no elabora conclusiones: formula hipótesis y somete éstas a prueba. En otras palabras, la observación de ciertos hechos lo lleva a formular una o varias hipótesis en forma tal que pueden ser evaluadas. Al mismo tiempo busca todos los antecedentes relacionados de alguna manera con el problema y que pueden servir de apoyo o negación de éstas. Las hipótesis son, en consecuencia, guías de búsqueda. Pueden ser soluciones o explicaciones válidas. Pero si lo son realmente o no, es la tarea de la investigación descubrirlo. Sólo el método científico aplicado a la verificación de hipótesis presenta las máximas garantías de evitar el error o las malas interpretaciones (cfr. Selltiz & col. pp. 52-55 y 168-170).

Aunque evaluar una investigación es asunto de especialistas, todo analista está en condiciones de hacerse las preguntas esenciales acerca del valor de las hipótesis o de los resultados de

una investigación (haya sido realizada en forma científica o no). Toda exposición honesta debería proporcionar información suficiente para contestar dichas preguntas que son:

- a. ¿Las hipótesis están fundadas en observaciones preliminares, en una teoría científica o en la intuición?
- b. ¿Las hipótesis o cuestiones investigadas han sido formuladas en forma clara e inequívoca?
- c. ¿Cuáles son los resultados de la investigación y cómo se han obtenido?
- d. ¿Hasta dónde podemos confiar en los resultados? (¿El investigador informa acerca de los márgenes de validez y confiabilidad?).

4.3. Demostraciones y pruebas

La palabra demostración aparece muy pocas veces definida en la literatura. Es sin embargo importante para nosotros saber cuál es su sentido exacto. Diremos que es un proceso por el cual se reúnen y verifican pruebas de un hecho o una verdad, en condiciones tales que se garantice la validez de las conclusiones. Por extensión se llama también demostración a la descripción de este proceso o al conjunto de las pruebas reunidas. Las pruebas, a su vez, son datos o testimonios empleados como medio para demostrar o apoyar la validez de una conclusión o un alegato (cfr. Burton, p. 199).

El tipo de demostración depende de la naturaleza del problema. Generalmente recurre a la corroboración experimental, a la observación, al razonamiento o a las pruebas legales (documentales, testimoniales, periciales). Como señala también Burton, "el ciudadano medio casi nunca demuestra sus afirmaciones ni pide demostración alguna de las que hacen los demás". Así abundan las opiniones equivocadas y se introducen supuestos inadvertidos en el pensamiento y la conversación. También se recurre a argumentos de autoridad u otros que constituyen falacias.

4.4. Técnica de evaluación fáctica

No habiendo encontrado ninguna proposición adecuada en la literatura sobre análisis de contenido que hemos podido conocer, hemos estructurado una técnica de evaluación inspirada en la tipología de las unidades que conforman el universo semántico propuesta inicialmente por J. L. Jolley (en su obra "Ciencia de la información"). Probada a través de la docencia, la sometemos aquí a la consideración del lector.

Ante todo debemos recordar que la dimensión fáctica es sólo parte del discurso total, por lo cual la primera tarea consiste en identificar los componentes que deberán ser evaluados. Aunque sería posible pensar en un nivel aún más detallado, la unidad de análisis que consideraremos es la proposición. Y sólo nos interesan –obviamente– las proposiciones de carácter fáctico (que describiremos más adelante). De este modo se descartan las oraciones que corresponden a:

- expresiones directas de opiniones personales (caracterizadas por fórmulas como "*Pienso que...*", "*Creo que...*" y semejantes);
- expresiones de juicios valorativos (caracterizadas por fórmulas como "*es conveniente*", "*no se puede*", "*es bueno –o malo–*", etc.);
- expresiones de deseos o propuestas (como "*Debería hacerse*", y parecidas);
- fórmulas típicas de una doctrina religiosa, ideología política o concepción filosófica.

Las inferencias que no contienen explícitamente la indicación de que se trata de una opinión personal deben ser inicialmente sometidas al proceso de evaluación como si fuesen proposiciones fácticas. Así, el contenido fáctico estará constituido inicialmente por la totalidad de las proposiciones no descartadas de acuerdo a las sugerencias anteriores. Podemos suponer, de este modo, que nos encontraremos a continuación sólo con expresiones de "hechos" (incluidas las hipótesis, con sus elementos de prueba), las cuales conforman la "Dimensión fáctica" total del discurso analizado (de acuerdo a la tipificación de tres dimensiones

propuesta por J. M. Desantes).

La extensión de esta dimensión puede ser calculada si definimos sus componentes y atribuimos a cada uno un valor aritmético. Considerando el valor máximo atribuible a cada componente obtendremos la extensión teórica o máxima posible. Los valores reales que la evaluación permita para cada componente (proposición fáctica), arrojarán el grado de fundamentación efectiva, valor inferior o –idealmente– igual al valor teórico de la dimensión fáctica del discurso bajo escrutinio. Las cifras y los factores a considerar en el cálculo se proponen a continuación, para lo cual es necesario considerar cuatro tipos diferentes de proposiciones, a las cuales se aplican diferentes criterios de evaluación. De modo general, para cada variable del análisis se admitirán valores '0' (ausente o falso), '1' (parcial o dudoso) y '2' (exhaustivo, verdadero o sustentado en pruebas o procedimientos explícitos).

Los tipos de proposiciones a evaluar son los siguientes:

4.4.1. Acontecimientos y cambios

Empezamos la evaluación considerando las expresiones proposicionales cuyo significado sea de carácter activo y esencial: los acontecimientos y los cambios (transformaciones que ocurren en las entidades como consecuencias de algún acontecimiento). Mientras el acontecimiento se refiere a una acción, el cambio designa la consecuencia de la misma, en su aspecto dinámico.

Acontecimientos y cambios constituyen elementos claves, cuya evaluación involucra la mayor cantidad de variables. También es frecuente que más de una proposición –e incluso más de una oración– hayan sido usadas por el autor para describir el mismo hecho: en este caso se considera la descripción como un todo y se evalúa una sola vez el conjunto de oraciones equivalentes.

Para realizar la evaluación, en una primera columna –ancha– anotamos resumidamente cada acontecimiento o cambio reseñado. Cada uno deberá ser evaluado primero en función de la verificación personal de la misma que el analista pueda realizar:

podrá ser falsa (0), verdadera (2) o sujeta a verificación (1), de acuerdo a sus conocimientos previos. Esta variable, sin embargo, se aplicará solamente cuando se estima factible la comprobación personal (por ejemplo en el caso de acontecimientos locales, donde es factible encontrar e interrogar testigos), pero no se computa para los casos en que la pretensión de comprobación personal carecería de realismo (p.ej. hechos ocurridos en otro país). Esta variable, siendo extrínseca al discurso, no podrá afectar el cálculo de la dimensión fáctica teórica atribuible al discurso, pero sí afectará –de ser utilizada– la evaluación efectiva del hecho (El modo de cálculo se explica más adelante). Esto significa que el valor fáctico "teórico" que pudiera tener un discurso no depende de la efectividad de la comprobación personal, mientras el valor real que le atribuyamos como analista sí podrá ser afectado de acuerdo a nuestro conocimiento (anulando el valor de una proposición si sabemos pertinentemente que es falsa o duplicándolo si sabemos con certeza que es verdad).

Luego ha de ponderarse la exhaustividad del relato (detallada –2– o reducida –1–) para pasar a evaluar la fuente de la información. Aquí se consideran dos componentes: el acceso a la información por parte del autor, que en la Tabla de evaluación (ver al final) llamamos "Observación", y la confiabilidad que se merece el mismo o su fuente (por ser especialista en el tema, profesional conocido y respetado, o no). La "observación" –del hecho– puede haber sido directa (si el autor fue testigo presencial, en cuyo caso obtiene valor '2') o indirecta (si recurrió a terceros, en cuyo caso se anota el valor '1'). Si el acceso fue indirecto y el autor no da indicación alguna acerca de su fuente se evaluará la confiabilidad como dudosa (valor '1'). Ésta será máxima (2) si el autor es considerado un experto en el tema tratado.

Finalmente se ha de verificar si la inclusión del acontecimiento se debe a propósitos explicativos (o ilustrativos) –valor '1'– o si constituye un elemento de prueba en apoyo de alguna tesis sostenida por el autor –valor '2'–, lo cual se especifica con la variable "Uso". De este modo intentamos tener en cuenta el "peso" que el propio autor da al acontecimiento dentro de su discurso.

Quedan por efectuar los cálculos a partir de los valores obtenidos. En una penúltima columna de la tabla que utilizamos para registrar los datos se anotará la "Dimensión fáctica" del ítem evaluado, multiplicando entre sí los valores máximos posibles de las distintas variables consideradas (no los valores reales) excepto la de "Verificación personal" que, como lo hemos señalado, no afecta la dimensión teórica. Sumando luego el valor obtenido para cada renglón de la tabla, obtendremos la dimensión fáctica total teórica del discurso, con la cual compararemos el valor real que calcularemos en seguida. Así, si el "Uso" es probatorio, la dimensión fáctica teórica de un hecho será 16, siendo solamente de 8 si el "Uso" es ilustrativo (ya que hay otras tres variables a considerar, con valor máximo '2' cada una).

Tabla de evaluación

Casos	Verif. pers.	Exh.	Observ.	Conf.	Uso	Dim. T.	Eval. real
Valores para estimar la Dimensión Fáctica teórica (Dim T.)							
1. Uso ilustrativo	(1 o 2)	2	2	2	1	8	
2. Uso probatorio	(1 o 2)	2	2	2	2	16	

Finalmente, en la última columna, anotaremos la "Evaluación" específica (real), resultado de multiplicar entre sí todos los valores anotados para las variables evaluativas consideradas. Al terminar la tabla, sumaremos las dimensiones teóricas y las evaluaciones efectivas y calcularemos la relación entre ambas (obteniendo la proporción "fundada" del discurso). Pero para ello hemos de considerar primero otras proposiciones con posible valor factual.

4.4.2. Caracteres distintivos

La mera presencia o mención de un carácter distintivo (como la calificación de un sustantivo) no obliga de por sí a considerar una proposición en esta fase del análisis. En efecto, una oración como "El auto es verde" corresponde a una mera expresión de un

valor distintivo propio de un atributo de la entidad señalada, es decir que en realidad sólo agrega un término (calificativo aplicado al sujeto en este caso), lo cual queda demostrado sin dificultad al reducir la proposición a la frase "el auto verde" que es equivalente.

Establecemos la regla de que este tipo de expresión queda fuera del límite de las expresiones que admitimos para la evaluación: la unidad de análisis es la proposición y expresiones gramaticales inferiores a la proposición o reductibles a la forma 'sustantivo adjetivo' no se evalúan. Sin embargo, podría ocurrir que supiéramos que el mencionado auto NO es verde. Obviamente nuestro conocimiento afecta la credibilidad y debe ser tomado en cuenta. En consecuencia debemos prever una excepción a la regla de no analizar expresiones gramaticales inferiores a la proposición.

Para tales excepciones, la regla será que la relación entre un carácter distintivo (que aparece como adjetivo o predicado) y una entidad o un acontecimiento sólo se considera si es falsa, lo cual es doblemente grave si, al mismo tiempo, constituye una premisa de algún razonamiento o deducción. Para cada caso registrado (que podemos llamar de "atribución distintiva probatoria falsa") agregaremos la dimensión fáctica de acuerdo a la regla general (8 o16, según el "Uso") pero daremos el valor '0' como evaluación efectiva.

Fuera de este tipo de caso, consideraremos los caracteres distintivos cuando constituyan el núcleo de alguna comparación entre entidades o entre acontecimientos, como en la oración "Los dos vehículos eran del mismo color", es decir cuando se utilicen para expresar una relación, tipo de expresión que evaluamos de acuerdo a las reglas que siguen.

4.4.3. Relaciones

Las relaciones que han de evaluarse en el marco de la evaluación fáctica del discurso son las que pueden explicitarse mediante caracteres distintivos —como recién señalado— y otros nexos entre entidades y acontecimientos, que revisamos a continuación.

a. Relaciones distintivas

Las relaciones de este tipo que pueden presentarse entre entidades o acontecimientos (indicaciones de semejanzas o diferencias) como también las referencias a cambios puestos en evidencia por relaciones distintivas deben ser añadidas a la tabla de evaluación si no estuvieron contempladas ya con anterioridad. Se evalúan del mismo modo que los acontecimientos y los cálculos de la dimensión fáctica y la evaluación efectiva se realizan según la misma pauta.

b. Relaciones fácticas

Por tales entenderemos aquí toda relación entre entidades, entre acontecimientos o entre entidades y acontecimientos que, saliendo del marco de la explicitación de caracteres distintivos, forme parte de la estructura teórica o práctica de la realidad, de acuerdo a la experiencia o al conocimiento científico generalmente aceptado. Se excluye cualquier formulación que no sea meramente descriptiva y, en especial, las inferencias (que consideraremos más adelante).

Ejemplos de estas relaciones son:

- las definiciones ("El hidroavión es un aeroplano capaz de despegar y posarse en el agua")
- las relaciones de equivalencia ("Yinger no es otro que el famoso criminal...")
- las relaciones de pertenencia ("El motor se compone de un bloque y varios cilindros")
- las relaciones de complementariedad ("Los sonidos se clasifican en diferentes niveles de intensidad")
- las relaciones circunstanciales ("Los ancianos estaban en el comedor")
- los mandatos ("Los interesados deben llenar una solicitud")
- los cálculos ("Si se pierde el 1% de azufre en escapes, una producción diaria de 50 toneladas genera 12.500 litros de contaminante")

Estas relaciones se evalúan del mismo modo que los acontecimientos.

c. Inferencias

Las otras relaciones entre entidades, entre acontecimientos o entre entidades y acontecimientos que sean el fruto de un proceso mental tendiente a encontrar una explicación o hacer proyecciones deben ser consideradas como hipótesis. Las hipótesis –descriptivas, explicativas o causales– se esperan fundadas en datos recogidas con anterioridad a la difusión del discurso, por lo cual se evalúan en relación a las variables de "Verificación personal", "Observación", "Confiabilidad" y "Uso". La variable "Exhaustividad" no se considera aquí, ya que no se espera que se rinda cuenta de todos los detalles de la investigación que respalde la hipótesis. La "Confiabilidad" se interpreta en relación a los datos que aseguren la contrastación de la hipótesis y será "0" si el autor no entrega ninguna información al respecto. La variable "Verificación personal" se incluirá del mismo modo que en el caso de los acontecimientos.

En consecuencia, la dimensión fáctica del discurso se aumenta en 4 u 8 puntos, según el "Uso" (ilustrativo o probatorio) de la hipótesis por el autor.

d. Probabilidades y predicciones

Si bien, en sentido estricto, la dimensión fáctica debería darse por agotada con los componentes anteriores, nos encontramos algunas veces con proposiciones en forma de hipótesis que exigen –y sólo permitirían– una contrastación a realizar en el futuro: son las proyecciones y predicciones. De semejantes características son los enunciados de acontecimientos probables, como por ejemplo: "Si Ud. tiene entre 40 y 45 años, es probable que esté recibiendo el sueldo más alto al que puede aspirar y que pasada esa edad sus remuneraciones podrían caer hasta en 30%".

Estas afirmaciones no pueden, por cierto, a priori, ser consideradas como meras opiniones: pueden existir muy buenos fundamentos para formularlas. En consecuencia estimamos que han de ser evaluadas utilizando las variables de "Confiabilidad" y de "Uso", como también de factibilidad de "Verificación personal". La extensión de la dimensión fáctica teórica del

discurso se aumentará en 2 o 4 puntos –según el tipo de Uso– para cada caso de este tipo.

e. Opiniones con apariencia de hechos

Las hipótesis y probabilidades rechazadas (es decir con Evaluación=0) se transforman en meras opiniones y no constituyen fundamentos fácticos válidos. Introducen la "dimensión opinática" –en la tipología de J. M. Desantes–, en la cual se agrupan dos categorías de expresiones: las afirmaciones personales que se sustentan en algún hecho comprobado (mencionado en el discurso) y las afirmaciones gratuitas (sin base de sustentación expresada). No corresponde considerar tales proposiciones en la evaluación fáctica.

f. Cálculo final

Terminada la evaluación de cada expresión fáctica o aparentemente fáctica, se suman los valores anotados en las dos últimas columnas: dimensión teórica y evaluación efectiva. Nuestras experiencias han permitido estimar -tentativamente- que si bien se ha de esperar una evaluación superior al 50% de la dimensión teórica estimada para un discurso de corte científico, sólo se sitúa entre el 25 y el 50% para un artículo periodístico. Este porcentaje, aparentemente bajo, se debe en su mayor parte al hecho que el periodista no acostumbra indicar su fuente informativa, ni precisar los grados de validez o confiabilidad cuando da cuenta de los resultados de una investigación.

Tabla de evaluación fáctica (Ejemplo)

Hechos	Verif. pers.	Exh.	Obser.	Conf.	Uso	Dim.T.	Eval.
Acontecimientos							
1. Países sub-desarrollados como el nuestro gastan el 1% de su PGB en computación.	1	1	2	1	1	8	2
2. A. Toffler opina sobre las computadoras en <i>El shock del futuro</i> .	2	1	2	2	1	8	8
Relaciones distintivas							
11. Los computadores no son capaces de hacer algo para lo que no hayan sido programadas.	2	1	2	2	1	8	8
Inferencias							
17. El uso del computador ahorra tiempo a los profesionales.	1	-*	1	2	2	8	4
Predicciones							
13. La computación amenaza con modificar completamente la sociedad en que hoy vivimos.	1	-*	2	2	1	4	4
Totales						36	26
Porcentaje de fundamentación:	72%						

Notas:

- Sólo se incluyen algunos ejemplos, que son oraciones extraídas de un mismo texto.
- Los números de la primera columna ("Hechos") corresponden al orden secuencial de cada expresión en el original.
- Los valores de evaluación –en cada celdilla– dependen evidentemente del contexto, del cual no dispone aquí el lector.
- El porcentaje final de fundamentación del texto aludido era menor, debido a valores inferiores para otras afirmaciones.
- * Indica que la variable no se aplica.

4.5. Criterios básicos para la WWW

El importante desarrollo de Internet y más particularmente de la World Wide Web como sistema de publicación de múltiples tipos

de contenido pone al analista ante un tipo de discurso que puede asumir múltiples formas. A estos contenidos pueden evidentemente aplicarse las diversas técnicas reseñadas aquí o en nuestra obra complementaria sobre *El contenido de los mensajes icónicos (Cuadernos Artesanos de Latina, 8)*. Sin embargo, antes de pasar a cualquier análisis, es conveniente aplicar criterios básicos de evaluación para verificar si una página que encontramos mediante –por ejemplo– un "motor de búsqueda" contiene información confiable. ¿Es posible desarrollar un "índice de calidad" de las páginas o los sitios que encontramos?

Presentamos una pauta general de evaluación que sintetiza los criterios enunciados por Jan Alexander y Marsha Ann Tate en *Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web* (Ed. Lawrence Erlbaum). Agregaremos luego criterios complementarios para diferentes tipos de páginas o sitios web.

4.5.1. Pauta general de evaluación

Criterio 1: Autoridad

- 1.1. ¿Se señala el nombre del responsable de la página?
- 1.2. ¿El autor o responsable aparece como perteneciendo a alguna organización o empresa?
Si es así:
 - 1.2a. ¿La página contiene un link hacia una página que describe los objetivos de la organización?
 - 1.2b. ¿Aparece algún medio para verificar la legitimidad de esta mención: número de teléfono o dirección postal para contactar la organización (un e-mail no es suficiente ya que puede ser engañoso)?
 - 1.2c. ¿Se señala si la información cuenta con la aprobación de la institución o es "oficial"?
- 1.3. ¿Se señalan las calificaciones del autor, que le confieren autoridad en el tema que aborda?
- 1.4. Si el material tiene copyright, ¿se indica a quién pertenece?

Criterio 2: Exactitud

- 2.1. ¿Se señalan las fuentes de la información factual, de tal modo que se pueda verificar con otra fuente?
- 2.2. ¿Está el texto exento de errores gramaticales y de ortografía?
- 2.3. ¿Está claro quién tiene la última responsabilidad acerca de la exactitud del contenido?
- 2.4. Si hay gráficos, ¿están claramente titulados y son fáciles de leer?

Criterio 3: Objetividad

- 3.1. ¿La información se ofrece como un servicio a todo público o un público específico?
- 3.2. ¿La página está libre de publicidad?
- 3.3. Si hay publicidad, ¿está claramente separada del resto de la página?
- 3.4. Si la información es institucional o personal, ¿se indica claramente la orientación (filosófica, ideológica o religiosa) de la institución o del autor?

Criterio 4: Actualidad

- 4.1. ¿Aparece la fecha de instalación o de actualización en web?
- 4.2. ¿Se indica si el contenido se actualiza con regularidad?

Criterio 5: Cobertura

- 5.1. ¿Queda claro si la página está completa o se encuentra aún "en construcción"?
- 5.2. Si se señalan varios temas ("menú"), ¿se cubren efectivamente todos los señalados?
- 5.3. Si se indica que existe una versión impresa de una o varias páginas
 - 5.3a. Si hay varias ediciones no-web, ¿se indica a cuál corresponde la versión web?
 - 5.3b. ¿Se indica si la versión en web es completa o sólo parcial?

5.3c. ¿Se indica dónde y cómo se puede obtener la versión impresa, si la hay?

4.5.2. Criterios complementarios según tipos de páginas

Páginas informativas

Son páginas destinadas esencialmente a entregar información factual, objetiva, o contenidos científicos. Se pueden incluir aquí principalmente las páginas de instituciones educacionales, centros de investigación, organismos públicos (estatales), diccionarios, directorios y, con algunas posibles reservas, las de agencias y medios informativos (periodísticos). En este mismo orden se puede evaluar, en general, la confiabilidad de este tipo de fuente.

Criterio complementarios de autoridad:

Si se trata de un medio periodístico ¿existe una versión en otro medio (prensa, radio, TV) con el cual se pueda comparar la legitimidad?

Criterios complementarios de exactitud:

Si se trata de un medio periodístico ¿existe una versión en otro medio (prensa, radio, TV) con el cual se pueda comparar la exactitud?

¿Se señalan los nombres de los editores responsables?

Criterios complementarios de objetividad:

¿La información factual se distingue claramente de la opinática?

Páginas comerciales

Son las páginas de empresas comerciales que ofrecen sus productos o servicios. Aún cuando tengan el aspecto de ser meramente informativas, es necesario tomar en cuenta que es muy dudoso que sean totalmente objetivas.

Criterios complementarios de autoridad:

¿Se indican quienes son los dueños de la empresa? ¿Hay alguna manera de comprobar la solidez de la empresa (p.ej. balance, valor en bolsa)?

Criterio complementario de exactitud:

- * Hay algún link hacia un organismo independiente donde se pueda certificar la existencia/vigencia de la empresa?
- * Encontrar una evaluación crítica de sus productos (como páginas de organismos de consumidores, p.ej.)?

Criterios complementarios de cobertura:

- ¿Se describe clara y detalladamente cada producto/servicio (especificaciones técnicas, condiciones de uso, aplicabilidad)?
- ¿Foto?
- ¿Esto se hace de igual manera para todos los productos/servicios?

Páginas "advocativas"

Son páginas de difusión de opiniones o de propaganda, tendientes a influenciar la opinión de los lectores. Han de considerarse parte de esta categoría las páginas de partidos políticos, organizaciones religiosas, así como –también– las "páginas de opinión" (como los comentarios editoriales) de los medios periodísticos. La evaluación principal, en estos casos, depende evidentemente de la opinión y del grado de conocimiento del propio lector. Pero también es importante tener en cuenta que, en este campo –como en los otros–, se filtra cierta cantidad de páginas que falsean su fuente, para desprestigiar instituciones o agrupaciones.

Páginas personales

Éstas son páginas compuestas y publicadas por individuos a título totalmente personal, por lo cual la información que incluyan (o no incluyan) acerca de la autoridad de sus autores es de suma importancia pero también puede ser muy fácilmente falseada. Por ello es de suma importancia verificar, además de los criterios generales antes mencionados:

Criterio complementario de autoridad:

¿Hay algún link hacia un organismo oficial o académico que pueda respaldar la idoneidad del autor?

Será siempre un poco más confiable una página personal que

aparece albergada en un sitio universitario –p.ej. www.uc.cl/~rcolle/ (siendo UC la Universidad Católica de Chile)– que una albergada en un sitio público como Tripod, GoogleSites o GooglePages (o, más aún el “Rincón del vago”, lleno de monografías estudiantiles). Sin embargo, hay universidades que permiten páginas de alumnos sin control alguno (por lo que hasta grupos terroristas han aparecido con páginas en sitios universitarios), por lo que –aún así– más vale ser cauteloso.

Nótese que el orden en que hemos colocado estos cuatro tipos de páginas sigue a su vez, como se puede apreciar, la variable de confiabilidad. Es importante que el lector se forme, en la práctica, mediante juicio crítico basado en sus propios conocimientos, su propia jerarquía de sitios y personas confiables.

La dimensión ideológica del discurso y su estudio

Al introducir aquí el término ideología, importa precisar que interviene en dos de sus acepciones. De modo general se entiende como "todo sistema de opiniones y creencias fundado en un orden de valores subyacente, más o menos consciente, encaminado a encauzar las aptitudes y comportamientos de los miembros de un grupo social, clase o sociedad dados" (Enciclopedia RIALP). En términos de J. M. Desantes, es "la comunicación del mundo interior del emisor que propone a la voluntad de los receptores un bien o una apariencia de bien" (p. 49).

Pero, en el seno de esta dimensión ideológica del pensamiento y de la comunicación, se pueden encontrar "sistemas más o menos coherentes de ideas, opiniones o dogmas, que un grupo social (o un partido) presentan como exigencia de la razón pero cuyo resorte efectivo se halla en la necesidad de justificar empresas destinadas a satisfacer aspiraciones interesadas y que es, sobre todo, explotado para la propaganda" (Foulquié, "Diccionario del lenguaje filosófico"). Estas son las ideologías en sentido estricto que –si tienen una estructura orgánica y amplitud interpretativa respecto a la persona y al mundo– pueden también llamarse doctrinas. Las encontramos expresadas habitualmente en discursos de claro carácter político o religioso, pero también suelen aparecer –más disimuladamente– en comentarios de prensa. Para reconocer sus componentes habrá, evidentemente, que recurrir a técnicas más específicas que para analizar la dimensión ideológica en sentido amplio.

Los métodos de análisis referidos al estudio de los valores o posiciones doctrinales o ideológicas presentes en los mensajes merecen mención especial. Las razones de esta mención son dos. Por una parte hacen necesario recurrir a métodos particulares. Por otra parte abunda la literatura "ejemplativa" monótonamente expresiva de un punto de vista partidista de izquierda (crítica marxista o proto-marxista a la sociedad capitalista). Más que en

ningún otro caso debe tomarse en cuenta que la ideología o filosofía del analista influye no sólo en los resultados de su trabajo sino ya en la determinación de los procedimientos de la investigación.

Advertida esta peculiaridad, hemos de preguntarnos si existe efectivamente alguna posibilidad de realizar un análisis valóricos objetivo, independiente de las creencias personales. Y nuestra respuesta en este caso es afirmativa: es factible con el mismo grado de objetividad que el que se puede lograr en la aplicación de cualquier otro método de Análisis de Contenido.

Pero antes de exponer una metodología, hemos de aclarar cómo entender y abordar la dimensión ideológica. Para ello nos ha parecido muy clarificadora una charla del profesor Rafael Roncagliolo, de la cual extrajimos los conceptos expuestos a continuación.

5.1. Bases del análisis ideológico

A continuación, extractos del resumen de la charla publicado por M. Kaplún y A. Villaverde en el *Boletín Radiodienst UNDA-AL* n° 56, 1974, pp. 26-31

5.1.1. Introducción

Con el aporte de la semiología, somos conscientes de que en todo está presente una ideología. Como el personaje de Molière que habla en prosa sin saberlo, podemos afirmar que todos comunicamos ideologías sin saberlo. Hay una omnipresencia de ideologías en toda relación social. Sin embargo, las corrientes sociológicas occidentales que constituyen nuestra tradición académica veían lo ideológico solamente en lo obvio, en lo evidente o manifiesto del mensaje. Ideológico concordaba con idea o pensamiento expreso.

En una primera aproximación, podríamos decir que la ideología es la cosmovisión, la representación del mundo y de la realidad: las ideas que, dentro de una sociedad dada, tienen los hombres acerca de sí mismos, de la naturaleza, de sus relaciones con los demás. Es decir, qué cosa es verdadera en cuanto a sí mismos, a la naturaleza, a sus relaciones con los demás. Pero

además de este componente cognoscitivo o intelectual, la ideología contiene una escala de valores, una jerarquización: qué cosa es lo importante. Y contiene una ética: qué cosa es lo bueno.

5.1.2. Descripción de la ideología

La definición descriptiva nos lleva a determinar su consistencia intrínseca. ¿Podemos decir que la ideología es una estructura? ¿En qué consiste un sistema ideológico? ¿Se le puede describir, caracterizar, tipificar, como se hace con un sistema económico?

Se pregunta dónde está y en qué reside lo ideológico; qué es más ideológico, un discurso o la revista *Mecánica Popular*. A primera vista, la respuesta sería el discurso; y se dudaría de que hubiese "ideología" en la revista. De acuerdo con la definición que nos remite la tradición académica, parece que no hay nada ideológico en una revista dedicada a temas mecánicos. Pero si buscamos la ideología en los valores implícitos, es decir a nivel de connotaciones, la sola existencia de la revista dedicada a cuestiones mecánicas para presentar y exaltar los últimos modelos de automóviles, carros de carrera, embarcaciones, etc. y el hecho de que alcance una enorme circulación con millones de lectores, es un hecho ideológico, porque responde a ciertos supuestos y escala de valores que están latentes en la sociedad consumidora de la revista.

Esquemáticamente podemos enunciar así esta descripción:

1. La ideología es un nivel de significación presente en todo mensaje o tipo de comunicación social; no es una clase particular de mensaje.

No se trata de que unos mensajes sean ideológicos y otros no, sino de que todo mensaje puede leerse de varias maneras:

- 1.1. Didácticamente, preguntando cómo cumple su cometido el libro de texto.

- 1.2. Ideológicamente, preguntando los supuestos valorativos que ofrece indirectamente. p.ej.:

La publicidad selecciona y combina los conceptos de azúcar-gordura-infarto-muerte. La connotación final es que el azúcar y la muerte se identifican. Conclusión: consumir poco azúcar.

El nivel ideológico procede generalmente por connotación, y no por denotación; no radica tanto en lo que expresa, sino en lo que supone, en lo que dice "entre líneas".

2. Es un sistema de reglas, y no una suma de proposiciones. No se trata de una colección de proposiciones, sino una reglamentación no escrita que hace posible una formulación afirmativa o negativa, una luz verde algunas veces y otras no. Es una especie de gramática del pensamiento.

Por ejemplo, si digo "Salté verde", encuentro una incongruencia gramatical; si digo "ballena grácil" encuentro una incongruencia semántica; si digo "comunista bondadoso", para alguna persona chocará como una incongruencia también, como algo que no puede darse: ahí está la ideología, en ese rechazar la posibilidad de que un comunista sea bondadoso.

Son también reglas de frecuencia que se aplican a los adjetivos adecuados a un sustantivo, y a los verbos que se combinan con el sustantivo. Por ejemplo, al sujeto "niño" se le aplican los verbos siguientes: estudia, obedece, calla; con menos frecuencia se afirma que el niño piensa, crea; y nunca puede aceptarse que el niño proteste, se rebele. Puede establecerse una analogía con las computadoras: la ideología no radica en los datos que alimentan la computadora (input), sino en el programa con que ella procesa los datos.

3. Las ideologías no se descubren en una primera lectura, sino a través de mecanismos de selección y combinación de los mensajes.

Las limitaciones de espacio exigen selección en la información; por ese sólo hecho ya la comunicación se ideologiza, pues la selección se hace con un criterio determinado. Pero además, los elementos seleccionados serán combinados en cierto orden, unos al principio y otros al final, y otros quedarán en el cuerpo de la información.

Para descubrir una ideología debemos indagar lo que hay por detrás, enfocando los elementos seleccionados y combinados; entonces podrá inferirse el criterio que determinó la selección y combinación. Es lo que sucede en

los textos escolares de historia cuando afirman que Colón descubrió América, Cortés conquistó México, San Martín condujo el ejército que ganó la batalla de Ayacucho. Los datos no son falsos, pero son medias verdades. Y surge una concepción individualista de la historia porque se han excluido todos los datos que configuran el contexto socioeconómico de los hechos y las relaciones sociales que los explican y que son parte de los mismos.

4. La selección y combinación no se hace necesariamente consciente, no depende, muchas veces, de una intención premeditada. Y éste es el gran peligro que corren los comunicadores inadvertidos.

Las ideologías dominantes se manifiestan con frecuencia entre aquellos que no las comparten; se presentan, muchas veces, como opciones variadas, pero en el fondo de la cuestión, es la misma cosa.

El comunicador que intente cambiar a sus receptores debe comenzar por analizar esos "programas de computadoras" [que rigen sus mentes]. No es fácil; hay todo un engranaje muy difícil de desmontar en la publicidad, economía, política, etc. Y hasta la teoría del "final de las ideologías" lo que viene es a reforzar la convicción y la conveniencia de la "era industrial".

5. No es una cuestión intelectual o racional solamente sino que implica toda la persona. El cambio ideológico supone un cambio en toda la persona; una revolución cultural a muchos niveles. El individualismo, por ejemplo, no está solamente en los textos de Historia, sino en toda la estructura de emulaciones escolares para conquistar premios, para competir, etc. Incluso lo dice un viejo proverbio: "Al maestro reverencia, y aprovecha su experiencia".²

² [Hasta aquí los extractos de Roncagliolo]

5.2. El discurso político

El discurso político constituye un tipo particular, cuya dimensión ideológica tiende a ser dominante y cuyo objetivo se orienta al convencimiento de los destinatarios, con el fin de lograr su adhesión o una reacción favorable a los propósitos del emisor, en el campo de las ideas. El eventual contenido fáctico de tal discurso se orienta esencialmente al mismo propósito: tiende a captar la atención o a provocar –o utilizar– una reacción emocional, ofreciendo una justificación para ésta. Pero no es propio de este tipo de discurso entrar al análisis de los hechos: su propósito se vería entorpecido por las precisiones, mientras la ambigüedad facilita la atención y la adhesión de un público más amplio. En otras palabras, tiene un componente propagandístico que se beneficia al referirse sólo a lo aparente, con términos familiares y con símbolos cargados afectivamente.

¿Cómo abordar adecuadamente el análisis de tal tipo de discurso? Evidentemente buscando elementos de sentido generales, como la indicación de actos o propósitos de determinadas personas (para lo cual se puede utilizar la técnica del "análisis actancial") y teniendo en cuenta las tres dimensiones del pensamiento: fáctico, ético y lógico. Y la primera hipótesis a verificar será la de un claro predominio de las expresiones estrictamente ideológicas (en la dimensión ética). También se esperará alguna referencia a uno o algunos hechos que hayan quedado marcados en la memoria colectiva. La tercera hipótesis será la de ausencia de una estructura lógica, aunque no se descarta la posibilidad de algunos razonamientos, generalmente sin conexión entre sí y más de una vez sin una real validez lógica.

Dado el predominio ideológico, ¿en qué centrar la atención al analizar este tipo de componente?

1. Pueden ser muy significativas las redundancias tanto de ciertas ideas o afirmaciones como de ciertos términos particulares. Un "análisis de núcleos" (enlistando sujetos y predicados) o de "coocurrencias" es indispensable para dar cuenta de lo primero. Un análisis estadístico muy simple

puede dar cuenta de los términos repetidos, llevando además al siguiente paso.

2. Las asociaciones de términos más frecuentes constituyen otro indicio que puede resultar el factor clave para identificar una posición doctrinaria. El análisis de coocurrencias de los términos sospechosos de representar la ideología (ya que es imposible, salvo en un texto muy breve, calcular la relación entre todas las palabras) habrá de completar el análisis anterior para precisar mejor el significado de las palabras claves.

3. Tanto en el análisis de núcleos como en el de coocurrencia (y en el de calificativos, que habrá de agregarse eventualmente), resulta de gran importancia verificar y anotar las alusiones a las instituciones sociales (estructuras y normas) –si se presentan– por cuanto son el principal objeto del pensamiento y del actuar político.

4. Los conceptos éticos son otros componentes importantes, y deben considerarse en sus variadas formas gramaticales (sustantivos, adjetivos, adverbios...) siendo recopilados por un "censo terminológico" (Ver las técnicas de análisis que se exponen en otros capítulos).

5. Debe agregarse la atención por los "símbolos agregados", que son términos con alta carga afectiva, capaces de generar acciones en las masas que los escuchan. En otras palabras se podría hablar de recursos demagógicos, típicos de las arengas públicas.

6. Por último, queda algo bastante más difícil de procesar: la existencia de diferentes modos de pensar, subyacentes al discurso, que pueden ser típicos de una determinada ideología política. Puede ocurrir que dos corrientes diferentes (e incluso contrapuestas) recurran a los mismos términos (la libertad o los derechos humanos, por ejemplo) pero manejen mentalmente los referidos conceptos con diferente extensión en el momento de aplicarlos. Así es como el pensamiento

humanista-cristiano –en relación al concepto de libertad– subentiende que ésta está referido al cualquier sujeto, y espera o propone precisiones en relación a las acciones (libertad para hacer algo), mientras el pensamiento marxista exige precisiones en torno a los sujetos (libertad de quién).

Esta última vertiente del análisis, por cierto, tiende a escapar a las posibilidades del analista de contenido. Implica un desarrollo progresivo y profundo de las doctrinas implicadas, lo cual es más bien tarea del filósofo o del politólogo. Deja de pertenecer al análisis de contenido a partir del momento en que, para la interpretación del discurso, recurre a un sistema de explicación externo (que no forma parte del texto estudiado), como es cuando apela al conocimiento de algún cuerpo doctrinal. Aunque dicha doctrina (religiosa, filosófica o política) puede facilitar una interesante interpretación de un determinado discurso, el analista no puede ir más allá –en su función de tal– de la indicación de la presencia de ciertos ideogramas que vinculan con ella el discurso analizado. Pero debe tener sumo cuidado –al llegar a un nivel que es de connotaciones– en poner en evidencia el contenido latente y sólo el contenido: no connotaciones contextuales que serían el producto de la reconstrucción del contexto socio-ideológico en que se movía el autor. Si el analista es experto en el tema, podrá franquear esta barrera metodológica a condición de dejar clara constancia de ello y de estar capacitado para el análisis hermenéutico que empieza en este instante.

En resumen, el análisis de contenido de un discurso político debe prestar especial atención a:

- ✧ los ideogramas, típicos de la ideología que sustenta el discurso;
- ✧ los símbolos, entendidos como términos con fuerte carga emocional a nivel masivo;
- ✧ los conceptos éticos, especialmente si van acompañados de generalizadores o restrictores;
- ✧ las instituciones sociales aludidas en relación a símbolos o conceptos éticos;

- ✧ la superficialidad de las referencias a la realidad (preferencia por eslóganes y términos familiares ambiguos, fácilmente traspasables de una ideología a otra)
- ✧ el uso de información de actualidad como shock motivador.

5.3. Orientaciones metodológicas

La descripción de los posibles indicadores de ideología en un discurso lleva a seleccionar algunas técnicas que, sea de forma mutuamente complementaria, sea en forma selectiva adecuada para el tipo de mensaje o los objetivos específicos del análisis, permitirán detectar y poner en evidencia los juicios o las tendencias ideológicas del autor, sin olvidar ni descuidar el hecho –en que insistimos– de que todo lector también mezcla su propia ideología a la hora de interpretar un discurso.

Así, encontramos las sugerencias de:

- a. buscar supuestos fundados en una determinada escala de valores;
- b. buscar eventuales "reglas de frecuencia" que hacen aparecer determinadas asociaciones de sustantivos y adjetivos o verbos y sustantivos;
- c. considerar los procedimientos selectivos (ligados, por ejemplo, a la limitación del espacio disponible);
- d. considerar los argumentos utilizados para convencer y la secuencia u orden en que se presentan.

Algunas de estas "pistas" –como las dos últimas– corresponden más al análisis de la "dimensión opinática" del discurso que a la propiamente ideológica. Así, la estructura lógica general y los razonamientos particulares que contienen todo discurso que propugna alguna tesis son también indicadores importantes. La utilización de procedimientos tendenciosos puede ser igualmente el resultado de un propósito propagandístico relacionado con la ideología del autor. Pero estos casos salen del ámbito que nos hemos propuesto aquí ya que nos limitaremos a exponer algunas técnicas aplicables a aspectos sustantivos de la dimensión ideológica del discurso.

5.3.1. Censo terminológico valorativo

El contenido ideológico aparece en forma manifiesta a través de la utilización de términos cuyo contenido semántico es directamente ético. Es así como podemos encontrar:

a. conceptos éticos:

- ⤴ sustantivos que designan valores (como justicia, libertad, paz, etc.) y corrientes ideológicas (capitalismo, pacifismo, etc.),
- ⤴ adjetivos del mismo tenor (como justo, libre, pacífico, ...)

b. modificadores éticos:

- ⤴ proposiciones que explicitan en el verbo un juicio ético (como "Debe reprobarse...", "Condenamos...", etc.), en cuyo caso debe registrarse el verbo y el referente al cual se aplica,
- ⤴ adjetivos que demuestran, del mismo modo, la presencia –en forma directa– de un juicio positivo (como ventajoso, agradable, valioso, beneficioso...) o negativo (horroroso, grosero, dramático, insano, molesto, peligroso, nefasto...), o –en forma indirecta– de calificativos provenientes de la psicología que también expresan valoraciones (positivas como inteligente, lúcido... o negativos como histérico, neurótico, masoquista...).

Será conveniente confeccionar tablas que mencionen los términos valorativos y su carácter (positivo o negativo), para efectuar un balance de ambos aspectos y resumir qué realidades son las que el autor califica positivamente y cuáles negativamente. Adjuntamos un ejemplo limitado a los calificativos usados por un juez en un discurso relativo a lo que llamó los "excesos de la prensa":

Ejemplo de censo terminológico

Nota: El carácter positivo o negativo de los adjetivos no es siempre obvio y se dedujo en esos casos del contexto original.

Comentario: Los calificativos negativos se aplican 5 veces a los hechos delictuales y 6 veces a la actuación de la prensa en relación a los mismos. Así, la difusión de los hechos parece calificarse del mismo modo que la comisión de los mismos. La

relación es de 6 calificativos negativos por 1 positivo para la labor de la prensa

5.3.2. Censo de ideologemas

El pensamiento ideológico de las personas puede revestir la forma de un sistema coherente compartido por un amplio grupo social y expresado en discursos destinados a la difusión de dicho sistema. Así surgen credos filosóficos, religiosos y políticos que definen términos típicos y ejes semánticos recurrentes por los cuales es, generalmente, fácil identificar la posición doctrinaria de quienes los utilizan.

Párr.	Sustantivos	Calificativos	Car.
6	Situación generada por "los hechos de Viña"	espectacular trascendente	- -
	Opinión pública	sorprendida	-
8	Colaboración con la justicia	muy importante	+
	Falta de colaboración con la justicia	perjudicial absolutamente negativa	- -
9	Propósito de informar	laudable	+
	Fotografías	espectaculares	-
	Hechos delictuosos	horripilantes	-
15	Hechos delictuosos	horrendos	-
13	Administración de la justicia	más eficiente	+
14	Noticia (acerca de los "hechos de Viña")	triste	-
15	Imputaciones	injustificadas	-
17	Publicidad (de hechos delictuales)	tremenda horrenda	- -
	Calificación positiva:	3	
	Calificación negativa:	12	

Estas palabras típicas se agrupan habitualmente de a dos o tres, cada conjunto constituyendo lo que se ha llamado un "ideologema". Así es como la tríada "fe, esperanza y caridad" es un ideologema típico del cristianismo, mientras la díada "capitalista, proletario" es un ideologema marxista.

Los ideologemas pueden ser investigados de dos maneras:

- a. Lo más simple consiste en establecer, en una primera fase del trabajo, una lista de ideologemas típicos de una doctrina para, posteriormente, verificar con qué frecuencia aparecen en un discurso determinado o una muestra de discursos.
- b. Revisar el o los discursos sin lista previa, con el fin de descubrir la presencia de díadas o tríadas repetitivas que podrían ser típicas de una u otra ideología estructurada.

La segunda alternativa es evidentemente más compleja por cuanto depende del conocimiento que pueda tener el analista del conjunto de las ideologías o doctrinas contemporáneas del discurso, y requiere un cuidado especial en la revisión del texto. Por cuanto los componentes semánticos de un ideologema pueden estar separados (aparecer en distintas oraciones), debe recurrirse preferentemente a un método como el análisis de núcleos, con el fin de encontrar las díadas y tríadas, sea en la unión de sujetos y predicados, sea en la asociación de diversos predicados (generalmente pares opuestos como rico vs. pobre, espiritual vs. material, etc.).

5.3.3. Otras técnicas útiles

Las anteriores son ejemplos de técnicas de análisis de carácter semántico, es decir basadas en una relación significativa (y no meramente posicional) entre múltiples términos. No son las únicas técnicas útiles para el análisis ideológico ya que otras técnicas también pueden poner en evidencia diversas características de esta dimensión del pensamiento y de la expresión.

Así, aunque no están específicamente destinadas al análisis ideológico, son también útiles para ello:

- △ el análisis de coocurrencia, que permite establecer mapas

semánticos (redes) de los conceptos utilizados

- ✦ el análisis de componentes, que tiende a definir la interpretación dada por el autor a uno o varios conceptos vagos
- ✦ el análisis de núcleos, principalmente orientado a permitir una síntesis ordenada en función de las ideas dominantes
- ✦ el análisis actancial, que permite caracterizar el papel jugadores por los actores citados así como otras formas de análisis semántico y de redes intratextuales.

Estas técnicas se describen en otro capítulo.



El análisis morfológico

6.1. Objetivo

El análisis morfológico –diseñado por Jacques Kayser– se limita a la prensa escrita, por considerar que el sector que abarca es muy amplio y lo bastante diversificado para que pueda ser objeto de un estudio homogéneo. Pretende revelar lo que un periódico ha querido comunicar a sus lectores acerca de las informaciones y presumir la influencia que una lectura normal ha ejercido en el lector. De lo que más se impregna el lector –estima– es menos del texto en sí que de la forma del texto, captada por los ojos del lector y luego registrada en su memoria. Por esto, los factores externos confieren a la información un valor peculiar. Un periódico forma un todo, una unidad en la que ningún elemento es dissociable sin que se altere su autenticidad.

El análisis morfológico de la prensa permite poner de relieve las características fundamentales del periódico, que a veces son diferentes de las que creen haber introducido sus animadores.

El análisis de prensa de Kayser se divide en tres partes: la primera estudia la "personalidad" del periódico, la segunda la morfología propiamente tal y la última la "valorización". Algunos elementos de descripción pueden –mutatis mutandis– ser extrapolados para otros medios periodísticos, no impresos.

6.2. La "personalidad" del periódico

Para proceder al estudio completo, se exigen ciertos requisitos, como por ejemplo que el medio sea impreso, ofrecido al público en serie continua y bajo un mismo título, publicado en forma regular y con los ejemplares fechados.

También es necesario subdividir los periódicos de información general en cotidianos y no-cotidianos. Se consideran como cotidianos aquellos que aparecen por lo menos cuatro veces por semana. Esta subdivisión se justifica por la relación existente entre el ritmo de publicación y la actualidad.

La descripción de la personalidad del periódico consta de dos partes: el registro de identificación y el expediente de identidad.

6.2.1. Registro de identificación

Lo primero que debe hacerse en presencia de un periódico es determinar su identidad y, a este efecto, destacar sus características más importantes. Éstas son las que se agrupan bajo el nombre de "registro de identificación". Otras características resultan sólo complementarias, pero en algunos casos proporcionan precisiones muy importantes. Constituyen el "expediente de identidad", que se agrega al registro de identificación.

El registro de identificación ha de contener 15 puntos:

1. El nombre del periódico, anotado con exactitud, pues a veces no corresponde al nombre que se le da corrientemente. Por ejemplo, se habla habitualmente de "La Tercera" pero su nombre completo es "La Tercera de la Hora".
2. El lugar de residencia de la administración y de la redacción: en general constituye el domicilio legal y éste se sitúa en la zona en que principalmente se difunde el periódico.
3. Las indicaciones que pueden acompañar al nombre: a veces se asocia una indicación destinada al lector, para orientarlo sobre la tendencia del medio.
4. Periodicidad: es importante reconocer la periodicidad de un medio, pues su contenido es una función de esta periodicidad. Esto puede ser diario, semanal, mensual, etc.
5. El momento de la aparición: esto se refiere a las diferencias entre periódicos aparecidos en la mañana o en la tarde.
6. La zona principal de difusión: se conoce la influencia del periódico, dentro de límites geográficos razonables, teniendo en cuenta que la influencia no se detiene necesariamente en esos límites. Se determina, además, la zona en que el medio sigue más la evolución de las

comunas, cuyas actividades menciona por razones diversas. Se determina así si es nacional o regional.

7. Tiraje: es una indicación capital. Es necesario registrar la fuente de esta información, y si corresponde al número de ejemplares salidos de prensa o vendidos.
8. La fecha del primero y –eventualmente– del último número: importa conocer la fecha en la cual ha aparecido un periódico por primera vez, con una referencia precisa al periódico de que procede si es continuación de otro, bajo diferente nombre.
9. El precio: por lo general se encuentra impreso, y permite admitir una hipótesis sobre la composición social de la clientela.
10. Las características excepcionales de la vida del periódico: se trata de una precisión de hechos, útil de establecer y conveniente como punto de referencia. La vida de un periódico está marcada a menudo por la adopción de una posición altisonante, por un suceso de carácter sensacional, una orientación conocida, es decir algo que lo haya hecho conocido.
11. Formato: se deja constancia de la altura, del tamaño. La elección del formato revela, por lo general, una concepción del medio.
12. Número de páginas y número de columnas por página: son indicaciones imposibles de seguir en todas sus oscilaciones, sobre todo el número de páginas.
13. El nombre y la dirección del impresor: es útil, pues lleva a averiguar si existen vínculos directos o indirectos, o afinidades resultantes de la identidad de la imprenta.
14. Número de ediciones y zona cubierta por cada edición: existen diferencias substanciales entre la primera y última edición, si hay varias en el día. Cada edición debe ser identificada y su zona de difusión descrita.
15. Lugar de conservación de las colecciones: es decir, lugares donde se encuentren colecciones, para tener acceso a ellas.

6.2.2. Expediente de identidad

Estos puntos conciernen la estructura jurídica y financiera del periódico, sus condiciones de impresión y de distribución, la organización de su redacción, su línea y su acción política.

1. Estructura jurídica y financiera: se buscará establecer si la empresa que publica el periódico es independiente y si es esa su única actividad o, por el contrario, se dedica a otras actividades.
2. Condiciones de impresión: esto ayuda a situar al periódico en el marco socio-económico (p.ej. si el Estado controla el abastecimiento de papel).
3. Condiciones de distribución: ¿llega el periódico al lector por medio de venta o suscripción?
4. Organización de la redacción: colaboradores, corresponsales, periodistas titulares, etc.
5. Línea y acción política: a veces no se puede llegar a conclusiones, y este punto exige un trato cauteloso. Si el periódico proclama abiertamente una dependencia política, si es órgano oficial de algún partido. Si el medio ha sido objeto de medidas administrativas o demandas judiciales y, en este caso, si han tenido consecuencias en la vida del periódico.

6.3. La morfología del periódico

Es el estudio del periódico en sí mismo, tal cual es producido, tal como se presenta al lector. Es decir, su forma exterior y la de los diferentes elementos que lo constituyen. Estos elementos se definen y se agrupan para efectuar comparaciones.

6.3.1. Elementos de la estructura

La página es el componente clave del periódico, pero su unidad física encierra una substancia asociada a las otras páginas, que no permite aislarla. Pero existen dos excepciones: la primera página y las páginas especializadas.

La publicidad no se analiza. El espacio de redacción se determina restando de la superficie total el dedicado a la publicidad. Esto deja al descubierto lo siguiente:

- a. Los títulos: se distinguen por su presentación y estilo. A veces también por su contenido. Están destinados a llamar la atención del lector sobre una información, un artículo o su conjunto. En la gran mayoría de los casos la titulación reviste gran importancia, al punto de constituir uno de los aspectos más característicos de la fisonomía de un periódico, y que más influye en su venta. Actualmente los títulos tienden a ser cada vez más complejos, no se limitan sólo a la presentación.
- b. Las ilustraciones: se toman en cuenta las que no pertenecen a la publicidad. Para efectos de medición de espacio, se decide libremente sobre la leyenda que las acompaña, si pertenece al texto o a la ilustración.
- c. Los textos: son muy diversos por su objeto, por su contenido y por su presentación. Tomando nota de estas características se puede detectar la tendencia del periódico. (Ver numeral siguiente).

6.3.2. Clasificación de los contenidos

Esta disección del periódico aporta indicaciones formales, sin embargo se pueden extraer conclusiones relativas a la tendencia.

6.3.2.1. Clasificación por géneros

- a. Las informaciones ("crónica"): relatan hechos que se producen en todos los sectores de la actividad humana o que pueden ser fuente de interés para éste. Excluyen la adopción de una posición por parte del informador.
- b. Los artículos: son textos redactados que comentan informaciones, exponen ideas, discuten asuntos diversos. Éstos se subdividen en editoriales, artículos firmados ("columnas") y otros artículos insertados bajo menciones especiales. Los editoriales comprometen la responsabilidad

del periódico.

c. Lo que se presenta como una mezcla de informaciones y de comentarios:

- △ informaciones y comentarios mezclados
- △ informaciones y comentarios asociados
- △ todo lo que depende de encuesta, reportaje o corresponsalía de un enviado especial.

6.3.2.2. Clasificación por origen

Aunque a veces los medios dan un origen falso de su material, se ha de distinguir:

- a. Material elaborado por el periódico
- b. Material suministrado por colaboradores, agregados a la redacción del periódico pero que trabajen en el exterior, es decir los enviados especiales, los corresponsales permanentes que residen en otra parte.
- c. Material proveniente de colaboradores del periódico, pero externos a la Redacción.
- d. Servicios de agencias informativas.
- e. Comunicados oficiales del gobierno y sus servicios.
- f. Comunicados que emanan de gobiernos extranjeros, de sus representaciones diplomáticas o consulares.
- g. Extractos de otros medios de comunicación.
- h. Extractos de textos difundidos por la radio o la televisión.
- i. Aquellos textos que es imposible atribuir a un origen cierto.

6.3.2.3. Clasificación según el marco geográfico

No se trata del lugar de origen de donde emana el texto, sino del marco geográfico al cual refiere su contenido. Éste determina si es de orden local, regional, nacional o internacional.

6.3.2.4. Clasificación según el objetivo

Puede ser informar, educar, entretener.

6.3.2.5. Clasificación según el contenido

Reviste mayor interés, ya que ofrece el mayor número de informaciones y permite desprender el mayor número de conclusiones. Los asuntos son tan diversos, cubren un campo tan vasto, que mal se puede prever su agrupamiento en categorías previamente definidas. Existe una clasificación, que es la utilizada comúnmente:

1. Cuestiones políticas y económicas
2. Cuestiones internacionales
3. Hechos diversos (policía, accidentes)
4. Deportes
5. Reportajes
6. Artes
7. Juegos
8. Folletín (¿magazine?)
9. Religión
10. Publicidad
11. Páginas regionales
12. Diversos (entrevistas, avisos, etc.)

Kayser propone distinguir además:

- ♣ - Asuntos interiores, actividades políticas a escala nacional
- ♣ - Asuntos internacionales: relacionados con estados extranjeros (bilaterales)
- ♣ - Asuntos económicos, financieros y sociales: todo lo relacionado con este tema
- ♣ - Defensa nacional
- ♣ - Enseñanza y cuestiones culturales
- ♣ - Letras y artes
- ♣ - Ciencia, incluyendo medicina
- ♣ - Comunicaciones y medios de c.
- ♣ - Técnica y ciencia aplicada
- ♣ - Turismo
- ♣ - Deportes
- ♣ - Mujeres y niños

- ⤴ - Asuntos judiciales
- ⤴ - Personalidades
- ⤴ - Vida social

6.3.3. Métodos y reglas

Para todo estudio morfológico del periódico se requieren ciertos métodos y reglas, para una posterior evaluación:

1. Evitar demasiadas categorías muy detalladas. Es decir que se pueden agrupar en cuatro o cinco temas amplios que abarquen casi todo (para evitar cifras demasiado pequeñas).
2. Hacer una hipótesis de trabajo antes de decidir las categorías a estudiar.
3. No variar –durante la investigación– las reglas fijadas al inicio.
4. Situar el estudio en un contexto, es decir, estudiar el periódico entero, no sólo una parte.
5. El periódico es un producto seriado, y cada ejemplar es diferente del que le precede y del que le sigue. Determinar si el ejemplar que se estudia presenta características insólitas.
6. Estudiar periódicos que corresponden a un período normal; los números excepcionales no interesan.

Si se trata de analizar dos medios o más, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- ⤴ Selecciones fundadas en una similitud de situación
- ⤴ Si el medio es de múltiples ediciones, conviene estudiar siempre la misma edición.
- ⤴ Los periódicos debe ser de la misma categoría.
- ⤴ Tomar ediciones que sean comparables entre sí.(Ej.: todos de la mañana)

6.4. Procedimiento de recuento

Para llegar a un buen resultado es necesario medir espacios. Se elegirá el procedimiento en función de la orientación general dada

a la investigación. El recuento debe efectuarse sobre los diversos elementos que constituyen el conjunto estudiado, es decir, debe comprender los textos, los títulos y las ilustraciones. Luego, de hecho, el recuento debe reducirse a porcentajes:

1. Porcentaje con relación al espacio total del periódico.
2. Porcentaje con relación a la superficie impresa.
3. Porcentaje con relación al espacio del periódico que se destina a redacción.
4. Porcentaje con relación a uno de los elementos del espacio destinado a la redacción. Es con ánimo de comparar títulos, textos, fotos.
5. Porcentaje con relación a las materias. Ej.: nacional, internacional.
6. Pueden considerarse además muchas otras combinaciones, sea que se limiten a un sólo periódico o a más.

6.5. La "valorización"

La ubicación que se les da a las noticias, los caracteres de los títulos, su presentación, constituyen factores exteriores al contenido, pero son factores de un interés que constriñe el estudio, ya que ayudan a presumir de la influencia que su lectura ejerce sobre el lector. Parece lógico que sea a través de la valoración de un texto que los redactores de un periódico traten de desviar, atraer, acrecentar, disminuir, neutralizar la atención del lector.

Parece natural que el lector se vea inclinado a recordar un texto al cual se le ha dado preferencia, según haya sido o no prevenido por los aspectos de su valoración. Podemos decir entonces que, para Kayser, la valoración consiste en la mayor o menor forma en que un medio destaca una noticia.

Se le da más valor a una noticia publicada en primera plana, y a dos columnas, que a una que va en el interior (incluso con más columnas). El periódico da más relieve, más importancia y significación a una noticia de primera plana.

La valoración de un texto es función de varios elementos repartidos en tres categorías:

6.5.1. La ubicación

Este punto es considerado bajo dos aspectos: la paginación y el lugar en la página.

1. Paginación: Se considera con prioridad la página "uno", por sobre las demás. La evaluación posterior se determina según los hábitos de lectura. Cada periódico ofrece en sus páginas una jerarquía propia. Generalmente las páginas pares son consideradas más malas.
2. Lugar de la página: Hay ciertas ubicaciones que llaman la atención. En este caso se admite lo siguiente: la mayoría de las personas lee el periódico de izquierda a derecha y de arriba a abajo, por lo que la cabeza de la primera columna a la izquierda es el lugar privilegiado de la página.

6.5.2. Los títulos

Son estudiados bajo tres aspectos:

1. Importancia real: la constituyen 4 elementos:
 - a. Columnaje
 - b. Altura
 - c. Espacio total (superficie)
 - d. Caracteres de imprenta empleados
2. Importancia relativa: Los elementos anteriormente mencionados permiten que se pueda hacer la comparación real. La importancia relativa es función de la relación con los otros títulos de la misma página (con los cuales se impone una comparación de orden físico). La importancia relativa de un título depende del ambiente, que a veces es resultado de la voluntad de los directivos del periódico.
3. Contenido: El título no se puede limitar al estudio de los datos de orden físico. El contenido del título es tan revelador de las intenciones del periódico y de las reacciones presuntas del lector como su aspecto material. El lector no reacciona igual a títulos diferentes. Los títulos pueden ser:
 - a. informativos
 - b. explicativos
 - c. orientados

d. sensacionalistas

6.5.3. La presentación

Tres elementos afectan la presentación de un texto:

1. Ilustración: Ésta desempeña una función que depende de elementos físicos y cualitativos. Se considera más valorizado un texto que va acompañado de ilustración.
2. Tipografía: Un texto estaría más valorizado cuando usa una tipografía excepcional, entre textos de caracteres corrientes de una misma página.
3. Estructura: fragmentación, composición, origen, fuente, longitud.
 - a. Fragmentación: Antes los textos empezaban y terminaban en una misma página. Hoy es habitual que continúen en otra.
 - b. Composición: Una información tratada globalmente es un elemento de valorización.
 - c. Origen y fuente: Es más valorizado un texto que va firmado que uno que no señala fuente.
 - d. Longitud: Un texto breve tiene las mayores probabilidades de ser leído íntegramente, por un gran número de lectores, que un texto largo.

6.5.4. La selección

El análisis del material no seleccionado puede echar luz sobre la voluntad de orientación que anima a un periódico. Este análisis es difícil de hacer de manera científica, es decir exhaustivamente y con toda objetividad. La única manera es comparar lo entregado por la agencia noticiosa y el periódico. Esto implica un trabajo considerable.

Todo lo anterior puede sintetizarse en una Tabla de cálculo que es la siguiente:

Tabla de valorización de un texto

1. Ubicación (40%)
 - Página 1 30%
 - Cabeza col.izq. 10%
 - Cabeza col. en pág.1 + 2%

2. Títulos (40%)
 - 2.1. Importancia absoluta
 - Columnaje 15% (15= todo el ancho de la pág.)
 - Altura 5% (5= altura mayor de todas)
 - Superficie 5% (5= sup. mayor, entre los títulos de la página)
 - Caracteres 5% (5= los más destacados o diferentes)

 - 2.2. Importancia relativa
 - Prioridad absoluta 10%
 - 2a prioridad 5%

3. Presentación (20%)
 - Ilustración 15%
 - Tipografía 5% (si es especial para todo el texto).

Bibliografía general, al final del tercer volumen (Cuaderno 13, p. 108)]

Acerca de técnicas específicas para analizar mensajes visuales,
vea nuestro texto

El contenido de los mensajes icónicos, Cuaderno Artesano de
Latina / 8

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>

DESIDERATA

Dña. / D.

SOLICITA a la Biblioteca _____

la adquisición de la obra que se cita:

- [] **Territorio, cultura y comunicación en la Unión Europea e Iberoamérica: una propuesta de cooperación interterritorial**
Ramón Zallo | ISBN-13: 978-84-938428-3-3 | Precio social: 4,50 €
- [] **Contenidos audiovisuales y Cibercultura**
Coord. Ana María Sedeño Valdellós | ISBN-13: 978-84-938428-4-0 |
Precio social: 6 €
- [] **Los ‘barrios chinos’, en la prensa tinerfeña de 2007**
Coord. Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN-13: 978-84-938428-5-7 |
Precio social: 5,50 €
- [] **El papel de la prensa tinerfeña en la ‘crisis de las pateras’ de 2006**
Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN-13: 978-84-9384428-7-1 |
Precio social: 4,50 €
- [] **CubaMedia: guerra y economía desde la prensa tinerfeña**
Alberto Isaac Ardèvol Abreu | ISBN-13: 978-84-938428-8-8 | Precio social:
4,50 €
- [] **El hábitat de la información**
Samuel Toledano | ISBN-13: 978-84-938428-9-5 | Precio social: 4,50 €
- [] **Del bodegón al porn food – imágenes de los fotógrafos de la cocina actual en España [C.D.] Yanet Acosta** | ISBN-13: 978-84-938428-6-4 | Precio social: 6 €
- [] **Retos del profesional de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento** | Carmen Marta Lazo (Coord.) | ISBN-13: 978-84-939337-0-8 | Precio social: 6 €
- [] **El contenido de los mensajes icónicos**
Raymond Colle | ISBN-13: 978-84-939337-1-5 | Precio social: 5,5 €
- [] **Cinema documental interactivo e linguagens audiovisuais participativas: como produzir**
Denis Porto Renó | ISBN – 13: 978-84-939337-2-2 | Precio social: 5 €
- [] **Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**
Fonseca-Mora, M.C. (Coord.) | ISBN-13: 978-84-939337-3-9 | Precio social: 6 €

Firma del lector / lectora

entregar ...]

[Fotocopiar antes de

Distribuye: F. Drago. Andocopias S.L. c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

