

HISTORIA DE LA PRENSA E INFORMATICA BASES METODOLOGICAS Y CONCEPTUALES PARA LA FORMACION DE BANCOS DE DATOS DE PERIODICOS

José Javier Sánchez Aranda

Profesor de Historia del Periodismo. Universidad de Navarra.

La revolución técnica y tecnológica a la que estamos asistiendo ha obtenido un carácter casi apabullante de tal modo que continuamente surgen nuevas posibilidades y aplicaciones. Un campo que se desarrolla cada vez más es el de la informática; ésta llega incluso a cambiar la faz de industrias, talleres, aulas, bibliotecas... Supone un medio imponente de abreviar el trabajo y de hacerlo más preciso. Esos avances en el ámbito de la sociedad han llegado también al de la investigación de disciplinas en las cuales, a primera vista, parece que tiene poca cabida la informatización, como es el caso de las de humanidades. Hemos comprobado cómo en la medida que se ha logrado cuantificar aspectos del objeto de estudio propio de esas materias, se ha permitido entrar en acción los ordenadores automáticos. Evidentemente, el terreno del espíritu no queda completamente atrapado en unas cifras y cantidades, pero no es cuestión tampoco de negar la utilidad de tratamientos estadísticos que sirven de base y aportan luz para luego comprender mejor realidades ulteriores.

La ciencia histórica no es ajena a esta nota singular del tiempo presente. No vamos a tratar del conjunto de cuestiones que afectan a la historia en su relación con la informática, sino que únicamente nos referimos a una parte de ella: la Historia del Periodismo. Como indica el título de esta comunicación centraremos nuestro interés en los presupuestos o bases metodológicas que conviene tener presente para que la aportación de los ordenadores sea aprovechable al máximo cuando se introducen en el terreno del pasado periodístico. Por otro lado, si nos hemos fijado únicamente en los bancos de datos ha sido porque son los que plantean supuestos más complejos y de difícil solución.

En la actualidad, tenemos noticia de que en la universidad de Extremadura se ha puesto en marcha un banco de datos de periódicos de la región. Esta interesante iniciativa, impulsada por el equipo del profesor Rodríguez de las Heras, no ha dado lugar a otras semejantes en otras regiones, pero es evidente que tiene un gran futuro por delante. Servirán, entre otras co-

sas, como catálogo abierto, actualizable y accesible que ayude en los estudios acerca de la prensa en el ámbito a que se refiera.

La utilización de procesos informáticos permite la acumulación de datos en grandes cantidades, que pueden recuperarse con enorme rapidez y que sirven de base para tratamientos estadísticos. Esto es importante cuando se trata de reunir fichas descriptivas tan complejas como son las de periódicos. Piénsese, por ejemplo, en que hay apartados de esas fichas que son un listado de tiradas, lo que supone un volumen de cifras más que apreciable.

Llegamos así a uno de los puntos clave, que condiciona los posteriores planteamientos. Nos referimos al modelo de ficha que se ha de emplear. Según escogamos una u otra, los datos quedarán encerrados de una determinada forma y —lo que importa más— dejaremos a un lado realidades que no parezcan importantes. La ficha hemerográfica que elaboró hace ya décadas Jacques Kayser ha marcado un hito importante, de tal modo que autores posteriores la han ido retocando en parte o aceptándola sin modificarla, pero, a fin de cuentas, partiendo desde sus planteamientos. A pesar de que —también es cierto— ha dado lugar a un buen número de críticas, hay que decir en su favor que no fue pensada para publicaciones de siglos pasados y esto es algo que no puede considerarse accesorio. Mucho se ha insistido en que presta excesiva atención a los aspectos formales y esto es bien patente. Todo ello no nos impide valorar muy positivamente su aportación.

Al plantearnos la cuestión de la ficha hemerográfica hemos de buscar una que acote en sí lo que sea un periódico. Esto es lo que nos lleva a proponer la asunción de una óptica más amplia, más centrada en la empresa que en el producto periodístico que ésta elabora. De este modo abarcamos por elevación todas las posibles iniciativas, desde la forma más simple de las primitivas publicaciones hasta las más actuales y complejas organizaciones industriales. Obtenemos, así, una visión unitaria.

Por otro lado, al ampliar el horizonte, integramos el ámbito en el que la prensa se inscribe. Los estudios de Historia del Periodismo más recientes y con metodología más avanzada suelen tener en común la preocupación por conocer el entorno periodístico. Se consideran como puntos importantes: la legislación y su aplicación, el nivel cultural y educativo, las actividades y sectores industriales... Todos ellos son factores que inciden directamente en la empresa y es ella la que viene a producir el periódico. Pues bien, algunos de esos elementos concurrentes pueden reducirse a cifras y hacer series que, a su vez, pueden relacionarse con las de las fichas hemerográficas. De esta forma, unificamos la dicotomía empresa-periódico y también el binomio empresa-ámbito social.

Con todo ello, el banco de datos orientado de esta formada un salto cualitativo apreciable pues se convierte en un elemento utilísimo de trabajo y supera el nivel del mero catálogo con las referencias básicas de las publicaciones. La aplicación de operaciones estadísticas, las posibilidades de búsqueda dentro de una tan notable masa de información hacen del proyecto una realización de utilidades insospechadas. Además, como hemos indicado, tenemos una perspectiva amplia, de tal modo que se integra perfectamente dentro de las líneas de desarrollo de una disciplina que tiende a aumentar el objeto de estudio sin perder la unidad que da el fenómeno periodístico.

Las razones expuestas son las que fundamentan la ficha modelo que presentamos a continuación. Conviene destacar que cuantos más apartados con respuesta cerrada haya es mejor para el almacenamiento de la información y de ahí que pretendamos plantear varios epígrafes con esa finalidad. El tratamiento de los conceptos incluidos en la ficha no puede ser uniforme y de hecho en —líneas generales— los apartados V a VIII respecto a los anteriores tienen la peculiaridad de contener serie de cifras, según la evolución anual de los valores que indican, esto último es especialmente decisivo a la hora de plantear el programa informático que se utilice.

Como puede observarse la extensión de la ficha es muy notable y esto complica su uso en el ordenador. Por esto, la solución más adecuada es emplear programas informáticos que admiten ficheros conectados entre sí. De este modo, la base de la ficha (hasta el apartado V) se puede aplicar a cualquier publicación, independientemente del caudal informativo que tengamos, mientras que el resto —que exige un acopio de datos mucho mayor y que muchas veces no nos es accesible— sólo se aplicará a aquellos periódicos de los que conocemos más.

Estos son los puntos que consideramos más importantes como presupuestos que ayuden a planificar correctamente un banco de datos de periódicos. La propuesta queda plasmada en la ficha, que viene a resumir nuestras consideraciones y con la cual concluimos esta aproximación al tema de la informática y la Historia del Periodismo.

FICHA HEMEROGRAFICA

Título del periódico

I FUNDACION Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA

1. Fundación (fecha)
2. *Titular*
 - 2.1. Persona física
 - 2.2. Persona jurídica (razón social)
 - 2.3. *Forma jurídica* *
 - 2.3.1. Individual *
 - 2.3.2. Sociedad *
 - 2.3.2.1. Colectiva*
 - 2.3.2.2. Comanditaria *
 - 2.3.2.3. Anónima *
 - 2.3.2.4. Otra *
 - 2.4. *Distribución del capital o del patrimonio social* *
 - 2.4.1. Una sola persona tiene todo *
 - 2.4.2. Los títulos sólo pertenecen a miembros de una familia *
 - 2.4.3. Los títulos están repartidos indiscriminadamente *
 - 2.4.3.1. Ningún titular tiene más del 10 % *
 - 2.4.3.2. Algún titular tiene más del 10 % *
3. *Tipo de promotor* *
 - 3.1. Individual *
 - 3.2. Familiar *
 - 3.3. Grupo/s organizados *
4. *Principios editoriales*

II. PUBLICACION

1. *Cabecera*
 - 1.1. Subtítulo
 - 1.2. Lemas
 - 1.3. Viñetas
2. *Datación*
 - 2.1. *Cronología*
 - 2.1.1. Primer número
 - 2.1.2. Último número
 - 2.1.3. Suspensiones
 - 2.1.4. Epocas
 - 2.2. Localidad (provincia)
3. Formato
 - 3.1. Número de páginas
 - 3.2. Medidas de las páginas
 - 3.3. Número de columnas
 - 3.4. Medidas de las columnas

4. Estructura

4.1. Morfológica

4.1.1. Superficie impresa

4.1.2. % de texto redaccional

4.1.3. % de publicidad

4.1.4. Ilustraciones (si o no)

4.1.5. Suplementos regulares (si o no)

4.2. De contenidos

4.2.1. Secciones habituales

4.2.2. Páginas especiales

4.2.3. Utilización de lengua/s

III. DIFUSION

1. Ediciones

1.1. Número

1.2. Destino de cada una

2. Momento de aparición *

2.1. Matutino *

2.2. Vespertino *

2.3. Otro *

3. Periodicidad *

3.1. Diario *

3.2. Menor que semanal *

3.3. Semanario *

3.4. Entre semanal y quincenal *

3.5. Quincenal *

3.6. Entre quincenal y mensual *

3.7. Mensual *

3.8. Más que mensual *

3.9. Otros

4. Venta

4.1. Mayoritariamente al número (más del 50 %) *

4.2. Mayoritariamente por suscripción (más del 50 %) *

5. Zona de distribución *

5.1. Casi exclusivamente local *

5.2. Casi exclusivamente regional (más del 80 % en la región) *

5.3. Nacional (más del 50 % en otras regiones) *

5.4. Proporción de venta en el extranjero (en %) *

6. Tirada (valores extremos y remitir a apartado V)

IV. MEDIOS MATERIALES

1. Inmuebles

1.1. Localización

1.1.1. Sede de la sociedad

1.1.2. Redacción

1.1.3. Administración

1.1.4. Talleres

1.1.5. Otros inmuebles

2. Muebles

2.1. Maquinaria

2.1.1. Impresora

2.1.1.1. Propia o no *

2.1.1.2. Rotativa o no *

2.1.2. Otros

2.1.2.1. Linotipia o no *

2.1.2.2. Fotograbado o no *

2.1.2.3. Teletipo o no *

2.1.2.4. Huecograbado o no *

2.1.2.5. Otras *

2.1.3. Sistema de impresión *

2.1.3.1. Litografía *

2.1.3.2. Tipografía *

2.1.3.3. Offset *

V. TIRADA

1. Pagos al timbre

2. Datos de otras fuentes

VI. MEDIOS ECONOMICOS

1. Precios

1.1. De venta

1.2. Tarifas de publicidad

1.3. De otros servicios

2. Cuentas de explotación

2.1. Ingresos

2.2. Gastos

2.3. Resultados

3. Balances

3.1. Activo

3.1.1. Inmovilizado

3.1.1.1. Material

3.1.1.2. Inmaterial

3.1.1.3. Financiero

3.1.2. Existencias

3.1.3. Deudores

3.1.4. Cuentas financieras

3.1.5. Situaciones transitorias de financiación

3.1.6. Ajustes por periodificación

3.1.7. Resultados

- 3.2. *Pasivo*
- 3.2.1. *Capital*
- 3.2.2. *Reservas*
- 3.2.3. *Subvenciones en capital*
- 3.2.4. *Previsiones*
- 3.2.5. *Previsiones*
- 3.2.6. *Deudos a plazo largo y medio*
- 3.2.7. *Deudas a plazo corto*
- 3.2.8. *Ajustes por periodificación*
- 3.2.9. *Resultados*

VII. PERSONAS

- 1. *Promotor/es*
- 2. *Propietario/s*
- 3. *Socios*
- 3.1. *En general*
- 3.2. *Con cargos en la sociedad*
- 3.3. *Primeros socios*
- 4. *Editor/es*
- 5. *Director/es*
- 6. *Redactor/es*
- 6.1. *Subdirector/es*
- 6.2. *Redactor/es jefe/s*
- 6.3. *Jefe/s de sección/es*
- 6.4. *Redactor/es*
- 6.5. *Corresponsal/es*
- 6.6. *Ilustrador/es*
- 6.7. *Fotógrafo/s*
- 7. *Colaborador/es*
- 8. *Administrador/es*
- 9. *Subalternos de administración*
- 10. *Empleados de talleres*

VIII. UNIDADES REDACCIONALES (INDICACION EN %)

- 1. *Según género*
- 1.1. *Informaciones*
- 1.2. *Artículos y grabados interpretativos*
- 1.3. *Información-artículo*
- 1.4. *Extractos*
- 1.5. *Folletines y afines*
- 1.6. *Cartas*
- 1.7. *Servicios*
- 2. *Según la fuente*
- 2.1. *Propios*
- 2.2. *Colaboradores propios*

- 2.3. *Colaboradores ajenos*
- 2.4. *Agencias*
- 2.5. *Comunicados*
- 2.6. *Extracto de diarios*
- 2.7. *Extracto de otros medios*
- 2.8. *Resto*
- 3. *Según ámbito geográfico*
- 3.1. *Por origen*
- 3.1.1. *Local*
- 3.1.2. *Regional*
- 3.1.3. *Nacional*
- 3.1.4. *Extranjero*
- 3.2. *Por referencia*
- 3.2.1. *Local*
- 3.2.2. *Regional*
- 3.2.3. *Nacional*
- 3.2.4. *Extranjero*
- 4. *Según materia*
- 4.1. *Política*
- 4.1.1. *Local y regional*
- 4.1.2. *Nacional*
- 4.1.3. *Extranjera*
- 4.2. *Economía*
- 4.2.1. *Local y regional*
- 4.2.2. *Nacional*
- 4.2.3. *Extranjera*
- 4.3. *Vida social*
- 4.3.1. *Local y regional*
- 4.3.2. *Nacional*
- 4.3.3. *Extranjera*
- 4.4. *Deportes*
- 4.5. *Cultura y artes*
- 4.6. *Religión*
- 4.7. *Otros*

OBSERVACIONES

Ubicación de colecciones
Bibliografía
Índices publicados

NOTA Los asteriscos indican que esa respuesta es cerrada y que, por lo tanto, hay que escoger una de las opciones propuestas.