

JACQUES KAYSER

EL ESTUDIO DEL CONTENIDO DE UN PERIÓDICO

ANÁLISIS Y VALORACIÓN

EL ESTUDIO del contenido de los periódicos tiene por objeto: *a)* revelar lo que a través de las informaciones y de los artículos yuxtapuestos ha querido un periódico¹ comunicar a sus lectores; *b)* valorar la influencia que la lectura normal del periódico ha podido ejercer sobre el lector.

Estos dos objetivos no se superponen, a pesar de que las investigaciones a que invitan sean conducidas en la misma dirección y con los mismos métodos: a menudo tendremos que asociar dichos objetivos.

Aunque el estudio se halle circunscrito a un documento,² el investigador, para llegar a conclusiones válidas, queda constreñido a considerar los factores exteriores a dicho documento, mediante los cuales el periódico haya atraído, desviado, acrecentado, disminuido o neutralizado la atención del lector. En la mayor parte de los casos, esos factores exteriores (ubicación, encabezamientos, presentación...) son más reveladores de las intenciones del periódico que el documento mismo, e influyen sobre el lector aún más que el documento.

Por lo tanto, todo estudio del contenido, para que sea completo y permita formar conclusiones, debe pues versar a la vez sobre el documento considerado y sobre factores que le son exteriores. Para este efecto, se recurrirá a dos métodos complementarios: el del *análisis del contenido* de un documento, que ya se ha hecho clásico en Estados Unidos y el destinado a *aquilar la valoración* del documento.

¹ En este estudio, el *periódico* es tomado como una unidad. Salvo indicación en contrario, no nos referiremos aisladamente, según los casos, a su dirección, a su redacción, a la secretaría de redacción individualizados. Emplearemos uniformemente el término genérico el *periódico*.

² En este estudio el *documento* es el término utilizado para representar el texto o el conjunto de textos que son objeto del análisis. Puede hallarse constituido por un artículo, una información, un conjunto de artículos y de informaciones consagrados a un mismo tema, de la "copia" con o sin ilustraciones, etc.

Antes de pormenorizar las bases de este último método y de describirlo, creo necesario insistir sobre el hecho, demasiadas veces descuidado por los analistas del contenido, de que EL ESTUDIO DE UN DOCUMENTO EXTRAÍDO DE UN PERIÓDICO EXIGE EL ESTUDIO DEL NÚMERO DEL PERIÓDICO DEL QUE HA SIDO TOMADO.³

En efecto, *un periódico constituye una unidad de la que no se puede disociar ningún elemento sin que su autenticidad quede alterada*. Un número de periódico constituye un todo organizado, al que cada colaborador y cada sección quedan sometidos. Nada puede resistir al imperativo de la "casa": ni siquiera el estilo, sometido las más de las veces a la práctica del *rewrite*.

Extraer una fracción de la "copia" para estudiarla aisladamente, es mutilarla, ya que su pleno significado no se muestra a menos que su análisis interno quede completado mediante el examen de los factores exteriores que actúan sobre ella, de la misma manera que han desempeñado un papel en la determinación del formato. Desconocer la ubicación que ha sido escogida, los títulos que se han dado, la presentación que ha sido aceptada, es cerrar los ojos ante la revelación evidente de las intenciones del periódico y, a veces, de sus posibilidades técnicas; así como ante una realidad material que condiciona al lector en el momento de su lectura.

Tomemos un ejemplo: consultemos los diarios franceses del 24 de octubre de 1958, que informan acerca de la Conferencia de prensa durante la cual el general De Gaulle hizo sobre Argelia declaraciones destinadas a una enorme repercusión. Es el caso que dieciséis periódicos de provincia reprodujeron sin ningún comentario de redacción el texto taquigráfico de dichas declaraciones. Un análisis clásico del contenido situaría esos dieciséis documentos en un mismo plano, en vista de que su texto es idéntico. ¡Sin embargo, qué error tan grande sería y qué contrasentido! ¡He aquí un ejemplo!

¿Pueden acaso identificarse aquellos diarios que ponen un encabezado de ocho columnas con el que lo hace en tres; aquellos que consagran su encabezado a las declaraciones sobre Argelia y aquel que evitando esta referencia se limita a indicar: "El general De Gaulle habló de los graves problemas planteados a la V República"; el que proclama en grandes titulares: "Después de la Conferencia de Prensa del general De Gaulle, ningún equívoco puede subsistir: FRANCIA NO TRATARÁ CON EL F.L.N.", y el que escribe con tipografía espectacular: "El general De Gaulle a los rebeldes de Argelia: DEPONED VUESTRAS ARMAS, VUESTROS DELEGADOS PUEDEN VENIR SIN TEMOR A PARÍS"?

³ Nuestras investigaciones han recaído exclusivamente sobre *diarios*. Es posible que nuestras conclusiones no sean aplicables a periódicos semanarios, revistas, etc.

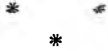
Estas diferencias de presentación permiten formular sobre la orientación del periódico y sobre la influencia ejercida por él en el lector, hipótesis que no sería factible discernir mediante el mero análisis del contenido.

Se podría objetar que el ejemplo ha sido mal escogido, ya que se apoya en un texto ajeno al periódico y que fue insertado tal y como fue recibido. Las mismas observaciones han sido hechas partiendo de otros ejemplos tomados, ya no de un acontecimiento político, sino de la actualidad deportiva y de noticias sueltas.⁴

Todos aceptan la fórmula:

ESTUDIO DEL CONTENIDO = ANÁLISIS DEL CONTENIDO + EVALUACIÓN DE LA VALORACIÓN.

Es precisamente esta noción de valoración la que los estudios llevados a cabo sobre diarios franceses de París y de provincia permiten esclarecer.



LA VALORACIÓN de un documento periodístico es función de varios elementos repartidos en tres categorías:

- La ubicación
- La titulación
- La presentación

⁴ Relativamente al deporte, la mayoría de los periódicos de provincia del 24 de septiembre de 1958 publicaron la información A.F.P. que anunciaba la hazaña del corredor ciclista Roger Rivière al batir en Milán el record del mundo de la hora. Sus textos son idénticos; pero un periódico la presenta con un título que cubre las ocho columnas de la primera plana con envío a la página deportiva. Otro texto está acompañado de fotografías sin leyenda; otro de una fotografía con leyenda en la que se destacan las palabras "imposible"... "infranqueable"... "fenómeno"... "sensacional"...

Por lo que toca a las noticias en general, muchos periódicos de provincia reprodujeron el 14 de octubre de 1958 el acta de la audiencia del proceso de Simone Deschamps, matadora de la mujer de su amante, tal y como había sido difundida por la agencia A.F.P. Textos idénticos, en un periódico son colocados en la primera plana bajo un encabezado de cuatro columnas y en otro en la última. En otro un título de explotación: "Solterona

Nos proponemos examinarlos, para después valorar la parte correspondiente no puede ser atribuida a cada uno de ellos en tal valoración.

LA UBICACIÓN

La noción de ubicación se considera desde dos puntos de vista. La *paginación* (o sea en qué página el documento ha quedado insertado) y el *lugar en la página*.

Paginación

En los diarios franceses, la "primera" es la página de las prioridades. Es menester hacer una reserva sin embargo: las noticias locales, de carácter prioritario respecto de un sector limitado de la clientela, quedan insertadas en las páginas locales.

A partir de la "primera", ¿qué jerarquía establecer? ¿conviene acaso seguir el orden de la numeración aritmética? ¿la última página debe anteceder en importancia de la tercera, y ésta, a la segunda? ¿cuál es el atractivo de la página deportiva, de aquella en que se despliega la sección de dibujos? Toda evaluación no podrá resultar sino de encuestas variadas sobre los hábitos de lectura. Dicha evaluación pondría quizás en claro que cada periódico, que cada tipo de periódico cuando menos, presenta, por lo que toca a sus páginas, una jerarquía que le es propia y que es implícitamente aceptada por el lector habitual.

En todo caso, puede admitirse, en el estado actual de las investigaciones que un documento insertado en la "primera" queda valorizado, y que es empequeñecido o minimizado, —salvo que se refiera a la vida local o a secciones especializadas— cuando figura en las "páginas malas" (las páginas pares, con excepción de la última), a menos que una indicación en la "primera" lo remita a dicha "página mala".

Sitio en la página

En una página ciertas ubicaciones atraen la atención más que otras. A este respecto, se admite comúnmente una hipótesis: la mayoría de los lectores leen el periódico de la izquierda a la derecha y de arriba hacia abajo. Puede afirmarse

diabólica..." "Horrenda mujer..."; por fin en otro un encabezado incoloro: "Simone Deschamps sostiene que no quería matar."

En esas dos series de ejemplos, los textos de los dos documentos reproducidos eran idénticos pero su puesta en valor diferente. Las intenciones de los periódicos no eran idénticas, las reacciones del lector no lo serán tampoco.

con certidumbre: que la cabeza de la primera columna (o del primer grupo de columnas), a la izquierda, en la "primera", es el lugar privilegiado.

Para detalles complementarios, sería preciso seguir el movimiento del ojo de los lectores. ¿Se desplaza horizontalmente u oblicuamente? A los técnicos corresponde la respuesta.

Nosotros consideramos que un documento situado en el ángulo superior izquierdo de la "primera" disfruta de la mejor puesta en valor, a menos que por el juego de otros elementos exteriores quede neutralizado en provecho de otros documentos.

De todo esto retendremos pues para nuestras conclusiones finales que un documento insertado en la "primera" ha sido juzgado "importante" por el periódico y tenido como tal por el lector, y que el grado de esta importancia es aún más marcado si figura a la cabeza de la columna de la izquierda.

LA TITULACIÓN

La titulación de un documento se estudia desde tres puntos de vista: su *importancia real* (dimensiones, tipos empleados), su *importancia relativa* (en relación con los demás encabezados), su *contenido* (dinamismo y fidelidad).

Importancia real

Los elementos que la constituyen son: el "columnado" —es decir su longitud—, la altura del encabezado, la superficie, la dimensión de los tipos empleados.

a) *Columnado*. Un encabezado que ocupa toda la anchura de la página impresiona más que un encabezado de sólo algunas columnas. Es precisamente lo que pensaron la mayoría de los periódicos en presencia de acontecimientos de primera magnitud, tales como el lanzamiento del sputnik o la conferencia de prensa del general De Gaulle.

Todo título o encabezado que rebasa la mitad de la anchura de la página valoriza notablemente el documento que presenta.

b) *Altura del encabezado*. En la determinación de la importancia real del encabezado, si bien es cierto que el columnado constituye el elemento principal, no eclipsa completamente a los demás componentes.

Su altura, o sea la del conjunto de líneas en tipo grande que anteceden el texto del documento, a veces compensa la extensión reducida de su columnado. He aquí el caso de dos periódicos de la misma ciudad de provincia que, en su número del 7-8 de diciembre de 1958 informan acerca del fracaso de "la toron-

ja" (nombre que se dio en Francia a los primeros pequeños satélites norteamericanos). El encabezado de uno de ellos comienza con una línea a ocho columnas y se prolonga con dos líneas en dos columnas; el otro no rebasa la anchura de cuatro columnas, pero su altura se acerca a la tercera parte de una columna. Un simple cotejo muestra que el documento ha quedado puesto en evidencia mejor en el segundo periódico.

c) *Superficie*. ¿Manteniendo como elemento constitutivo de la titulación su longitud y su altura, no es acaso superfluo tomar en cuenta también la superficie que ocupa? Sin embargo, el bulto o el claro que hace en la página es a veces más impresionante de lo que permitiría suponer el producto aritmético de la longitud por la altura.

Así, verbigracia, un diario de provincia dio a la conferencia de prensa del general De Gaulle un encabezado a cinco columnas —lo que no es excepcional como longitud— y una elevación de 12 centímetros lo que no es insólito como altura. Pero estos dos elementos combinados forman una superficie notable, que equivale a una columna y cuarto de la primera.

d) *Los tipos*. Ninguno de los tres elementos físicos de la titulación que acabamos de definir podría ser considerado haciendo abstracción de otro elemento que a ellos se combina: los tipos de imprenta utilizados. No nos aventuraremos en la técnica tipográfica más que para tomar de ella lo que de positivo puede aportar a nuestra investigación. En efecto, cuando en el periódico se mencionan sobre la copia el tipo de imprenta que le ha sido dado, se lleva a cabo un acto revelador de la importancia que se confiere al documento, y puede suponerse en consecuencia que el lector no es insensible a ello.

Así pues, columnado, altura, superficie y tipo, tales son los elementos que permiten determinar y evaluar la importancia real de un encabezado.

Importancia relativa

Pero el valor de una cabeza es función de su importancia en relación con las otras cabezas de la misma página, con las cuales un parangón de orden físico se impone. Si bien es cierto que la determinación de las prioridades es asunto de criterio personal en numerosos casos, la primera prioridad así como la segunda, son en general asignables fácilmente.

Sin embargo, conviene subrayar que la importancia relativa de una cabeza o encabezado —así como la de un documento periodístico— depende de su contorno: proporción y vecindad de las noticias "rosas" de las noticias "negras", de los temas que "hacen pensar" y de los temas que distraen, de las noticias sueltas y de la política; de la proximidad o alejamiento de una gráfica o de un

anuncio. Este contorno o vecindad es a veces el resultado de la voluntad de los dirigentes del periódico; pero la mayor parte de las veces, de los imperativos de la paginación.

Contenido

No es posible limitar el estudio de la titulación a estos factores de orden físico. En efecto, resulta evidente que el contenido del encabezado es por lo menos tan revelador de las intenciones del periódico, así como de las probables reacciones del lector, como su aspecto material. "Yo no necesito publicar editoriales: los editoriales son mis grandes encabezados", así se ha expresado el director de un diario estadounidense. Aunque es cierto que en este punto nos internamos en el dominio de la apreciación subjetiva, en el del análisis del contenido, creo sin embargo útil esbozar algunas de las observaciones hechas en el curso de mis trabajos.

En tanto que antaño los periódicos escogían casi siempre títulos o encabezados meramente indicativos, actualmente los evitan. Aun en las informaciones secundarias los hacen significativos. Ya no se encabezará: "La crisis ministerial. Evolución". Sino: "Golpe de teatro: ultimátum de los moderados a Fulano de tal".

Hemos visto al principio de este estudio, cómo los periódicos jugaron, por decirlo así, con los encabezados para presentar la Conferencia de prensa del general De Gaulle. Las conclusiones que he derivado del análisis de los diarios franceses que anunciaron el lanzamiento del Sputnik son, a este respecto, aún más significativas. Cabezas presentadas en la misma longitud y altura y compuestas de tipos del mismo tamaño, orientan al lector en sentidos muy diferentes según que exclamen: "Destino: la Luna", o bien: "Los rusos sobrepujan a los americanos". Aun si las informaciones fuesen idénticas y los artículos equivalentes, los lectores que hubiesen recibido el impacto inicial del primer encabezado ya no reaccionarían como los que recibieron el segundo.

Así pues, es preciso tener presente en todo estudio del contenido de un documento, *el contenido y el dinamismo de su título*.

Es menester asimismo tener presente otro elemento: el de *la concordancia del título con el texto que encabeza*.

Centenares de ejemplos nos permiten aseverar que la existencia de esta concordancia no es una regla absoluta.

Me he encontrado con numerosos casos de discordancia por inadvertencia o por ligereza. Los he encontrado también, pero mucho más ra-

ros, que resultan de una voluntad deliberada de desorientación mediante inexactitud, disimulación o fraude.⁵

Habría que investigar si el lector, en general, se percata de esta discordancia. En caso afirmativo, ¿quedará más impresionado por el encabezado o por el texto, o bien permanecerá escéptico? En caso negativo, ¿será el sentido del encabezado o el del texto el que lo impresione?

Toca a los psicólogos dar respuesta a problemas que los estudios y los análisis de contenido ya no permiten seguir ignorando.

LA PRESENTACIÓN

Tres elementos influyen en la presentación de un documento: la *ilustración*, la *tipografía* y la *estructura*.

Ilustración

Para aumentar el alcance de un documento, la *ilustración* desempeña un papel evidente cuya magnitud es función de elementos físicos y cualitativos.

⁵ He aquí cinco ejemplos que ilustran estas cinco categorías de discordancias:

a) Un telegrama A.F.P. del 17 de abril de 1954 de Belgrado empieza con estas palabras: "No sin sorpresa se supo en Belgrado..." Un diario le da por título: "No hubo sorpresa en Belgrado".

b) El 15 de enero de 1954, otro diario intitula una información: "El accidente del «Comet» debido a un sabotaje", siendo que está concebida dicha información del modo siguiente: "Se estima en los medios de la aeronáutica... que la hipótesis de un sabotaje no debe ser excluida."

c) Un diario de París inserta el 6-7 de octubre de 1957 en un artículo sobre el Sputnik, el subtítulo: "Los rusos habían prometido invitar a periodistas franceses al lanzamiento", en tanto que escribe: "Algunos de ellos (de los sabios soviéticos) de paso por París rumbo a congresos científicos nos habían casi prometido personalmente que invitarían a periodistas franceses para el lanzamiento."

d) Un diario vespertino de provincia publica, el 24 de octubre de 1958, veinticuatro horas después de la conferencia de prensa del General de Gaulle, un título monumental a ocho columnas del cual las dos primeras líneas subrayadas aparecen con mayúsculas "negritas" sensacionalistas de 18 mm. de elevación: "FERHAT ABBAS: ESTAMOS DISPUESTOS A FIRMAR UN ARMISTICIO y a iniciar inmediatamente negociaciones." Suprime así el fin de la frase, que vuelve a hallarse en el texto de la información: "Pero esto significa que nos hallamos dispuestos a negociar la independencia de Argelia en vez de luchar por ella con las armas en la mano."

e) Un diario, el 15 de diciembre de 1953, en plena controversia sobre la C.E.D., estampa el título siguiente: "Una declaración solemne del señor Foster Dulles: "Si la C.E.D. no es ratificada, el Gobierno de los Estados Unidos se verá forzado a defender a Europa" y, para autentificar la frase de Dulles, la pone entre comillas. Ahora bien, desde la quinta línea del artículo que sigue a este título, las palabras atribuidas a Dulles, e igualmente puestas entre comillas, son las siguientes (y concuerdan con el texto exacto): "Si la C.E.D. no es ratificada, el Gobierno de los Estados Unidos se verá forzado a revisar su política en Europa".

a) El elemento físico que hay que subrayar en primer lugar resulta de una comparación entre la ilustración concerniente al documento estudiado — de haberlas— con las otras ilustraciones de la página; si es el único en aparecer ilustrado o si es el que mejor lo está, entonces su puesta en valor habrá sido esmerada.

En segundo lugar, es menester tener en cuenta el número de ilustraciones consagradas al documento, así como su dimensión, siendo este último factor indudablemente el más importante.

b) El elemento cualitativo se refiere a la naturaleza de la ilustración, a su dinamismo, al alcance de su texto o leyenda. Nos adentramos aquí, como en lo relativo a la titulación en un terreno más cercano del que trabajan los analistas del contenido que del nuestro. Limitémonos, pues, aún a algunos ejemplos:

Las ilustraciones (fotografías, dibujos, caricaturas, mapas, esquemas, gráficas) amenizan un documento, lo esclarecen, le aportan el complemento de una prueba visual, o bien aún añaden a su texto elementos adicionales de información o de apreciación. ¿Cómo reacciona el lector? ¿Ha sido diferentemente impresionado por los artículos acerca del Sputnik, según que hayan sido o no acompañados de un dibujo que lo representa o de un esquema que traza su posible trayectoria; o bien aún por las informaciones que narran el viaje del General De Gaulle a las instalaciones petroleras del Sahara, según que hayan sido o no precisadas por la publicación de un mapa de la región visitada; o por último, por el relato de una sesión de la Asamblea Nacional, según que la caricatura o la fotografía del orador principal haya sido o no reproducida?

No puede omitirse tampoco el contenido mismo de la ilustración, que será de carácter estático con las fotos oficiales, los retratos, etc., y de carácter dinámico si hay instantáneas, enfoques o ángulos visuales inesperados, etc. Fotografías de idénticas dimensiones de la manifestación del 4 de septiembre de 1958 en la Plaza de la República de París, no habrán sin duda producido sobre el lector el mismo efecto, si algunas de ellas daban una impresión de masas, las otras de vacío, unas de agitación y, otras de rigidez protocolaria. Y en su elección, el periódico marcó una intención a propósito.

Por fin, debe concederse especial atención a las leyendas que a veces acompañan a las ilustraciones. Desde el momento en que son explicativas (las hay puramente descriptivas), es conveniente asegurarse de su concordancia con la ilustración por una parte y, por la otra, con el texto del documento. Tengo bajo mis ojos un diario del 7 de septiembre de 1957. Bajo el rubro "Francia-Marruecos-Tunicia", publica informaciones que dan cuenta de un suavizamiento en las relaciones franco-tunicias. Ahora bien, la fotografía que ilustra dicha información presenta movimientos de masas y lleva esta leyenda: "Una jorna-

da antifrancesa "autorizada" se desarrolló el viernes en Túnez. Huelga y cortejo de manifestantes. Las banderolas dicen: Evacuación, Evacuación y Armas, Armas". ¿La disparidad entre la ilustración y el texto tuvo influencia sobre el lector y en qué sentido?

Tipografía

El analista del contenido no establecerá diferencia entre un documento compuesto con los tipos usuales de la página en que se encuentra y un documento cuya tipografía aparece excepcional o insólita. Ahora bien, el segundo documento ha sido puesto de realce por el periódico; es un hecho que es preciso tomar en cuenta cuando se evalúa el esfuerzo de presentación.

Este esfuerzo se traduce entre otras cosas, en el empleo de tipos diferenciados, de mayúsculas, de subrayados, de bastardillas, etc. Es pues necesario tener esto presente como uno de los elementos de la valoración.

Estructura

Bajo este rubro, agrupamos los elementos siguientes la *fragmentación*, la *composición*, el *origen*. En el espíritu de este estudio, ninguno de ellos podría ser evaluado efectivamente en tanto que otros estudios especiales no hayan determinado en qué forma influyen en el lector.

a) *Fragmentación*. En tanto que antaño los artículos y las informaciones se proseguían en su texto completo sin cortes ni envíos, hoy en día muchos son los que empiezan en la "primera" y terminan en otra.

¿Prosigue el lector, a menudo, algunas veces, raramente, excepcionalmente la lectura empezada en la "primera" si hay "vuelta"? ¿De qué depende esta interrupción: acaso del atractivo del texto insertado en la primera? ¿De la página a la que la continuación ha sido remitida? ¿De la forma como esta continuación es anunciada? ¿De la facilidad con que puede ser descubierta? ¿De la ubicación del corte (fin de un párrafo, mitad de una frase, de una palabra...)?

En ciertos periódicos, la fragmentación es la regla. Un diario matutino del 17 de diciembre de 1958, de once documentos mencionados en la "primera", corta ocho, continuando uno de ellos en la página 3, otro en la 4, otro en la 12, otro en la 19, dos en la página 6 y dos en la 20. Otro matutino del mismo día, de siete documentos mencionados en la "primera", corta seis, terminando cada uno de ellos en página diferente.

b) *Composición*. ¿Ofrece el documento una apariencia de unidad o se halla constituido por varios textos separados? ¿Trátase "de informaciones", "de

comentarios", de informaciones y comentarios mezclados sin que sea fácil entrañar lo que depende ya de uno, ya de otro y, por consiguiente, sin que su lectura invite a una atención de carácter más crítico?

c) *Origen*. Un documento tiene un doble origen que la respuesta a las dos siguientes preguntas precisa: ¿De dónde viene? ¿De quién emana? Respecto de una "información" estas dos preguntas son importantes; respecto de un artículo, sólo la segunda es esencial.

¿La ausencia de indicación de fuente es reveladora de una intención del periódico? ¿Es significativa para el lector?

Tengo a la vista dos diarios del 24 de octubre de 1958 que reproducen las mismas noticias relativas a las conversaciones de Taipeh entre Míster Foster Dulles y Chang Kai-shek. Uno de ellos los publica bajo forma de artículo no fechado, no firmado: el otro con la indicación "Taipeh, 23 de octubre" y el nombre de la agencia "UPI". ¿Estos pormenores aumentan la aceptación del lector o bien no les prestan ninguna atención? ¿Queda impresionado en forma inconsciente?

La pregunta merece examen, como también la que suscita la costumbre más y más generalizada de fundir en un solo texto las informaciones concernientes al mismo suceso y darles una fuente colectiva. Es así como telegramas de La Habana del 26 de diciembre de 1958 que indican el avance de Fidel Castro han aparecido en los periódicos con indicación de origen o sin él; o bien —fue el caso de varios de ellos— con las menciones "La Habana (AFP, AP, UPI)". ¿En qué forma actúa este procedimiento sobre el lector?

Tiene caso también investigar el valor que el periódico desea atribuir y que el lector atribuye a indicaciones asociadas al documento, tales como la firma. ¿Cuál es la jerarquía de importancia que el periódico y el lector establecen, entre una firma de director dada mediante las iniciales de su seudónimo, por su seudónimo, por las iniciales de su nombre, por su nombre, por las iniciales del periódico, por el nombre entero del periódico, así como también por la ausencia de firma, etc.?

LA SELECCIÓN

Un estudio del contenido quedaría útilmente esclarecido mediante el examen de los textos que se relacionan con el documento y que el periódico NO ha publicado.

Como el lector medio no se percatará por lo general de ciertos elementos de la información que está recibiendo, el problema no se suscitará respecto de él. Pero el análisis del material no seleccionado aporta, en ciertos casos, aclara-

ciones respecto de la voluntad de orientación que existe en un periódico.

¿No es acaso significativo, por ejemplo, que varios periódicos, al día siguiente de la Conferencia de Prensa del General De Gaulle, no hayan siquiera hecho alusión a las declaraciones de Ferhat Abbas acerca de las posibilidades de arreglo en Argelia, o que en lo más álgido de la crisis del Medio Oriente, el 28 de noviembre de 1957 hayan sido muy raros los periódicos que publicaron la declaración del Primer Ministro del Canadá "escandalizado por la actitud de las grandes potencias"?

*
* * *

Resumen. Creo haber dejado determinado que la puesta en valor de un documento periodístico es la resultante de la suma de tres elementos que se pueden percibir y medir objetivamente: la ubicación, la titulación, la presentación. Dicho de otra manera:

$$Pv = U + T + P$$

No queda descartado el que estudios ulteriores permitan precisar aún más el papel desempeñado por la *estructura*, papel cuya determinación incumbe a los analistas del contenido. El coeficiente que le sería atribuido, caso de ser añadida en la fórmula general al lado de la ubicación, la titulación y la presentación sería relativamente reducido.

Creo interesante medir aritméticamente la puesta en valor. ¿Por qué?

El estudio del contenido raramente recae sobre un documento aislado. Las más de las veces se refiere a una serie de documentos extraídos de uno o de varios periódicos. En uno u otro caso las comparaciones son convenientes, inclusive necesarias. Quedarán facilitadas y su enseñanza se destacará mejor si se fundan en elementos numéricos.

Verbigracia, para seguir a un diario francés durante las cuatro semanas de la campaña electoral de noviembre de 1958, hubiera sido práctico y gráfico haberle podido atribuir día con día un coeficiente que midiese su esfuerzo de valoración. Estos cálculos, de haber sido efectuados con todos los diarios franceses habrían permitido formar un cuadro claro y objetivo de una evolución compleja que los procedimientos usuales no permiten percibir sino fragmentariamente.

Para ser aceptable, la atribución de coeficientes debe basarse en certidumbres, como si dijéramos. Nos limitaremos pues a conservar como elementos aritméticos tan sólo aquellos que hemos mostrado que no dependían (o en todo caso dependían poco) de apreciaciones subjetivas.

Hay esfuerzo de valoración en todo documento insertado en la "primera" y en particular, si ocupa la cabeza de columna de la izquierda;

Hay esfuerzo de valoración respecto de todo documento coronado por un encabezado espectacular;

Hay esfuerzo de valoración en todo documento cuya presentación tipográfica sale de lo común.

Admitido esto, es conveniente establecer entre los tres elementos de la valoración una relación aritmética. Tras de lo cual, quedará por evaluar, respecto de cada uno de ellos, la forma de repartir entre sus propios elementos constitutivos, el coeficiente que le haya sido atribuido.

Por mi parte propongo que la ubicación y la titulación reciban el mismo coeficiente, y que este último sea claramente superior al proveniente de la presentación. Sobre un total de 100, atribuyo 40 a la ubicación, 40 a la titulación y 20 a la presentación. Lo que nos da la fórmula:

$$P_v = 40 U + 40 T + 20 P$$

La ubicación

Dos elementos deben ser retenidos: la inserción en la primera y la inserción a la cabeza de la columna de la izquierda.

El primer elemento es primordial. El segundo elemento no es sino accesorio y su ausencia puede quedar compensada mediante un esfuerzo en la titulación o en la presentación, en tanto que la no inserción en la primera no puede ser compensado.

Es por ello por lo que se proponen los coeficientes siguientes:

Inserción en la "primera": 30

Cabeza de columna a la izquierda: 10

Respecto de todo documento que no figura en la "primera", los coeficientes señalados para la cabeza de columna a la izquierda, la titulación y la presentación se verán reducidos a la mitad.

Un artículo que haya sido anunciado en la "primera" y que se publica en otra página deberá recibir el coeficiente 10.

La titulación

Entre los elementos que permiten determinar la importancia de la titulación como valor absoluto, el más importante, con mucho, es el columnado. Los otros: altura, superficie y tipos pueden recibir coeficientes iguales.

Se tomará igualmente en cuenta el valor relativo de la titulación, a pesar de una cierta subjetividad más aparente que real —por lo demás— que interviene en la determinación de un cierto orden de prioridad. Pero resulta de varios estudios que debe concederse un valor adicional a un título cuya importancia parezca mayor que la de los otros y eventualmente también, en ciertos casos indiscutible, al título que tuviese la prioridad número 2.

Llégase así a los coeficientes siguientes:

Importancia absoluta: 30, que se descomponen del siguiente modo:

Columnado	15
Altura	5
Superficie	5
Tipos	5

Importancia relativa:

Prioridad N° 1	10
Prioridad N° 2	5

Para la evaluación de los coeficientes de importancia absoluta, propongo las escalas siguientes:

Columnado: Encabezado a 8 columnas	15
Encabezado a 7 columnas	12
Encabezado a 6 columnas	8
Encabezado a 5 columnas	3

(Es fácil dejar establecidas tablas de concordancia para los periódicos impresos en un número menor de columnas.)

Altura: Título que rebase la media columna	5
Título que rebase un tercio de columna	4
Título que rebase un cuarto de columna	2

(La columna de la "primera" se mide a partir del rubro o encabezado del periódico exclusive.)

Superficie: rubro cuya superficie sobrepasa la de

Dos columnas	5
Una columna y media	4
Una columna	2

(Igual observación que la hecha más arriba.)

Tipos: de acuerdo con una escala por determinar en cada periódico, de 5 a 1.

Por lo que se refiere a los tipos, lo que cuenta es, menos que su importancia en valor absoluto, su importancia en relación con las costumbres del periódico. Por ejemplo, un encabezado con tipos de tamaño 60, en un periódico de encabezados ordinariamente modestos, revela un esfuerzo de puesta en valor más considerable que un rubro de tipo 72, en un periódico acostumbrado a la espectacularidad: merece, pues, un coeficiente más elevado. Se deberán por lo tanto, establecer escalas tipográficas respecto de cada periódico estudiado y se determinarán entre ellas las equivalencias.

*La presentación*⁶

La ilustración es su elemento primordial, no viniendo la tipografía sino en segundo lugar. Lo cual da la siguiente repartición:

Ilustración	15
Tipografía	5

Por lo que toca a la ilustración, le atribuimos 5 puntos a todo documento ilustrado, y puntos suplementarios según el grado de prioridad de la ilustración en la página, hasta un máximo de 10.⁷

Por lo que se refiere a la tipografía, los 5 puntos que le corresponden pueden fragmentarse. Dado que la atribución de ellos depende de la capacidad de la tipografía para atraer las miradas del lector, cierta subjetividad puede intervenir, pero no alcanza sino un coeficiente débil.

Saltan a la vista objeciones que conducen a ciertas reservas:

⁶ En los periódicos sin ilustración se dará el coeficiente 10 a la tipografía y se aumentará en 10 el coeficiente correspondiente a la importancia relativa de la titulación.

⁷ Hay documentos que por su tipo o por razones técnicas, no pueden llevar ilustraciones. Se procederá entonces como para los periódicos sin ilustración (ver la nota precedente).

1) Puede llegar a ocurrir que la presentación de una información de carácter excepcional no encaje con las relaciones y evaluaciones que hemos establecido. Una inserción de última hora, algunas líneas en tipos grandes, inclusive bajo un encabezado de una columna, captarán la atención del lector con una intensidad que no revela el coeficiente de valoración que les sea atribuido.

2) La valoración se traduce en ocasiones en la aparición de un procedimiento poco usual y que evidentemente no es el mismo en cada periódico: cierto color, en un periódico que jamás recurre a él; tipos cuya fuerza, tinte y naturaleza no han sido nunca empleados en dicho periódico, etc. En ese caso podría producirse un aumento hasta del 50% del coeficiente concedido a la presentación. En ocasiones el procedimiento es tan insólito que escapa a toda valoración.

3) El procedimiento de la repetición, así como el de la innovación debe ser aquilatado y tomado en cuenta. Su estudio impone investigaciones en la colección reciente del periódico.

Selección

Por lo que toca a la validez de las comparaciones y con el fin de no convertir la publicación de un documento reducido a algunas líneas en una "página mala" en una especie de eliminación pura y simple, un punto simbólico dará constancia de esta publicación. El número "uno" atestiguará pues una presencia cuya valoración ha sido demasiado débil para ser señalada de otro modo.

*
* * *

Tres ejemplos ilustrarán el método que he intentado definir. Uno se refiere a periódicos de París que dan las noticias de un día carente de acontecimientos auténticamente prioritarios; el segundo relativo a periódicos de París en los que se destaca una información de primera magnitud, y el tercero a periódicos de provincia que difunden varias informaciones importantes.

1) El 17 de diciembre de 1958 la inmensa mayoría de los diarios destacó en buenos lugares cuatro acontecimientos: la sesión de la NATO, la renuncia de Mao Tse Tung, los proyectos financieros del gobierno, la llegada a París de la Callas.

He aquí cuál sería la puntuación:

(Los paréntesis delimitan las tres categorías principales: ubicación, titulación, presentación):

L'Aurore:

	Ubicación	Titulación	Presentación	
NATO	(30)	+ (0)	+ (0)	= 30
MAO	(30+10)	+ (2+10)	+ (0)	= 52
CALLAS.....	(30)	+ (0)	+ (15+2)	= 47
FINANZAS....	(30)	+ (5+1+5)	+ (5)	= 46

Le Figaro:

NATO	(30+10)	+ (2+10)	+ (0)	= 52
MAO	(30)	+ (5)	+ (0)	= 35
CALLAS.....	(30)	+ (0)	+ (15)	= 45
FINANZAS....	(30)	+ (5)	+ (0)	= 35

Libération:

NATO	(30)	+ (0)	+ (0)	= 30
MAO	(0)	+ (0)	+ (0+1)	= 1
CALLAS.....	(30)	+ (0)	+ (5)	= 35
FINANZAS....	(30+10)	+ (3+2+10)	+ (9)	= 64

Le Parisien Libéré:

NATO	(30+10)	+ (0)	+ (0)	= 40
MAO	(0)	+ (0)	+ (0+1)	= 1
CALLAS.....	(5)	+ (1)	+ (7,5)	= 13,5
FINANZAS....	(30)	+ (10)	+ (5)	= 45

(Ver cuadro I al final)

2) El 22 de diciembre de 1958, los periódicos dieron el resultado de la elección presidencial. He aquí cómo se descompone la puntuación de puesta en valor del documento en los cuatro diarios parisienses:

<i>L'Aurore</i>	(30+10)	+ (15+4+4+10)	+ (15+2)	= 90
<i>Le Figaro</i>	(30+10)	+ (15+2+2+2+10)	+ (15+2)	= 88
<i>Libération</i>	(30+10)	+ (4+2+10)	+ (0)	= 56
<i>Le Parisien Libéré (I)</i>	(30+10)	+ (15+4+5+5+10)	+ (15+5)	= 99

(Ver cuadro II)

3) Cuatro noticias se disputaron la prioridad en los periódicos del 14 de octubre de 1958: las directivas del General de Gaulle al General Salan, la inhumación del Papa, la desintegración del satélite americano Pionnier, la primera audiencia del proceso de Susana Deschamps, asesina de la esposa de su amante.

Hemos estudiado la puesta en valor de estos cuatro informes en diez diarios de provincia: *Ouest-France* (Rennes), *Le Dauphiné Libéré* (Grenoble), *Sud-Ouest* (Burdeos) con tiro de más de 300,000 ejemplares. *Le Républicain Lorrain* (Nancy), *La France* (Burdeos) y *La Montagne* (Clermont-Ferrand) con tiro de más de 100,000. *Nord-Eclair* (Lille) y *Le Populaire du Centre* (Limoges) con tiro de más de 50,000 ejemplares, *Le Bien Public* (Dijon) y *Le Havre* con tiro de más de 50,000 ejemplares. La puntuación que alcanza cada periódico respecto de cada una de las cuatro informaciones resalta del cuadro que habrá de seguir. No entra en los fines de este artículo explotar los numerosos elementos que pone en evidencia, así como las comparaciones que suscita.

(Ver cuadro III)

Tal es el método que investigaciones efectuadas sobre periódicos muy diversos unos de otros y en diferentes ocasiones nos llevan a proponer.

Me permito recordar que su objeto es facilitar el estudio completo de un periódico, o de un documento periodístico del que los meros análisis de contenido no permiten sino una visión incompleta y a menudo deformada.

Las discusiones que anhelo ver producirse en torno a dicho método podrían por lo tanto versar sobre la fundamentación de su principio, sobre la determinación de los elementos a los que se aplica, o bien sobre las relaciones numéricas entre ellos establecidas.

Ninguna de las conclusiones propuestas se considera definitiva; varias de entre ellas son equiparables a hipótesis de trabajo. Las fórmulas que se han presentado son el resultado de observaciones limitadas; observaciones generalizadas las habrán de modificar seguramente, en particular si han sido acompañadas por estudios acerca de la reacción o comportamiento del lector.

Sin embargo, ha quedado bosquejado un camino que debe permitir, mediante *el estudio del contenido* —y no ya por el simple *análisis del contenido*— informar útilmente a los profesionales y a los psicólogos acerca de los procedimientos de un periódico y de las posibles reacciones de la clientela. Será el estudio del contenido el que permita establecer, en los órganos "de información objetiva", las tendencias reales que los inspiran.

He intentado en estas páginas sugerir métodos para la evaluación de la puesta en valor del documento.

Por lo que ve a los métodos apropiados para el análisis del texto, han sido

ya puestos a prueba desde hace años: se encuentra una buena exposición acerca de dichos métodos en el libro de Bernard Berelson "Content Analysis in communication research" (Nueva York, 1952), del cual un resumen francés fue elaborado muy oportunamente por el Centro de Estudios de relaciones sociales de la Universidad de Aix-Marsella.

La aplicación de esos dos juegos o mecanismos de método no basta aún para lograr cabalmente un estudio *integral* del contenido. En el camino señalamos las lagunas e hicimos notar que para que desaparezcan, demandan por parte de los analistas investigaciones complementarias en direcciones aún poco exploradas, en particular sobre:

- la ubicación;
- el dinamismo de la titulación y su concordancia con el texto;
- el contorno o sea lo que rodea al documento;
- la naturaleza de la ilustración, su dinamismo y el alcance de su texto o leyenda;
- los efectos de la fragmentación del documento, de su composición, de la especificación de su origen;
- las implicaciones de la selección.

Ojalá que este deslinde de problemas pendientes de resolución incite a su próximo estudio.

(Traducción de Andrés Lozano.)