

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

**Facultad de Ciencias
Escuela de Computación**



**SISTEMA DE INFORMACION PARA LA
MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE LA PRESENCIA
DE INFORMACIÓN EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
(APLICACIÓN: MEDIOS IMPRESOS)**

Trabajo Especial de Grado
Presentado ante la Ilustre
Universidad Central de Venezuela
Por los Bachilleres:
Hernández Q., David S. C.I. 11.162.341
Poleo G., Atnorys T. C.I. 7.684.245
Para optar el título de
Licenciado en Computación

Tutor: Prof. Francisco Mirabal
Co-Tutor: Prof. Elías González

Febrero, 2009

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios, El Todopoderoso, El que todo lo alcanza, El que es todo Bondad, y Sabiduría, que nos ha regalado el don maravilloso de la vida, y con la vida, la inteligencia, la fortaleza, y la perseverancia.

A nuestros Padres que siempre estuvieron pendientes de cada uno de nuestros pasos en este proceso, caminando a nuestro lado con una fe inagotable, orando en cada dificultad y aupando nuestro esfuerzo.

A nuestro seres queridos, que nos permitieron robarles el tiempo, y nos prodigaron amor y sonrisas.

A la Universidad Central de Venezuela, por hacernos parte de ella; y formarnos profesionalmente, a través de toda la Institución que lo conforman (Profesores, Personal Administrativo y Obreros).

A nuestros Tutores: José Francisco Mirabal y Elías González por compartir con nosotros sus conocimientos, tiempo, paciencia y dedicación; a los profesores Zenaida Castillo y Robinson Rivas por creer en nosotros y brindarnos su apoyo incondicional.

A todas aquellas personas, que son muchas, quienes nos apoyaron en todo momento (familiares y amigos) para que esta meta se cristalizara, nuestro agradecimiento inmenso.

A todos ustedes que están leyendo este texto,

MIL GRACIAS

Atnorys y David

DEDICATORIA

A Dios por ese milagro tan maravilloso que se llama vida y por medio de él, hoy nos permite gracias a su sabiduría, fortaleza, entereza, perseverancia, cumplir con una meta, iluminando ese camino a seguir.

A nuestros Padres que con su apoyo, amor, esfuerzo y ejemplo nos apoyaron en todo momento para seguir adelante siempre allí juntos.

A mi Esposa por su confianza, paciencia, apoyo y sobre todo su perseverancia. Y a mi Hijo que me permitió robarle parte de su hermoso tiempo para el logro de esta meta, gracias. (David).

A mi Madre por su apoyo incondicional y estar siempre a mi lado en todo momento y confiar en mí. (Atnorys).

A los Profesores por sus conocimientos, paciencia y dedicación para transmitirnos toda su sabiduría y ser parte de este logro.

A nuestros Compañeros de Trabajo y de Estudios por apoyarnos en el momento que más los necesitamos.

A todos nuestros Familiares y Amigos que directa e indirectamente confiaron en nosotros y nos apoyaron siempre.

A todos y cada unas de esas personas que nos quieren y nos estiman.

MIL GRACIAS

Atnorys y David

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Ciencias
Escuela de Computación

**Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de
Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos.
(Mepim).**

Autores: David Salvador Hernández Q
C.I.: V-11.162.341
Atnorys Tibusay Poleo González
C.I.: V-7.684.245

Tutores: José Francisco Mirabal
Elías González
Año 2008

RESUMEN

El presente Trabajo Especial de grado tiene como finalidad organizar, acceder, procesar, recuperar y distribuir la información de un medio de comunicación. Creando una herramienta tecnológica que permita la medición de la presentación de la información suministrada por los distintos medios, para el subsecuente análisis y comprensión de los cambios sociales, políticos y económicos del entorno de interés.

Palabras Claves

Comunicación, Web, medios, prensa escrita, análisis morfológico, análisis de contenido, investigar, organizar, analizar, ponderar, valorar.

ÍNDICE

Índice	5
Lista de Cuadros	7
Lista de Gráficos	8
Introducción	11
1. CAPÍTULO I: Propuesta de Trabajo Especial de Grado	17
1.1. Título	17
1.2. Planteamiento del problema	17
1.3. Solución	21
1.4. Objetivo General	24
1.5. Objetivos específicos	24
1.6. Justificación	25
1.6.1. El Proceso de Comunicación (Schramm)	27
1.6.2. Gestión de Información y Conocimiento	30
1.7. Método de investigación	33
2. CAPÍTULO II: Marco Conceptual	38
2.1. Antecedentes	38
2.1.1. Accesometrix (www.acceso.com)	38
2.1.2. Software para analizar el tratamiento periodístico de la información (SATPI)	42
2.1.3. Sistema Modelo de Centimetrage (Petroleras-70)	45
2.2. Definición de términos básicos	58
2.2.1. Clasificación primaria de los medios de comunicación	59
2.2.2. Medios impresos de comunicación	60
2.2.3. Antecedentes venezolanos	62
2.3. Metodología Jacques Kayser	63
2.3.1. La "personalidad" del periódico	63
2.3.1.1. El registro de identificación	64
2.3.1.2. Expediente de identidad	66
2.3.2. La morfología del periódico	67
2.3.2.1. Elementos de la estructura	67
2.3.2.2. Clasificación de los contenidos	68
2.3.2.3. Métodos y reglas	71
2.3.2.4. Procedimiento de recuento	72
2.3.3. La "valoración"	72
2.4. Metodología de Maurice Duverger y Bernard Berelson	76
3. CAPÍTULO III: Marco Aplicativo	85
3.1. Etapas de desarrollo	85
3.1.1. Etapa I: Análisis	85
3.1.2. Etapa II: Diseño	86
3.1.2.1. Diseño de la Base de Datos	99
3.1.2.2. Diseño de las pantallas	108
3.1.3. Etapa III: Construcción	127
3.1.3.1. Plataforma de Hardware	127
3.1.3.1.1. Ambiente de trabajo (Cliente/Servidor)	128
3.1.3.2. Plataforma de Software	129
3.1.3.2.1. UML	129
3.1.3.2.2. Windows	130
3.1.3.2.3. PostgreSQL	130
3.1.3.2.4. Java	132

3.1.3.2.5. Apache	135
3.1.3.2.6. Resin	136
3.1.3.2.7. JSP	137
3.1.3.2.8. Principios generales de usabilidad de sitios Web	139
3.1.4. Implementación del sistema	141
3.1.5. Pruebas y resultados	142
4. Conclusión	144
5. Bibliografía	146
6. Biografías	149
7. Anexos	153
7.1. Anexo A – Descriptores	153
7.2. Anexo B – Artículos/Noticias de muestra	157
7.3. Anexo C – Script de la BD de PostgreSQL	164

LISTA DE CUADROS

[Cuadro 1] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-49)	19
[Cuadro 2] - Descriptor artículo de Últimas Noticias (ver Anexo B-36)	19
[Cuadro 3] - Descriptor artículo de El Universal (ver Anexo B-33)	19
[Cuadro 4] - Fuente y Procedencia de la Información	43
[Cuadro 5] - Monograma y Diagramación	43
[Cuadro 6] - Lecturas de Imágenes	43
[Cuadro 7] - Estudio del Texto Escrito	43
[Cuadro 8] - Estudio del Texto Escrito (II)	44
[Cuadro 9] - Estudio del Texto Escrito (III)	44
[Cuadro 10] - Estudio del Texto Escrito (IV)	45
[Cuadro 11]- Tabla de valoración de un texto	75

LISTA DE GRÁFICOS

[Gráfico 1] - Caso de Uso 1: Sistema Propuesto	22
[Gráfico 2] - Arquitectura Básica de la herramienta	23
[Gráfico 3] - El modelo de Schramm	29
[Gráfico 4] - Modelo Osgood-Schramm	29
[Gráfico 5] - Vista del Portal on-line (acceso.com)	39
[Gráfico 6] - Formulario de registro (perfil de usuario)	41
[Gráfico 7] - Otras categorías de suscripción (acceso.com)	41
[Gráfico 8] - MENÚ PRINCIPAL	46
[Gráfico 9] - Menú de Captura de Datos	46
[Gráfico 10] - Captura de Datos (Tema)	48
[Gráfico 11] - Captura de Datos (Fotografía)	49
[Gráfico 12] - Captura de Datos (Sinopsis)	49
[Gráfico 13] - Captura de Datos (Entidad)	50
[Gráfico 14] - Captura de Datos (Medio)	51
[Gráfico 15] - Captura de Datos (Ente)	51
[Gráfico 16] - Captura de Datos (Mención)	52
[Gráfico 17] - Captura de Datos (Página)	53
[Gráfico 18] - Captura de Datos (Colocación)	54
[Gráfico 19] - Captura de Datos (Sección)	54
[Gráfico 20] - Captura de Datos (Fuente)	55
[Gráfico 21] - Captura de Datos (Cms/Columnas)	56
[Gráfico 22] - Menú Selección de Reportes	56
[Gráfico 23] - Estadísticas por Entes y por Temas	57
[Gráfico 24] - Menú de Selección de Gráficos	57

[Gráfico 25] - Caso de Uso 0: Sistema Propuesto	88
[Gráfico 26] - Caso de Uso 1: Sistema Mepim	89
[Gráfico 27] - Caso de Uso: Autenticar Usuario	92
[Gráfico 28] - Caso de Uso: Seleccionar Metodología	93
[Gráfico 29] - Caso de Uso: Consultar datos o registro de información	94
[Gráfico 30] - Caso de Uso: Consultar reportes de valoración	95
[Gráfico 31] - Caso de Uso: Añadir los datos o información	96
[Gráfico 32] - Caso de Uso: Editar datos o registros de información	97
[Gráfico 33] - Caso de Uso: Editar las Metodologías	98
[Gráfico 34] – Editar perfiles o roles del sistema	99
[Gráfico 35] - Tablas de la Base de Datos	100
[Gráfico 36] - Diagrama Entidad/Relación	107
[Gráfico 37] - Pantalla inicial	108
[Gráfico 38] – Menú Inicial (Prensa escrita)	109
[Gráfico 39] – Selección de la Metodología	109
[Gráfico 40] – Menú Principal	110
[Gráfico 41] – Búsqueda de información	110
[Gráfico 42] – Seleccionar la Búsqueda	112
[Gráfico 43] - Mostrar Búsqueda	112
[Gráfico 44] – Búsqueda a guardar como preestablecida	113
[Gráfico 45] – Resultado de la búsqueda	114
[Gráfico 46] – Carga de información	115
[Gráfico 47] – Datos de la publicación	116
[Gráfico 48] – Despliegue de documentos asociados a una publicación	117
[Gráfico 49] – Reportes	118
[Gráfico 50] – Informes	119
[Gráfico 51] - Informes / Gráficos	120

[Gráfico 52] – Gráfico 1	121
[Gráfico 53] – Gráfico	122
[Gráfico 54] - Resultado del gráfico	122
[Gráfico 55] – Gráfico de barra	123
[Gráfico 56] - Gráfico de área	123
[Gráfico 57] – Gráfico de torta múltiple	124
[Gráfico 58] – Gráfico de línea múltiple	125
[Gráfico 59] – Gráfico de barra múltiple	125
[Gráfico 60] – Salida del Sistema	126
[Gráfico 61] - Ambiente Tecnológico	128
[Gráfico 62] - Diagrama de ejecución de JSP	138

INTRODUCCIÓN

Tomando en consideración que la comunicación es una necesidad social, económica y política, es posible obtener diversas definiciones. Por ello ha sido motivo de constantes investigaciones para comprender el entramado que se conforma en torno a ella.

“Desde el primer tercio del siglo XX hasta la actualidad, la teoría de la comunicación se ha ido construyendo desde perspectivas muy diferentes. Desde la teoría físico-matemática de Shannon y Weaver, conocida como “Teoría matemática de la información”, hasta la teoría psicológica con base a la percepción propuesta por Abraham Moles, pasando por una teoría social con base en la lengua –Saussure-, con base en la antropología cognitiva –Levi Strauss- o con base a la interacción –Bateson, Watzlawick, Goffman. Y más aún, también han destacado las aportaciones en el campo de los efectos de la comunicación de masas, un ámbito representado por nombres como Lasswell, Lazarsfeld, Berelson y Hovland, y las teorías críticas de la comunicación, promovidas desde la Escuela de Frankfurt por intelectuales como Adorno, Horkheimer y Marcuse, entre otros”. (Marta Rizo García. 2004).

Ciertamente, la comunicación es un proceso, y en eso coinciden muchas personas, tanto los críticos como los amateurs; sin embargo, se pone en evidencia la complejidad del asunto, lo cual demuestra la **polisemia**¹ misma del concepto de comunicación.

La comunicación puede concebirse como un “sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de

¹ Pluralidad de significados de una palabra o de cualquier signo lingüístico. Pluralidad de significados de un mensaje, con independencia de la naturaleza de los signos que lo constituyen. (*diccionario de la lengua española - vigésima segunda edición. <http://buscon.rae.es/drae/>*)

éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria” (Marta Rizo García. 2004). Este enfoque también considera al sector económico que abarca las industrias de la información, de la publicidad, y de servicios de comunicación no publicitaria para empresas e instituciones.

La comunicación produce una serie de efectos muy diversos en los diferentes factores de la sociedad. En ese sentido, Niklas Luhmann (1993) afirma que sin comunicación no puede hablarse de sistema social. Por lo tanto, la comunicación es la base de la interacción social. El esquema de relación emisor-mensaje-receptor, pareciera una simple manera de considerar la comunicación como proceso; sin embargo, resulta más complejo de lo que a simple vista podamos detectar. Hoy, la comunicación representa un sistema compuesto de redes, imbricadas con otras redes, igualmente de complejas. “Pero además, está compuesto por una serie de convenciones, acuerdos, lenguajes, códigos e instituciones que regulan la comunicación...”. (Del teléfono al satélite. 1999-2000)

Todo ello producto del desarrollo tecnológico, ya que vivimos en un mundo cambiante, un proceso dinámico que nunca se detiene. El elevado volumen de información que se distribuye por los medios impresos, de audio, audiovisuales, etc., representa un referente para la toma de decisiones en las organizaciones, tanto del sector público como privado. El adecuado almacenamiento, procesamiento, recuperación y distribución de la información requiere de herramientas que brinden la oportunidad de construir un escenario suficientemente confiable para adoptar una postura ante un evento particular. En ese sentido, se asume el reto de contribuir a estructurar y crear una herramienta que posibilite la medición de la presentación de la información suministrada por los distintos medios, para el subsecuente análisis y comprensión de los cambios sociales, políticos y económicos del entorno de interés.

Es por ello que nos vemos motivados a facilitar el estudio del comportamiento de los medios (medición y análisis de presencia), a través de esta herramienta tecnológica, en un ambiente que puede ser aprovechado por los usuarios interesados en este tema. Nos planteamos medir la presencia de la información en los distintos medios de comunicación, inicialmente los impresos (periódico, revista, etc.), por tener como causalidad de llegar a un amplio número de personas en un ámbito nacional e internacional, con una frecuencia diaria, semanal, quincenal, mensual, entre otros.

En este particular, se evaluará la ubicación espacial, la extensión y la composición de la información (primera página, en el centro, en la última, o simplemente en el cintillo superior, o en el inferior, letras grandes, pequeñas, con título o subtítulo, si incluye o no fotos, si son a color o blanco y negro, etc.). A efectos de este estudio tomaremos como referencia la metodología de **Jacques Kayser**², con la cual pretendemos establecer la valoración de la información de acuerdo al lugar que ocupa en el medio impreso y la metodología de M. Duverger y B. Berelson donde se basan en el análisis de contenido, pero el primero se fundamenta en la observación y el análisis documental y el segundo afirma una técnica para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

Para el desarrollo de la aplicación se usará software «libre». Por varias razones, entre ellas por ser libre de usar; es decir de fácil adquisición por cualquier persona u organización, con aprovechamiento en diferentes sistemas informáticos, en diversidad de trabajos, sin tener la obligación de solicitar la autorización al desarrollador del software o alguna otra entidad

² El trabajo de Kayser adquirió una gran relevancia en el sur de Europa y en algunas naciones de América Latina, por cuanto planteó una metodología de análisis de la identidad de los diarios impresos. Su tipología, su estructura noticiosa, los valores de agenda, el peso de los elementos tipográficos y gráficos, etc. En su labor de acercamiento a la realidad de la prensa, no sólo se fijó en la forma como estructura expresiva de comunicación, sino que trató de distinguir los diferentes géneros periodísticos y sus funciones... en una época en la que en Europa aún no se habían desarrollado significativamente este tipo de estudios.

específica. Además, es fácil de estudiar y distribuir copias, es decir de revisar como funciona y hacerle modificaciones con toda libertad para cubrir sus necesidades, así como distribuir las copias ejecutables como los códigos fuentes, y mejorar el programa y hacer públicas las mismas.

Una opción viable en el ámbito de las herramientas tecnológicas en la actualidad es el uso de los sistemas de código abierto, de uso/dominio público como privado, y la tendencia es utilizar estas herramientas informáticas masivamente, cada vez más, con razones tan variadas como: “libres de aplicar, modificar, regalar o vender, son legales y se les puede revisar el código de los programas, representan bajo costo y son generalmente robustos frente a los virus, gracias al sistema operativo en el cual operan, que facilita además la personalización de toda la interfaz que el sistema le presenta al usuario, entre otras.” (¿Por qué usar software libre?).

En relación al marco legal podemos resaltar que el mundo del software libre no esta citado en ninguna legislación. Tras la lectura de la GPL (Licencia Pública General), lo más aproximado que se ha encontrado sobre legislación aplicable es el concepto mercantil de franquicia.³

Otras herramientas que usaremos son:

- a) PostgreSQL como manejador de bases de datos relacional, porque se obtiene el código fuente, se usa el programa, y se modifica libremente de acuerdo a las necesidades, el cual incorpora soporte a todas las funcionalidades de SQL⁴, incluyendo definiciones de tipo de datos elaborados por el usuario, así como sub-grupos;

³ La similitud, es bastante plausible: existe una marca comercial (nombre del programa) un propietario (el creador o dueño del copyright) que establece unos derechos de uso y explotación de la marca comercial (la licencia GPL). Existen diferencias, por supuesto, especialmente en cuanto al uso del derecho de explotación por parte de terceras personas (redistribución). En cualquier caso se hace patente una necesidad fundamental en el software libre: el garantizar la titularidad del producto.

⁴ Entre ellas podemos nombrar las funciones escalares, tabla en línea, funciones de tabla de multi-sentencias. Los tres tipos de funciones aceptan parámetros de cualquier tipo excepto el rowversion. Las funciones escalares devuelven un solo valor, tabla en línea y multi-sentencias devuelven un tipo de dato tabla.

- b) El servidor Web Apache por ser uno de los mejores utilizados en la red Internet, es un servidor de Web flexible, rápido y eficiente, continuamente actualizado y adaptado a los nuevos protocolos, soportado a un código abierto, de libre acceso, adaptación y manipulación;
- c) El servidor Caucho RESIN para interpretar los programas hechos, usando JSP que es la tecnología para generar páginas Web de forma dinámica en el servidor y programarlas con las ventajas intrínsecas de JAVA, por ser un lenguaje de programación simple, orientado a objeto, distribuido, interpretado, robusto, seguro, portable y multitarea.

El ambiente de la herramienta se centra en el concepto cliente/servidor, con sistema operativo Windows (para este desarrollo), y de esta forma todo usuario podrá tener acceso a esta herramienta computarizada, a través de su explorador Web, que medirá y valorará la presencia de información en una variedad parametrizable de medios de comunicación.

Este trabajo está estructurado en tres capítulos:

En el **Capítulo I**, se describe el problema de investigación, destacando la diversidad de medios disponibles que existen actualmente en la difusión de la información, haciendo énfasis en los medios impresos destacando su abundancia, diversidad y la complejidad que representa la información a la hora de organizarla, analizarla y emitir juicios de valores sobre un tema en particular; indicando además la solución, los objetivos y justificación de este estudio. Así como, la metodología o método de investigación, es decir que procedimiento o plan usar para la elaboración del Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos (Mepim).

En el **Capítulo II**, se describen los antecedentes en este tipo de trabajo haciendo referencia a otras aplicaciones (herramientas semejantes) que tratan sobre el tema de análisis de contenido/información mediática, como lo son: “Accesometrix”, “SATPI” y el “SMC (1970 -1980)” Sistema Modelo de Centimetrage (una herramienta realizada en las petroleras); y algunos conceptos que soportan nuestro trabajo como es la comunicación, la información, la información mediática, la clasificación de los medios de comunicación, destacando los medios impresos. Se describe la metodología de Schramm y se incluye un resumen sobre la teoría de la metodología de Jacques Kayser y el estudio de M. Duverger y B. Berelson sobre el análisis de contenido.

En el **Capítulo III**, se hace referencia sobre la metodología de investigación, análisis, diseño y construcción del sistema propuesto (Mepim), especificando la implementación y pruebas, con sus respectivos resultados. Incluyendo como valor agregado, un generador de gráficos, los cuales pueden ser de línea, torta, barra entre otros; en dos o tres dimensiones incluyendo la generación de gráficos múltiples. Finalmente se presentan las conclusiones, el manual de usuario, la bibliografía, las biografías y los anexos.

CAPÍTULO I. Propuesta de Trabajo Especial de Grado**1.1. Título**

Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos. (**Mepim**).

1.2. Planteamiento del Problema

El papel de los medios de comunicación social en la formación de la matriz de opinión, la abundante información transmitida en simultaneidad con los hechos, la variedad de conceptos y opiniones, el carácter globalizado que se da a una información local, la magnificación de los hechos irrelevantes, y la diversidad acerca de uno o diferentes temas, dificulta el tratamiento y estudio con objetividad de la información aparecida en los medios de comunicación en las diferentes áreas: sociales, estratégicas, educativas, económicas, culturales, informativas, y otros.

La mayor parte de nuestro conocimiento y acciones vienen inducidas con la información suministrada por diferentes medios. Sentimientos, emociones, comportamientos, toma de decisiones en diversas circunstancias y momentos dependen de la interactividad medio de información – sociedad, de alguna manera estamos permeados por la mediatización.

Determinar la información de interés del gigantesco volumen proporcionado por los diferentes medios representa una ardua tarea. El impacto que actualmente tienen las tecnologías de la información y la comunicación, incrementa la complejidad de la comprensión de la realidad, observada desde los medios de información. La población está sometida diariamente a relatos de eventos noticiosos que provocan actitudes y acciones por efectos de múltiples mensajes.

Con esta herramienta se pretende el registro, la clasificación, la valoración y la organización de la información para facilitar su análisis,

orientado a la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los diferentes momentos sociales, económicos y políticos de la sociedad. Tiene la ventaja de desarrollar sus componentes en ambiente Web que permite el manejo de datos simultáneamente en red.

Ante esta situación, se observa la necesidad de contar con una herramienta ágil que permita un acceso rápido y organizado a la información, la cual pondere y valore insesgadamente, y en forma desagregada, la información aparecida en los medios, con el fin de calificarla y cuantificarla efectivamente, de acuerdo a: el **emplazamiento**, ubicación física dentro de la página o tabloide del medio impreso; la **titulación**, o importancia real, relativa y contenido; y la **presentación**, considerando ilustración, tipografía y la estructura.

Como caso de estudio se revisó la información referente al abastecimiento de varios rubros de alimentos en nuestro país, durante los meses de marzo y abril del 2008, publicados en los medios impresos con periodicidad diaria de circulación nacional: Últimas Noticias, El Universal y/o El Nacional, el primero tiene formato Tabloide y los otros dos Standard.

En los **cuadros 1, 2 y 3** se presenta una muestra del tratamiento de este tema tomado como tema principal el caso de la alimentación.

Para mostrarlo en forma gráfica empleamos una tabla, que refleja de una forma sencilla los aspectos más importantes de la información publicada; la cual es recabada en una estructura que responde a la metodología de análisis de Kayser, Duverger, Berelson y Schramm, ya que contribuye a una rápida comprensión de la valoración de la información en referencia. En este sentido se destaca: la fecha, nombre del periódico, número de páginas, periodicidad, antetítulo, título, sumario, foto, tendencia (positivo/negativo), tamaño, tipo, ubicación, presentación, contenido, redacción, fotografía, entre otros.

Nombre del Diario: El Nacional		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 10/03/2008		Nº Pág.: 52		
Antetítulo: Emprendedores. La empresa produce diariamente hasta 380.000 tequeños.								
Título: K-t-dra: pasapalos listos para servir.								
Sumario: Mulcoven comercializa más de 147 productos, entre ellos, pasteles, postres, vegetales y pizzas.								
Foto (15x12)			Positivo:		Tamaño: (30x25)		Tipo: Noticia	
B/N ()			Negativo:		150 cms			
Color (x)								
Ubicación: Página: 1 Cuerpo: Ciudadanos				Presentación: 5 columnas				
Contenido: Económico				Redacción: Verónica Romero Fotografía: Alexandra Blanco				

[Cuadro 1] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-49)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 05/03/08		Nº Pág.: 96		
Antetítulo: Almacenes. Se detectó un sobre abastecimiento de productos básicos en las zonas fronterizas								
Título: Superintendencia de Silos ha registrado 17 mil empresas								
Sumario: El objetivo es lograr una distribución justa y equitativa de los alimentos								
Foto (9.5x6.5)			Positivo:		Tamaño: (25x11)		Tipo: Noticia	
B/N (x)			Negativo:		175cm			
Color ()								
Ubicación: Página 28. Sección: EL PAÍS				Presentación: 5 columnas				
Contenido: Noticia				Redacción: Gabriela Iribarren Fotografía: Luis Ballenilla				

[Cuadro-2] – Descriptor noticia Últimas Noticias (ver anexo B-36)

Nombre del Diario: El Universal		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 04/03/08		Nº Pág.: 52		
Antetítulo:								
Título: PDVAL abre en el Tuy con carne y pollo								
Sumario:								
Foto			Positivo:		Tamaño: (5x13) 65 cms		Tipo: Noticia	
B/N ()			Negativo:					
Color ()								
Ubicación: Cuerpo 3 Página: 5				Presentación: 1 columna				
Contenido: Noticia				Redacción: PDVAL Fotografía:				

[Cuadro 3] - Descriptor artículo de El Universal (ver Anexo B-33)

De la diversidad de información, ver Anexo B, es posible tomar temas particulares para someterlos a una observación sistemática, como el descrito en el Anexo A. En este caso toma como referencia el tema de la alimentación, donde un amplio sector dedicado a la producción de diferentes regiones pertenecientes a la dieta básica exigía mejores precios, que a su vez escasearon de la cadena de red de supermercados a nivel nacional; y por otra parte, la posición del gobierno mediante la cual garantizaba el suministro de alimentos en todo el país, la revisión de precios y el incremento de la importación en algunos rubros alimenticios. En este escenario el tema ocupó un alto centimetroaje en los medios impresos y se convirtió como referencia en la opinión pública durante los meses de marzo y abril del año 2008. Además, de las opiniones se desplegaron cintillos, remitidos y otras estrategias de información sobre este tema.

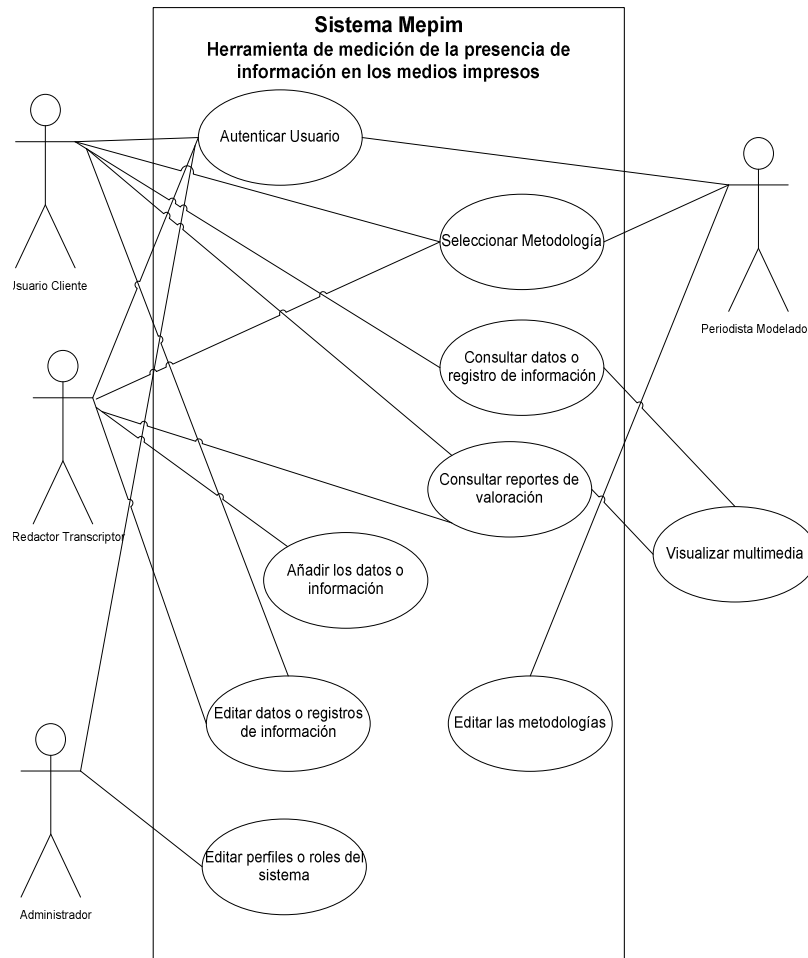
En este caso diferentes sectores requerían manejar con propiedad la información difundida y asumir posiciones políticas, económicas o sociales de manera oportuna.

1.3. Solución

Dada la necesidad de contar con una herramienta ágil y sistematizada que permita un acceso rápido y organizado a la información, la solución propuesta a este problema es diseñar y desarrollar una herramienta bajo ambiente Web que permita recopilar, clasificar, ponderar y valorar información publicada en los distintos medios, para su posterior organización y análisis. Debe proveer mecanismos de búsqueda según su clasificación y temas totalmente parametrizables, así como el seguimiento y tasación de la información según los baremos que se plantean en distintos escenarios (coloración, enfatización, centimetrage, distribución, frecuencia, positivo/negativo, entre otros), en este sentido siguiendo la metodología de Jacques Kayser (análisis morfológico) y la de Duverger y Berelson (análisis de contenido).

Dicha herramienta esta orientada a prestar servicio en organizaciones o instituciones donde se requiera imperativamente el manejo de la información en tiempo real, y el seguimiento de noticias, para la toma de decisiones oportunas. La visión previsiva de la misma permitirá advertir acerca de opiniones en los diferentes sectores de poder y en la sociedad en general sobre el acontecer diario que impactan directa o indirectamente en la toma de decisiones, midiendo así la recurrencia de la información del entorno organizacional interno y externo.

Un bosquejo básico de las funciones principales a disponer en la herramienta se expresa en el gráfico de “Casos de Uso” mostrado en el **Gráfico 1**. Éstas involucran las funciones de Autenticación, Selección de Modelo de evaluación, Consulta de Registros, Consulta de Informes, Ingreso/Edición de Registros de Información, Edición de las Metodologías a modelar, Visualización de documentos, y Edición de los perfiles en el sistema (mantenimiento); entre otros.



[Gráfico 1] - Caso de Uso 1: Sistema Propuesto

Finalmente, una muestra a la dimensión de la arquitectura del desarrollo propuesto en este trabajo que estima el uso de Sistema Operativo, Servidores (Web, Aplicaciones, Bases de Datos), aplicaciones desarrolladas usando DHTML/JavaScript, JSP/Servlets, y exploradores Web (browsers) con sus plugins o aplicaciones externas para la visualización de documentos asociados a los registros de información (artículos informativos, noticias, etc.); tal como observamos en el **Gráfico 2**.



[Gráfico 2] - Arquitectura Básica de la herramienta

1.4. Objetivo General

El objetivo general es diseñar y desarrollar una herramienta tecnológica que contribuya a la medición de la información que presentan los distintos medios de comunicación, con aplicación a los medios impresos, facilitando su registro, clasificación, valoración, organización y análisis.

1.5. Objetivos Específicos

- Investigar varias fuentes bibliográficas acerca de: metodología de Jacques Kayser (análisis morfológico) y metodología de Maurice Duverger y Bernard Berelson, (análisis de contenido).
- Analizar los requerimientos específicos y los procesos de las metodologías usadas sobre el análisis morfológico y el análisis de contenido.
- Diseñar la aplicación o herramienta tecnológica en correspondencia con las metodologías del análisis morfológico y el análisis de contenido.
- Diseñar las interfaces de usuarios correspondientes a la aplicación, utilizando los mismos lineamientos y estándares de interfaz ya existentes en el sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos. (Mepim).
- Aplicar la herramienta a través de la revisión y selección de la información, correspondiente a un tema específico de interés en nuestro país, durante el lapso de dos o más meses del 2008, en los medios impresos con periodicidad diaria de circulación nacional, en el Distrito Capital: Últimas Noticias, El Universal y/o El Nacional.
- Construir una herramienta que permita recopilar, clasificar, ponderar y valorar información publicada en los distintos medios

impresos (Últimas Noticias, El Universal y/o El Nacional) sobre un tema en Venezuela, para su posterior organización y análisis.

- Implementar la herramienta a través del software libre, con el lenguaje de programación JSP y con el manejador de bases de datos PostgreSQL.
- Realizar las pruebas y evaluar la funcionalidad del sistema Mepim.

1.6. Justificación

En las ciencias sociales se define a la información como todo mensaje que logra disminuir la incertidumbre. Por otra parte, la comunicación se reconoce como un proceso de intercambio de información, un intercambio de ideas cuyo resultado es la concreción de ideas nuevas o el reforzamiento de las ideas preconcebidas. Por lo tanto, no es casual encontrar en la historia procesos y acontecimientos que han estado signadas por los grandes avances que se han dado en la capacidad de comunicación del hombre.

Actualmente, las discusiones académicas, los negocios, las relaciones internacionales, las actividades humanas, desde las más cotidianas, están centradas en la información y la comunicación. El avance de las Tecnologías de Información y la Comunicación impactan positivamente en el proceso comunicacional, simplificando un proceso que de por sí es muy complejo.

Una opción viable en el ámbito de las herramientas tecnológicas en la actualidad es el uso de los sistemas de código abierto, de uso/dominio público como privado, por las características y oportunidades que ellos brindan: “libres de aplicar, modificar, regalar o vender, son legales y se les puede revisar el código de los programas, representan bajo costo y son generalmente robustos frente a los virus, gracias al sistema operativo en el cual operan, que facilita además la personalización de toda la interfaz que el sistema le presenta al usuario, entre otras.” (¿Por qué usar software libre?).

Entre las herramientas a usar y dentro del marco del software libre y estándares abiertos, tenemos: UML en diseño y documentación, Windows como sistema operativo base, PostgreSQL como sistema gestor de Bases de Datos Relacional, y JSP/Servlets como herramienta del lado del servidor para programación de las páginas Web dinámicas, el Apache como servidor de Web, y el servidor Resin para la interpretación del código (JSP/Servlets) en el servidor usando el lenguaje Java. Con todas estas herramientas se realizará el sistema de apoyo que facilitará la investigación y medición de la información que presentan los distintos medios de comunicación, en particular el impreso, como aplicación en este trabajo.

En informática, la realización de interfaces humano-computador (IHC, ó HIC, de sus siglas en inglés) amigables, tal como hoy en día las conocemos (ventanas, herramientas de apuntar, barras, paneles, pictogramas, etc.) sólo fue posible, a lo largo de los años 70, por el desarrollo de la tecnología orientada a objetos e interfaces GUI (Graphical User Interface), interfaz gráfica del usuario. La tendencia de las interfaces es ahora la de facilitar la interrelación del usuario con la creciente complejidad de los sistemas informáticos en forma racional y organizada.

Hoy en día, UML ("Unified Modeling Language") esta consolidado como el lenguaje estándar en el análisis y diseño de sistemas de computo. Mediante UML es posible establecer la serie de requerimientos y estructuras necesarias para plasmar un sistema de software previo al proceso intensivo de escribir código.

En otros términos, así como en la construcción de un edificio se realizan planos previo a su construcción, en Software se deben realizar diseños en UML previa codificación de un sistema. Ahora bien, aunque UML es un lenguaje, éste posee más características visuales que programáticas, las mismas que facilitan a integrantes de un equipo multidisciplinario (analistas, diseñadores, especialistas de área y desde luego los programadores) a participar e intercomunicarse fácilmente.

Existen dos puntos claves: El primero obedece a un plano/visión global que resulta más fácil detectar las dependencias y dificultades implícitas del sistema, y el segundo, radica en que los cambios en una etapa inicial (Análisis) resultan más fáciles de realizar que en una etapa final de un sistema como lo sería la fase intensiva de codificación. Todo esto con la intención de favorecer el entendimiento y mantenimiento del desarrollo para futuros cambios/adiciones al sistema, como agregar nuevas funcionalidades y/o metodologías de análisis de los medios.

1.6.1. El proceso de la Comunicación (Schramm)

La necesidad de mantenerse informado y el exceso de la oferta informativa suponen un conflicto actual en la sociedad de la comunicación.

Somos testigos de noticias que cambian el curso de la historia, la falta de perspectiva y del tiempo necesario para advertir esos cambios convierte a los medios de comunicación, en muchas ocasiones, en altavoces de la sociedad y olvidan algunos de sus objetivos: formar y entretener.

Wilbur Schramm (W. Schramm, Ed. Roble. 1972.) define la comunicación colectiva un poco más simple, como una comunicación interpersonal y menciona tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

- 1.- La Fuente que puede ser una persona o una organización informativa.
- 2.- El Mensaje que puede tomar cualquier señal posible de interpretarse.
- 3.- El Destino que puede ser cualquier persona en condiciones de entender las señales emitidas por la fuente.

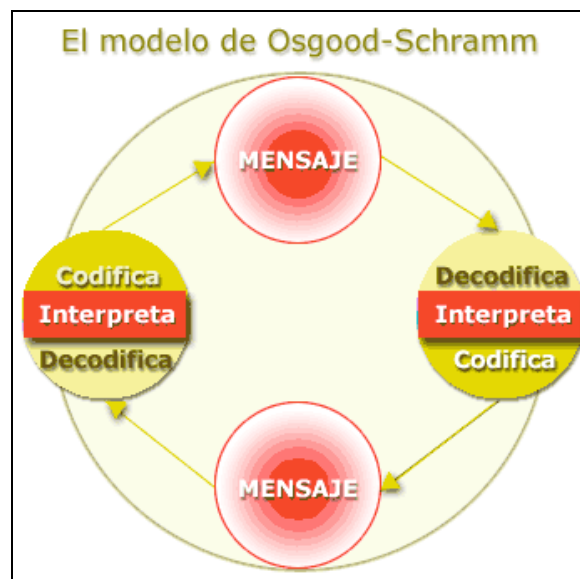
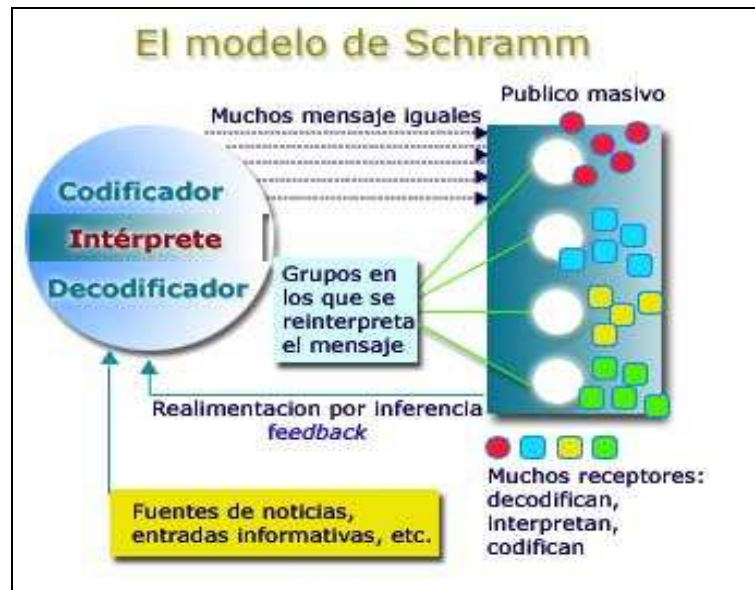
Así mismo, Schramm maneja un cuarto modelo que dice; si el perceptor recibe el mensaje lo descifra y envía a otro, entonces da por resultado un Proceso Dialéctico⁵.

En estos procesos o esquemas Wilbur Schramm se refiere a la comunicación humana, ya sea interpersonal o de grupo y en el que aparece un factor muy importante que es la comunicación de retorno (o feed back), que es la respuesta abierta e inmediata, que no se da en la comunicación de grupo.

En la comunicación de grupo "la fuente principal en la comunicación colectiva es un órgano de comunicación o una persona institucionalizada". La comunicación colectiva se da igual que la comunicación interpersonal la diferencia es el número de individuos y factores que intervienen en ella. Por esto la comunicación en retorno no puede darse, sólo se puede dar a través de estudios o llamadas telefónicas.

Son claros los conceptos de Wilbur Schramm, ya que efectivamente en la comunicación interpersonal si tanto el emisor como receptor no han tenido las mismas experiencias y no tienen un nivel cultural casi igual el proceso de comunicación es más difícil que se dé. Mientras en la comunicación colectiva se da el mensaje de un lado y es muy difícil que se dé respuesta inmediata a lo que el emisor envía.

⁵ "La dialéctica no es más que la ciencia de las leyes generales del movimiento y la evolución de la naturaleza, de la sociedad humana y del pensamiento." Engels, *Anti-Dahring*.
"Método de razonamiento que enfrenta posiciones diferentes para confrontarlas y extraer de ellas la verdad."
Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe S.A., Madrid.



Características del modelo de Schramm:

1.- Modelo encadenado: la capacidad del sistema depende de la capacidad de cada unidad de la cadena.

2.- Fuente y destino deben estar sintonizados (en el caso de la comunicación humana: que existan experiencias compartidas).

3.- Proceso no lineal, cada persona es fuente y destino, transmite y recibe.

4.- No se transmite un mensaje sino un haz, un manojo de mensajes.

5.- En comunicación de Masas: el medio es un decodificador, interprete y codificador, que elabora un producto (la noticia) que, una vez transmitido a una audiencia masiva, sufre un nuevo proceso de decodificación e interpretación, por cada grupo o cada sujeto. Estos receptores alimentan un feed-back.

Condiciones de éxito en la comunicación:

a.- El mensaje tiene más posibilidades de éxito si está en consonancia con las actitudes, valores y metas del receptor.

b.- Los efectos de la comunicación son resultados de varias fuerzas, de la que el comunicador solo controla una: la forma del mensaje, el momento y el lugar. Los otros tres elementos son:

- La situación en que se recibe (el mensaje)
- La personalidad del receptor
- Las normas de su grupo

Una vez explicado el modelo de Schramm sobre el proceso de comunicación, ahora se precisan algunos aspectos que demuestran su importancia en las organizaciones en la toma de decisiones.

1.6.2. Gestión de Información y Conocimiento (Carlota Bustelo Ruesta, Raquel Amarilla Iglesias. 2001)

Es reconocido el impacto de las tecnologías de la información en las organizaciones. En el caso de las empresas, la información ha permitido

cambiar radicalmente los procesos gerenciales y se colocan a la vanguardia de las organizaciones ávidas de tecnología, se crea un mercado global más competitivo, sin fronteras, y se obliga a las empresas a un constante cambio como única manera de sobrevivir y triunfar.

Entre las características que se reconocen a la información, destaca el crecimiento vertiginoso de la capacidad de las computadoras para procesar y almacenar información, cada vez más a menor costo. Es así, como dentro de los conceptos que se manejan a partir de la revolución de las TIC's resaltan también los Sistemas de Información.

Un Sistema de Información comprende todas las formas de tecnologías de información y comunicación aplicadas a una situación organizacional específica. En tal sentido, no se trata tampoco de una invención reciente, sólo que en los últimos años es cuando ha tomado auge la discusión sobre Tecnologías de Información y Sistemas de Información, instrumentos, técnicas y procesos que simplemente han ido en constante evolución hasta poseer las competitivas y poderosas ventajas que se les adjudica hoy.

La Gerencia de Información que supone la identificación, análisis y administración de la información que se considere valiosa para una organización se transforma y evoluciona para dar forma a la Gestión o Gerencia de Conocimiento, una noción que parte de dos premisas:

El conocimiento es un recurso valioso; debe adquirirse, clasificarse, conservarse y explotarse con la intención de lograr los objetivos de la organización.

La gerencia o gestión supone una planeación, un proceso que debe formar parte de las demás actividades cotidianas de la organización en la cual se aplica.

La noción de Gerencia del Conocimiento reconoce en éste un recurso importante que debe adquirirse, clasificarse, conservarse y explotarse para lograr los objetivos de una organización.

La Gestión de Conocimiento es el proceso sistemático de encontrar, seleccionar, organizar, disponer, presentar y compartir información, para transformarla colaborativamente en conocimiento, con el fin de obtener una mayor comprensión del entorno y los procesos, desde la propia experiencia de las organizaciones.

Por supuesto, la Gerencia de Información y Conocimiento se fundamenta enormemente en la Tecnología aplicada a la Información y la Comunicación, porque al tratarse de un activo tan relevante – ese que llaman capital intelectual – se requiere de especialistas que manejen las tecnologías, estructuras, modelos y recursos apropiados para que la información y el conocimiento fluyan.

En este sentido, la Gerencia o Gestión del Conocimiento si se aplica en el sistema de información para la medición y análisis de la presencia de información en los medios impresos va a generar un valor agregado, en el proceso de administrar el conocimiento para satisfacer necesidades presentes y futuras, con su debida difusión. Debido a que existe una necesidad de compartir la información y usarla rápidamente.

El Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación. Aplicación: Medios Impresos, (Mepim) apoya en este sentido al recopilar, clasificar, ponderar y valorar la información publicada en los medios impresos, pudiendo disminuir costos, teniendo la información organizada de acuerdo a sus necesidades, para poder analizar la proyección y la interacción con el medio ambiente, haciéndolo llegar a las personas o empresas que así lo requieran, entre otros.

1.7. Método de investigación

Existen un conjunto de actividades que los analistas, diseñadores y usuarios realizan para desarrollar e implantar un sistema computacional. Coincidiendo según el avance del desarrollo del sistema, éste se puede encontrar al mismo tiempo en distintas etapas según (James A. Senn, 1998 y Roger S. Pressman, 2002) nos dicen que:

“El método de ciclo de vida para el desarrollo de sistemas consta de las siguientes actividades:

1. **Investigación preliminar**, esta actividad consta de tres partes: aclaración de la solicitud, estudio de factibilidad y aprobación de la solicitud.
2. **Determinación de los requerimientos del sistema**, para esta actividad hay que hacer una serie de preguntas como son: ¿Qué es lo que hace? ¿Cómo se hace? ¿Con qué frecuencia se presenta? ¿Qué tan grande es el volumen de transacciones o de decisiones? ¿Cuál es el grado de eficiencia con el que se efectúan las tareas? ¿Existe algún problema? Si existe un problema. ¿Qué tan serio es? Si existe un problema. ¿Cuál es la causa de lo que origina? Todo esto para determinar que se necesita para la elaboración de la aplicación.
3. **Diseño del sistema**, los analistas de sistemas comienzan el proceso de diseño identificando los reportes y demás salidas que debe producir el sistema. Hecho lo anterior se determinan con toda precisión los datos específicos para cada reporte y salida. Los diseñadores son los responsables de dar a los programadores las especificaciones de software completas y claramente delineadas. Una vez comenzada la fase de programación, los diseñadores contestan preguntas, aclaran dudas y manejan los problemas que enfrentan los programadores cuando utilizan las especificaciones de diseño.

4. **Desarrollo del software**, los encargados de desarrollar software pueden instalar (o modificar y después instalar) software comprado a terceros o escribir programas diseñados a la medida del solicitante. La elección depende del costo de cada alternativa, del tiempo disponible para escribir el software y de la disponibilidad de los programadores.
5. **Prueba de los sistemas**, durante esta fase, el sistema se emplea de manera experimental para asegurarse de que el software no tenga fallas, es decir que funcione de acuerdo con las especificaciones y en la forma en que los usuarios esperan que lo haga. Se alimentan como entradas conjuntos de datos de prueba para su procesamiento y después se examinan los resultados.
6. **Implantación y evaluación**, este es el proceso de verificar e instalar nuevo equipo entrenar a los usuarios, instalar la aplicación y construir todos los archivos de datos necesarios para utilizarla.

Adicionalmente, especifican varios modelos para una buena planificación del trabajo, cuyos tipos son:

1. **Cascada pura**, es el más antiguo de todos los modelos de ciclo de vida y sirve de modelo para otros. En un modelo de cascada un proyecto progresa a través de una secuencia ordenada de pasos que son: Concepto del software (Análisis de requerimientos, Diseño global, Diseño detallado, Codificación y depuración, y Prueba del sistema). El modelo contiene una serie de etapas que no se solapan, y el proyecto se va revisando tras cada una de las etapas. Para poder pasar a la siguiente etapa se tiene que haber conseguido todos los objetivos de la etapa anterior, es un proceso secuencial.
2. **Codificar y corregir**, es el modelo utilizado cuando no nos paramos en busca del modelo más idóneo para nuestro proyecto. Es decir en este modelo no se pierde el tiempo en la planificación, en la calidad,

en los documentos que hay que realizar cuando se terminan etapas o en cualquier otra actividad que no sea la codificación.

3. **Espiral**, es un modelo orientado a riesgo que divide el proyecto software en mini proyectos. Cada proyecto se encargará de resolver uno o varios riesgos hasta que estén todos controlados. Una vez que estén los riesgos más importantes controlados se finaliza igual que el ciclo de vida en cascada. En cada iteración se sigue los siguientes pasos: determinar objetivos, alternativas y límites; identificar y resolver riesgos; evaluar las alternativas; generar entregas de esta iteración, y comprobar que son correctas; planificar la siguiente iteración. Si se decide ejecutar la siguiente iteración, hay que establecer un enfoque para ella. En este modelo las primeras iteraciones son menos costosas y a medida que se avanza aumenta el costo.
4. **Prototipo evolutivo**, se comienza diseñando y construyendo las partes más importantes de la aplicación en un prototipo que posteriormente se refinará y ampliará hasta que el prototipo se termine. Este prototipo será el software que se entregará al final.
5. **Entrega por etapas**, en este modelo se evita el problema del modelo en cascada de no terminar ninguna etapa del modelo hasta que este completamente finalizado. Tras el diseño global implementar y entregar la aplicación en etapas. La diferencia de este modelo con el prototipo evolutivo es que en este modelo conocemos exactamente lo que se va a construir.
6. **Diseño por planificación**, es similar al modelo de entrega por etapas y es útil cuando el proyecto tiene un plazo concreto. Este modelo se utiliza cuando no se conoce si el producto se tendrá para la última entrega.
7. **Entrega evolutiva**, ofrece el control que se obtiene con la entrega por etapas y la flexibilidad que se obtiene con el prototipo evolutivo. Este

modelo puede ajustarse para proporcionar el control y la flexibilidad que se necesita.

Para este trabajo especial de grado (TEG) se toma como referencia una metodología que consta de las siguientes etapas: Análisis, Diseño y Construcción, utilizando como método de planificación el Prototipo Evolutivo. A continuación se detalla cada una de las acciones o actividades correspondientes a cada etapa.

Etapa I: Análisis

- Se realiza el levantamiento inicial, donde se especifica la solicitud y se estudia la factibilidad de llevarlo a cabo, los factores técnicos, económicos y operativos.
- Se analizan los requerimientos mínimos de cada metodología para medición y valoración.
- Se revisa el caso de estudio y se definen los elementos mínimos a capturar para garantizar la medición y valoración de la información.

Etapa II: Diseño

- Se establece la forma en la que el sistema cumplirá con los requerimientos identificados en la etapa de análisis.
- Se diseñan las interfaces del sistema y las bases de datos.
- Se elaboran los reportes y demás salidas.
- Se diseñan los datos de entrada, así como los cálculos y los almacenamientos.

Etapa III: Construcción

- Se implementa el diseño del sistema y se realizan las distintas funcionalidades del Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos. (Mepim).

- Se utiliza el lenguaje de programación JSP y el JAVA, y como sistema manejador de bases de datos (SMBD) el PostgreSQL.
- Se prueban las distintas funcionalidades del sistema Mepim.

CAPÍTULO II. Marco Conceptual

2.1. Antecedentes

A modo de referencia para el trabajo actual, se revisaron las siguientes tres (3) aplicaciones: **ACCESO.COM** de Media Planning Group (portal Web), **SATPI** de la Universidad de Antioquia en Colombia (software para análisis periodístico) y **SMC** Sistema de Modelo de Centimetrage (software para registro de noticias en la industria petrolera). Para tener referencia sobre las herramientas se presenta una breve explicación de sus ventajas.

2.1.1. WWW.ACCESO.COM



Acceso.com es una red de portales que une a las fuentes de información corporativa e institucional (comunicación y relaciones públicas) con los profesionales de los medios de información (periodistas, analistas de mercado), permitiendo publicar en remoto contenidos de comunicación a periodistas con un perfil autodefinido.

Con el objetivo de distribuir reactiva y pro-activamente, en tiempo real, mensajes y contenidos personalizados para cada receptor según sus intereses e indicaciones, una de las herramientas ofrece la implementación a medida de soluciones innovadoras para la publicación directa de información en las salas de prensa corporativas y su distribución a una red de portales de **acceso.com**.



[Gráfico 5] - Vista del Portal on-line (acceso.com)

Accesogroup⁶, es la empresa líder del mercado español en la prestación integral de servicios de seguimiento y análisis de contenidos informativos en medios de comunicación y en la provisión de soluciones de publicación y distribución Web de información corporativa e institucional.

Su objetivo es facilitar la comunicación empresarial de las compañías ofreciendo:

- La implementación y mantenimiento a medida de soluciones para la publicación y distribución directa de contenidos informativos en la Web corporativa y en una red de portales especializados.
- Un exhaustivo seguimiento de noticias en prensa, emisoras de radio, cadenas de televisión e Internet.
- Un análisis pormenorizado de las noticias e imágenes publicadas y transmitidas utilizando metodologías cuantitativas y cualitativas.

⁶ **Accesogroup** es una iniciativa de Media Planning Group (MPG), líder mundial en investigación de marketing, comunicación y estrategia de medios, evaluación, planning y compra de espacio publicitario.

Accesometrix⁷, realiza un profundo diagnóstico de las acciones de comunicación que ayudarán a conducir la comunicación para obtener el mayor beneficio posible; esto, analizando y valorando:

- La naturaleza de los medios sobre los que se dirige la acción: cadenas televisivas, emisoras y soportes escritos.
- El tratamiento y el comportamiento que deparan los medios a una acción de comunicación. Identificando tendencias y valorando el poder de influencia de estos.
- La implicación de los grupos editoriales y por extensión sus periodistas ante un tema, compañía, producto, servicio o institución.
- Los elementos y factores de las informaciones que pueden favorecer o, en el caso contrario, perjudicar la percepción del sujeto o escenario de la comunicación. Carácter o Tono de la noticia, contenido, titular, emplazamiento, superficie, localización, posición, etc.
- La sinergia mediática existente entre el lanzamiento de un producto y/o servicio frente al interés coyuntural informativo.
- Las técnicas de comunicación que se desarrollan en las actividades publicitarias y que se proyectan sobre los medios masivos. Para ello, es necesario segmentar y valorar individualmente cada una de las acciones; desde la publicidad hasta el patrocinio, autoría, campañas, posicionamiento y otras técnicas.

⁷ Herramienta del grupo Acceso.com para el análisis de la repercusión de las acciones de comunicación de una organización.

> Darse de alta en acceso.com

Perfil del nuevo usuario:

Banca/Seguros/Finanzas/legal

Información corporativa

Acuerdos, alianzas y joint ventures, fusiones y adquisiciones	<input type="checkbox"/>	Modificaciones de capital	<input type="checkbox"/>
Asuntos laborales y legales	<input type="checkbox"/>	Dividendos	<input type="checkbox"/>
Emissiones de capital/deuda	<input type="checkbox"/>	Juntas generales	<input type="checkbox"/>
Nombramientos	<input type="checkbox"/>	Valores (OPV, acciones)	<input type="checkbox"/>
Nuevos productos	<input type="checkbox"/>	Servicios profesionales	<input type="checkbox"/>
Previsiones y resultados	<input type="checkbox"/>	Empleo	<input type="checkbox"/>
Otras Noticias	<input type="checkbox"/>		

Economía

Macroeconomía	<input type="checkbox"/>	Economía nacional	<input type="checkbox"/>
Economía autonómica y local	<input type="checkbox"/>	Nueva economía	<input type="checkbox"/>
Estadística	<input type="checkbox"/>	Estudios	<input type="checkbox"/>
Organismos oficiales	<input type="checkbox"/>	Comercio y distribución	<input type="checkbox"/>

Finanzas y seguros

Bancos	<input type="checkbox"/>	Cajas de ahorro	<input type="checkbox"/>
Instituciones financieras	<input type="checkbox"/>	Aseguradoras, agencias de seguros y mutuas	<input type="checkbox"/>
Agencias de cambios y bolsa	<input type="checkbox"/>	Inversión	<input type="checkbox"/>

Sociedades en bolsa / Holdings / Grandes empresas

Aeronáutica	<input type="checkbox"/>	Alimentación y bebida	<input type="checkbox"/>
Automoción	<input type="checkbox"/>	Banca y seguros	<input type="checkbox"/>
Comercio y distribución	<input type="checkbox"/>	Construcción e infraestructuras	<input type="checkbox"/>
Energía	<input type="checkbox"/>	Farmacia	<input type="checkbox"/>
Manufacturación	<input type="checkbox"/>	Industrias químicas	<input type="checkbox"/>

[Gráfico 6] - Formulario de registro (perfil de usuario)

Ocio

Energía / Medio ambiente

Utilities / Consumo

Motor

Instituciones

Comunicación

Administración

Otros

[Gráfico 7] - Otras categorías de suscripción (acceso.com)

2.1.2. SATPI - Software para analizar el tratamiento periodístico de la información

Convenciones de Sistematización. (Real Academia Española de la Lengua (2001). Diccionario de la Lengua Española. Vigésimo segunda edición. Espasa Calpe, Madrid).

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

Unidad: Conjunto de factores reunidos en un cuadro para orientar, situar y determinar el tratamiento periodístico de la información (SATPI) a partir del análisis de una pieza informativa. Esos cuadros son denominados en el SATPI unidades; así:

- Información General: Identificación y Procedencia de la Fuente
- Puesta en Página: Morfograma y Diagramación
- Lectura de la Imagen
- Estudio del Texto Escrito

Sección: Cada una de las partes en que se divide o considera dividido un objeto, un conjunto de objetos, etc.

1). En el SATPI, corresponde a las subdivisiones de la unidad.

Ejemplo: Periódico y Pieza Informativa (Unidad 1); Soporte y Focalización (Unidad 2); Identificación, Contenido y Expresión (Unidad 3); Forma y Función (Unidad 4).

Sub-sección: Son las divisiones de las secciones.

Unidad Uno: Secciones

FUENTE Y PROCEDENCIA DE LA INFORMACION	
Periódico	Pieza Informativa (PI)

[Cuadro 4] – Fuente y Procedencia de la Información

Unidad Dos: Secciones

PUESTA EN PÁGINA: MONOGRAMA Y DIAGRAMACIÓN		
Soporte	Focalización de la PI	
(Medios Impresos)	Ubicación Topográfica	Percepción Visual

[Cuadro 5] – Monograma y Diagramación

Unidad Tres: Secciones

LECTURAS DE IMÁGENES		
Identificación	Expresión	Contenido

[Cuadro 6] – Lecturas de Imágenes

Unidad Cuatro: Secciones

ESTUDIO DEL TEXTO ESCRITO	
FORMA	FUNCIÓN

[Cuadro 7] – Estudio del Texto Escrito

Categorías: Indican las formas generales de ser, la manera como es posible declarar o enunciar algo de algo, (SIERRA BRAVO, Restituto (1991).

Diccionario práctico de Estadística. Editorial Paraninfo S. A., Madrid). Por tanto, cada una de las denominaciones usadas para describir los periódicos, es lo que el SATPI llama categorías. Ejemplo **Unidad Cuatro**.

ESTUDIO DEL TEXTO ESCRITO					
FORMA					
Texto Escrito	Referencialidad	Tipos de Discurso	Temas que le compiten	Criterios de Textualidad	Factores de interés periodíst

[Cuadro 8] – Estudio del Texto Escrito (II)

Subcategorías: Subnivel de la categoría. Con ellas es posible declarar o enunciar características más específicas de la pieza informativa.

ESTUDIO DEL TEXTO ESCRITO																			
FORMA																			
Género periodístico							Género literario												
Noticia	Informe Especial	Breves	Entrevista Informati	Biografía	Reportaje	Perfil	Entrevista en	Análisis	Editorial	Crítica	Artículo	Comentario	Ensayo	Columna	Crónica	Géneros poético-lírico	Géneros épico-narrativos	Géneros teatrales	Géneros didáctico-ensayísticos

[Cuadro 9] – Estudio del Texto Escrito (III)

Indicador: Del latín indicare: revelar, denunciar, dar a conocer. Se han definido en general, como todo rasgo, suceso o fenómeno de cuya ocurrencia se concluye con certeza, o más o menos probabilidad, que el fenómeno que nos interesa tiene lugar. En relación con

la investigación científica, los indicadores son variables empíricas o directamente observables que se consideran indicio de otras variables más abstractas (categorías) y, por ello, se observan en lugar y representación de aquéllas.

ESTUDIO DEL TEXTO ESCRITO			
FUNCIÓN			
Figuras de Palabras	Figuras de Construction	Figuras del Pensamiento	Figuras de Sentido (Tropos)

[Cuadro 10] – Estudio del Texto Escrito (IV)

2.1.3 SMC Software el registro de noticias en la industria petrolera

A continuación mostraremos algunas pantallas del software (desarrollado bajo ambiente FoxPro) y describiremos brevemente su funcionamiento:

Inicialmente se tiene un menú principal donde la primera acción es la Captura y Análisis de Datos, en este proceso o ejecución del programa se decide o se escoge que es lo que se quiere buscar o analizar (ver **Gráfico 8**)

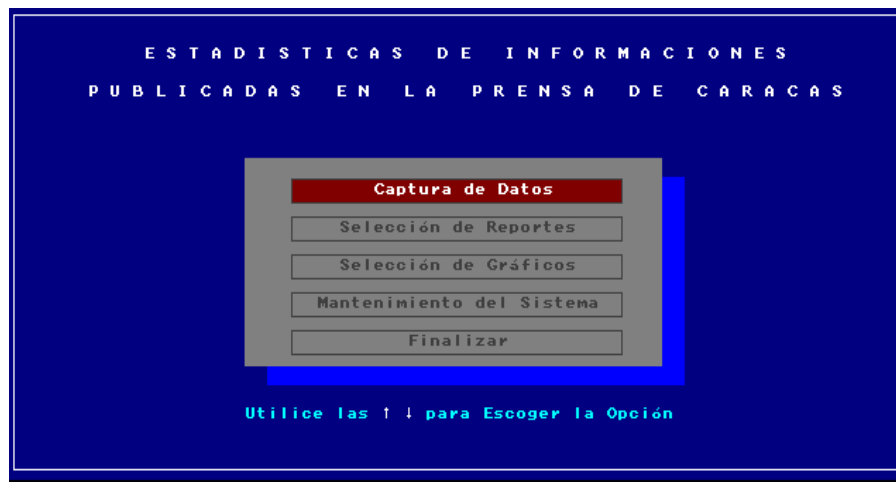
En lo referente a la primera acción la Captura y Análisis de Datos es la más importante, y permite obtener información sobre el ambiente petrolero, un desglose de lo que se quiere, tanto a nivel nacional como de un estado específico (ver **Gráfico 9**)

Podemos observar además, que una vez definida que prensa se quiere investigar por ejemplo, medios de circulación nacional editados en Caracas, tenemos las siguientes opciones: Captura de datos, Selección de Reportes, Selección de Gráficos y Mantenimiento del Sistema. Esto se hace seleccionando el medio.



[Gráfico 8] - MENÚ PRINCIPAL

Es de hacer notar que inicialmente ha de cargar la información o sinopsis de las distintas regiones del país en la base de datos, siendo este un proceso diario o semanal para así poder tener actualizada la información en el sistema.



[Gráfico 9] – Menú de Captura de Datos

Al pasar al Menú siguiente (ver **Gráfico 10**) observamos que esta pantalla muestra lo requerido o lo que se quiere investigar o consultar:

Fecha y día, medio. En este caso qué periódico o diario se está investigando; **Ente:** que es filial de la petrolera para aquel entonces; **Despliegue:** relacionado con la posición o cuánto ocupó en la página; **Mención:** es decir, dónde aparece lo que se está investigando, p.e., si es texto o es título; **Página:** referido a la página que ocupa, ya sea la primera, si es doble página, portada o contraportada; **Colocación:** si va arriba o abajo, derecha o izquierda; **Tema:** diversidad de casos: petróleo, política petrolera en general, explotación, producción, transporte, reservas, refinación, petroquímica, gas, mercadeo internacional, mercadeo nacional, entre otros; **Sección:** acá va a depender del medio, debido a que hay de varios cuerpos o de acuerdo a las páginas si es un solo volumen, pero están especificadas si es internacional, nacional, finanzas, cultura, deporte, sociales, etc.; **Fotografía:** si tiene o no, y si es a color o blanco/negro; **Fuente:** si es específica, no especificada o interna de la compañía; **Sumario:** es un resumen de la noticia; como podemos observar es bien completo para lo que se requería en aquel entonces en las empresas petroleras, y lo observamos en el **Gráfico 10**, en este caso es variado pero referente al ambiente petrolero exclusivamente.

Una vez seleccionado el Tema, se registra la Fotografía, indicando si tiene dos o más (3), si es una (2) o ninguna (1) y a cada opción se le da un peso que corresponde al número entre paréntesis (ver **Gráfico 11**)

Luego pasamos a consultar el Sumario, que es una síntesis de la noticia solicitada, una vez hecha la solicitud si está cargada la sinopsis ésta aparece (ver **Gráfico 12**)

Por otra parte, tenemos la Captura de la Entidad, esto se refiere al estado o región de donde se quiere la noticia, donde aparecen todas y uno selecciona la deseada (ver **Gráfico 13**)

Continuamos con la Captura del Medio, en este caso del medio impreso aparecen los distintos medios impresos de donde se tomará la

noticia, entonces nos da la opción de seleccionar el requerido y una vez escogido el Medio, la noticia seleccionada pertenecerá a este medio (ver **Gáfico 14**)

CAPTURA DE DATOS

FECHA.....09/08/07 **Viernes** MEDIO.....**Universal**

ENTE.....**Lagoven** CMS./COL.... **4**

DESPLIEGUE..**Inferior a 1/4 de página**

MENCION.....**En el texto y en el título**

PAGINA.....**Primera Plana** COLOCACION..**Arriba de la página**

TEMA.....

SECCION..... FUENTE.....

NOMBRE.....

NOMBRE.....

FOTOGRAFIA..

SINOPSIS....

ENTIDAD.....

Política Petrolera en general

Exploraciñ, Producciñ, Transporte y Reservas

Refinaciñ

Petroquimica

Mercadeo Internacional

Mercadeo Nacional (Interno)

Aspectos Petroleros Internacionales

Apoyo a la Industria Nacional

Responsabilidad Social

Tecnología

Acuerdos & Convenios

Otras Fuentes de Energia (Carbñ)

Gas

Conservaciñ Ambiental

Giras y Visitas

Arte y Cultura

Deportes

Eventos

Varios

Protecciñ Integral

Calidad

Recursos Humanos

Presupuesto/Inversiones

Al fi ESCI para SALIR

[Gráfico 10] – Captura de Datos (Tema)

CAP T U R A D E D A T O S

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Universal

ENTE.....Lagoven CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION....En el texto y en el título

PAGINA.....Primera Plana COLOCACION..Arriba de la página

TEMA.....Política Petrolera en general

SECCION....Ciencias Políticas FUENTE.....Externa especializada

NOMBRE.....alguien CARGO.....

NOMBRE.....nadie CARGO.....

FOTOGRAFIA.. ENERO.....

SINOPSIS...
 Dos o más fotografías
 Una fotografía
 No tiene fotografías

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 11] – Captura de Datos (Fotografía)

CAP T U R A D E D A T O S

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Universal

ENTE.....Lagoven CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION....En el texto y en el título

PAGINA.....Primera Plana COLOCACION..Arriba de la página

TEMA.....Política Petrolera en general

SECCION....Ciencias Políticas FUENTE.....Externa especializada

NOMBRE.....alguien CARGO.....

NOMBRE.....nadie CARGO.....

FOTOGRAFIA..Dos o más fotografías GENERO.....Informativo

SINOPSIS...Se niegan a aceptar la venta de CITGO en PDVSA.

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 12] – Captura de Datos (Sinopsis)

C A P T U R A D E D A T O S

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Universal

ENTE.....Lagoven CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION....En el texto y en el título

PAGINA.....Primera Plana COLOCACION..Arriba de la página

TEMA.....Política Petrolera en general

SECCION....Ciencias Políticas FUENTE.....Externa especializada

NOMBRE.....alguien CARGO.....

NOMBRE.....nadie CARGO.....

FOTOGRAFIA..Dos o más fotografías GENERO.....Informativo

SINOPSIS....Se niegan a aceptar la venta de CITGO en PDVSA.

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para salir

D.F. - Caracas

Anzo tegui

Apure

Aragua

Barinas

Bolivar

Carabobo

Cojedes

Falcón

Gu rico

Lara

Miranda

Monagas

Myrida

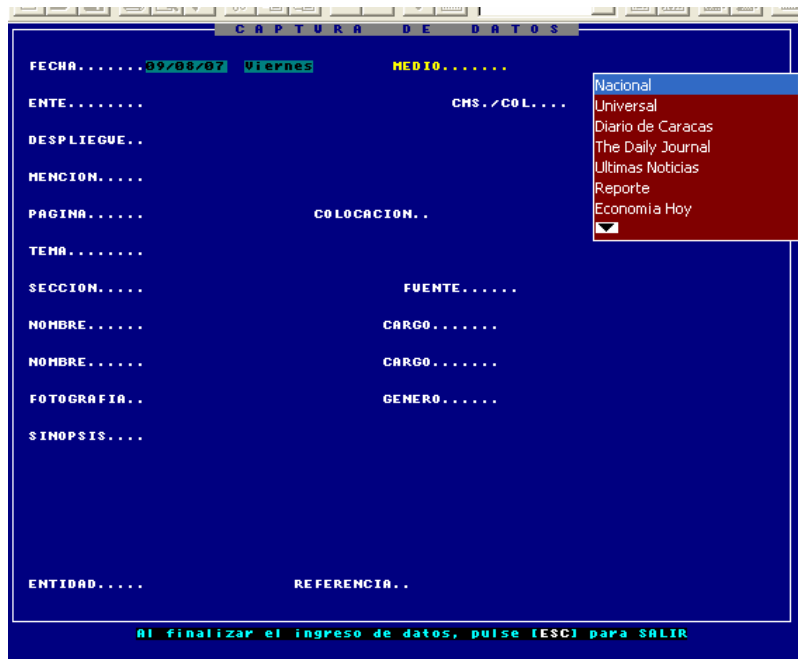
Nueva Esparta

Portuguesa

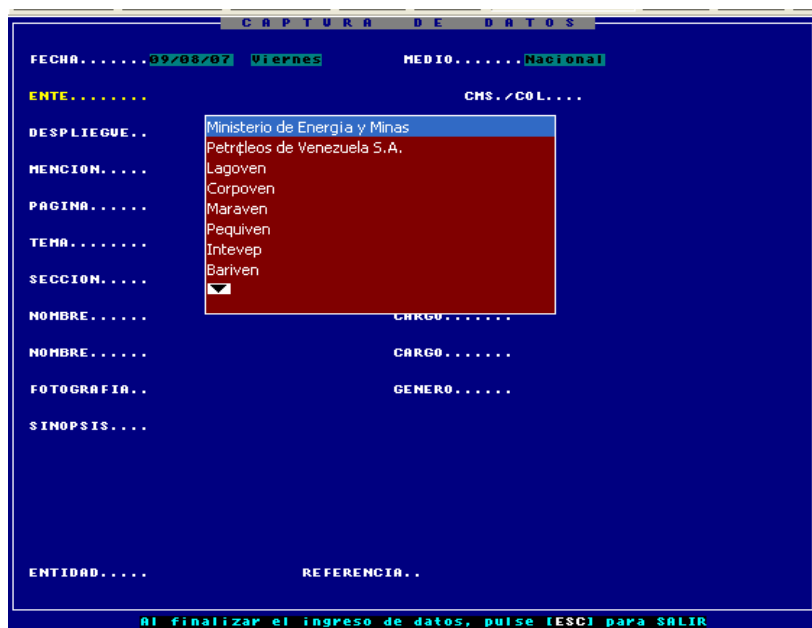
▼

[Gráfico 13] – Captura de Datos (Entidad)

Otro menú de selección es el del Ente, esto se refiere a que filial pertenece la noticia requerida para aquel entonces podía ser Bitor, Lagoven, Maraven, Pequiven por ejemplo (ver **Gráfico 15**)



[Gráfico 14] – Captura de Datos (Medio)



[Gráfico 15] – Captura de Datos (Ente)

Luego pasamos a otro Menú para capturar la Mención, esto se refiere si lo que se quiere buscar aparece en el texto y en el título o solo en el texto

o no aparece ni en el texto ni en el título, en este caso último no se nombra explícitamente. Ver Menú 9 (ver **Gráfico 16**)

CAPTURA DE DATOS

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Nacional

ENTE.....Ministerio de Energía y Minas CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION.....

PAGINA.....

TEMA.....

SECCION..... FUENTE.....

NOMBRE..... CARGO.....

NOMBRE..... CARGO.....

FOTOGRAFIA.. GENERO.....

SINOPSIS....

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 16] – Captura de Datos (Mención)

Continuamos con la Captura de la Página en este caso se va a evaluar la posición de la noticia si esta en primera plana (3), o si la página es par (1) o impar (2) y de igual forma se le da un peso de acuerdo a la importancia. Ver Menú 10, (ver **Gráfico 17**).

CAPTUR A DE DATOS

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Nacional

ENTE.....Ministerio de Energía y Minas CMS./COL.... 4

DESPLEGUE..Inferior a 1/4 de página

MENCION....En el texto y en el título

PAGINA..... Primera Plana
Impar
Par COLOCACION..

TEMA.....

SECCION..... FUENTE.....

NOMBRE..... CARGO.....

NOMBRE..... CARGO.....

FOTOGRAFIA.. GENERO.....

SINOPSIS....

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 17] – Captura de Datos (Página)

Otro aspecto importante a evaluar es la colocación de la noticia en este caso se tiene tres puestos arriba (3), en el medio (2) o abajo (1), como se puede observar también posee tres valores, (ver **Gráfico 18**).

También se captura la sección, en este caso se le da mayor peso si es internacional, ciencias políticas, economía, petróleo y energía, tecnología y opinión (3), si es nacional, arte y cultura, información regional (2) y para las secciones de deportes y misceláneos (1), entonces dependiendo de donde este ubicada la noticia se le asigna el peso correspondiente, (ver **Gráfico 19**).

CAPTURA DE DATOS

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Nacional

ENTE.....Ministerio de Energía y Minas CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION.....En el texto y en el título

PAGINA.....Primera Plana COLOCACION..

Arriba de la página

Medio de la página

Abajo de la página

TEMA.....

SECCION..... FUENTE.....

NOMBRE..... CARGO.....

NOMBRE..... CARGO.....

FOTOGRAFIA.. GENERO.....

SINOPSIS....

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 18] – Captura de Datos (Colocación)

CAPTURA DE DATOS

FECHA.....09/08/07 Viernes MEDIO.....Nacional

ENTE.....Ministerio de Energía y Minas CMS./COL.... 4

DESPLIEGUE..Inferior a 4 de página

MENCION.....En el texto y en el título

PAGINA.....Primera Plana COLOCACION..Arriba de la página

TEMA.....Política Petrolera en general

SECCION.....

Internacionales

Miembros Políticos

Economía

Petróleo y Energía

Tecnología

Opinión

Nacional

Arte y Cultura

Información Regional

Deportes

Misceláneas

NOMBRE..... RG0.....

NOMBRE..... RG0.....

FOTOGRAFIA.. GENERO.....

SINOPSIS....

ENTIDAD..... REFERENCIA..

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 19] – Captura de Datos (Sección)

CAPTURA DE DATOS			
FECHA.....09/08/07	Viernes	MEDIO.....	Nacional
ENTE.....	Ministerio de Energía y Minas	CMS./COL....	4
DESPLIEGUE..	Inferior a 4 de página		
MENCION.....	En el texto y en el título		
PAGINA.....	Primera Plana	COLOCACION..	Arriba de la página
TEMA.....	Política Petrolera en general		
SECCION.....	Internacionales	FUENTE.....	
NOMBRE.....		CARGO.....	
NOMBRE.....		CARGO.....	
FOTOGRAFIA..		GENERO.....	
SINOPSIS....			
ENTIDAD.....		REFERENCIA..	

Al finalizar el ingreso de datos, pulse [ESC] para SALIR

[Gráfico 20] – Captura de Datos (Fuente)

Por otro lado, también se puede capturar la fuente. Esto se refiere a la procedencia u origen de la noticia, si es externa especializada (3), interna de la industria (2) o no especializada (1), (ver **Gráfico 20**).

Continuamos con la captura del centimetroaje, una vez seleccionada la noticia y todas las opciones anteriores procedemos a calcular cuanto ocupa la noticia, es decir cuanto mide en centímetros por columnas, cuanto es su centimetroaje. Dependiendo del medio la disposición de las columnas varía igual que el de la página (estándar o tabloide). En esta opción se mide los centímetros por bloque o medida vertical y la medida horizontal (cms/col), (ver **Gráfico 21**).

Y para finalizar tendremos un menú para seleccionar los reportes de las estadísticas que se requieran y otro para los gráficos si así se prefiere.

Los Reportes se observan en el **Gráfico 22**, las estadísticas en el **Gráfico 23**, y los gráficos en la imagen mostrada en el **Gráfico 24**.

[Gráfico 21] – Captura de Datos (Cms/Columnas)

[Gráfico 22] – Menú Selección de Reportes

ESTADÍSTICAS POR ENTE Y POR TEMAS						
C A R A C A S						
ENTE : Ministerio de Energía y Minas		Desde : 01/01/70		Hasta : 01/01/99		
TEMAS DE INFORMACION	TOTAL (Cms./Col.)	%	POSITIVO (Cms./Col.)	%	NEGATIVO (Cms./Col.)	%
Política Petrolera	7553.0	22.4	7510.0	24.6	43.0	1.3
Expl. Prod. Trans. Res.	2173.0	6.4	2173.0	7.1	-	-
Refinación	96.0	0.2	96.0	0.3	-	-
Petroquímica	284.0	0.8	284.0	0.9	-	-
Mercadeo Internac.	2108.0	6.2	2108.0	6.9	-	-
Mercadeo Nacional	10670.0	31.7	8781.0	28.8	1889.0	60.7
Aspectos Internac.	2902.0	8.6	2902.0	9.5	-	-
Apoyo a la Industria	73.0	0.2	73.0	0.2	-	-
Responsabilidad Soc.	-	-	-	-	-	-
Tecnología	521.0	1.5	336.0	1.1	185.0	5.9
Acuerdos & Convenios	901.0	2.6	901.0	2.9	-	-
Carbón	635.0	1.8	571.0	1.8	64.0	2.0
Gas	2606.0	7.7	2606.0	8.5	-	-

Para pasar a la próxima página pulse ENTER

[Gráfico 23] – Estadísticas por Entes y por Temas

SELECCION DE GRAFICOS	
Despliegue General de las Informaciones por Entes	
Despliegue y Ponderaciones por Entes	
Ponderaciones por Múltiplos	
Despliegue General por Entes y Medios	
Despliegue por Actividades por Entes	
Despliegue de Actividades Operativas por Ente	
Despliegue de Actividades de Apoyo por Ente	
Frecuencia de Noticias por Entes	

Utilice las ↑ ↓ para Escoger la Opción ó [Esc] para Salir

[Gráfico 24] – Menú de Selección de Gráficos

Luego, revisando el sistemas podemos observar que utilizaron varios enfoques metodológicos que incluyen a Maurice Duverger (1962) y a Bernard Berelson (1952) para el análisis del contenido donde **Duverger** combina la observación y el análisis documental, y **Berelson** define que “el análisis de contenido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

Adicionalmente, en los rubros o campos a utilizar en el estudio se pondera a tres valores usando “1” para el de menor peso o valor nulo, “2” para el valor intermedio y “3” para el máximo peso o mejor posición.

2.2. Definición de términos básicos

Comunicación: (del Lat. *communicatio* = participación, participado, acción de hacer conocer) Acción y efecto de comunicar o comunicarse. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. De esta forma se define al **medio de comunicación** como un órgano destinado a la información pública. (Diccionario de la lengua española - vigésima segunda edición).

Información: Acción y efecto de informar (=dar a alguien noticia de alguna cosa). Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. Conocimientos así comunicados o adquiridos. De este modo se definen las **fuentes de información** como confidencias, declaraciones o documentos que sirven de base para la elaboración de una noticia o reportaje periodístico, personas que así emiten esas declaraciones. (Diccionario de la lengua española - vigésima segunda edición).

Los procesos de comunicación por su parte, son herramientas sociales que permiten la interacción humana, a saber, mantener un mínimo de interdependencia entre distintos elementos: individuos, grupos, talleres, oficinas, departamentos, servicios, etc., que la organización requiere para su sistema interno.

Pieza informativa: se refiere a las múltiples unidades discursivas (artículos, publicidad, imágenes, avisos, entre otros) que se pueden analizar en una publicación mediática.

La información se transfiere a través de mecanismos de comunicación:

- Los interlocutores.
- El tipo de comunicación.
- Los canales de comunicación.

- La interacción entre los canales de comunicación, los individuos y los grupos.
- Las redes de comunicación empleadas.

Los procesos de comunicación por su parte, son herramientas sociales que permiten la interacción humana. (Diferencia entre Comunicación e Información. 2002).

2.2.1. Clasificación primaria de los medios de comunicación (wapedia.mobi/es/Medio_de_comunicación)

- ✓ Medios Impresos o escritos: Periódicos, Publicaciones, Revistas, Libros.
- ✓ Medios Sonoros o Auditivos: Radio, Teléfono.
- ✓ Medios Audiovisuales: Cine, Televisión.
- ✓ Multimedia: Internet (periodismo en línea), Televisión digital.

Otra clasificación de los medios impresos (Francisco A. Pellegrino, Andrés Cañizales y Jesús Maria Aguirre. 1999)

- ✓ Periódicos.
- ✓ Revistas.
- ✓ Publicaciones comerciales.
- ✓ Prensa gratuita.
- ✓ Envío directo de publicidad.
- ✓ Catálogos.
- ✓ Guías.
- ✓ Libros.

- ✓ Publicaciones especializadas.
- ✓ Publicidad exterior.

2.2.2. Medios Impresos de Comunicación

El periódico “es un impreso que se publica con determinados intervalos de tiempo, una publicación que sale diariamente (diario) o semanalmente (semanario), y cuya principal función consiste en presentar noticias”. (Diccionario de la lengua española - vigésima segunda edición). Éste ofrece información precisa y puntual de sucesos o acontecimientos políticos, sociales, económicos, culturales, deportivos, etc.

Los periódicos pueden tener una difusión local, regional o nacional, aunque tienden a lo segundo porque el lector exige cada vez más información. De ahí que los de tirada nacional tengan una sección particular diferente para cada provincia o autonomía, y un contenido general común para todo el país.

El periódico tiene una doble finalidad

Informar: Las agencias de prensa internacionales (EFE, Associated Press, Europa Press, Reuters...) facilitan información a los diarios, ya que disponen de colaboradores permanentes en las ciudades más importantes del mundo. Sin embargo, cada periódico suele tener sus propios corresponsales que, acompañados de fotógrafos, se desplazan a los lugares de grandes conflictos o catástrofes para contar lo que allí ocurre; periodistas expertos en investigación, y redactores que analizan y enjuician la actualidad.

Crear opinión: Los periódicos, aparte de informar, transmiten una determinada ideología, con la que influyen directa o indirectamente en la opinión de los lectores; de ahí que, para estar bien informados, sea recomendable acudir a diversas fuentes.

La prensa ayuda a esclarecer la verdad y a mantener las libertades democráticas, por eso los gobiernos totalitarios intentan manipularla.

Las secciones de un periódico

Los periódicos agrupan su contenido en secciones. Sección es un conjunto de noticias que guardan entre sí cierta relación. Siempre guardan un orden dentro de una página central. Las secciones pueden ser:

Política internacional: recoge los hechos políticos ocurridos en el extranjero. Su información es internacional.

Política Nacional: recoge la actualidad política del país al que pertenece el periódico.

Economía: recoge los hechos que hacen referencia al mundo de la economía (bolsa, finanzas, mercado, empresas,...). Su información es nacional e internacional.

Cultura: recoge las noticias culturales (teatro, cine, música, TV, bellas artes, radio, libros,...). Recoge acontecimientos nacionales e internacionales.

Laboral: informa sobre temas relacionados con el trabajo (empresas, actividades sindicales, conflictos laborales, huelgas,...). Su información es a nivel nacional.

Sucesos: recoge información sobre accidentes, delitos, catástrofes naturales,...

Local: recoge información referida a la localidad o área de mayor influencia del periódico.

Deportes: recoge información deportiva (campeonatos, récord,...)

Educación: recoge noticias referentes al mundo de la enseñanza (escuelas, universidades, pedagogía,...).

Ciencias: recoge información sobre investigación y temas científicos, últimos descubrimientos,.

Religión: recoge noticias referidas a las diferentes comunidades religiosas, la fe, las iglesias,...

Sociedad: recoge los hechos protagonizados por el hombre en su vida social. También recoge aquello que no tiene ninguna catalogación específica.

Opinión: tribuna abierta que incorpora diferentes opiniones sobre temas de actualidad. Desde colaboraciones periodísticas destacadas (políticos, figuras destacadas de otros campos...) hasta la opinión o criterio del propio lector, lo cual, se refleja a través de las "cartas al director". (Secciones de un Periódico).

2.2.3. Antecedentes Venezolanos

“La aparición del primer periódico en territorio venezolano se remonta al 24 de octubre de 1808, fecha en que el régimen español autoriza la impresión de La Gazeta de Caracas. Sin embargo tuvo mayor significación, el vocero de la naciente república independiente El Correo del Orinoco, fundado el 27 de junio de 1818 con la colaboración del mismo Bolívar”. (A. Pellegrino, Andrés Cañizales y Jesús Maria Aguirre. 1999).

“Durante el siglo XIX, la prensa fue casi la única forma de expresión de las ideas y formación de opinión pública en torno a las corrientes políticas conservadora y liberal. Para mediados del siglo pasado, sólo recibía educación formal el 10% de la población nacional y la cantidad de lectores apenas alcanzaba a treinta mil, sin embargo proliferaron 114 periódicos de escaso tiraje”. (A. Pellegrino, Andrés Cañizales y Jesús Maria Aguirre. 1999).

“En los últimos cuarenta años los medios masivos de comunicación tuvieron en Venezuela un crecimiento vertiginoso. Este fenómeno no se ha dado de forma aislada en nuestro país, si miramos nuestro entorno inmediato, idénticos procesos han vivido la mayoría de países latinoamericanos y un poco mas al norte, Estados Unidos funge como meca

mediática que expande sus influencias de forma mas pronunciada entre nuestras naciones”. (A. Pellegrino, Andrés Cañizales y Jesús Maria Aguirre. 1999).

Para el estudio del periódico nos basaremos en la metodología de Jacques Kayser y en la metodología de M. Duverger y B. Berelson. La primera procede sucesivamente a la disección del periódico, al agrupamiento de los diferentes elementos y materias que individualiza, la definición de métodos y procedimientos que permiten medir los elementos y las materias, que vuelven factibles las comparaciones. Y la segunda nos habla sobre el análisis de contenido de la información, cómo ponderarla y darle un valor favorable o no a la información escogida, según las características de la publicación.

2.3. Metodología de Jacques Kayser

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. (Jacques Kayser. 1963).

2.3.1. 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.

2.3.1.1. El 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, entre otros.

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.

2.3.1.2. 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 (por 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.

2.3.2. 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.

2.3.2.1. Elementos de la estructura

La página es el componente clave del periódico, pero su unidad física encierra una sustancia 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:

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.

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.

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).

2.3.2.2. Clasificación de los contenidos

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

Clasificación por géneros

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.

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.

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.

Clasificación por origen

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

- Material elaborado por el periódico.
- 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.
- Material proveniente de colaboradores del periódico, pero externos a la Redacción.

- Servicios de agencias informativas.
- Comunicados oficiales del gobierno y sus servicios.
- Comunicados que emanan de gobiernos extranjeros, de sus representaciones diplomáticas o consulares.
- Extractos de otros medios de comunicación.
- Extractos de textos difundidos por la radio o la televisión.
- Aquellos textos que es imposible atribuir a un origen cierto.

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.

Clasificación según el objetivo

Puede ser informar, educar, entretener.

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:

- Cuestiones políticas y económicas
- Cuestiones internacionales
- Hechos diversos (policía, accidentes)
- Deportes
- Reportajes
- Artes

- Juegos
- Folletín (¿magazine?)
- Religión
- Publicidad
- Páginas regionales
- 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 comunicación.
- Técnica y ciencia aplicada.
- Turismo.
- Deportes.
- Mujeres y niños.
- Asuntos judiciales.
- Personalidades.
- Vida social.

2.3.2.3. Métodos y reglas

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

- 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).
- Hacer una hipótesis de trabajo antes de decidir las categorías a estudiar.
- No variar -durante la investigación- las reglas fijadas al inicio.
- Situar el estudio en un contexto, es decir, estudiar el periódico entero, no sólo una parte.
- 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.
- 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)

2.3.2.4. 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:

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

2.3.3. La “valoración”

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 impone 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 valorización. Podemos decir entonces que, para Kayser, la valorización 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 valorización de un texto es función de varios elementos repartidos en tres categorías:

La ubicación

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

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.

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.

Los títulos

Son estudiados bajo tres aspectos:

Importancia real: la constituyen 4 elementos:

1. Columnaje
2. Altura
3. Espacio total (superficie)
4. Caracteres de imprenta empleados

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.

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:

- Informativos
- Explicativos
- Orientados
- Sensacionalistas

La presentación

Tres elementos afectan la presentación de un texto:

Ilustración: Ésta desempeña una función que depende de elementos físicos y cualitativos. Se considera más valorizado un texto que va acompañado de ilustración.

Tipografía: Un texto estaría más valorizado cuando usa una tipografía excepcional, entre textos de caracteres corrientes de una misma página.

Estructura: fragmentación, composición, origen, fuente, longitud.

Fragmentación: Antes los textos empezaban y terminaban en una misma página. Hoy es habitual que continúen en otra.

Composición: Una información tratada globalmente es un elemento de valorización.

Origen y fuente: Es más valorizado un texto que va firmado que uno que no señala fuente.

Longitud: Un texto breve tiene las mayores probabilidades de ser leído íntegramente, por un gran número de lectores, que un texto largo.

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 tomando como referencia a Kayser, en una Tabla de cálculo que es la siguiente:

Tabla de valorización de un texto

UBICACIÓN 40%	TÍTULO 40%	PRESENTACIÓN 20%
Página 1 (30%)	IMPORTANCIA ABSOLUTA	Ilustración 15%
	Columnaje 15% (15=todo el ancho de la página)	
	Altura 5% (5=altura mayor de todas)	
Encabezado columna Izquierda (10%)	Superficie 5% (5=sup. Mayor, Entre los títulos de la página)	Tipografía 5% (si es Especial para todo el texto)
	Caracteres 5% (5=los más Destacados o diferentes)	
Encabezado columna en Página 1 + (2%)	IMPORTANCIA RELATIVA	
	Prioridad absoluta 10=%	
	Segunda prioridad 5%	

[Cuadro 11]– Tabla de valoración de un texto

2.4. Metodología de Maurice Duverger y Bernard Berelson

La metodología de M. Duverger y B. Berelson se basa en el análisis de contenido e incluye el concepto de positivo o negativo de la información, donde **Duverger** ha escrito que la investigación y la observación puede hacerse siguiendo dos métodos diferentes: por un lado, la observación directa de la realidad social por medio de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observación del participante. Por otro lado, la observación y documentos diversos: documentos escritos (entre los que se encuentran libros, publicaciones diarias y periódicas, series estadísticas, diarios autobiográficos, documentos históricos, etc.), y materiales audiovisuales (como discos, y otras grabaciones de sonido, películas, fotografías, videos, etc.). Esta técnica combina la observación y el análisis documental. (Maurice, Duverger 1962).

En el caso de **Berelson** define que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos manifiestos de la comunicación”. (Bernard, Berelson, 1952).

Adicionalmente, **Ole Holsti** (1969), define el análisis de contenido como “cualquier técnica de investigación que sirve para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto”, que observamos en esta definición que han desaparecido el requisito de que el análisis sea “cuantitativo” como el atributo “manifiesto” y se indica, además, que el propósito primordial del análisis de contenido es realizar inferencias, las cuales pueden ser positivas o negativas.

En resumen, en la actualidad se reconoce que el análisis de contenido puede tener tanto un fin descriptivo como un fin inferencial, y puede utilizar tanto técnicas de análisis cuantitativo como técnicas de análisis cualitativo; también hay acuerdo en que el análisis no está limitado al contenido

manifiesto de los mensajes sino que puede extenderse a su contenido latente, y en que los análisis de contenido realizados deben someterse, como todo análisis, a pruebas de validez y fiabilidad.

Los objetivos posibles del análisis de contenido son tres: La descripción, precisa y sistemática, de las características de una comunicación; la formulación de inferencias sobre asuntos exteriores al contenido de la comunicación; la prueba de hipótesis, para su verificación o rechazo.

En este sentido mostraremos seis características de este método:

1. Es un método para la investigación **empírica** de la comunicación.
2. Se usa para **describir**, no para predecir no para interpretar, sino para decir lo que hay. No habla de efectos sino de intenciones.
3. Solo se describen los aspectos manifiestos del contenido de la comunicación. Berelson afirma que “el análisis de contenido asume que el contenido manifiesto es significativo. Esta asunción requiere que el contenido sea aceptado como un ámbito común de encuentro para el comunicador, la audiencia y el analista. Esto es, el analista de los contenidos asume que los significados que él adscribe a los contenidos asignándolos a ciertas categorías, se corresponden con los significados dotados por el comunicador y/o entendidos por la audiencia. En otras palabras, es necesaria la aceptación de que hay un universo de discurso común entre las diversas partes implicadas de tal manera que el contenido manifiesto pueda ser tomado válidamente como unidad de estudio”. Los aspectos manifiestos de la comunicación se refieren en primer lugar a la **forma** con que se presentan los contenidos de los artículos o programas (la longitud o duración, la posición con respecto a lo demás, el contexto donde se presenta la información sobre determinadas materias, la fecha de difusión, los autores, entre otros.). Y también se refieren a la **información** que esos

artículos o programas ofrecen (los temas principales, las fuentes de información que se citan, los diferentes tipos de afirmaciones que se hacen al informar sobre determinadas materias, la tendencia de esas afirmaciones, etc.).

4. Es un método objetivo, es decir, ínter subjetivo. Esto implica que tiene que poder ser repetido por cualquiera con el mismo resultado. Para ello es necesario que todos los pasos que componen el método estén explícitos en las reglas. Holsti afirma que la objetividad se basa en “reglas explícitamente formuladas que capacitan a dos o más personas para obtener los mismos resultados de los mismos documentos”. **Ole Holsti** (1969).
5. Es una técnica **sistemática** por que cada paso del análisis de contenido (la selección de La muestra, las reglas explícitas para el análisis, la codificación de los datos y el análisis de los datos) ha de estar contruidos sobre criterios sistemáticos.
6. Se usa para la investigación cuantitativa. Una vez identificadas las características de la metodología se describen los pasos típicos de una investigación realizada utilizando el análisis de contenido.

Aunque, obviamente, cada proceso de investigación tiene sus peculiaridades, hay una serie de pasos que se dan en todas las investigaciones.

1. **Idea, pregunta o problema.** Es lo que queremos saber, lo que constituye el objetivo de la investigación. Puede proceder del interés científico, o bien de alguien ajeno al investigador.
2. **Decisiones de carácter metodológico.** Antes de comenzar hay que preguntarse, en primer lugar, si el tema que deseamos investigar es adecuado a la metodología del análisis de contenido o si es preferible utilizar otra metodología para su estudio.

Hay que decidir qué medios vamos a analizar (**prensa**, radio, televisión) y dentro de cada tipo de medios, cuáles en concreto (qué diarios, qué revistas, qué cadenas y qué programas de radio, qué cadenas y qué programas de televisión, etc.).

Una vez decididos los medios conviene determinar qué materiales de cada uno de ellos son relevantes para la investigación, esto es, cuál es el universo de contenidos que hay que analizar.

Conocido el universo, habrá que decidir si se puede o se quiere analizar todo el universo relevante o si se va a analizar sólo una parte representativa de ese universo.

También hay que decidir qué lapso de tiempo vamos a analizar. Los análisis de contenido son **longitudinales** cuando analizan el contenido de un medio a lo largo del tiempo para estudiar los cambios que se producen. Y también son **transeccionales** cuando analizan el contenido de diversos medios en el mismo período de tiempo. La elección entre un tipo u otro es una decisión que se debe tomar en función con los objetivos de la investigación.

- 3. Elaboración del libro de categorías**, esto es, del instrumento para analizar el contenido. Como ya se ha indicado, hacen falta criterios sistemáticos, reglas claras para que cualquiera pueda analizar el contenido sin que el resultado varíe sustancialmente al variar el analista.

La elaboración del libro de categorías puede realizarse de dos modos no excluyentes: empírico y teórico. En el primer caso se seleccionan algunos ejemplos tomados del universo que se desea analizar. Se leen y se entresacan las afirmaciones que caracterizan el tema que se investiga. Después hay que buscar una estructura en la que puedan agruparse y sobre la que se desarrolla un primer borrador del libro de

categorías. Una vez dado el paso empírico, conviene complementarlo con el teórico.

Consiste en que el investigador se pregunta qué espera que aparezca en los medios sobre el tema que está investigando, o qué ha aparecido en otros estudios sobre el mismo tema. Esto nos permite añadir algunas categorías adicionales a las creadas en la fase empírica.

Con estos dos modos se obtiene una colección bastante completa de posibles categorías. Pero hay que probarlas y ver si son muy generales o muy específicas. Conviene recordar que el libro de categorías es el instrumento básico para saber qué aparece y qué no aparece en los medios.

4. **Selección y adiestramiento de los codificadores.** Es importante señalar que el trabajo de codificación no debe ser hecho por los investigadores, ya que en el proceso de elaboración del libro de categorías, muy probablemente, habrán adoptado sus propias posturas con respecto al problema que se investiga. Por ello es conveniente que los codificadores, esto es, quienes vierten el contenido de los medios en los libros de categorías, en la medida de lo posible, sean personas ajenas a la investigación.

Una vez hecha la selección de los codificadores, hay que enseñarles a utilizar el libro de categorías. Se les entrega y se les explica el contenido de cada categoría. Después han de probarlo para plantear los problemas que se les presenten y resolverlos del mismo modo para todos los codificadores. De ese modo se consigue que ante los mismos problemas, se den las mismas soluciones.

5. **El proceso de codificación de los contenidos.** Básicamente consiste en una colección de reglas bien definidas que permiten a los codificadores medir los contenidos. El investigador debe seguir de

cerca el proceso de codificación para asegurarse de que se hace bien y resolver las posibles dudas.

Cada codificador debe tener un plan en el que se le señale qué unidades deben codificarse y en qué orden. El orden nunca debe ser cronológico, ni se debe adjudicar a un solo codificador todo el material de un mismo medio, puesto que eso podría influir en su percepción del tema que analiza. Cada codificador debe analizar diferentes períodos de tiempo en distintos medios.

Antes de que el codificador inicie su trabajo hay que decidir cuál va a ser la unidad de codificación, esto es “la base sobre la que el contenido va a ser analizado o clasificado” (Berelson, 1952). El proceso de codificación puede realizarse tomando como unidad un artículo entero, algunos textos definidos (según temas, por ejemplo) (por ejemplo, palabras que evalúan)⁸.

El análisis de contenido es un método para “medir” el contenido de los medios a través de categorías. De acuerdo con **Koschnick, 1993**, “la medición es un proceso estandarizado para asignar símbolos a objetos, de acuerdo con ciertas reglas especificadas previamente y fijas para representar las características de los objetos. En la práctica, los símbolos suelen ser números. La única condición de la medición es que los símbolos tengan entre sí una relación igual a la que hay entre los objetos que se miden. La medición habitualmente utiliza números, porque ayudan a comunicar los procedimientos de medición y los resultados de unos investigadores a otros y permiten realizar análisis estadísticos y matemáticos de los datos resultantes”. Los codificadores asignan un valor numérico a cada unidad de análisis de contenido

⁸ En función del nivel de medición que se utilice los tipos de categorías para el análisis variarán. Así, las categorías para analizar las características de artículos o programas pueden ser el codificador, el medio, la fecha de publicación, la sección, la posición, el tamaño, el autor y el tema principal. Si la unidad de análisis es la frase, las categorías podrían ser además del codificador, el medio, la fecha de publicación y la sección, la fuente de la afirmación que se realiza en esa frase, a qué tema o persona se refiere la frase, el tema, la tendencia de lo que se afirma, etc.

siguiendo lo determinado en el libro de categorías. Como continúa **Koschnick**, “los símbolos representan ciertas características, propiedades o tributos de los objetos. El proceso de asignación debe ser isomórfico, esto es, debe hacer una correspondencia unívoca entre el símbolo y las características que se miden. Sin esa relación, los resultados de la medición no son significativos porque el conocimiento de un signo no puede asociarse con una característica específica del objeto medido y viceversa”. De ese modo es posible tratar estadísticamente los datos resultantes del proceso de codificación.

Hay distintos niveles de medida. El más básico es el **nominal**, por el que damos un número para identificar un objeto (por ejemplo: 1=hombre; 2=mujer). En análisis de contenido, este tipo de medida puede usarse, por ejemplo, para identificar temas: política, economía, deportes, etc.

Otro tipo de medida es el **ordinal**, que requiere que los objetos que se miden puedan ser ordenados. Estos tipos de medidas son comparativos, no absolutos (por ejemplo: 1=grande; 2= mediano; 3= pequeño. Sabemos que hay tres tipos de objetos y sabemos cuál es la relación de tamaños que hay entre ellos, pero no sabemos realmente cuál es el tamaño de cada uno). Es, por tanto, un tipo de medida muy básico, ya que sólo nos permite comparar.

La tercera posibilidad de medición es **la escala de intervalos**. En ella los números representan o intervalos entre las realidades medidas, de manera que esos números sitúan o relacionan lo medido entre sí, pero no con respecto a algo absoluto (por ejemplo: podemos pedir la intensidad de las posturas políticas en una escala de 5 intervalos en la que 1=izquierda; 2=centro-izquierda; 3=centro; 4=centro-derecha y 5=derecha. El resultado nos indicará qué postura está más a la izquierda o a la derecha con respecto a las demás posturas medidas, pero no con respecto a “la” izquierda o “la” derecha en términos

absolutos). Por último, el nivel más perfecto de medición es la **ratio**, que exige la existencia de un punto de referencia absoluto que tenga un significado empírico definido. En el análisis de contenido la ratio se utiliza para medir todo aquello que puede contarse (por ejemplo: número de veces que algo aparece, extensión de la unidad que se analiza, etc.).

6. **Análisis de los datos.** Concluido el proceso de codificación, los datos obtenidos deben ser tratados informáticamente para poder proceder a su análisis. La primera precaución que debe tomarse al analizar los datos es comprobar que no se han producido errores al introducirlos en la base de datos.

El análisis puede hacerse mirando a una o más variables. En el análisis de dos dimensiones y en el multidimensional buscamos la influencia que una variable puede tener sobre otra u otras.

7. **Presentación y descripción de los resultados y conclusiones.** Una vez analizados los datos de acuerdo con la hipótesis de partida conviene presentarlos de manera que la pregunta o el problema que provocó la investigación quede respondida. Para ello es necesario exponer en tablas o gráficos los resultados del análisis de los datos. Puesto que los contenidos de los medios – que es lo que se analiza – dependen de los sucesos de la vida pública, en ocasiones la presentación de los datos tendrá que ser complementada con datos estadísticos que reflejen lo sucedido en el período en que se publicaron o emitieron los contenidos analizados, con la exposición de opiniones de expertos sobre los temas tratados en el análisis de contenido y también con la presentación de resultados de encuestas de opinión sobre esos mismos temas en esos períodos.

¿Hasta qué punto es útil el método del análisis de contenido en la investigación sobre comunicación? Al fin y al cabo una cosa es lo que

pasa, otra lo que los medios dicen que pasa, otra distinta lo que el público percibe de los contenidos de los medios y otra la percepción que la gente tiene de la realidad. Esta distinción es bien cierta. La utilidad del análisis de contenido se reduce, como ya señaló Berelson, al estudio del contenido manifiesto de los medios de comunicación. La realidad puede ser conocida por medio de indicadores sociales externos, datos estadísticos, etc. En la medida en que esa realidad está reflejada en los contenidos manifiestos de los medios, el análisis de contenido sirve para conocer la realidad, pero sólo indirectamente. Y difícilmente el contenido de los medios y la percepción de ese contenido por las audiencias coinciden. El análisis de contenido no es válido, por tanto, para hablar sobre la recepción de los mensajes. Habrá que utilizar para ello otro tipo de métodos más propios del análisis de recepción. Y, lógicamente, tampoco sirve el análisis de contenido para saber qué piensa la gente sobre lo que pasa. Para ello habrá que acudir a los sondeos de opinión.

CAPÍTULO III. Marco Aplicativo**3.1. Etapas de desarrollo**

Para el desarrollo del sistema Mepim nos basamos en el ciclo de vida de desarrollo de sistemas de James A. Senn, 1998 y Roger S. Pressman, 2002. Adaptando esta metodología se escogen tres etapas: Análisis, Diseño y Construcción de Sistemas de Información.

3.1.1. Etapa I: Análisis

En esta etapa se llevan a acabo las dos primeras actividades del ciclo de vida de desarrollo de sistemas como son la investigación preliminar y la determinación de los requerimientos del Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación; aplicación: Medios Impresos (Mepim), donde el propósito es analizar, especificar y definir los requerimientos. Se realiza el levantamiento de información para formular el problema y desarrollar con éxito el sistema, contemplando lo siguiente:

- Estudio y selección de la información sobre la alimentación para el mes de marzo del 2008, en los periódicos de circulación nacional, con una periodicidad diaria Últimas Noticias, El Universal y/o El Nacional.
- Estudio de las metodologías de los medios impresos a usar, como son la de Jacques Kayser y la de Maurice Duverger y Bernard Berelson.
- Investigación sobre el software o herramientas a utilizar para el desarrollo del sistema como es el manejador de base de datos PostgreSQL y sobre el lenguaje de programación JSP, entre otros.

- Análisis de los requerimientos mínimos necesarios para recopilar, clasificar, ponderar y valorar la información sobre la alimentación en nuestro país, aplicando las dos metodologías.

3.1.2. Etapa II: Diseño

Se obtiene el modelo que permite desarrollar las interfaces del sistema, donde se realiza el levantamiento de información, identificando las restricciones técnicas bajo las cuales el sistema va a ser desarrollado y puesto en operación.

Este sería el diseño físico donde se contrasta el diseño lógico con el desarrollo del software, identifica los reportes y salidas, luego se determina con precisión los datos específicos para cada reporte y/o salida. Se diseñan las pantallas, se realizan los procedimientos de cálculos y los datos individuales.

Para el diseño de la herramienta se utilizó la elaboración del modelo de casos de uso, para el diseño de la base de datos se realizó el diagrama de Entidad/Relación y para el diseño de las interfases del sistema se elaboraron las pantallas utilizando los patrones de interacción.

Modelos de Casos de Usos

Este modelo nos permite especificar, construir, visualizar y documentar el sistema en el proceso de desarrollo del sistema, incluyendo sus funciones y los elementos que interactúan. Los elementos del caso de uso para el Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación. Aplicación: Medios Impresos (Mepim) son:

a) Identificación y Descripción de los Actores

El Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación impresos (Mepim), se determinaron los siguientes actores:

- Usuario/Cliente: Es el actor que utiliza el sistema para seleccionar la metodología, consultar y editar los datos o reportes de valoración.
- Redactor/Transcriptor: Este tiene acceso de ingresar los datos a valorar, a consultar los reportes de valoración y editar los datos o registros de información de acuerdo a la metodología seleccionada.
- Administrador: Tiene la función de crear los perfiles de usuarios del sistema, es decir, los diferentes roles. Estos roles dependerán de las funciones de los usuarios, es por ello que un usuario tendrá uno o más roles asignados y dependiendo de los roles asignados el sistema lo admite o rechaza. Adicionalmente, decide o asigna a quien enviar la información en forma automática.
- Periodista/Modelador: Es el actor que tiene acceso para editar las metodologías y crear, añadir o modificar una nueva si así lo requiere.

b) Identificación y Descripción de los Casos de Uso

Nivel 0

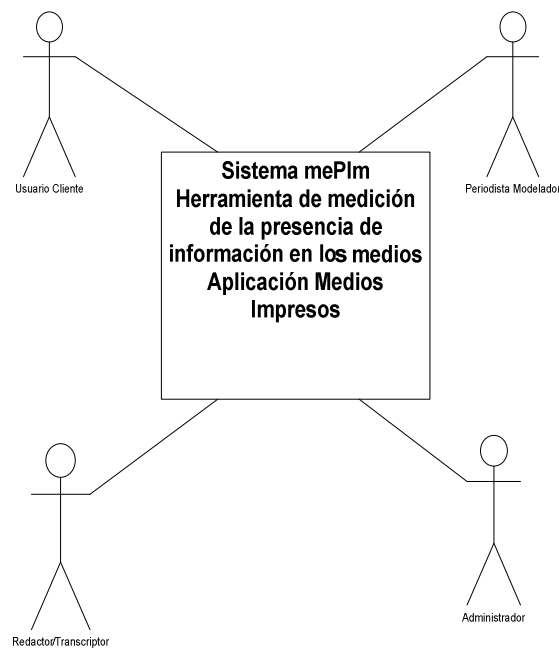
Caso de uso 0: Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación impresos (Mepim).

Actores: Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor, Administrador y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a los diferentes actores dependiendo del o los roles asignados consultar, ingresar datos, seleccionar o crear una metodología y

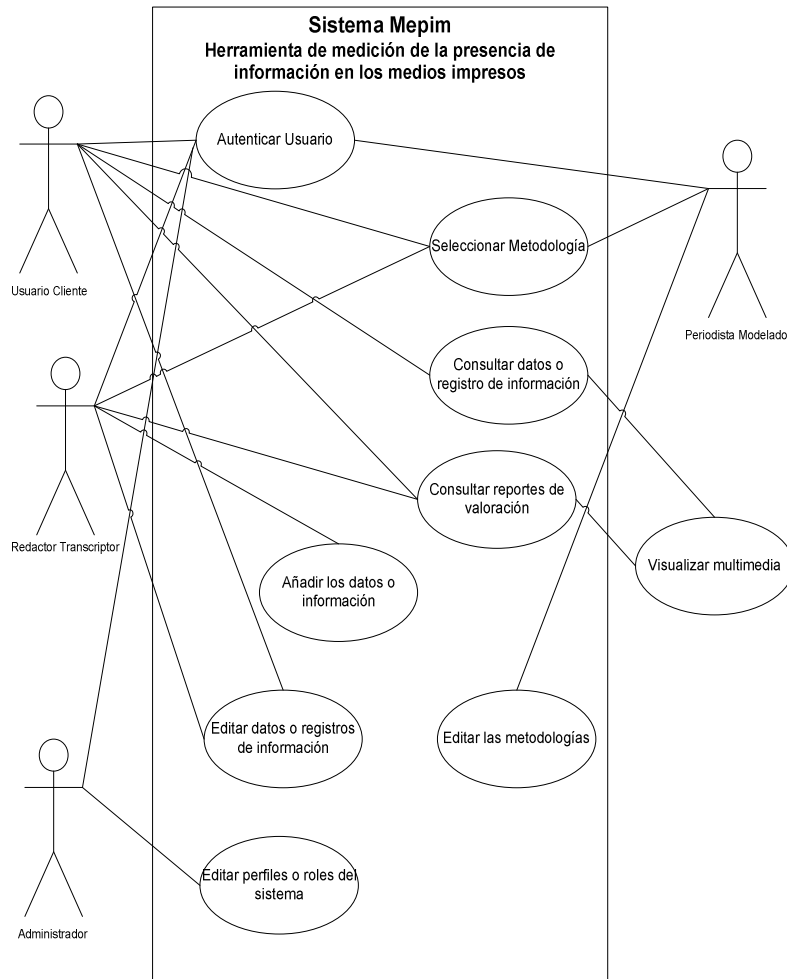
valorar los datos para su posterior análisis. Así como enviar resúmenes o información en forma automática.

Nivel 0



[Gráfico 25] - Caso de Uso 0: Sistema Propuesto

Es importante aclarar que para el funcionamiento exitoso del sistema Mepim se debe contar con los datos cargados en la base de datos, para nuestras pruebas se tiene la información correspondiente a los meses de marzo y abril del 2008 sobre la alimentación en nuestro país, para los periódicos Últimas Noticias, El Universal y/o El Nacional.

Nivel 1

[Gráfico 26] - Caso de Uso 1: Sistema Mepim

Caso de uso : Autenticar usuario.

Actores: Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor, Administrador y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a cada uno de los actores introducir la identificación del usuario y contraseña registrada en el sistema, para su posterior validación, mostrando su aprobación o falla de la autenticación.

Caso de uso: Seleccionar Metodología.

Actores: Usuario/Cliente, Periodista/Modelador y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a cada actor seleccionar la metodología a utilizar.

Caso de uso: Consultar datos o registro de información.

Actores: Usuario/Cliente.

Descripción: Permite al Usuario/Cliente consultar cualquier dato o registro de información que seleccione. En este caso podrá hacer uso del visualizador multimedia.

Caso de uso: Consultar reportes de valoración.

Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los actores consultar los reportes de valoración de acuerdo a la metodología seleccionada.

Caso de uso: Añadir los datos o información.

Actores: Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite al Redactor/Transcriptor añadir los datos o información al sistema, ya sea de días anteriores o los correspondientes al día de la carga.

Caso de uso: Editar datos o registros de información.

Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los actores realizar la edición de los datos o registros de información ingresados en el sistema, ya sea para su verificación y revisión, antes de seleccionar la metodología.

Caso de uso: Editar perfiles o roles del sistema.

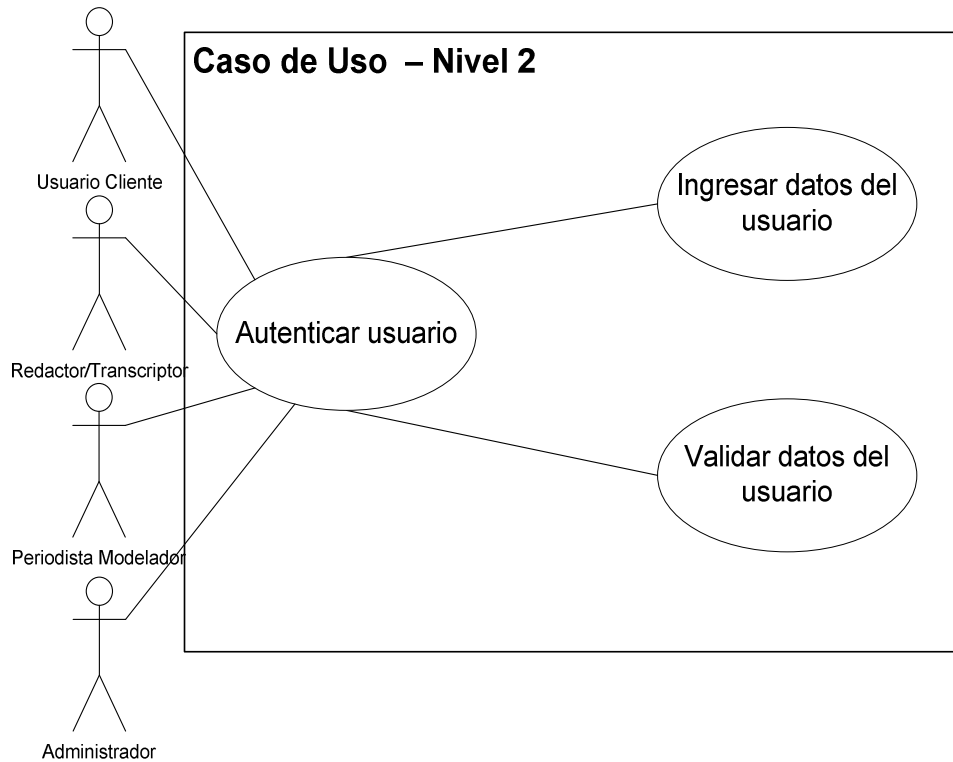
Actores: Administrador.

Descripción: Permite al administrador consultar cualquier rol o perfil de usuario en el sistema, para su posterior mantenimiento. Adicionalmente, decide o asigna a quien enviar la información en forma automática.

Caso de uso: Editar las metodologías.

Actores: Periodista/modelador.

Descripción: Permite editar las diferentes metodologías creadas para revisar, ajustar o crear otra de acuerdo con sus requerimientos.

Nivel 2

[Gráfico 27] - Caso de Uso: Autenticar Usuario

Caso de uso: Ingresar datos del usuario.

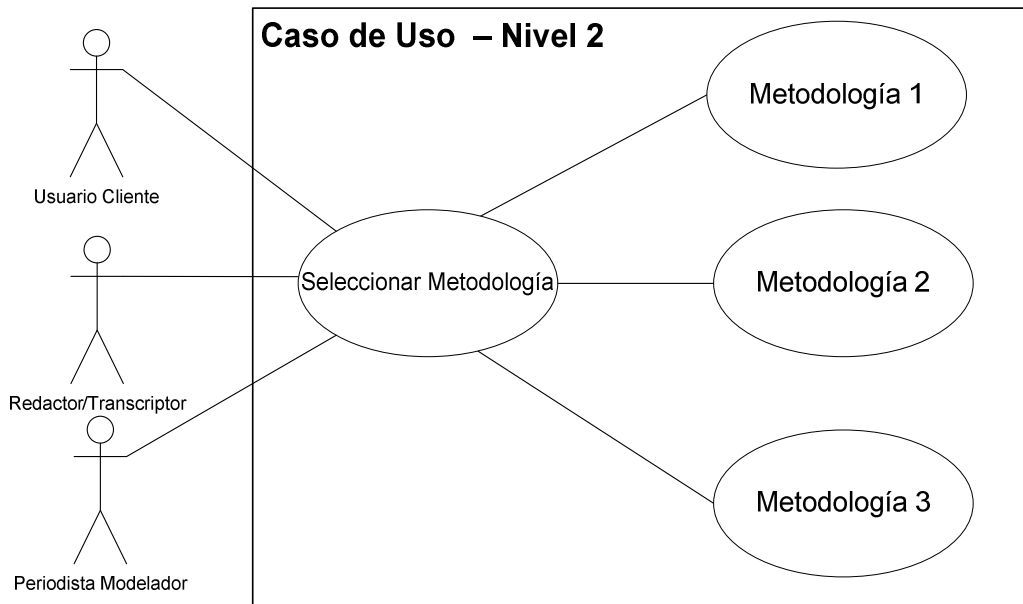
Actores: Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor, Administrador y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a cada uno de los actores introducir la identificación del usuario y contraseña registrada en el sistema.

Caso de uso: Validar datos del usuario.

Actores: Administrador.

Descripción: Permite al Administrador crear las tablas y los criterios de validación dependiendo de los roles asignados a cada usuario.



[Gráfico 28] - Caso de Uso: Seleccionar Metodología

Caso de uso: Metodología 1, corresponde a la metodología de Jacques Kayser.

Actores: Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a cada actor seleccionar la metodología de Jacques Kayser, para su posterior aplicación.

Caso de uso: Metodología 2, corresponde a M. Duverger y B. Berelsol.

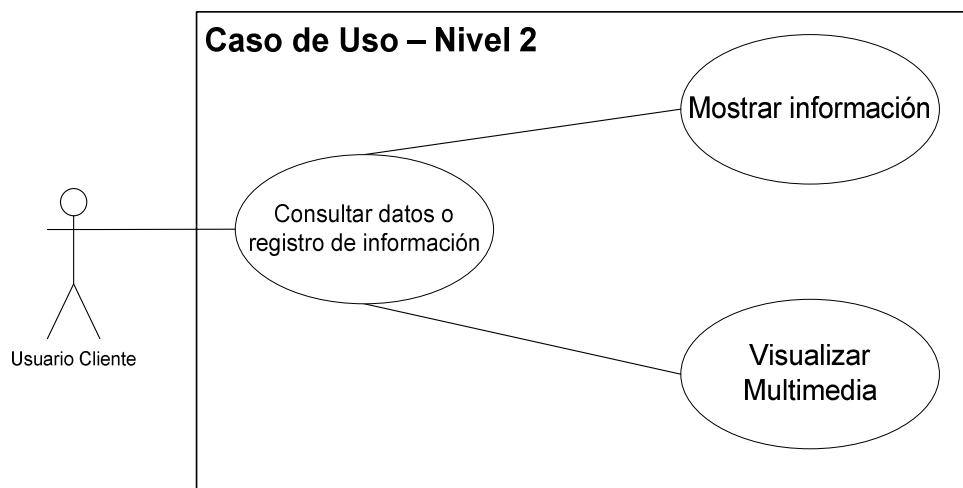
Actores: Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a cada actor seleccionar la metodología de M. Duverger y B. Berelsol, para su posterior aplicación.

Caso de uso: Metodología 3, corresponde a otra metodología.

Actores Usuario/Cliente, Redactor/Transcriptor y Periodista/Modelador.

Descripción: Permite a cada actor seleccionar la metodología a añadir, para su posterior aplicación.



[Gráfico 29] - Caso de Uso: Consultar datos o registro de información

Caso de uso: Mostrar información o datos.

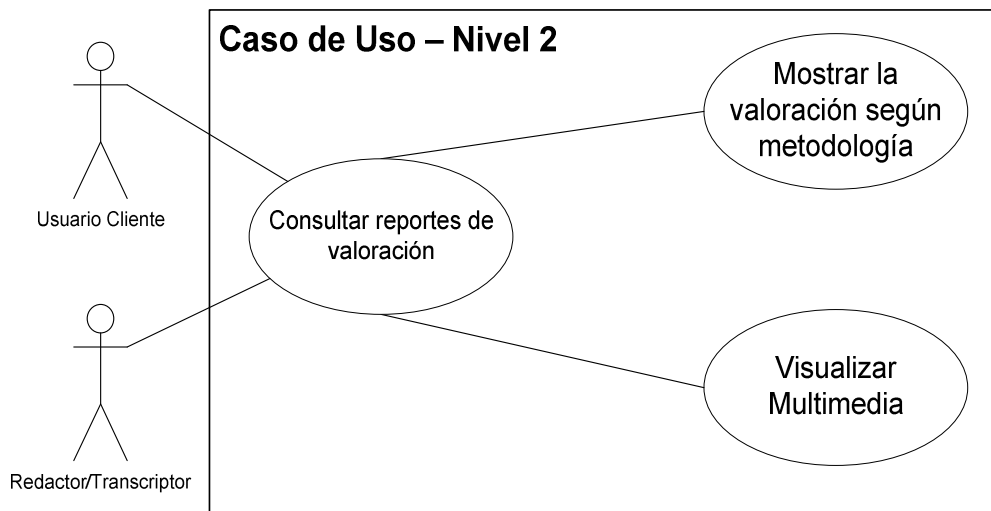
Actores: Usuario/Cliente.

Descripción: Permite al Usuario/Cliente seleccionar los datos o la información que desea consultar, es decir ver en detalle la descripción de la Pieza Informativa.

Caso de uso: Visualizar multimedia.

Actores: Usuario/Cliente.

Descripción: Permite al Usuario/Cliente seleccionar los documentos asociados a la Pieza Informativa, utilizando las herramientas multimedia que tenga disponibles en el computador.



[Gráfico 30] - Caso de Uso: Consultar reportes de valoración

Caso de uso: Mostrar la valoración según metodología.

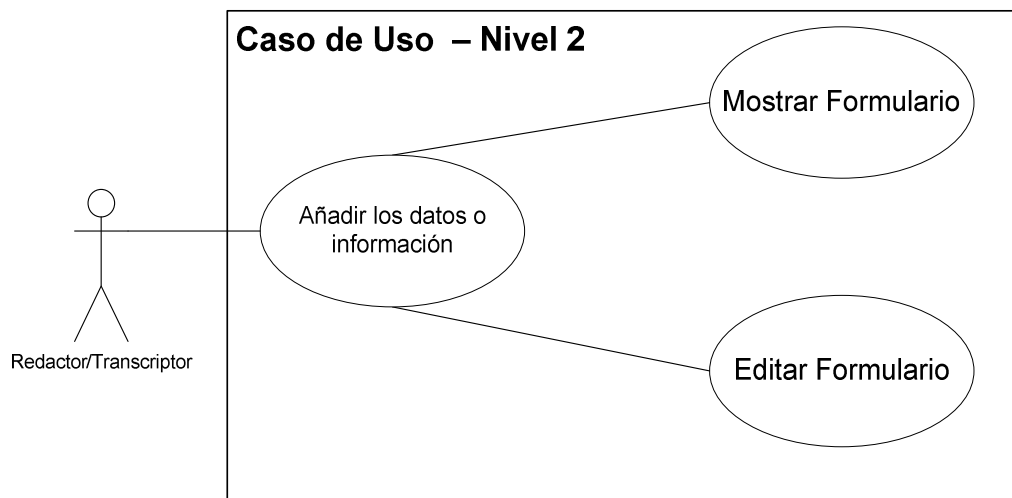
Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los usuarios seleccionar los datos o la información valorada de acuerdo a la metodología seleccionada.

Caso de uso: Visualizar multimedia.

Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los usuarios seleccionar los documentos asociados a la información valorada, utilizando las herramientas multimedia que tenga disponibles en el computador.



[Gráfico 31] - Caso de Uso: Añadir los datos o información

Caso de uso: Mostrar Formulario.

Actores: Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite al Redactor/Transcriptor seleccionar el formulario para la información que desea añadir, es decir ingresar el detalle de la Pieza Informativa.

Caso de uso: Editar Formulario.

Actores: Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite al actor mostrar la información o datos correspondientes a la Pieza Informativa.



[Gráfico 32] - Caso de Uso: Editar datos o registros de información

Caso de uso: Seleccionar datos o registro de información.

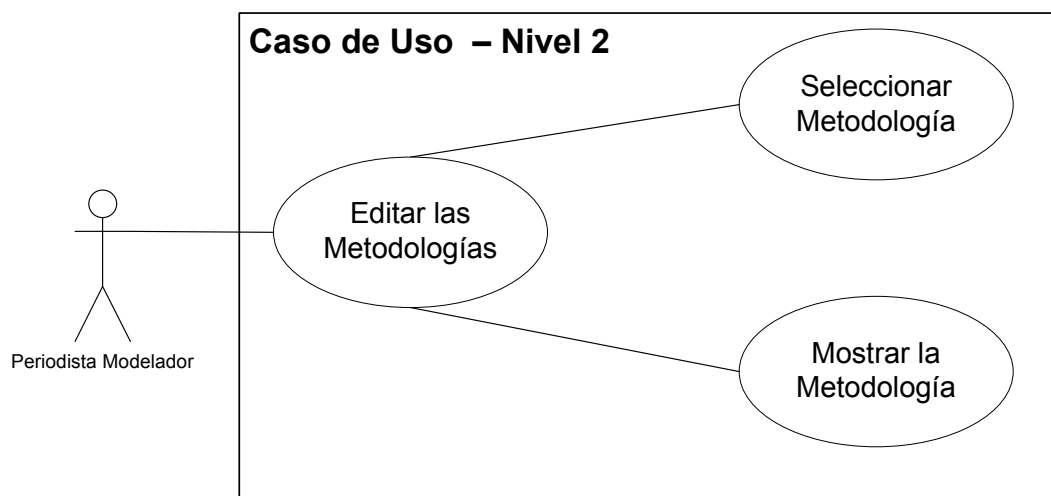
Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los usuarios escoger los datos o registro de información a consultar.

Caso de uso: Mostrar datos o registro de información.

Actores: Usuario/Cliente y Redactor/Transcriptor.

Descripción: Permite a los actores ver la información o datos elegidos para su posterior análisis o verificación según la metodología.



[Gráfico 33] - Caso de Uso: Editar las Metodologías

Caso de uso: Seleccionar Metodología.

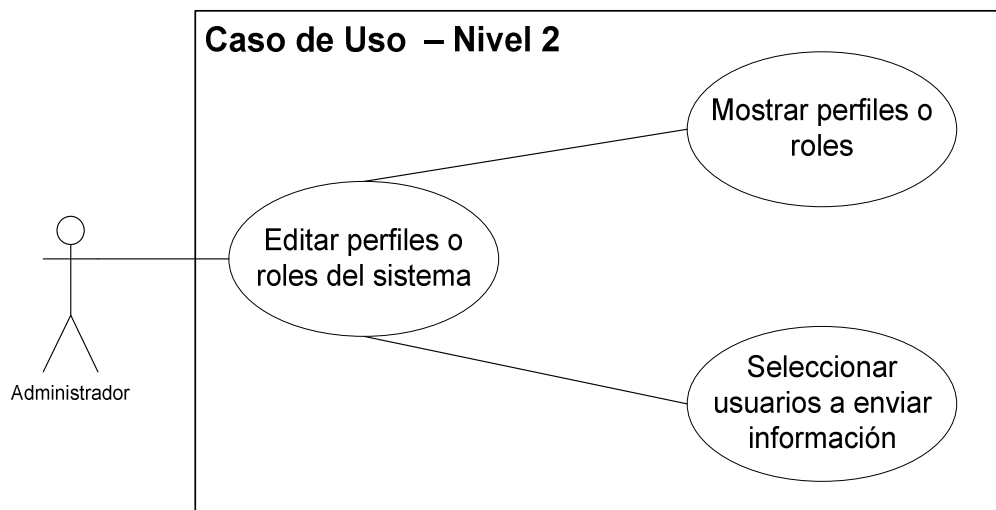
Actores: Periodista/ Modelador.

Descripción: Permite al actor seleccionar la metodología deseada o requerida.

Caso de uso: Mostrar la Metodología.

Actores: Periodista/ Modelador.

Descripción: Permite al actor ver la metodología seleccionada para su posterior aplicación.



[Gráfico 34] - Caso de Uso: Editar perfiles o roles del sistema

Caso de uso: Mostrar perfiles o roles.

Actores: Administrador.

Descripción: Permite al administrador editar los diferentes perfiles o roles, para su revisión o ajuste.

Caso de uso: Seleccionar usuarios a enviar información.

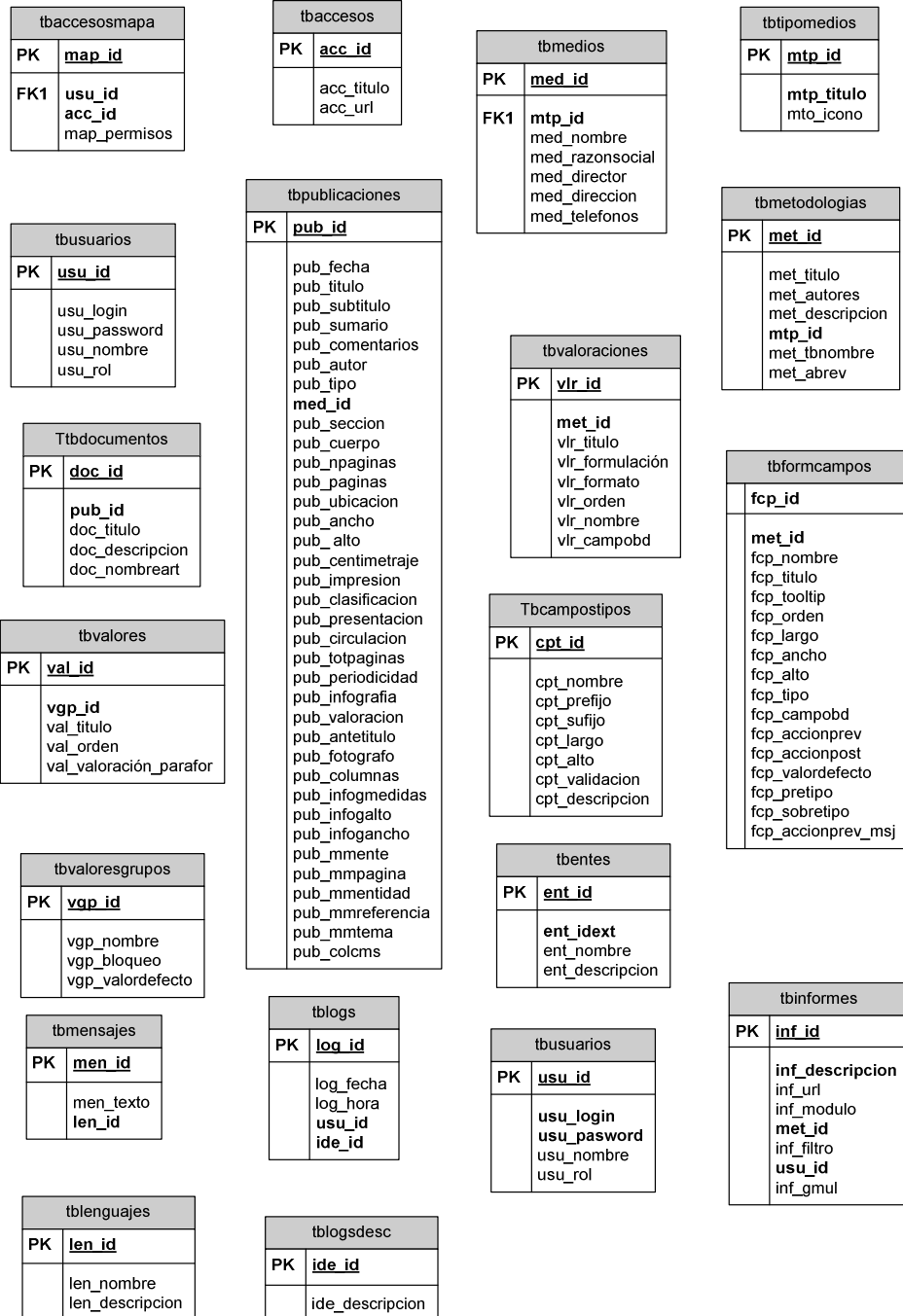
Actores: Administrador.

Descripción: Permite al administrador seleccionar los usuarios que han solicitado alguna información para su correspondiente envío.

3.1.2.1. Diseño de la Base de Datos

Módulo Entidad/Relación del sistema de información Mepim, a continuación describiremos el diagrama entidad/relación:

a) Entidades y Atributos



[Gráfico 35] – Tablas de la Base de Datos

b) Descripción de los atributos y Entidades

ENTIDAD		PUBLICACIONES	
Descripción	Esta entidad contiene todos los campos necesarios de la pieza informativa o publicación.		
Públicaciones			
Pub_id	Índice de la tabla PUBLICACIONES, clave primaria de la entidad.		
Pub_fecha	Fecha de la publicación.		
Pub_título	Título.		
Pub_subtitulo	Subtitulo.		
Pub_sumario	Sumario.		
Pub_comentarios	Comentarios.		
Pub_autor	Autor de la publicación.		
Pub_tipo	Tipo de publicación.		
Med_id	Índice de la tabla de MEDIOS.		
Pub_seccion	Sección del medio.		
Pub_cuerpo	Cuerpo del medio.		
Pub_npaginas	Número de página donde esta ubicada la publicación.		
Pub_paginas	Número de páginas totales del medio.		
Pub_ubicacion	Ubicación de la publicación.		
Pub_ancho	Ancho de la publicación.		
Pub_alto	Alto de la publicación.		
Pub_centimetraje	Espacio que ocupa la publicación.		
Pub_impresion	Tipo de impresión.		
Pub-clasificación	Área al que pertenece la publicación.		
Pub_presentacion	Estándar o tabloide.		
Pub_circulacion	Área geográfica.		
Pub_totpaginas	Total de páginas del medio.		
Pub_periodicidad	Periodicidad de publicación del medio.		
Pub_infografia	Infografía o fotografía.		
Pub_valoracion	Valoración.		
Pub_antetitulo	Antetitulo		
Pub_fotografos	Fotografo		
Pub_columnas	Columnas		
Pub_infogmedidas	Ancho y alto de la infografía o foto		
Pub_infogalto	Alto de la infografía o foto		
Pub_infogancho	Ancho de la infografía o foto		
Pub_mmente	Ente (filiales petroleras)		
Pub_mmpagina	Par, Impar o Primera plana		
Pub_mmentidad	Entidad (Estado de Venezuela)		
Pub_mmreferencia	Referencia		
Pub_mmtema	Tema		
Pub_colcms	Centímetros total por columnas del medio		
ENTIDAD		CAMPOS	
Descripción	Esta entidad contiene todos los campos necesarios para hacer los cálculos.		
Formcampos			
Fcp_id	Índice de la tabla FORMCAMPOS, clave primaria de la entidad.		
Med_id	Índice de la tabla de MEDIOS.		

Fcp_nombre	Nombre del campo.
Fcp_titulo	Título.
Fcp_tooltip	Tipo de herramienta.
Fcp_orden	Orden del campo.
Fcp_largo	Largo del campo.
Fcp_ancho	Ancho del campo.
Fcp_alto	Alto del campo.
Fcp_tipo	Tipo del campo.
Fcp_campobd	Campo de la base de datos.
Fcp_accionprev	Acción previa del campo.
Fcp_accionpost	Acción posterior del campo.
Fcp_valordefecto	Valor por defecto del campo.
Fcp_pretipo	Pretipo del campo.
Fcp_sobretipo	Sobretipo del campo.
Fcp_accionprev_msj	Mensaje sobre la acción previa

ENTIDAD	ENTES
---------	-------

Descripción	Esta entidad contiene la información correspondiente a los ENTES.
Atributos	
Ent_id	Índice. Clave primaria.
Ent_idext	Clave externa.
Ent_nombre	Nombre del ente.
Ent_descripcion	Descripción del ente.

ENTIDAD	LENGUAJES
---------	-----------

Descripción	Esta entidad contiene los campos correspondientes a la tabla lenguaje.
Atributos	
Len_id	Índice de la tabla lenguajes, clave primaria de la entidad.
Len_nombre	Nombre del lenguaje.
Len_descripcion	Descripción del lenguaje.

ENTIDAD	MÉTODOLOGÍAS
---------	--------------

Descripción	Esta entidad contiene los campos correspondientes a la tabla MÉTODOLOGÍAS.
Atributos	
Met_id	Índice de la tabla MÉTODOLOGIAS, clave primaria.
Met_titulo	Título.
Met_autores	Autor(es).
Met_descripcion	Descripción
Mtp_id	Índice de la tabla Tipos de Medios
Met_tnombre	
Met_abrev	Índice de la tabla Tipos de Medios

ENTIDAD	LOGS
---------	------

Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla LOGS (registros del sistema).
--------------------	--

Atributos	
Log_id	Índice. Clave primaria.
Log_fecha	Fecha del registro.
Log_hora	Hora del registro.
Usu_id	Índice de la tabla de usuario.
Ide_id	Índice de la tabla descripción de LOG.
ENTIDAD MEDIOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla de MEDIOS
Atributos	
Med_id	Índice de la tabla MEDIOS. Clave primaria.
Med_nombre	Nombre del Medio.
Med_razonsocial	Razón social.
Med_director	Director.
Med_direccion	Dirección.
Med_telefonos	Teléfonos.
Mtp_id	Índice de la tabla TIPOS de MEDIOS.
ENTIDAD USUARIOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla USUARIOS.
Atributos	
Usu_id	Índice. Clave de la tabla USUARIOS.
Usu_login	Índice de la tabla LOG.
Usu_password	Password del usuario.
Usu_nombre	Nombre o identificación del usuario.
Usu_rol	Rol del usuario.
ENTIDAD DOCUMENTOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla de DOCUMENTOS.
Atributos	
Pub_id	Índice de la tabla PUBLICACIONES. Clave primaria.
Doc_id	Índice. Clave de la tabla DOCUMENTOS.
Doc_titulo	Título del documento.
Doc_descripcion	Descripción.
Doc_nombreart	Nombre
ENTIDAD TIPOS DE MEDIOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla TIPOS DE MEDIOS.
Atributos	
Mtp_id	Índice de la tabla TIPO DE MEDIOS. Clave primaria.
Mtp_titulo	Descripción del tipo de medios.
Mtp_icono	Icono que representa el medio
ENTIDAD INFORMES	
Descripción	Esta entidad contiene la información correspondiente a los informes.

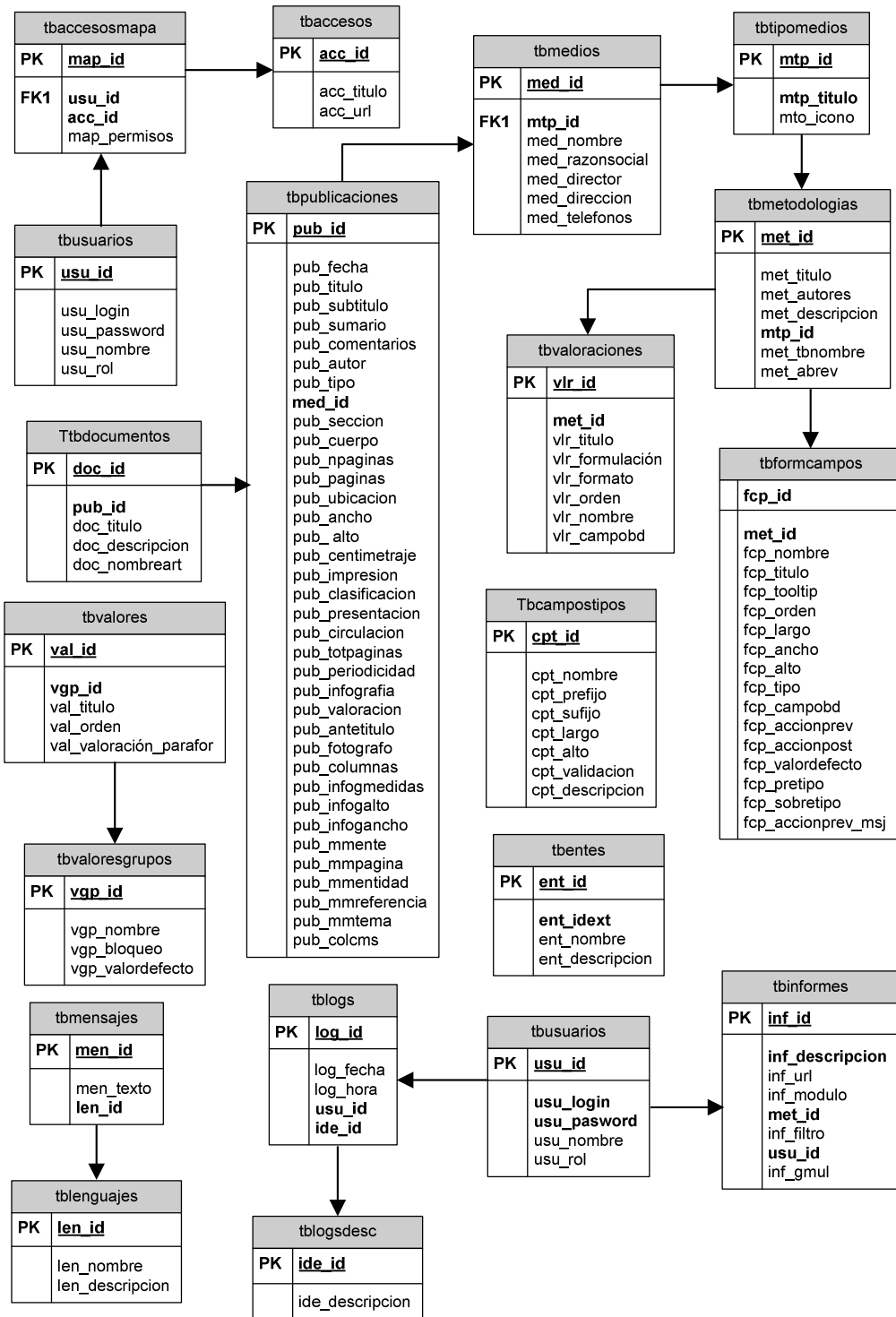
Atributos	
Inf_id	Índice de la tabla INFORMES. Clave primaria.
Inf_descripción	Descripción correspondiente al informe.
Inf_url	Descripción url del informe
Inf_modulo	Modulo
Met_id	Índice de la tabla MÉTODOLOGIAS, clave primaria.
Inf_Filtro	Información a mostrar
Usu_id	Índice. Clave de la tabla USUARIOS.
Inf_gmul	Información para el grafico multiple.
ENTIDAD MENSAJES	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla DE MENSAJES.
Atributos	
Men_texto	Texto del mensaje. Clave primaria.
Len_id	Índice de la tabla de LENGUAJE.
Men_id	Índice de la tabla de MENSAJES.
ENTIDAD DESCRIPCION DE LOGS	
Descripción	Esta entidad contiene la información correspondiente a la descripción de los LOGS.
Atributos	
Ide_id	Índice de la tabla de descripción de LOGS. Clave primaria.
Ide_descripción	Descripción correspondiente al LOGS.
ENTIDAD ACCESOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla de ACCESOS.
Atributos	
Acc_id	Índice de la tabla de ACCESO. Clave primaria.
Acc_titulo	Titulo.
Acc_url	Ruta de acceso.
ENTIDAD MAPA DE ACCESO	
Descripción	Esta entidad contiene información del mapa de acceso.
Atributos	
map_id	Índice de la tabla MAPA DE ACCESO. Clave primaria.
Usu_id	Índice de la tabla de USUARIO.
Acc_id	Índice de la tabla de ACCESO.
Map_permisos	Tipo de permisos.
ENTIDAD TIPOS DE CAMPOS	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla de TIPOS DE CAMPOS.
Atributos	
Cpt_id	Índice de la tabla de TIPOS DE CAMPOS. Clave primaria.
Cpt_nombre	Nombre del tipo de campo.
Cpt_prefijo	Prefijo del tipo de campo.
Cpt_sufijo	Sufijo del tipo de campo.

Cpt_largo	Largo del tipo de campo.
Cpt_alto	Alto del tipo de campo.
Cpt_validacion	Validación del tipo de campo.
Cpt_descripcion	Descripción del tipo de campo.
ENTIDAD VALORACIONES	
Descripción	Esta entidad contiene información sobre la tabla de las VALORACIONES.
Atributos	
Vlr_id	Índice de la tabla de VALORACIONES. Clave primaria.
Met_id	Índice de la tabla de METODOLOGÍAS.
Vlr_titulo	Título.
Vlr_formulacion	Formulación.
Vlr_formato	Formato.
Vlr_orden	Orden.
Vlr_nombre	Nombre.
Vlr_campobd	Campo.
ENTIDAD GRUPOS DE VALORES	
Descripción	Esta entidad contiene información de GRUPOS DE VALORES.
Atributos	
Vgp_id	Índice de la tabla de GRUPO DE VALORES. Clave primaria.
Vgp_nombre	Nombre del grupo.
Vgp_bloqueo	Bloqueo.
Vgp_valordefecto	Valor por defecto.
ENTIDAD VALORES	
Descripción	Esta entidad contiene la información correspondiente a la tabla de VALORES.
Atributos	
Val_id	Índice de la tabla de VALORES. Clave primaria.
Vgp_id	Índice de la tabla de GRUPO DE VALORES.
Val_titulo	Título.
Val_orden	Orden.
Val_valoracion	Valoración.

c) Descripción de las Relaciones

- **Publicaciones/Medios:** una publicación pertenece a uno o varios medios.
- **Publicaciones/Documentos:** una publicación puede tener uno o varios documentos asociados.

- **Medios /Tipos de Medios:** varios medios pertenecen a un tipo de medio.
- **Campos/Metodologías:** muchos campos pertenecen a una o mas metodologías.
- **Metodologías/Tipo de Medios:** una metodología pertenece a un tipo de medio.
- **Log/Usuarios:** muchos registros o log pertenecen a un usuario.
- **Mensajes/Lenguaje:** un mensaje puede pertenecer a varios lenguajes.



[Gráfico 36] – Diagrama Entidad/Relación

3.1.2.2. Diseño de Pantallas

A continuación se describen las pantallas a utilizar en el sistema Mepim:

Patrón de Sistema

Nombre: Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación. Aplicación: **Medios Impresos (Mepim)**. Pantalla Inial.

Problema: El usuario requiere contar con una herramienta ágil que permita un acceso rápido y organizado a la información, la cual pondere y valore en forma desagregada, la información aparecida en los medios, con el fin de calificarla y cuantificarla efectivamente.

Contexto: Aplicaciones para el desarrollo de sitios Web. Sistemas abiertos.

Principal | Proyecto | Mantenimiento | Búsqueda Av. | Ayuda

msPlm - Presencia de Información
Herramienta para la Medición de Presencia de Información en Medios de Comunicación

Autenticación

Login/Password incorrecto,
o Usuario NO autorizado

Login usuario

Password ●●●●●●

Ingresar

Ayuda

Si requiere ayuda para el uso del sistema, podrá obtenerla en este enlace.

Principal | Proyecto | Mantenimiento | Búsqueda Av. | Ayuda
Ciencias-UCV Copyright © 2007 [Atnorys Poleo - David Hernández]

[Gráfico 37] – Pantalla Inicial.

Solución: Desarrollar una herramienta que permita recopilar, clasificar, ponderar y valorar información publicada en los distintos medios, para su posterior organización y análisis. El usuario ingresa su identificación y contraseña para su posterior autenticación. (Ver Gráfico 37).

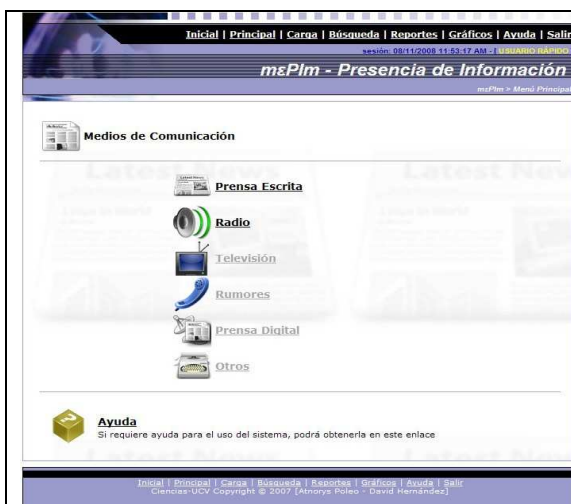
Patrón de Tarea

Nombre: Menú Principal. Medios de Comunicación.

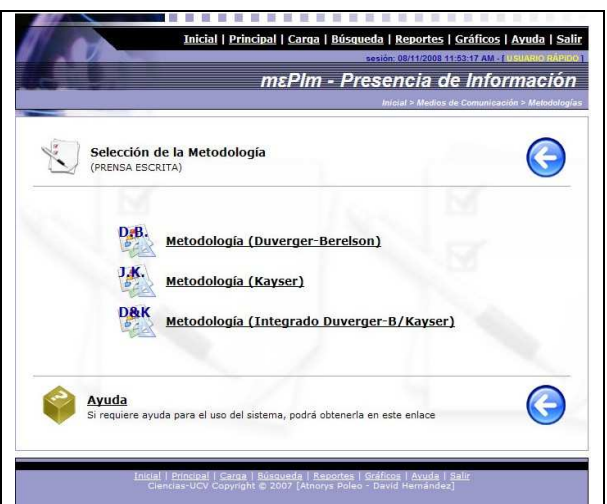
Problema: El usuario debe seleccionar el medio de comunicación a consultar, ingresar datos o valorar.

Contexto: El usuario a partir de este momento cuando aparece la pantalla principal, está dentro del sistema.

Solución: Se presenta una pantalla indicando el nombre del usuario que ingresó al sistema, mostrando las opciones que posee el menú principal, donde debe seleccionar Prensa Escrita. (Ver Gráfico 38).



[Gráfico 38] – Menú Inicial (Prensa escrita).



[Gráfico 39] – Selección de la Metodología.

Patrón de Tarea

Nombre: Selección de la Metodología.

Problema: Una vez ingresado en prensa escrita, el usuario debe seleccionar la metodología con la cual va a trabajar.

Contexto: Pantalla que muestra las distintas metodologías que están definidas en el sistema.

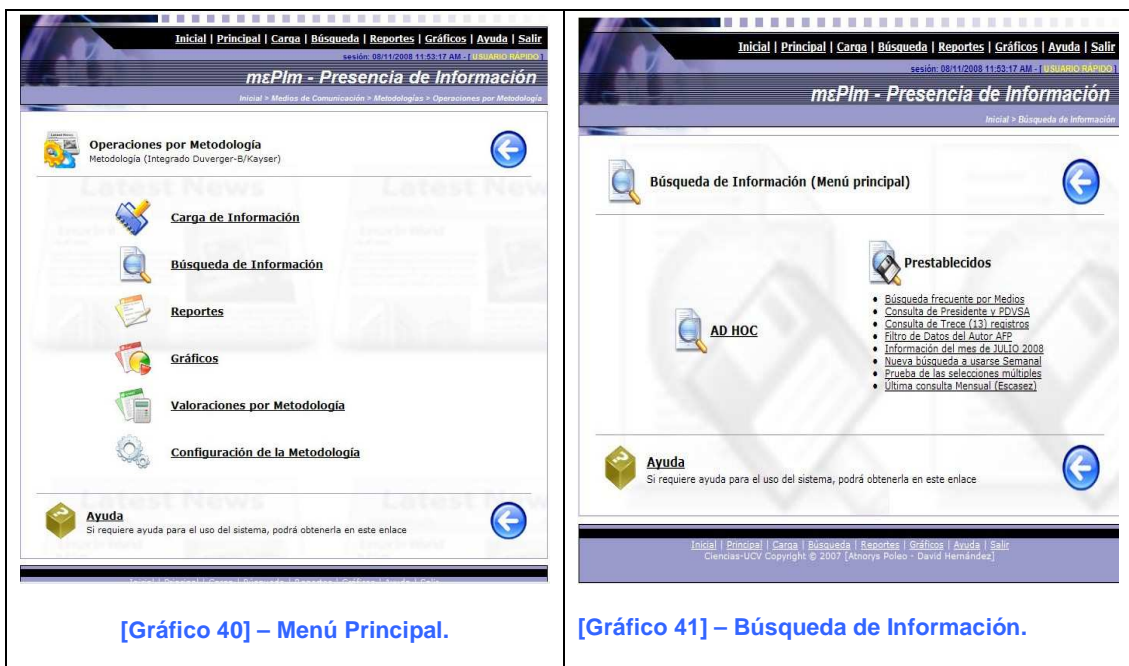
Solución: Se presenta una pantalla que permite visualizar las distintas metodologías. (Ver Gráfico 39).

Patrón de Tarea

Nombre: Menú Principal. Seleccionar opción (Carga, búsqueda, reportes, gráficos, valoración y configuración).

Problema: El usuario selecciona lo que quiere hacer.

Contexto: Pantalla que muestra las distintas opciones del Sistema mePlm.



Solución: Se presenta una pantalla con un menú para seleccionar la opción requerida. (Ver Gráfico 40).

Patón de Tarea

Nombre: Búsqueda de información.

Problema: El usuario necesita seleccionar si la búsqueda va hacer AC HOC o preestablecida.

Contexto: Pantalla que muestra las opciones a seleccionar.

Solución: Se presenta un menú para hacer la selección. (Ver Gráfico 41).

Patón de Tarea

Nombre: Seleccionar Búsqueda.

Problema: El usuario necesita seleccionar la información que desea buscar.

Contexto: Pantalla que muestra las distintas consultas asociadas a cada publicación o pieza informativa que puede buscar.

Solución: Se presenta un menú identificando con un icono que desea consultar y aparte posee la opción de limpiar. (Ver Gráfico 42).

Patón de Tarea

Nombre: Mostrar Búsqueda.

Problema: El usuario necesita marcar la información que desea mostrar.

Contexto: Pantalla que muestra las distintas consultas asociados a cada pieza informativa que puede mostrar.

Solución: Se presenta un menú identificando con un icono la información que desea mostrar y aparte posee la opción de limpiar. (Ver Gráfico 43).



Patrón de Tarea

Nombre: Búsqueda a guardar como preestablecida.

Problema: El usuario ejecuta la búsqueda y aparece el filtro de la búsqueda más los campos que desea mostrar para luego almacenar.

Contexto: Pantalla que muestra la consulta asociada al resultado de la búsqueda.

Solución: Se presenta una pantalla con la información que busco donde debe colocar el nombre para guardar la búsqueda preestablecida y aparte posee la opción de limpiar. (Ver Gráfico 44).

Mostrar Condiciones de la Búsqueda
 Mostrar Registros por Campos
 Mostrar Registros en Tabla

Filtro Activo: 7 registros.

<input type="checkbox"/> Ante Título	<input type="checkbox"/> Autor	<input type="checkbox"/> Circulación	<input type="checkbox"/> Clasificación
<input type="checkbox"/> Cms./Col.	<input checked="" type="checkbox"/> Columnas	<input type="checkbox"/> Comentarios	<input type="checkbox"/> Cuerpo
<input type="checkbox"/> Ente	<input type="checkbox"/> Entidad	<input checked="" type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Fotógrafo
<input type="checkbox"/> Impresión	<input checked="" type="checkbox"/> Infografía	<input type="checkbox"/> Infografía (alto)	<input type="checkbox"/> Infografía (ancho)
<input type="checkbox"/> Medida Horizontal (cms.)	<input type="checkbox"/> Medida Vertical (cms.)	<input type="checkbox"/> Medidas de Infografía	<input checked="" type="checkbox"/> Medio
<input type="checkbox"/> Nro. Páginas	<input type="checkbox"/> Periodicidad	<input type="checkbox"/> Presentación	<input type="checkbox"/> Página
<input type="checkbox"/> Páginas	<input type="checkbox"/> Referencia	<input type="checkbox"/> Sección	<input type="checkbox"/> SubTítulo
<input type="checkbox"/> Sumario	<input type="checkbox"/> Tema	<input type="checkbox"/> Tipo/Género	<input type="checkbox"/> Total Páginas
<input checked="" type="checkbox"/> Título	<input type="checkbox"/> Ubicación	<input type="checkbox"/> Valoración	

Título:

Fecha:

Medio:

Columnas:

Infografía:

Prestablecer como:

[Gráfico 44] – Búsqueda a guardar como preestablecida.

Patrón de Tarea

Nombre: Resultados de la Búsqueda.

Problema: El usuario verá la información ya seleccionada.

Contexto: Pantalla que muestra la información seleccionada de la búsqueda.

Solución: Se presenta un reporte resumen con la información seleccionada por campo de cada publicación, si desea más detalle puede ver los datos de la publicación y los documentos asociados a la misma. (Ver Gráfico 45).

Búsqueda de Información
Metodología (Integrado Duverger-B/Kayser)

Mostrar Condiciones de la Búsqueda
 {([Columnas] es >2) Y ([Fecha] se encuentra entre 2008-01-01 y 2008-07-24) Y ([Infografía] es igual a alguno entre {Fotografía(s) - Gráfica(s),Gráficos múltiples}) Y ([Medio] es igual a alguno entre {El Mundo,El Nacional,Últimas Noticias}) Y ([Título] es igual a {gobierno,leche,comida})

Mostrar Registros por Campos
 Mostrar Registros en Tabla

Buscar Limpia

Filtro Activo: 7 registros.

[1]	Columnas: 4	Fecha: 2008-03-06	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: Últimas Noticias	Título: Aumentan tope del subsidio para importar leche en polvo
[2]	Columnas: 4	Fecha: 2008-02-16	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: Últimas Noticias	Título: Gentío se llevó 130 toneladas de comida
[3]	Columnas: 3	Fecha: 2008-01-18	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: Últimas Noticias	Título: Pdval sólo ha vendido 7 mil toneladas de comida
[4]	Columnas: 6	Fecha: 2008-03-02	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: El Nacional	Título: Crean programa de vaso de leche escolar para afrontar la escasez
[5]	Columnas: 4	Fecha: 2008-04-20	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: Últimas Noticias	Título: Casi 17 mil kilos de comida se vendieron en dos jornadas
[6]	Columnas: 4	Fecha: 2008-04-23	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: Últimas Noticias	Título: La gente pide acuerdo entre sector privado y el Gobierno
[7]	Columnas: 4	Fecha: 2008-04-23	Infografía: Fotografía(s) - Gráfica(s)	Medio: El Nacional	Título: Seis cañicultores venderán sus fincas al gobierno

[Gráfico 45] – Resultados de la búsqueda.

Patrón de Tarea

Nombre: Carga de información.

Problema: El usuario necesita cargar la información de la publicación o pieza informativa seleccionada.

Contexto: Pantalla que muestra los datos de la pieza informativa que puede añadir.

Solución: Se presenta un formulario que permite agregar los datos de la publicación o pieza informativa. (Ver Gráfico 46).

Inicial | Principal | Carga | Búsqueda | Reportes | Gráficos | Ayuda | Salir
 sesión: 08/11/2008 11:53:17 AM - [USUARIO RÁPIDO]
m&Plm - Presencia de Información
 Inicial > Medios de Comunicación > Metodologías > Carga de Información

Carga de Información
 Metodología (Integrado Duverger-B/Kayser)

Título: SubTítulo:
 AnteTítulo: Fecha:
 Medio: *Diario de Caracas* Autor: *(Ninguno)*
 Páginas: Nro. Páginas:
 Total Páginas: Columnas:
 Medida Vertical (cms.): Medida Horizontal (cms.):
 Presentación: *Estándar* Impresión: *B/N*
 Periodicidad: *Bi-Mensual* Cuerpo: *(Vacío)*
 Sección: *(Vacío)* Ubicación: *(Vacío)*
 Circulación: *Comunal* Tipo/Género: *Aviso*
 Infografía: *Fotografía(s) - Gráfica(s)* Medidas de Infografía:
 Infografía (alto): Infografía (ancho):
 Fotógrafo: *(Ninguno)* Sumario:
 Cms./Col.: Página: *Impar*
 Entidad: *Amazonas* Clasificación: *Caracas/Economía urbana*
 Ente: *Ministerio Energía y Minas* Tema: *Convenio*
 Referencia: Comentarios:

[Gráfico 46] – Carga de información.

Patrón de Tarea

Nombre: Datos de la publicación.

Problema: El usuario verá la información asociada a una publicación o pieza informativa ya valorada.

Contexto: Pantalla que muestra el resultado de la valoración de la publicación de la metodología seleccionada.

Solución: Se presenta los datos de la publicación o pieza informativa con los documentos asociados que posee. (Ver Gráfico 47).

Principal | Proyecto | Mantenimiento | Búsqueda Av. | Ayuda
 Sesión: 26/10/2008 08:15:43 AM - [USUARIO RÁPIDO]
m&Plm - Presencia de Información
 Principal > Búsqueda de Información > Datos de Publicación

Datos de la Publicación

2008-03-04 - [El Universal]
Suministro de leche en riesgo por trabas con pago a la vista
 N/T
 N/T

Ancho/Alto: 10 x 16.5 cms.
Número de Páginas: 1
Páginas: 4
Total Páginas: 52
Columnas: 2

Autor/Redactor: [N00017] Angie Contreras C.
Tipo: Noticia
Sección: (Vacío)
Cuerpo: Cuerpo 3
Ubicación: Inferior Izquierda
Impresión: Escala de Grises
Clasificación: Economía Urbana
Presentación: Estándar
Circulación: Nacional
Periodicidad: Diaria
Fotógrafo: [N00222] N/T

Infografía: Ninguno(a)
Medidas Infografía: N/T
Alto Infografía: 0 cms.
Ancho Infografía: 0 cms.

Centimetrage: 165

VALORACIÓN: Positivo(a)

SUMARIO: Cadivi revisará cuales instituciones no cumplen con el mecanismo

Imagen que muestra a Cadivi revisará cuales instituciones no cumplen con el mecanismo

Imagen que muestra a Cadivi revisará cuales instituciones no cumplen con el mecanismo

[Gráfico 47] – Datos de la publicación.

Patrón de Tarea

Nombre: Despliegue de documentos asociados a una publicación.

Problema: El usuario verá la imagen asociada a una publicación o pieza informativa que desee consultar.

Contexto: Pantalla que muestra la imagen a consultar.

Solución: Se presenta la imagen o documento asociado a la pieza informativa o publicación. (Ver Gráfico 48).



[Gráfico 48] – Despliegue de documentos asociada a una publicación.

Patrón de Tarea

Nombre: Reportes.

Problema: El usuario indica el tipo de reporte que quiere mostrar, debe hacer una búsqueda inicial.

Contexto: Pantalla que muestra los campos donde marca las opciones para armar el reporte a mostrar.

Solución: Presenta la información filtrada y selección de los campos para mostrar en el reporte (Ver Gráfico 49).

Reportes
Metodología (Integrado Duverger-B/Kayser)

Filtro Activo: 7 registros.

Ver Consulta

Generar Informe Limpiar

Ver Informe

<input checked="" type="checkbox"/> AnteTítulo	<input type="checkbox"/> Autor	<input type="checkbox"/> Circulación	<input type="checkbox"/> Clasificación
<input checked="" type="checkbox"/> Cms./Col.	<input checked="" type="checkbox"/> Columnas	<input type="checkbox"/> Comentarios	<input type="checkbox"/> Cuerpo
<input type="checkbox"/> Ente	<input type="checkbox"/> Entidad	<input checked="" type="checkbox"/> Fecha	<input type="checkbox"/> Fotógrafo
<input type="checkbox"/> Impresión	<input type="checkbox"/> Infografía	<input type="checkbox"/> Infografía (alto)	<input type="checkbox"/> Infografía (ancho)
<input type="checkbox"/> Medida Horizontal (cms.)	<input type="checkbox"/> Medida Vertical (cms.)	<input type="checkbox"/> Medidas de Infografía	<input type="checkbox"/> Medio
<input type="checkbox"/> Nro. Páginas	<input type="checkbox"/> Periodicidad	<input type="checkbox"/> Presentación	<input type="checkbox"/> Página
<input type="checkbox"/> Páginas	<input type="checkbox"/> Referencia	<input type="checkbox"/> Sección	<input checked="" type="checkbox"/> SubTítulo
<input type="checkbox"/> Sumario	<input type="checkbox"/> Tema	<input type="checkbox"/> Tipo/Género	<input type="checkbox"/> Total Páginas
<input checked="" type="checkbox"/> Título	<input type="checkbox"/> Ubicación	<input type="checkbox"/> Valoración	

Generar Informe Limpiar

Prestablecer como: Guardar Reporte

Informe como: Guardar Informe

[Gráfico 49] – Reportes.

Patrón de Tarea**Nombre:** Informe.**Problema:** El usuario puede mostrar el informe del reporte seleccionado.**Contexto:** Pantalla que muestra la opción para generar el informe a mostrar.**Solución:** Presenta de la información filtrada los campos a mostrar en el informe (Ver Gráfico 50).

Informe

7 registros encontrados, mostrando todos los registros.

Pub_centimetrage	Pub_subtitulo	Pub_id	Pub_columnas	Pub_fecha	Pub_titulo	Pub_antetitulo	Doc_cuenta
370	N/T	41	4	2008-03-06	Aumentan tope del subsidio para importar leche en polvo	Alimentos. Para Cavilac, el gobierno esta siendo previsivo ante un eventual aumento de precio	0
220		53		2008-02-16	Gentio se llevó 130 toneladas de comida	Mercado. Más de cuatro mil personas compraron en el ingenio productos que escasean	1
285		131	3	2008-01-18	Pdval sólo ha vendido 7 mil toneladas de comida	Abastecimiento	0
362.5		148	6	2008-03-02	Crean programa de vaso de leche escolar para afrontar la escasez	Zulia Municipio fronterizo aprovecha bondades agropecuarias	
390		398	4	2008-04-20	Casi 17 mil kilos de comida se vendieron en dos jornadas	Mercado En punta de mulatos y maiquetía hubo azucar, pollo, carotas, leche en polvo y aceite	
620		426		2008-04-23	La gente pide acuerdo entre sector privado y el Gobierno	Datanálisis Desabastecimiento es la segunda preocupación despues de la inseguridad	
468		436			Seis cañicultores venderán sus fincas al gobierno	Tierras Productores se reunieron con el Inti	

Opciones de Exportación: CSV | Excel | XML | PDF | RTF

Tema
 Tipo/Género
 Total Páginas
 Ubicación
 Valoración

[Gráfico 50] – Informe.

Patrón de Tarea

Nombre: Informes / Gráficos.

Problema: El usuario indica el tipo de gráfico a graficar de acuerdo al informe previamente consultado.

Contexto: Pantalla que muestra los campos necesarios para la graficación donde tiene la opción de mostrar la data a graficar.

Solución: Agrupa la información y la muestra para ser graficada (Ver Gráfico 51).

Principal | Proyecto | Mantenimiento | Búsqueda Av. | Ayuda
sesión: 26/10/2008 08:47:34 AM - [USUARIO RÁPIDO]
msPlm - Presencia de Información
Principal > Informes/Gráficos > Gráficos Parametizables

Informes / Gráficos

AGRUPACIÓN (Eje X): Autor

MOSTRAR: (Eje Y) Cms./Col.

TIPO GRÁFICO: Gráfico de Líneas

ORIENTACIÓN: Vertical

LEYENDA: Con Leyenda

MENS. EMERGENTE: Con Tip Emergente

URL: Mostrar URL

TAMAÑO: 640 <ancho 490 <alto

ROTULACIÓN: Gráfico de Ejemplo <Título

Eje X <Tít.X Eje Y <Tít.Y

Eje X <Rót.X Eje Y <Rót.Y

Mostrar Data

Grificar Inicializar

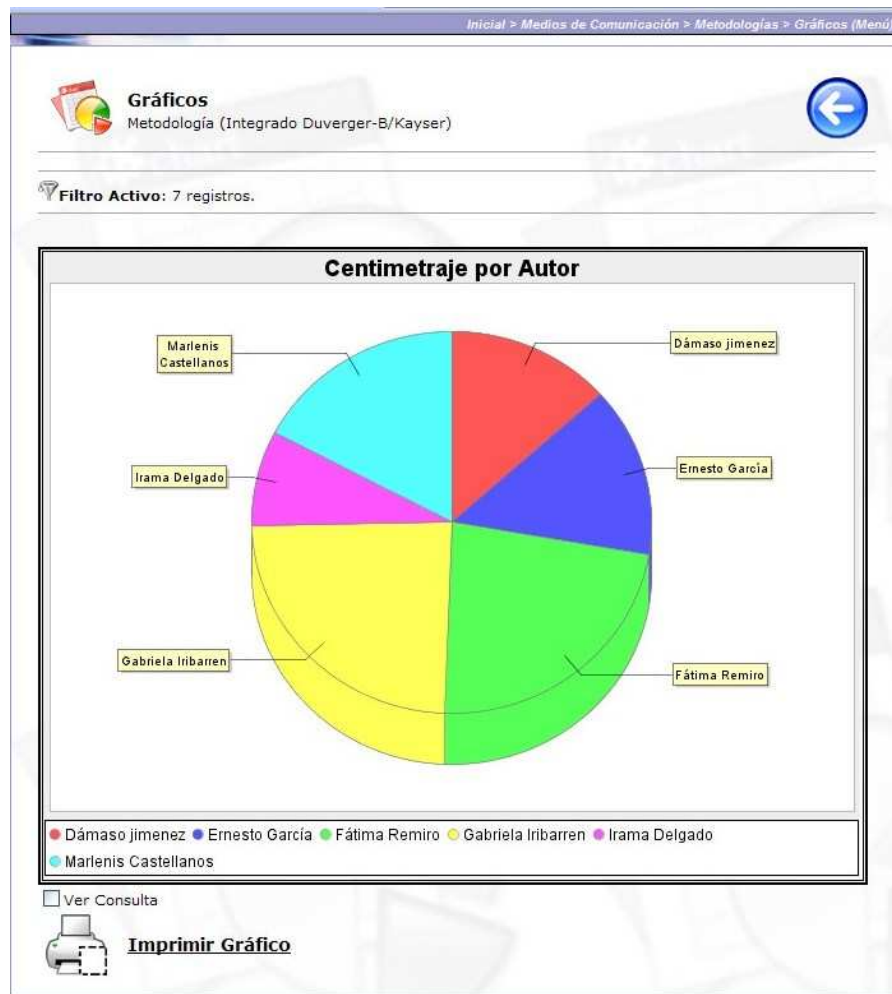
Ayuda

[Gráfico 51] – Informes / Gráficos.

Patrón de Tarea

Nombre: Gráfico 1.

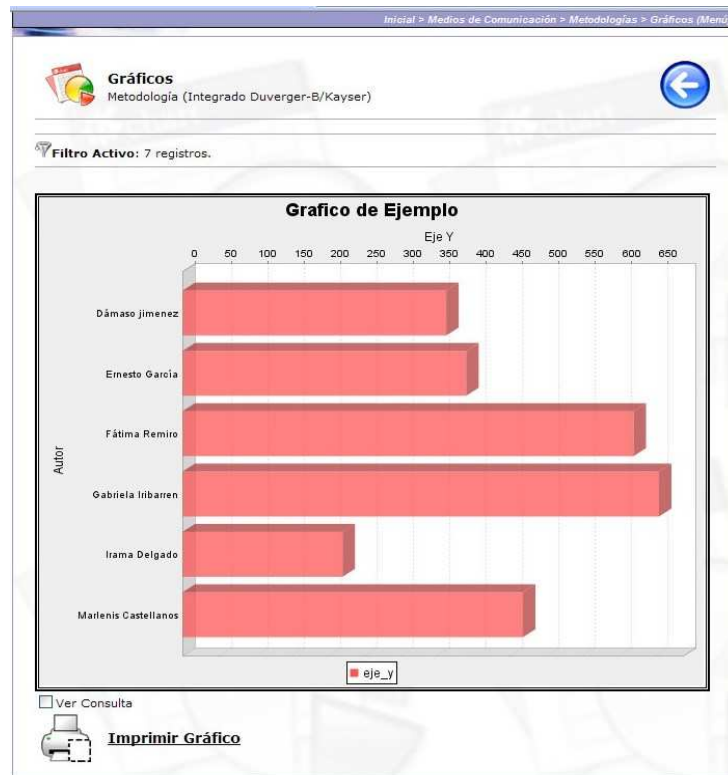
Problema: El usuario verá un gráfico asociado a los datos previamente seleccionados (Gráfico de torta).



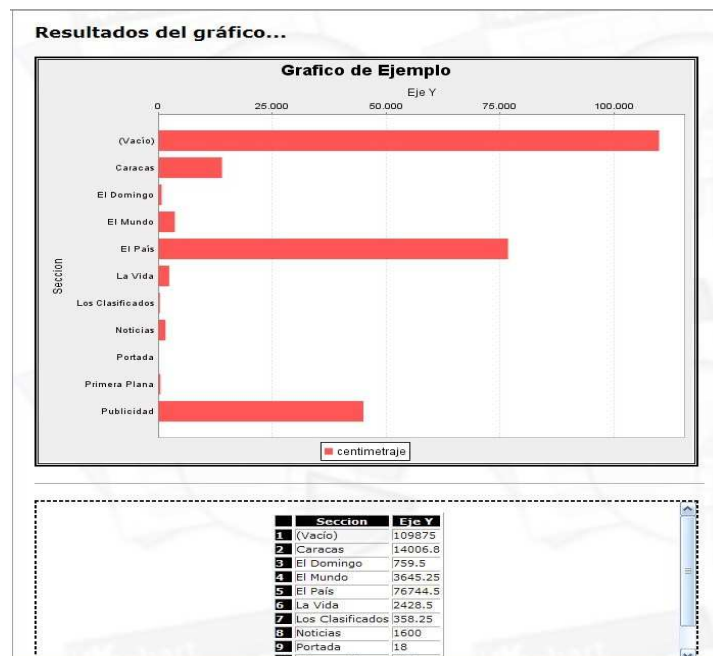
[Gráfico 52] –Gráfico 1.

Contexto: Pantalla que muestra el gráfico de torta seleccionado.

Solución: Se presenta el gráfico asociado a la información seleccionada.
(Ver Gráfico 52, 53 y 54).



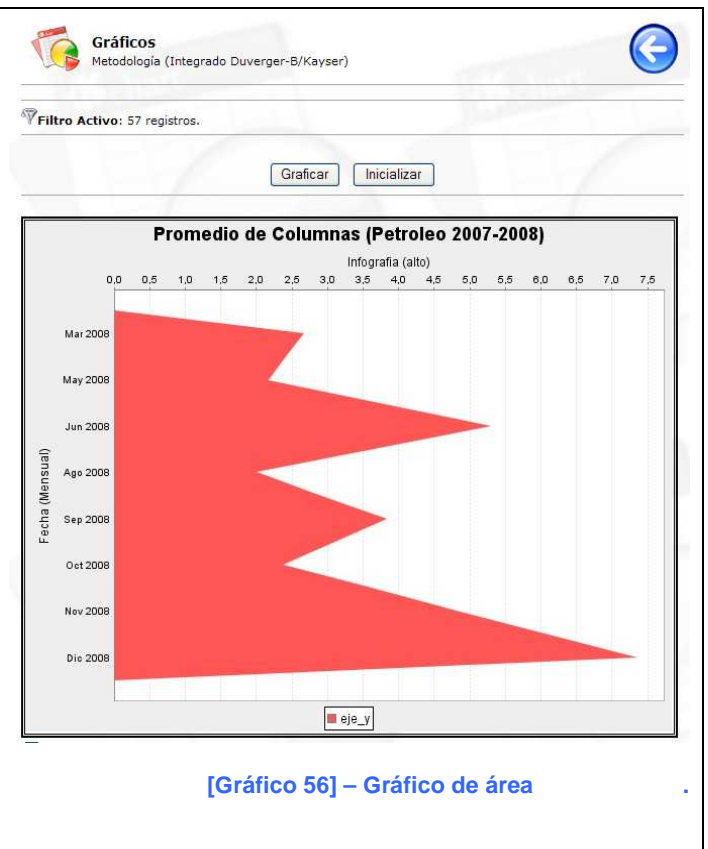
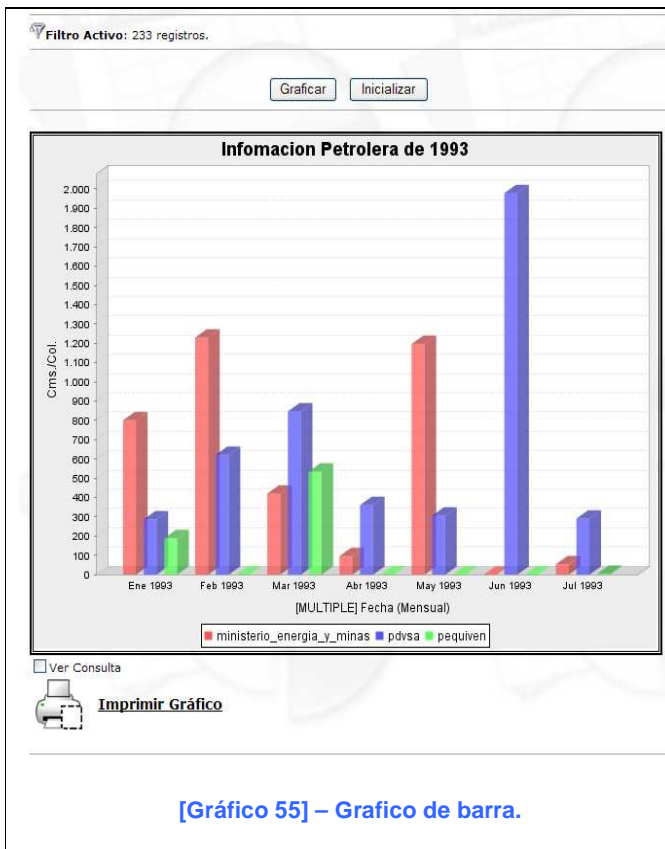
[Gráfico 53] –Gráfico.



[Gráfico 54] – Resultados del Gráfico.

Patón de Tarea

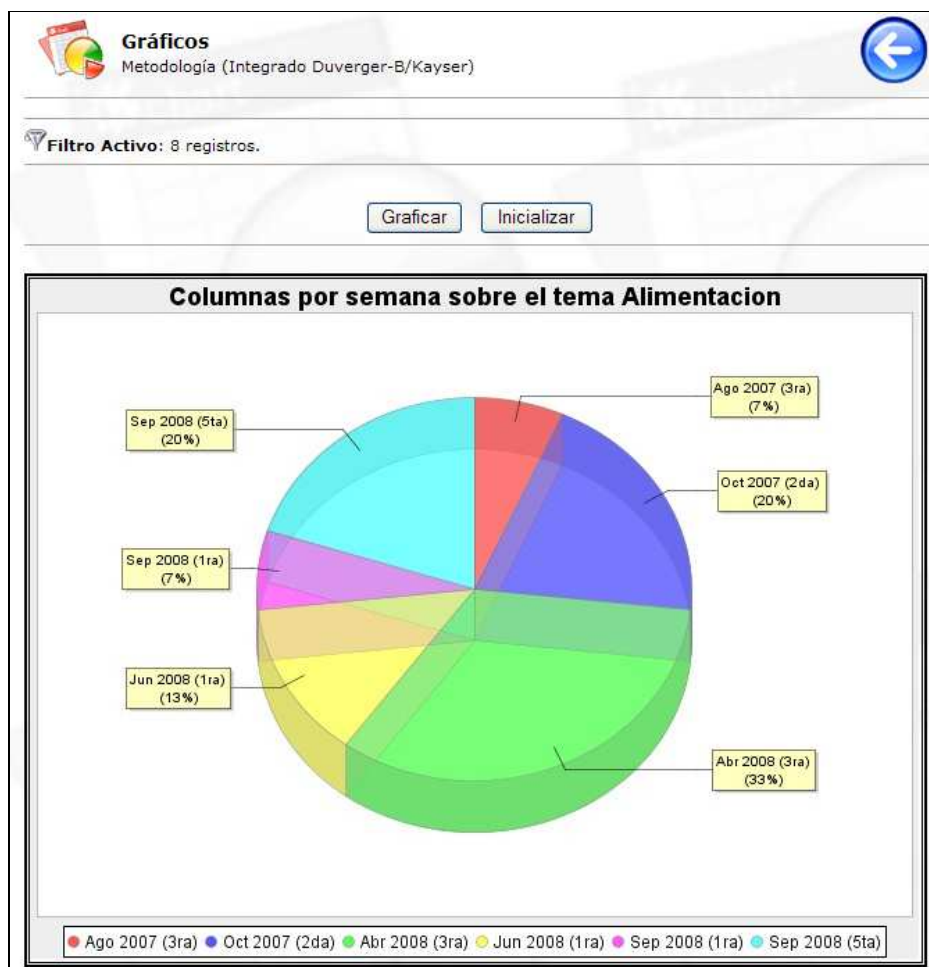
Nombre: Gráfico 55 y 56



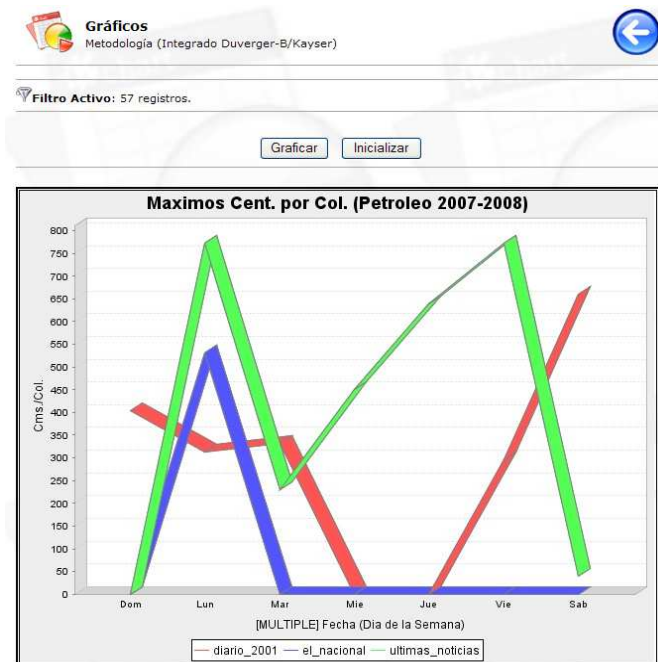
Problema: El usuario verá un gráfico asociado a los datos previamente seleccionados (Gráfico múltiple).

Contexto: Pantallas que muestran el gráfico de barra y el de área seleccionado.

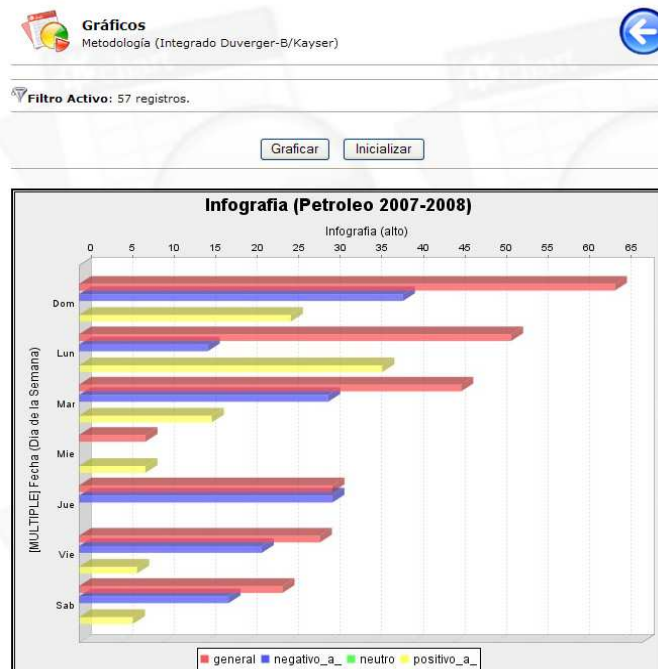
Solución: Se presenta el gráfico asociado a la información seleccionada.
(Ver Gráfico 57, 58 y 59)



[Gráfico 57] – Gráfico de torta múltiple.



[Gráfico 58] – Gráfico de línea múltiple.



[Gráfico 59] – Gráfico de barra múltiple.

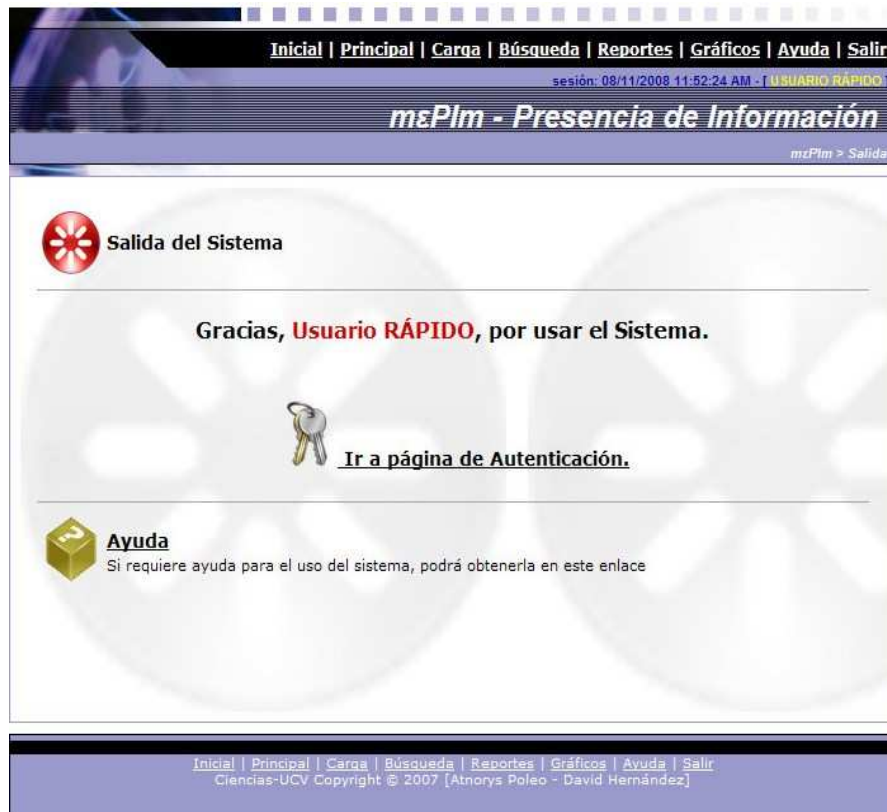
Patrón de Tarea

Nombre: Salida del sistema.

Problema: El usuario indica si desea salir del sistema en la barra superior.

Contexto: Todas las pantallas muestran la de salida del sistema (salir) en la barra superior.

Solución: Al hacer la selección muestra la pantalla dando las gracias por usar el sistema en caso de querer volver tiene la opción ir a la página de autenticación. (Ver Gráfico 60).



[Gráfico 60] – Salida del Sistema.

3.1.3. Etapa III: Construcción

Para esta etapa de construcción asociamos las actividades cuatro y cinco del ciclo de vida del desarrollo de sistemas, el desarrollo de software y prueba de los sistemas. Donde se genera el producto o Sistema de Información para la Medición y Análisis de la Presencia de Información en los Medios de Comunicación. Aplicación: Medios Impresos (Mepim). A continuación se detallará: Plataforma de Hardware y Software, Herramientas de Desarrollo e Implementación del Sistema.

3.1.3.1. Plataforma de Hardware

El Mepim será implementado en un servidor en la Web cuya consulta será pública, solo se restringirá el acceso a aquellos usuarios cuyas funciones sean de actualización de las bases de datos.

En lo referente a la plataforma de hardware se estima como básico un servidor con las siguientes características:

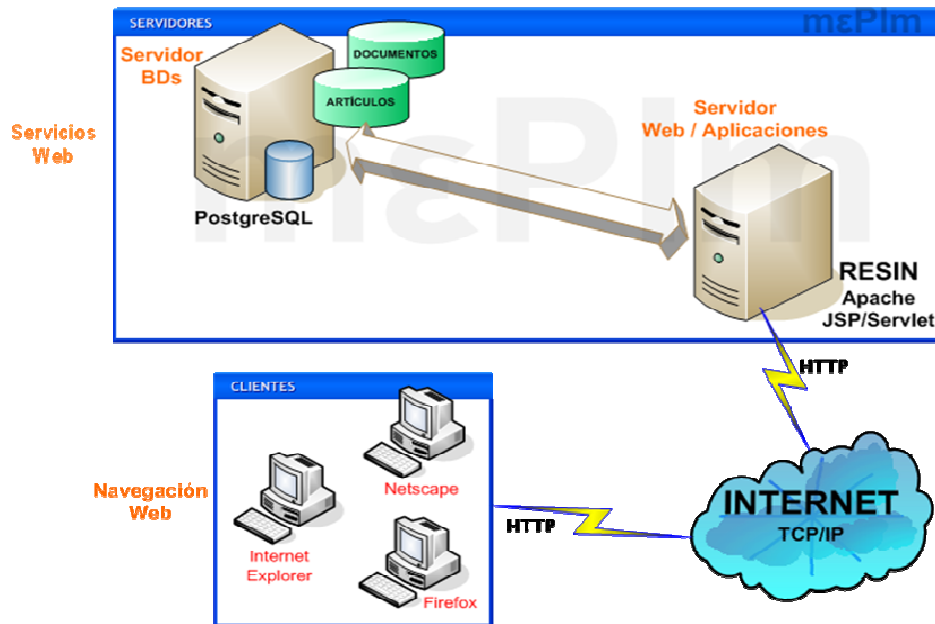
- Procesador Intel Pentium IV de 2.8 GHZ
- Memoria RAM 512 MB
- Disco duro de 80 GB.
- Unidad CD-ROM 52X (preferiblemente)
- Tarjeta de red Ethernet de 10/100 Mbps
- Sistema operativo Windows XP con Service Pack 2

Entre las funciones principales de este servidor podemos nombrar la de prestar servicio Web, almacenamiento de archivos y provisión de las bases de datos.

Mepim puede ser usado por cualquier computador provisto de un navegador o "browser" comercial y con capacidad para navegar por Internet, y que conozca el acceso a este servidor.

3.1.3.1.1. Ambiente de Trabajo (Cliente/Servidor)

A continuación se muestra el ambiente tecnológico donde va a funcionar el sistema de información para la medición y análisis de presencia de la información en los medios impresos.



[Gráfico 61]- Ambiente Tecnológico

3.1.3.2. Plataforma de Software

3.1.3.2.1 UML



UML (El Lenguaje Unificado de Modelado) “es un lenguaje que permite especificar, construir, visualizar y documentar la información que es utilizada o producida mediante un proceso de desarrollo de software de un sistema de información orientado a objeto (OO)” y describe la semántica esencial de lo que estos diagramas y símbolos significan. (Nathalie López, Jorge Migueis, Emmanuel Pichon. 1998) (Kimmel, Paul. 2006)

UML se puede usar para modelar distintos tipos de sistemas: sistemas de software, sistemas de hardware y organizaciones del mundo real. UML ofrece nueve diagramas en los cuáles modelar sistemas.

- **Diagramas de Casos de Uso** para modelar los procesos de negocio (business).
- **Diagramas de Secuencia** para modelar el paso de mensajes entre objetos.
- **Diagramas de Colaboración** para modelar interacciones entre objetos.
- **Diagramas de Estado** para modelar el comportamiento de los objetos en el sistema.
- **Diagramas de Actividad** para modelar el comportamiento de los Casos de Uso, objetos u operaciones.
- **Diagramas de Clases** para modelar la estructura estática de las clases en el sistema.
- **Diagramas de Objetos** para modelar la estructura estática de los objetos en el sistema.
- **Diagramas de Componentes** para modelar los componentes en el sistema.

- **Diagramas de Implementación** para modelar la distribución del sistema.

3.1.3.2.2. Windows



Microsoft Windows (conocido simplemente como Windows) es un sistema operativo con interfaz gráfica para computadoras personales cuyo propietario es la empresa Microsoft. Las distintas versiones de Windows, las cuales ofrecen un entorno gráfico amigable y sencillo, principalmente desde la versión Windows 95, ha convertido en Windows en el sistema operativo más utilizado en el mundo. Debido a ello la mayoría de las empresas fabricantes de hardware y software en el mundo tienden a desarrollar sus aplicaciones basadas en dicho sistema. (*Russel, Charlie, 2000*)

Windows es utilizado principalmente en computadoras personales existiendo también diferentes versiones para servidores y dispositivos móviles.

3.1.3.2.3. PostgreSQL



Durante el desarrollo de Postgres95 se hizo hincapié en identificar y entender los problemas en el código del motor de datos. Con PostgreSQL, el énfasis ha pasado a aumentar características y capacidades, aunque el trabajo continúa en todas las áreas.

Algunas de sus principales características son:

1.- Alta concurrencia

Mediante un sistema denominado MVCC (Acceso concurrente multiversión, por sus siglas en inglés) PostgreSQL permite que mientras un proceso escribe en una tabla, otros accedan a la misma tabla sin necesidad de bloqueos. Cada usuario obtiene una visión consistente de lo último a lo que se le hizo commit. Esta estrategia es superior al uso de bloqueos por tabla o por filas común en otras bases, eliminando la necesidad del uso de bloqueos explícitos.

2.- Amplia variedad de tipos nativos

PostgreSQL provee nativamente soporte para:

- Números de precisión arbitraria.
- Texto de largo ilimitado.
- Figuras geométricas (con una variedad de funciones asociadas)
- Direcciones IP (IPv4 e IPv6).
- Bloques de direcciones estilo CIDR.
- Direcciones MAC.
- Arrays.

Adicionalmente los usuarios pueden crear sus propios tipos de datos, los que pueden ser por completo indexables gracias a la infraestructura GIST de PostgreSQL. Algunos ejemplos son los tipos de datos GIS creados por el proyecto PostGIS.

3.- Otras características

- Claves ajenas también denominadas Llaves ajenas o Llaves Foráneas (*foreign keys*).
- Disparadores (*triggers*).

Un disparador o triggers se define en una acción específica basada en algo ocurrente dentro de la base de datos. En PostgreSQL esto significa la ejecución de un procedimiento almacenado basado en una determinada acción sobre una tabla específica. Ahora todos los disparadores se definen por seis características: -El nombre del trigger o disparador -El momento en que el disparador debe arrancar -El evento del disparador deberá activarse sobre... -La tabla donde el disparador se activara -La frecuencia de la ejecución -La función que podría ser llamada Entonces combinando estas seis características, PostgreSQL le permitirá crear una amplia funcionalidad a través de su sistema de activación de disparadores (triggers).

- Vistas.
- Integridad transaccional.
- Herencia de tablas.
- Tipos de datos y operaciones geométricas.

3.1.3.2.4. JAVA



La tecnología Java se creó como una herramienta de programación en una pequeña operación secreta y anónima denominada "the Green Project" en Sun Microsystems en el año 1991. (Aprenda Java)

Su versatilidad y eficiencia, la portabilidad de su plataforma y la seguridad que aporta, la han convertido en la tecnología ideal para su aplicación a redes, de manera que hoy en día, más de 2.500 millones de dispositivos utilizan la tecnología Java.

Características propias:**Lenguaje simple**

Java posee una curva de aprendizaje muy rápida. Resulta relativamente sencillo escribir applets interesantes desde el principio. Todos aquellos familiarizados con C++ encontrarán que Java es más sencillo, ya que se han eliminado ciertas características, como los punteros. Debido a su semejanza con C y C++, y dado que la mayoría de la gente los conoce aunque sea de forma elemental, resulta muy fácil aprender Java. Los programadores experimentados en C++ pueden migrar muy rápidamente a Java y ser productivos en poco tiempo.

Orientado a objetos

Java fue diseñado como un lenguaje orientado a objetos desde el principio. Los objetos agrupan en estructuras encapsuladas tanto sus datos como los métodos (o funciones) que manipulan esos datos. La tendencia del futuro, a la que Java se suma, apunta hacia la programación orientada a objetos, especialmente en entornos cada vez más complejos y basados en red.

Distribuido

Java proporciona una colección de clases para su uso en aplicaciones de red, que permiten abrir sockets y establecer y aceptar conexiones con servidores o clientes remotos, facilitando así la creación de aplicaciones distribuidas.

Interpretado y compilado a la vez

Java es compilado, en la medida en que su código fuente se transforma en una especie de código máquina, los bytecodes, semejantes a las instrucciones de ensamblador.

Por otra parte, es interpretado, ya que los bytecodes se pueden ejecutar directamente sobre cualquier máquina a la cual se hayan portado el intérprete y el sistema de ejecución en tiempo real (run-time).

Robusto

Java fue diseñado para crear software altamente fiable. Para ello proporciona numerosas comprobaciones en compilación y en tiempo de ejecución. Sus características de memoria liberan a los programadores de una familia entera de errores (la aritmética de punteros), ya que se ha prescindido por completo los punteros, y la recolección de basura elimina la necesidad de liberación explícita de memoria.

Seguro

Dada la naturaleza distribuida de Java, donde las applets se bajan desde cualquier punto de la Red, la seguridad se impuso como una necesidad de vital importancia. A nadie le gustaría ejecutar en su ordenador programas con acceso total a su sistema, procedentes de fuentes desconocidas. Así que se implementaron barreras de seguridad en el lenguaje y en el sistema de ejecución en tiempo real.

Indiferente a la arquitectura

Java está diseñado para soportar aplicaciones que serán ejecutadas en los más variados entornos de red, desde Unix a Windows Nt, pasando por Mac y estaciones de trabajo, sobre arquitecturas distintas y con sistemas operativos diversos. Para acomodar requisitos de ejecución tan variados, el compilador de Java genera bytecodes: un formato intermedio indiferente a la arquitectura diseñada para transportar el código eficientemente a múltiples plataformas hardware y software. El resto de problemas los soluciona el intérprete de Java.

Portable

La indiferencia a la arquitectura representa sólo una parte de su portabilidad. Además, Java especifica los tamaños de sus tipos de datos básicos y el comportamiento de sus operadores aritméticos, de manera que los programas son iguales en todas las plataformas.

Estas dos últimas características se conocen como la Máquina Virtual Java (JVM).

Alto rendimiento - Multihilos

Hoy en día ya se ven como terriblemente limitadas las aplicaciones que sólo pueden ejecutar una acción a la vez. Java soporta sincronización de múltiples hilos de ejecución (multithreading) a nivel de lenguaje, especialmente útiles en la creación de aplicaciones de red distribuidas. Así, mientras un hilo se encarga de la comunicación, otro puede interactuar con el usuario mientras otro presenta una animación en pantalla y otro realiza cálculos.

Dinámico

El lenguaje Java y su sistema de ejecución en tiempo real son dinámicos en la fase de enlazado. Las clases sólo se enlazan a medida que son necesitadas. Se pueden enlazar nuevos módulos de código bajo demanda, procedente de fuentes muy variadas, incluso desde la Red.

3.1.3.2.5 APACHE



Apache es el servidor Web hecho por excelencia, su configurabilidad, robustez y estabilidad hacen que cada vez millones de servidores reiteren su confianza en este programa. (Documentación del Servidor)

Apache es una muestra, al igual que el sistema operativo Linux (un Unix desarrollado inicialmente para PC), de que el trabajo voluntario y cooperativo dentro de Internet es capaz de producir aplicaciones de calidad profesional difíciles de igualar.

La licencia Apache es una descendiente de la licencias BSD, no es GPL (Licencia Pública General). Esta licencia te permite hacer lo que quieras con el código fuente (incluso forks y productos propietarios) siempre que les reconozcas su trabajo.

La popularidad de este software libre grandemente reconocido en muchos ámbitos empresariales y tecnológicos, aquí algunas razones:

- Corre en una multitud de Sistemas Operativos, lo que lo hace prácticamente universal.
- Apache es una tecnología gratuita de código fuente abierto.
- Apache es un servidor altamente configurable de diseño modular.
- Apache trabaja con gran cantidad de Perl, PHP y otros lenguajes de script.
- Apache permite personalizar la respuesta ante los posibles errores que se puedan dar en el servidor.
- Tiene una alta configurabilidad en la creación y gestión de logs. (Una introducción a Apache/)

3.1.3.2.6. CAUCHO RESIN



Resin, de Caucho Technologies, es un motor especialmente enfocado al servicio de páginas XML, con una licencia libre para desarrolladores. Dice ser bastante rápido. Incluye soporte para Javascript además de Java. Incluye también un lenguaje de templates llamado XTP. Es bastante fácil de instalar,

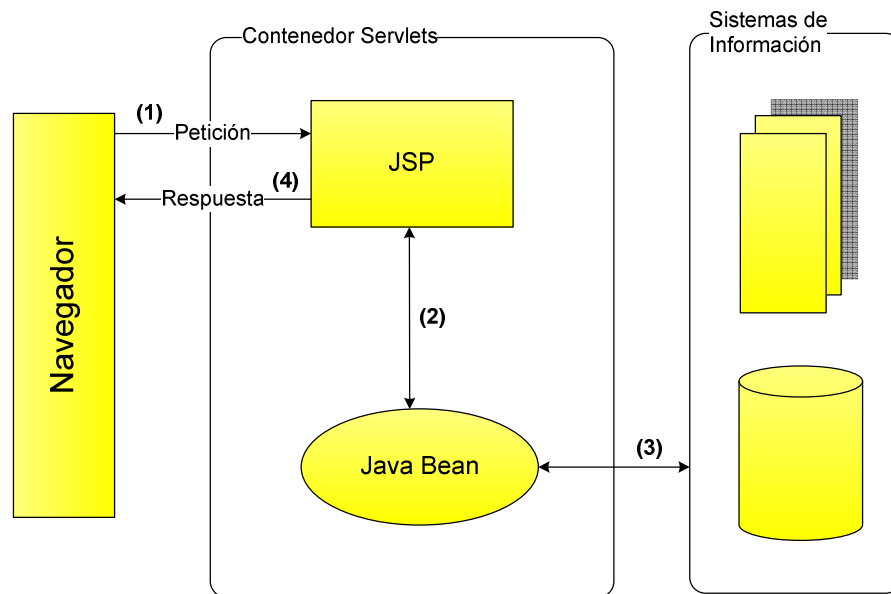
y en dos minutos, se pueden empezar a servir páginas JSP. (Sitio web de Caucho)

3.1.3.2.7. JSP

Es un método de creación de páginas web dinámicas en el servidor usando el lenguaje Java. En ese sentido es similar a otros métodos o lenguajes tales como el PHP, los CGIs (common gateway interface), programas que generan páginas web en el servidor, o los ASP (Active Server Pages), un método específico de Microsoft. Sin embargo, se diferencian de ellos en otras cosas. (Manual de JSP)

Para empezar, los JSPs se ejecutan en una máquina virtual Java, lo cual permite que, en principio, se puedan usar en cualquier tipo de ordenador, siempre que exista una máquina virtual Java para él. Cada servlet (o JSP, a partir de ahora lo usaremos de forma indistinta) se ejecuta en su propia hebra, es decir, en su propio contexto; pero no se comienza a ejecutar cada vez que recibe una petición, sino que persiste de una petición a la siguiente, de forma que no se pierde tiempo en invocarlo (cargar programa + intérprete). Su persistencia le permite también hacer una serie de cosas de forma más eficiente: conexión a bases de datos y manejo de sesiones, por ejemplo.

Los JSPs son en realidad servlets: un JSP se compila a un programa en Java la primera vez que se invoca, y del programa en Java se crea una clase que se empieza a ejecutar en el servidor como un servlet. La principal diferencia entre los servlets y los JSPs es el enfoque de la programación: un JSP es una página Web con etiquetas especiales y código Java incrustado, mientras que un servlet es un programa que recibe peticiones y genera a partir de ellas una página web.



[Gráfico 62] – Diagrama de ejecución de JSP

Ambos necesitan un programa que los contenga, y sea el que envíe efectivamente páginas web al servidor, y reciba las peticiones, las distribuya entre los servlets, y lleve a cabo todas las tareas de gestión propias de un servidor web. Mientras que servidores como el Apache están especialmente pensados para páginas web estáticas CGI, y programas ejecutados por el servidor, tales como el PHP, hay otros servidores específicos para servlets y JSPs llamados contenedores de servlets (servlet containers) o servlet engines.

La principal ventaja de JSP frente a otros lenguajes es que el lenguaje Java es un lenguaje de propósito general que excede el mundo Web y que es apto para crear clases que manejen lógica de negocio y acceso a datos de una manera prolija. Esto permite separar en niveles las aplicaciones Web, dejando la parte encargada de generar el documento HTML en el archivo JSP.

Otra ventaja es que JSP hereda la portabilidad de Java, y es posible ejecutar las aplicaciones en múltiples plataformas sin cambios. Es común incluso que los desarrolladores trabajen en una plataforma y que aplicación termine siendo ejecutada en otra.

3.1.3.2.8. Principios generales de usabilidad en sitios Web

El diseño de sitios Web deben seguir los siguientes principios:

1. Anticipación, el sitio Web debe anticiparse a las necesidades del usuario.

2. Autonomía, los usuarios deben tener el control sobre el sitio Web. Los usuarios sienten que controlan un sitio Web si conocen su situación en un entorno abarcable y no infinito.

3. Los colores han de utilizarse con precaución para no dificultar el acceso a los usuarios con problemas de distinción de colores (aprox. un 15% del total).

4. Consistencia, las aplicaciones deben ser consistentes con las expectativas de los usuarios, es decir, con su aprendizaje previo.

5. Eficiencia del usuario, los sitios Web se deben centrar en la productividad del usuario, no en la del propio sitio Web. Por ejemplo, en ocasiones tareas con mayor número de pasos son más rápidas de realizar para una persona que otras tareas con menos pasos, pero más complejas.

6. Reversibilidad, un sitio Web ha de permitir deshacer las acciones realizadas.

7. Ley de Fitts, que indica que el tiempo para alcanzar un objetivo con el ratón está en función de la distancia y el tamaño del objetivo. A menor distancia y mayor tamaño más facilidad para usar un mecanismo de interacción.

8. Reducción del tiempo de latencia. Hace posible optimizar el tiempo de espera del usuario, permitiendo la realización de otras tareas mientras se completa la previa e informando al usuario del tiempo pendiente para la finalización de la tarea.

9. Aprendizaje, los sitios Web deben requerir un mínimo proceso de aprendizaje y deben poder ser utilizados desde el primer momento.

10. El uso adecuado de metáforas facilita el aprendizaje de un sitio Web, pero un uso inadecuado de estas puede dificultar enormemente el aprendizaje.

11. La protección del trabajo de los usuarios es prioritario, se debe asegurar que los usuarios nunca pierden su trabajo como consecuencia de un error.

12. Legibilidad, el color de los textos debe contrastar con el del fondo, y el tamaño de fuente debe ser suficientemente grande.

13. Seguimiento de las acciones del usuario. Conociendo y almacenando información sobre su comportamiento previo se ha de permitir al usuario realizar operaciones frecuentes de manera más rápida.

14. Interfaz visible. Se deben evitar elementos invisibles de navegación que han de ser inferidos por los usuarios, menús desplegados, indicaciones ocultas, etc.

(Tognazinni, B. First Principles. 1998 y Nielsen, J. Ten Usability Heuristics. 1993)

Otros principios para el diseño de sitios Web son:

a) Los usuarios deben ser capaces de alcanzar sus objetivos con un mínimo esfuerzo y unos resultados máximos.

b) Un sitio Web no ha de tratar al usuario de manera hostil. Cuando el usuario comete un error el sistema ha de solucionar el problema, o en su

defecto sugerir varias soluciones posibles, pero no emitir respuestas que meramente informen del error culpando al usuario.

c) En ningún caso un sitio Web puede venirse abajo o producir un resultado inesperado. Por ejemplo no deben existir enlaces rotos.

d) Un sitio Web debe ajustarse a los usuarios. La libertad en el uso de un sitio Web es un término peligroso, cuanto mayor sea el número de acciones que un usuario pueda realizar, mayor es la probabilidad que cometa un error. Limitando el número de acciones al público objetivo se facilita el uso de un sitio Web.

e) Los usuarios no deben sufrir sobrecarga de información. Cuando un usuario visita un sitio Web y no sabe donde comenzar a leer, existe sobrecarga de información.

f) Un sitio Web debe ser consistente en todos los pasos del proceso. Aunque pueda parecer apropiado que diferentes áreas tengan diseños diferentes, la consistencia entre los diseños facilita al usuario el uso de un sitio.

g) Un sitio Web debe proveer de un feedback a los usuarios, de manera que éstos siempre conozcan y comprendan lo que sucede en todos los pasos del proceso.

3.1.4. Implementación del Sistema

En resumen las acciones llevadas a cabo para implementar exitosamente Mepim son las siguientes:

- Levantamiento y análisis de información, en esta acción se escogió el tema de la alimentación, para ello se tomo el medio impreso últimas noticias, y/o el nacional o el universal de los meses marzo y

abril; y como producto de la diversidad de información, se analizan los requerimientos de los usuarios y los procesos a realizar.

- Estudio y análisis de las metodologías para los medios impresos como son el análisis morfológico que emplea Jacques Kayser, siendo este un modelo clásico y para el análisis de contenido tomamos a M. Duverger y B. Berelson.
- Revisión y estudio de los sistemas de páginas Web dinámicas, teorías referentes a bases de datos relacionales y sistemas abiertos.
- Construcción de la base de datos en PostgreSQL. Ver Anexo C donde se describen los distintos scripts utilizados.
- Estructuración de la aplicación Web, usando las distintas herramientas de software como son el JavaScript y el JSP/Servlets, entre otros.
- Control para el acceso y manipulación de la información contenida en la base de datos, dentro de la aplicación en varios niveles. Como son consulta y administración de la información, con sus respectivas validaciones o puntos de control, de esta forma se garantiza la debida autenticación del usuario. El administrador es el encargado de realizar la función de creación y mantenimiento de los perfiles de usuarios.
- Realización de la aplicación Mepim según los lineamientos del usuario.

3.1.5. Resultados y pruebas

Una vez elaborado el sistema Mepim procedemos a verificar y validar la aplicación construida, para ello se emplea el sistema de manera

experimental para asegurarse que no tenga fallas, es decir que funcione de acuerdo con las especificaciones y en la forma en que los usuarios esperan que lo haga. A continuación se describen algunas de las pruebas realizadas a la aplicación (Mepim) construida:

- Control de acceso a las distintas pantallas del sistema, validando el correcto funcionamiento de las mismas, como son el ingreso, modificación, eliminación de datos con su respectiva validación.
- Correcto funcionamiento de las interfases para comprobar la relación del análisis y diseño con la implementación.
- Verificación de la conexión de las pantallas con la base de dato para garantizar la integridad de la información.
- Navegación sencilla e intuitiva en la aplicación siendo amigable y fácil de utilizar.
- Formato común en todas las pantallas o menús.
- Garantizar la carga, la clasificación, la valoración de acuerdo a las metodologías y las respectivas búsquedas de información; para luego proceder a elaborar los reportes o gráficos requeridos. Los cuales a su vez los pueden guardar como preestablecidos.

IV. CONCLUSIÓN

El registro digital, la medición, la valoración del contenido y su análisis, a través de la herramienta, brinda la oportunidad de comprender la información publicada en los medios, en lo que respecta a:

- Medición del entorno
- Análisis de contenido
- Estudio morfológico
- Cuantificación de la tendencia
- Proyección en los medios
- Desagregación de la presencia por temas, género, categoría, otros.
- Observación de un suceso o hecho específico.

Para contribuir en la toma de decisiones oportunas en las organizaciones, en especial en el plano competitivo exigido en las sociedades globales.

CONCLUSIÓN

--

VI. BIBLIOGRAFÍAS

Jacques Kayser. 1963. El periódico: Estudios de morfología, de metodología y de prensa.

Marta Rizo García. 2004. El Camino hacia la “Nueva Comunicación”. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. Número 40. Universidad de la Ciudad de México, México DF, México. www.cem.itesm.mx

Andrés Cañizales. 1991. Los Medios de Comunicación Social. Centro Gumilla.

Francisco A. Pellegrino, Andrés Cañizales y Jesús María Aguirre. Fundación. 1999. Los Medios de Comunicación Social en Venezuela # 26. Centro Gumilla

Carlota Bustelo Ruesta, Raquel Amarilla Iglesias. Gestión del Conocimiento y Gestión de la Información. INFORAREA S.L. En : Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, año VIII, n. 34 (marzo 2001); 226-230

Nathalie López, Jorge Migueis, Emmanuel Pichon. EYROLLES. 1998. ISBN 84-8088-270-0. Integrar UML en los proyectos.

Kimmel, Paul. 2006. Manual de UML. Ed. Mexico.

James A. Senn. Análisis y Diseño de Sistemas de Información, 2da Edición, McGraw Hill, 1998.

Roger S. Presuman. Ingeniería del Software. Un enfoque práctico, 5ta edición, McGraw Hill, 2002.

Russel, Charlie. 2000. Guía completa de Microsoft. Windows 2000 server. Ed. Madrid. Osborne McGraw – Hill.

John C. Worsley and Joshua D. Drake. 2002. First Edition January O'Reilly. ISBN 1-56592-846-6. Practical PostgreSQL.

W. Schramm, Ed. Roble. 1972. La ciencia de la comunicación humana.

Bernard, Berelson, 1952. Analysis in Communication Research. Hafner Press. New York.

Maurice, Duverger (1962), Métodos de las ciencias sociales, Ariel, Barcelona, p.

Humberto Eco. Gedisa Editorial. 2000. Cómo se hace una tesis.

Manual de Trabajos de grado de especialización y Maestría y Tesis Doctorales. 4ta. Edición. 2006. UPEL. FEDUPEL.

Tognazinni, B.1999. First Principles. Asktog.com

Nielsen, J. 2000. Ten Usability Heuristics. Useit.com

(**Diccionario de la lengua española** - vigésima segunda edición)

Consultado: 10/11/2007 5:00pm. <http://buscon.rae.es/drae/>

(**Del teléfono al satélite. 1999-2000**) Consultado: 05/09/2007 9:30am

<http://www.henciclopedia.org/autores/Laguiadelmundo/tel%E9fonosat%E9lite.htm>

(**¿Por qué usar software libre?**) Consultado: 05/09/2007 9:50am

http://www.micorp.com.ve/descargas/files/Software_LibreV2.pdf

(**Diferencia entre Comunicación e Información. 2002**) Consultado:

01/06/2007 1:20pm

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm>

(**Secciones de un Periódico. 2001**) Consultado: 02/06/2007 2:00pm

<http://www.uclm.es/profesorado/Ricardo/Prensa/Musica2001/SECCIONES%20DE%20UN%20PERI%C3%93DICO.html>

(**Aprenda Java. 2000**) Consultado: 02/06/2007 2:30pm

<http://www.tecnun.es/asignaturas/Informat1/ayudainf/aprendainf/Java/Java2.pdf>

(Documentación del Servidor HTTP Apache 2.0) Consultado: 02/06/2007
9:30pm <http://httpd.apache.org/docs/2.0/es/>

(Tognazinni, B. First Principles. 1998) Consultado: 22/12/2007 3:40pm
<http://www.asktog.com/>

(Nielsen, J. Ten Usability Heuristics. 1993) Consultado: 22/12/2007
3:00pm
<http://www.useit.com/>

VII. BIOGRAFÍAS

JACQUES KAYSER

Nacido en París, estudió derecho y letras en la Sorbona. En su juventud, ejerció el periodismo, llegando a redactor jefe de La République. Militante del Partido Radical Socialista, del que fue su secretario general. Consejero de la Embajada francesa en Londres (1943-1944). Defensor de la libertad de expresión en los medios, participó activamente en los foros internacionales (ONU, UNESCO, etc.). Profesor del Centre de Formation de Journalistes de París (1948-1950) Director adjunto del Instituto Francés de Prensa, adjunto a la Universidad de París (1955-1961). Director de investigaciones para la UNESCO en materia de comunicación (1956-1961). Profesor del Instituto para el Estudio del Desarrollo Económico y Social (IEDES). Promotor y secretario general de la Asociación Internacional de Estudios e Investigación sobre Información (AIEREI).

El trabajo de Kayser adquirió una gran relevancia en el sur de Europa y en algunas naciones de América Latina, por cuanto planteó una metodología de análisis de la identidad de los diarios impresos. Su tipología, su estructura noticiosa, los valores de agenda, el peso de los elementos tipográficos y gráficos, etc. En su labor de acercamiento a la realidad de la prensa, no sólo se fijó en la forma como estructura expresiva de comunicación, sino que trató de distinguir los diferentes géneros periodísticos y sus funciones. Asimismo, sus trabajos de investigación buscan definir ciertas bases estadísticas destinadas a medir el periódico como producto cultural, en términos tan diferentes como la difusión, el precio de los ejemplares, el volumen de la información y de la publicidad, los procesos de concentración, etc., en una época en la que en Europa aún no se habían desarrollado significativamente este tipo de estudios.

Entre sus libros: *Una semaine dans le monde. Étude comparée de 17 grands quotidiens pendant 7 jours*, UNESCO, París, 1953; *Mort d'une liberté*, Plon, París, 1955; *La presse de province sous la Troisième République* (dir.), Armand Colin, París, 1958; *Le quotidien français*, Armand Colin, París, 1963. En lengua española: *El periódico. Estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada*, Ciespal, Quito, 1961; *El diario francés*, ATE, Barcelona, 1974.

WILBUR LANG SCHRAMM

Nació en Marietta, Ohio (Estados Unidos), en el seno de una familia de músicos de origen alemán, que le educó en el Conservatorio de Nueva Inglaterra. Estudió en la Universidad de Harvard y se doctoró en literatura americana en la Universidad de Iowa (1932), centro en el que comenzó como docente en 1934 y llegó a dirigir la Escuela de Periodismo (1943-1947). Director del Instituto de Investigación en Comunicación de la Universidad de Illinois (1947-1995) y decano de los estudios de Comunicación (1950-1955). En 1955 se traslada a la Universidad de Stanford donde dirige el Institute for Communication Research hasta 1973, año en el que es nombrado profesor emérito. Con posterioridad, dirigió el Instituto de Comunicación de la Universidad de Hawai en Honolulu. Falleció en 1987.

Junto con Everett Rogers y Daniel Lerner, Schramm es uno de los teóricos norteamericanos que estudiaron el problema de la comunicación al servicio del desarrollo, ejerciendo una influencia significativa en los foros de la UNESCO y en el discurso de las doctrinas de la comunicación para el desarrollo surgidas en América Latina.

Asimismo, con Frederick S. Siebert (1901-1982) y Theodore Peterson (1918-), publicó en 1956 un libro de amplio eco académico -*Four Theories of the Press*-, en el que se relacionan sistemas políticos con sistemas de

medios y se plantean cuatro modelos de prensa: el autoritario, el liberal, el comunista-soviético y el de responsabilidad social.

Escribió más de 20 títulos, entre los que destacan: *Mass Communication (1949)*, *Process and Effects of Mass Communication (1954)*, *Television in the Lives of Our Children (1961)*, *Mass Media and National Development (1964)* y *The Story of Human Communications: Cave Painting to the Microchip (1987)*.

MAURICE DUVERGER

(Angulema, 1917) Sociólogo y politicólogo francés. Profesor desde 1955 en la Sorbona, director de la división de ciencia política de la universidad de París-I hasta 1975 y director, junto con G. Duby y E. Leroy-Ladurie, del centro de análisis comparativos de los sistemas políticos. Ha prolongado su labor docente con una abundante producción escrita dedicada al estudio sociológico de los fenómenos políticos: *Les partis politiques (1951)*, *De la dictature (1961)*, *Introduction à la politique (1964)*, *Méthodes de Sciences sociales (1961)*, *De Fanus: les deux faces de l'Occident (1972)*, que es un análisis de la crisis de las sociedades industriales occidentales, y *L'autre côté des choses (1977)*, autobiográfica. Entre sus últimos títulos cabe citar *La liebre liberal y la tortuga europea (1992)*, *Europa de los hombres (1995)*, *Métodos de las ciencias sociales (1996)* e *Introducción a la política (1997)*.

BERNARD BERELSON

(1912-1979) Sociólogo norteamericano, n. en Sponake y m. en North Tarrytown (N.Y.), cuyas teorías supusieron una gran contribución al desarrollo de las técnicas de sociología electoral, en lo que fue un pionero.

Colaborador de Paul Lazarsfeld, se interesó especialmente por el análisis de los medios de comunicación y opinión a gran escala, y en sus consecuencias en el público, que investigó sobre todo en lo referente a ciencias políticas. Escribió, en colaboración, *The People's choice* (1944), *Voting* (1954), entre otros.

(1912-1979) Sociólogo norteamericano, n. en Sponake y m. en North Tarrytown (N.Y.), cuyas teorías supusieron una gran contribución al desarrollo de las técnicas de sociología electoral, en lo que fue un pionero. Colaborador de Paul Lazarsfeld, se interesó especialmente por el análisis de los medios de comunicación y opinión a gran escala, y en sus consecuencias en el público, que investigó sobre todo en lo referente a ciencias políticas. Escribió, en colaboración, *The People's choice* (1944), *Voting* (1954), etc.

VIII. ANEXOS

ANEXO A - Descriptores

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 27/03/2008		Nº Pág.: 88	
Antetítulo: Estadísticas. En abril se concederá los primeros resultados							
Título: "Nuevo IPC ayudará a controlar la especulación"							
Sumario: Será esencial para cuantificar el poder adquisitivo por regiones.							
Foto (9.5x8)		Positivo: Negativo:		Tamaño: (15x21) 315 cms		Tipo: Noticia	
B/N (x)	Color ()						
Ubicación: Página: 23 Sección: EL PAIS				Presentación: 3 columnas			
Contenido: Economía				Redacción: César Contreras Altuve Fotografía: Infografía BCV			

[Anexo A-64] – Descriptor noticia Últimas Noticias (ver anexo B-64)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 16/03/2008		Nº Pág.: 64	
Antetítulo: Alimentos. Más de tres mil personas aprovecharon las ofertas de pollo, leche, azúcar y otros productos de la cesta básica							
Título: "88 toneladas despachó Megamercal en Santa Lucía".							
Sumario: Hubo largas colas para adquirir los productos en la plaza Miranda de Paz Castillo							
Foto (29x16)		Positivo: Negativo:		Tamaño: (29x58) 1682cm		Tipo: Noticia	
B/N (x)	Color ()						
Ubicación: Página 26 Sección: EL PAIS				Presentación: parte inferior a 5 columnas			
Contenido: Económico				Redacción: Zaida Campos Fotografía: Franklin Suárez			

[Anexo A-51] – Descriptor noticia Últimas Noticias (ver anexo B-51)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 27/03/2008		Nº Pág.: 88	
Antetítulo: Pdval Alcaldía mayor 60 toneladas de alimentos a cielo abierto							
Título:							
Sumario:							
Foto: 25x15		Positivo: Negativo:		Tamaño: (25x15) 375cms		Tipo: Publicidad	
B/N ()	Color (x)						
Ubicación: Página: 24 Sección: PUBLICIDAD				Presentación: media página a 5 columnas			
Contenido: Propaganda				Redacción: PDVAL. Alcaldía mayor Fotografía: PDVAL. Alcaldía mayor			

[Anexo A-67] – Descriptor noticia últimas Noticias (ver anexo B-67)

Nombre del Diario: El Nacional		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 10/03/2008		Nº Pág.: 52		
Antetítulo: Emprendedores. La empresa produce diariamente hasta 380000 tequeños.								
Título: K-t-dra: pasapalos listos para servir.								
Sumario: Mulcoven comercializa más de 147 productos, entre ellos, pasteles, postres, vegetales y pizzas.								
Foto (15x12)			Positivo:		Tamaño: (30x25)		Tipo: Noticia	
B/N ()			Negativo:		150 cms			
Color (x)								
Ubicación: Página: 1 Cuerpo: Ciudadanos				Presentación: 5 columnas				
Contenido: Económico				Redacción: Verónica Romero Fotografía: Alexandra Blanco				

[Anexo A-49] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-49)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 05/03/08		Nº Pág.: 96		
Antetítulo: Almacenes. Se detectó un sobre abastecimiento de productos básicos en las zonas fronterizas								
Título: Superintendencia de Silos ha registrado 17 mil empresas								
Sumario: El objetivo es lograr una distribución justa y equitativa de los alimentos								
Foto (9.5x6.5)			Positivo:		Tamaño: (25x11) 175cm		Tipo: Noticia	
B/N (x)			Negativo:					
Color ()								
Ubicación: Página 28. Sección: EL PAÍS				Presentación: 5 columnas				
Contenido: Noticia				Redacción: Gabriela Iribarren Fotografía: Luis Vallenilla				

[Anexo A-36] – Descriptor noticia Últimas Noticias (ver anexo B-36)

Nombre del Diario: El Universal		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 04/03/08		Nº Pág.: 52		
Antetítulo:								
Título: PDVAL abre en el Tuy con carne y pollo								
Sumario:								
Foto			Positivo:		Tamaño: (5x13) 65 cms		Tipo: Noticia	
B/N ()			Negativo:					
Color ()								
Ubicación: Cuerpo 3 Página: 5				Presentación: 1 columna				
Contenido: Noticia				Redacción: PDVAL Fotografía:				

[Anexo A-33] - Descriptor artículo de El Universal (ver Anexo B-33)

Nombre del Diario: El Nacional		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 08/03/2008		Nº Pág.: 56	
Antetítulo: Mercados y Consumo. El aumento del pasaje en varias zonas del país afectó el presupuesto familiar							
Título: Salario mínimo no alcanza para comprar alimentos							
Sumario: El gasto en productos de primera necesidad, vivienda, servicios públicos, educación y salud supera los 2500 bolívares fuertes al mes, según el Cenda							
Foto (19x16.5/14x12)		Positivo: Negativo:		Tamaño: (29x36) 1044 cms		Tipo: Noticia	
B/N ()	Color (x)						
Ubicación: Página: 1 Cuerpo: Ciudadanos				Presentación: 6 columnas			
Contenido: Económico				Redacción: Katuska Hernández Fotografía: Orlando Ugueto			

[Anexo A-175] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-175)

Nombre del Diario: El Universal		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 08/03/08		Nº Pág.: 64	
Antetítulo: N/T							
Título: Minal reconoce desequilibrios por control de precios y divisas							
Sumario: Industria aspira surtir el mercado con 20,000 toneladas que están por llegar							
Foto (20x12,5)		Positivo: Negativo:		Tamaño: (21x29) 609cm		Tipo: Noticia	
B/N ()	Color (x)						
Ubicación: Cuerpo 3 Página: 4				Presentación: 4 columnas			
Contenido: Noticia				Redacción: Angie Contreras C. Fotografía: Archivo			

[Anexo A-98] – Descriptor noticia El Universal (ver Anexo B-98)

Nombre del Diario: El Nacional		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 04/03/08		Nº Pág.: 48	
Antetítulo: Conflicto. Fedecámaras advierte que se agudizará el desabastecimiento							
Título: 30% de las importaciones provienen de Colombia							
Sumario: Se comprometen 6 millardos de dólares en operaciones binacionales							
Foto (14x12,5)		Positivo: Negativo:		Tamaño: (24.5x26) 637 cms		Tipo: Noticia	
B/N ()	Color (x)						
Ubicación: Página: 6 Cuerpo: Nación				Presentación: 5 columnas			
Contenido: Noticia				Redacción: Verónica Romero Fotografía: Nelson Castro			

[Anexo A-162] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-162)

Nombre del Diario: El Nacional		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 10/03/2008		Nº Pág.: 52		
Antetítulo:								
Título:								
Sumario:								
Foto (30x47.5)			Positivo:		Tamaño: (30x47.5)		Tipo: Propaganda	
B/N (x)			Negativo:		1425 cms			
Color ()								
Ubicación: Página: 6 Cuerpo: Escenas					Presentación: 6 columnas			
Contenido: Publicidad					Redacción: Fenavi, Fotografía: Fenavi,			

[Anexo A-47] - Descriptor artículo de El Nacional (ver Anexo B-47)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 03/03/08		Nº Pág.: 76		
Antetítulo: N/T								
Título: N/T								
Sumario: N/T								
Foto ()			Positivo:		Tamaño: (12x15) 180 cm		Tipo: Aviso	
B/N (x)			Negativo:					
Color ()								
Ubicación: Página: 9 Sección: Publicidad					Presentación: 3 columnas			
Contenido: Publicidad					Redacción: Excelsor Gama Fotografía:			

[Anexo A-153] – Descriptor noticia Últimas Noticias (ver anexo B-153)

Nombre del Diario: Últimas Noticias		Área de Circulación: Nacional		Periodicidad: Diario Fecha: 05/03/08		Nº Pág.: 96		
Antetítulo: N/T								
Título: N/T								
Sumario: N/T								
Foto ()			Positivo:		Tamaño: (25x6)		Tipo: Propaganda	
B/N ()			Negativo:		210 cms			
Color ()								
Ubicación: Página: 29 Cuerpo: Nación					Presentación: 5 columnas			
Contenido: Publicidad					Redacción: Gobierno bolivariano de Venezuela Fotografía:			

[Anexo A-37] - Descriptor artículo de Ultimas Noticias (ver Anexo B-37)

ANEXO B – Artículos/Noticias de muestra



[Anexo B-49] - Artículo de muestra "K-t-dra: pasapalos listos para servir"



[Anexo B-36] - Artículo de muestra "Superintendencia de Silos ha registrado 17 mil empresas"



[Anexo B-33] - Artículo de muestra "Pdval abre en el Tuy con carne y pollo"

ESTADÍSTICAS | EN ABRIL SE CONOCERÁN LOS PRIMEROS RESULTADOS

Nuevo IPC ayudará a controlar la especulación

Será esencial para cuantificar el poder adquisitivo por regiones

CÉSAR CONTRERAS ALTIVE
 Caracas. El Índice Nacional de Precios al Consumidor (Inpc), cuyos primeros resultados correspondientes a enero, febrero y marzo de este año serán publicados el 7 de abril próximo por el Banco Central de Venezuela (BCV) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), le permitirá al Ejecutivo diseñar medidas para controlar la especulación, afirmó Elías Esjuri, presidente del INE.

Además de "reflejar con mayor fidelidad la evolución de los precios en todo el país", le facilitará a las empresas privadas contar "con mayores elementos para diseñar estrategias mercadotécnicas más afinadas en materia de producción, precios, distribución y promoción", explicó Luis Armando Rodríguez, gerente de Estadísticas Económicas del BCV. Posibilitará observar el cumplimiento o no de los controles de precios por regiones, será "esencial para la cuantificación del poder adquisitivo" por regiones, permitirá la comparación de precios entre regiones y obtener indicadores de abastecimiento, ayudará a fortalecer las estadísticas regionales y a diseñar políticas económicas y sociales, puesto que se obtendrá un Índice de Precios al Consumidor (IPC) para cada una de las 10 ciudades más importantes.

Hasta diciembre de 2007, sólo Caracas y Maracaibo tenían IPC. El Inpc anexa a Barquisimeto, Maracay, Barcelona-Puerto La Cruz, Ciudad Guayana, Maturín, Mérida, San Cristóbal y Valencia, más una muestra de 74 localidades (ciudades medianas y pequeñas y áreas rurales). Cada mes se visitarán 22 mil establecimientos comerciales de todo tipo (formales e informales, públicos y privados) y se recopilarán 300 mil precios. A más tardar el 11 de abril serán difundidos los resultados del IPC de las 10 ciudades. El IPC de Caracas y Maracaibo continuará aportando su tradicional información. El IPC del resto de las ciudades y el Inpc contendrán, entre otras, la siguiente información: núcleo inflacionario, agrupaciones, variaciones intermensuales, etc. ■

Canasta de bienes y servicios
 Para calcular el Inpc se indagarán los precios de 362 rubros

Categoría	Valor
Alimentos	155
Agrícolas	37
Restaurantes	5
Otros productos manufacturados (no alimentos) y servicios	207
Pesqueros	18
Otros alimentos manufacturados	9
Agrindustriales	86

Fuente: BCVNE / Infografía: INE

[Anexo B-64] - Artículo de muestra "Nuevo IPC ayudará a controlar la especulación"

ALIMENTOS | MÁS DE TRES MIL PERSONAS APROVECHARON LAS OFERTAS DE POLLO, LECHE, AZÚCAR Y OTROS PRODUCTOS DE LA CESTA BÁSICA

88 toneladas despachó Megamercal en Santa Lucía

Hubo largas colas para adquirir los productos en la plaza Miranda de Paz Castillo

zc/NOTUY
Charallave. Desde las 7 am hasta pasadas las 5 pm de ayer, habitantes de Santa Lucía (Paz Castillo), Santa Teresa (Independencia) e incluso de Cúa (Urdaneta) y Charallave (Cristóbal Rojas), ocuparon los espacios de la plaza Miranda de la localidad luciteña para adquirir la variedad de productos alimenticios de primera necesidad, ofrecidos en la jornada del Megamercal organizado por la Coordinación de Abastecimiento del estado Miranda.

Luis Leal, coordinador del área, explicó que el operativo despachó 88,4 toneladas de alimentos, distribuidos de la siguiente manera: 55,4 toneladas de alimentos nacionales de Mercal (arroz, arvejas, aceite, azúcar, carnotas, harina precocida, harina de trigo, leche, margarina, mortadela, pasta corta y pasta larga); 5 toneladas de productos regionales (víveres y otros productos de marca) y 28 toneladas de pollo.

Indicó Leal que durante el operativo se ofrecieron tres unidades de pollo, dos kilos de leche, dos de azúcar y dos de arroz por persona, que son los productos de mayor demanda por parte de los consumidores, además del resto de los rubros.

Participaron en la jornada 10 bodegas Mercal de la localidad. Pese a las largas colas bajo el inclemente sol tuyo, más de tres mil personas adquirieron los alimentos puestos a la venta por Mercal a precios regulados.

La Coordinación de Abastecimiento de Mercal en la entidad mirandina tiene previsto repetir el operativo cada 15 días. El próximo mercado al aire libre se realizará el 29 de marzo, en la plaza Ferial de Ocumare del Tuy (municipio Tomás Lander). ■



Los compradores hicieron gala de paciencia. **MIRIAM SUÁREZ**

[Anexo B-51] - Artículo de muestra "88 toneladas despacho Megamercal en Santa Lucía"

PDVAL - ALCALDÍA MAYOR

60 TONELADAS DE ALIMENTOS A CIELO ABIERTO

APOYAMOS EL PLAN DE SOBERANÍA ALIMENTARIA

Lugar: Núcleo de desarrollo Endógeno Socialista Generalísimo Francisco de Miranda, antigua sede de la industria textil Tocome, Avenida Francisco de Miranda, estación del metro Los Cortijos.

Hora: 9:00 a.m.



ALCALDE MAYOR
 TRABAJO, HONESTIDAD y EFICIENCIA

JUAN HECHOS

CARACAS
 GOBIERNO DEL ESTADO

TODO EL PODER PARA EL PUEBLO

[Anexo B-67] - Artículo de muestra "Pdval – alcaldía mayor. 60 toneladas de alimentos a cielo abierto"



[Anexo B-175] - Artículo de muestra "Salario mínimo no alcanza para comprar alimentos"



[Anexo B-162] - Artículo de muestra "30% de las importaciones vienen de Colombia"

ÚLTIMA NOTICIA | LUNES, 3 DE MARZO DE 2008



Estamos en la búsqueda de personas discapacitadas, orientadas a brindar un servicio de excelente calidad, con impecable presentación personal para formar parte de un coherente equipo de trabajo en las siguientes áreas:

- COMIDA RÁPIDA (200)
- CARNICERÍA (200)
- CAJA (300)
- CHARCUTERÍA (200)
- CHOFERES (100)
- AUXILIARES DE FARMACIA (200)
- PANADERÍA (100)
- PASTELERÍA (50)
- PESCADERÍA (100)
- VIVERES (400)
- FRUTERÍA (200)
- PROMOTORAS (100)
- COCINA (100)

Requisitos:

- Disponibilidad para trabajar en turnos
- Mínimo 200 hrs. a 500 hrs. de experiencia en el área
- Necesarios 400 hrs. a 500 hrs. con experiencia de liderazgo
- Certificado de Salud vigente completo a prueba

Beneficios:

- Salario por encima de los
- Utilidades por encima del estándar en la ley
- Pago de fondo de alimentación adicional
- Pago de guardería
- Seguro de Hospitalización y Cirugía
- Transporte gratuito a ambas direcciones

Utilizamos entregar resumes curricular personalmente en nuestras oficinas ubicadas en la Av. San Francisco con Calle Mima, Centro Comercial Macaracuay Plaza, Torre B, Piso 4, Correo de Sobres y Excepción, en el horario de lunes a viernes de 8:30 a.m. a 12:30 m. y de 3:00 p.m. a 5:00 p.m., o a través del correo electrónico reclutamiento@excelsiorgama.com



[Anexo B-153] - Artículo de muestra "Excelsior Gama"



FORTALECIDOS...

Los mercados ya se están abasteciendo, nació la red Pdval, se consolidó Mercal y estamos trabajando más que nunca en la seguridad alimentaria.

La cruel arremetida de la oposición nos hizo más fuertes.

Gobierno Bolivariano de Venezuela | Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información

[Anexo B-37] - Artículo de muestra "Gobierno Bolivariano de Venezuela"



[Anexo B-47] - Artículo de muestra "Fenavi, Fevecpollo,..."



[Anexo B-98] - Artículo de muestra "Minal reconoce desequilibrios por control de precios y divisas"

131 mil kilos de pescado vendidos en ferias

La Feria del Pescado benefició más de 50 mil personas que acudieron a los 16 puntos distribuidos en la Gran Caracas, informó el ministro de Agricultura y Tierras, Elías Jaua, desde Antimano. Destacó que la Feria del Pescado vendió con descuentos desde 20% hasta 60%, unas 131 toneladas de pescado fresco y seco durante este fin de semana, informó ABN.

MAT informa que se atendieron más de 50 mil personas en 17 puntos

Jaua reiteró que el objetivo primordial de la realización de esta feria es darle un duro golpe a los especuladores y demostrar que las redes socialistas brindan respuesta a las necesidades del pueblo. Acotó que cuentan con la colaboración de los campesinos de los fundos zamoranos que han vendido durante este fin de semana aproximadamente 169 toneladas de verduras, hortalizas y frutas.

Por su parte Gilberto Jiménez, presidente de InapECA, explicó el sábado que "los cuatro centros de producción de la CVA Leander Carnes y Pescados trabajan con los pescadores, eliminando los intermediarios". Con esto se logra el ahorro de costos de distribución.

Estos operativos realizados en 17 parroquias de la ciudad capital se articularon con los consejos comunales de cada zona. Se vendieron unas 23 especies marinas, entre las que destacan raya, pargo, curvina, roncador, plateada, atún, bagre rayado y corocoro.

ANEXO C – Scripts de la base de datos PostgreSQL**CREATE TABLE tbaccesos**

```
(
  acc_id serial NOT NULL,
  acc_titulo character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
  acc_url character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
  CONSTRAINT pk_acc_id PRIMARY KEY (acc_id)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbaccesos OWNER TO postgresadmin;
```

CREATE TABLE tbaccesosmapa

```
(
  map_id serial NOT NULL,
  usu_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
  acc_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
  map_permisos character(20) NOT NULL DEFAULT '- '::bpchar,
  CONSTRAINT pk_map_id PRIMARY KEY (map_id),
  CONSTRAINT fk_acc_id FOREIGN KEY (acc_id)
    REFERENCES tbaccesos (acc_id) MATCH FULL
    ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
  CONSTRAINT fk_usu_id FOREIGN KEY (usu_id)
    REFERENCES tbusuarios (usu_id) MATCH FULL
    ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbaccesosmapa OWNER TO postgresadmin;
```

CREATE TABLE tbcampostipos

```
(
  cpt_id serial NOT NULL,
  cpt_nombre character(50) NOT NULL,
  cpt_prefijo character(50),
  cpt_sufijo character(50),
  cpt_largo integer NOT NULL DEFAULT 0,
  cpt_alto integer NOT NULL DEFAULT 0,
  cpt_validacion character(100),
  cpt_descripcion character(100),
  CONSTRAINT pk_cpt_id PRIMARY KEY (cpt_id)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbcampostipos OWNER TO postgresadmin;
```

CREATE TABLE tbdocumentos

```
(
  pub_id integer NOT NULL,
  doc_id serial NOT NULL,
  doc_titulo character(100) NOT NULL DEFAULT '<sin título> '::bpchar,
  doc_descripcion character(200) NOT NULL DEFAULT '<sin descripción> '::bpchar,
  doc_nombrecarc character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
  CONSTRAINT pk_doc_id PRIMARY KEY (doc_id),
  CONSTRAINT fk_pub_id FOREIGN KEY (pub_id)
```

```

REFERENCES tbpublicaciones (pub_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
CONSTRAINT uq_pub_iddoc_titulo UNIQUE (pub_id, doc_titulo)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbdocumentos OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tbentes

```

(
ent_id serial NOT NULL,
ent_idext character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
ent_nombre character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
ent_descripcion character(200),
CONSTRAINT pk_ent_id PRIMARY KEY (ent_id),
CONSTRAINT uq_ent_idext UNIQUE (ent_idext)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbentes OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tbformcampos

```

(
fcp_id serial NOT NULL,
met_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
fcp_nombre character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
fcp_titulo character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
fcp_tooltip character(100),
fcp_orden integer NOT NULL DEFAULT 0,
fcp_largo integer NOT NULL DEFAULT 0,
fcp_ancho integer NOT NULL DEFAULT 0,
fcp_alto integer NOT NULL DEFAULT 0,
fcp_tipo character(5) NOT NULL,
fcp_campobd character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
fcp_accionprev character(100),
fcp_accionpost character(500) NOT NULL DEFAULT ' '::bpchar,
fcp_valordefecto character(100),
fcp_pretipo character(50) NOT NULL DEFAULT 'input '::bpchar,
fcp_sobretipo character(50),
fcp_accionprev_msj character(50),
CONSTRAINT pk_fcp_id PRIMARY KEY (fcp_id),
CONSTRAINT fk_met_id FOREIGN KEY (met_id)
REFERENCES tbmetodologias (met_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
CONSTRAINT uq_fcp_nombre UNIQUE (fcp_nombre)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbformcampos OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tbinformes

```

(
inf_id serial NOT NULL,
inf_descripcion character(100) NOT NULL,
inf_url character(500),
inf_modulo character(5),
met_id integer NOT NULL DEFAULT 0,

```

```

inf_filtro character(500),
usu_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
inf_gmul character(500),
CONSTRAINT pk_inf_id PRIMARY KEY (inf_id),
CONSTRAINT fk_met_id FOREIGN KEY (met_id)
REFERENCES tbmetodologias (met_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
CONSTRAINT fk_usu_id FOREIGN KEY (usu_id)
REFERENCES tbusuarios (usu_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbinformes OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tblogs

```

(
log_id serial NOT NULL,
log_fecha date NOT NULL DEFAULT ('now'::text)::date,
log_hora time without time zone NOT NULL DEFAULT ('now'::text)::time without time zone,
usu_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
lde_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
CONSTRAINT pk_log_id PRIMARY KEY (log_id),
CONSTRAINT fk_lde_id FOREIGN KEY (lde_id)
REFERENCES tblogsdesc (lde_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
CONSTRAINT fk_usu_id FOREIGN KEY (usu_id)
REFERENCES tbusuarios (usu_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tblogs OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tblogsdesc

```

(
lde_id serial NOT NULL,
lde_descripcion character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,
CONSTRAINT pk_lde_id PRIMARY KEY (lde_id)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tblogsdesc OWNER TO postgresadmin;

```

CREATE TABLE tbmedios

```

(
med_id serial NOT NULL,
med_nombre character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,
med_razonsocial character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,
med_director integer NOT NULL DEFAULT 0,
med_direccion character(150) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,
med_telefonos character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,
mtp_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
CONSTRAINT pk_med_id PRIMARY KEY (med_id),
CONSTRAINT fk_med_director FOREIGN KEY (med_director)
REFERENCES tbentes (ent_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,

```

```

CONSTRAINT fk_mtp_id FOREIGN KEY (mtp_id)
  REFERENCES tbmediostipos (mtp_id) MATCH FULL
  ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbmedios OWNER TO postgresadmin;

```

```

CREATE TABLE tbmediostipos
(
  mtp_id serial NOT NULL,
  mtp_titulo character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío>::bpchar',
  mtp_icono character(50),
  CONSTRAINT pk_mtp_id PRIMARY KEY (mtp_id)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbmediostipos OWNER TO postgresadmin;

```

```

CREATE TABLE tbmetodologias
(
  met_id serial NOT NULL,
  met_titulo character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío>::bpchar',
  met_autores character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío>::bpchar',
  met_descripcion character(200),
  mtp_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
  met_tbnombre character(50) NOT NULL DEFAULT 'tbpublicaciones::bpchar',
  met_abrev character(10),
  CONSTRAINT pk_met_id PRIMARY KEY (met_id),
  CONSTRAINT fk_mtp_id FOREIGN KEY (mtp_id)
    REFERENCES tbmediostipos (mtp_id) MATCH FULL
    ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,
  CONSTRAINT uq_met_titulo UNIQUE (met_titulo)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbmetodologias OWNER TO postgresadmin;

```

```

CREATE TABLE tbpublicaciones
(
  pub_id serial NOT NULL,
  pub_fecha date,
  pub_titulo character(100),
  pub_subtitulo character(100),
  pub_sumario character(200),
  pub_comentarios character(100),
  pub_autor integer NOT NULL DEFAULT 0,
  pub_tipo integer NOT NULL DEFAULT 0,
  med_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
  pub_seccion character(5),
  pub_cuerpo character(5),
  pub_npaginas integer NOT NULL DEFAULT 0,
  pub_paginas character(50),
  pub_ubicacion character(5),
  pub_ancho real NOT NULL DEFAULT 0,

```

```

pub_alto real NOT NULL DEFAULT 0,
pub_centimetraje real NOT NULL DEFAULT 0,
pub_impresion character(5),
pub_clasificacion character(5),
pub_presentacion character(5),
pub_circulacion character(5),
pub_totpaginas integer NOT NULL DEFAULT 0,
pub_periodicidad character(5),
pub_infografia character(5),
pub_valoracion character(5),
pub_antetitulo character(100),
pub_fotografo integer NOT NULL DEFAULT 0,
pub_columnas integer NOT NULL DEFAULT 0,
pub_infogmedidas character(50),
pub_infogalto real NOT NULL DEFAULT 0,
pub_infogancho real NOT NULL DEFAULT 0,
pub_mmente character(5),
pub_mmpagina character(5),
pub_mmentidad character(5),
pub_mmreferencia character(5),
pub_mmtema character(5),
pub_colcms real NOT NULL DEFAULT 0,
CONSTRAINT pk_pub_id PRIMARY KEY (pub_id)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbpublicaciones OWNER TO postgresadmin;

CREATE TABLE tbusuarios
(
usu_id serial NOT NULL,
usu_login character(20) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
usu_password character(20) NOT NULL DEFAULT '123'::bpchar,
usu_nombre character(50),
usu_rol character(100),
CONSTRAINT pk_usu_id PRIMARY KEY (usu_id),
CONSTRAINT uq_usu_login UNIQUE (usu_login)
)
WITH (OIDS=FALSE);
ALTER TABLE tbusuarios OWNER TO postgresadmin;

CREATE TABLE tbvaloraciones
(
vlr_id serial NOT NULL,
met_id integer NOT NULL DEFAULT 0,
vlr_titulo character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío> '::bpchar,
vlr_formulacion character(500) NOT NULL DEFAULT '0'::bpchar,
vlr_formato character(50),
vlr_orden integer NOT NULL DEFAULT 0,
vlr_nombre character(50) NOT NULL DEFAULT ' '::bpchar,
vlr_campobd character(50) NOT NULL DEFAULT 'pub_ '::bpchar,
CONSTRAINT pk_vlr_id PRIMARY KEY (vlr_id),
CONSTRAINT fk_met_id FOREIGN KEY (met_id)
REFERENCES tbmetodologias (met_id) MATCH FULL
ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION
)

```



```
)  
WITH (OIDS=FALSE);  
ALTER TABLE tbvaloraciones OWNER TO postgresadmin;  
  
CREATE TABLE tbvalores  
(  
  val_id serial NOT NULL,  
  vgp_id character(2) NOT NULL DEFAULT '00'::bpchar,  
  val_titulo character(100) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,  
  val_orden integer NOT NULL DEFAULT 0,  
  val_valoracion_paraformulas integer NOT NULL DEFAULT 0,  
  CONSTRAINT pk_val_id PRIMARY KEY (val_id),  
  CONSTRAINT fk_vgp_id FOREIGN KEY (vgp_id)  
    REFERENCES tbvaloresgrupos (vgp_id) MATCH FULL  
    ON UPDATE CASCADE ON DELETE NO ACTION,  
  CONSTRAINT uq_vgp_idval_titulo UNIQUE (vgp_id, val_titulo)  
)  
WITH (OIDS=FALSE);  
ALTER TABLE tbvalores OWNER TO postgresadmin;  
  
CREATE TABLE tbvaloresgrupos  
(  
  vgp_id character(2) NOT NULL DEFAULT '00'::bpchar,  
  vgp_nombre character(50) NOT NULL DEFAULT '<vacío>'::bpchar,  
  vgp_bloqueo character(2) NOT NULL DEFAULT '--'::bpchar,  
  vgp_valordefecto integer NOT NULL DEFAULT 0,  
  CONSTRAINT pk_vgp_id PRIMARY KEY (vgp_id),  
  CONSTRAINT uq_vgp_nombre UNIQUE (vgp_nombre)  
)  
WITH (OIDS=FALSE);  
ALTER TABLE tbvaloresgrupos OWNER TO postgresadmin;
```