

1. Introducción

La importancia de los medios de comunicación hoy en día, y su papel como creadores de opinión pública es tal, que se han convertido en fuente importante de donde extraer datos a la hora de iniciar una investigación. Nadie como ellos ofrece tal cantidad de información, periódica y puntual, sobre personas, actividades empresariales y sociales, hechos, etc. En este sentido, el volumen de información – diaria, semanal, mensual – que se ofrece es tan grande que el acceso a la misma supone una primera barrera para quien quiera iniciar su investigación. Por otro lado, no hay que olvidar la presencia de otros elementos (imparcialidad, falta deliberada de verdad informativa, manipulación) que ciertos medios imprimen a sus productos. Errores, o al menos, datos sesgados, son un segundo escollo importante que debe sortear el investigador.

Frente a esos obstáculos, han surgido recientemente las bases de datos periodísticas (BDP), que ofrecen al usuario la posibilidad de acceder de modo fácil y rápido a toda la información que, sobre un mismo tema, han generado los medios nacionales e internacionales.

Se superan de este modo, gracias a las nuevas tecnologías, limitaciones de tiempo de búsqueda de información, y sobre todo se ofrece la posibilidad de contemplar los hechos desde diversos puntos de vista.

En este trabajo se desarrollará el estado actual de las BDP en España y sus aplicaciones a la investigación y a la promoción de opinión pública. Las BDP, que deben parte importante de su existencia al avance tecnológico, pueden convertirse en un verdadero medio que derribe las barreras de tiempo y de dispersión en el acceso, selección y tratamiento de los grandes volúmenes de información disponibles.

2. Las bases de datos en España: un sector en expansión

El sector de las bases de datos se encuentra, en estos momentos, en fase de desarrollo en España, Pero la utilidad del sistema, por un lado, y los avances tecnológicos, que se suceden a una velocidad vertiginosa, por otro, predisponen a pensar que la explosión de este mercado no tardará en llegar.

En estos momentos, diversas instituciones del mundo médico, jurídico, financiero o empresarial han introducido en sus ámbitos las bases de datos como un instrumento más de trabajo, por las grandes ventajas que éstas incorporan a los procesos de selección y búsqueda de la información, Medline, en el sector médico; Aranzadi, en el legal o la del CSIC son algunas de las bases de datos que ya están en marcha en nuestro país.

En el sector editorial, algunas bibliotecas han dado un paso adelante con la incorporación del soporte CD-ROM, aunque estas iniciativas aún son escasas, Un estudio realizado por Chen S. Raitt en 1990 afirma que sólo un **9,3%** de las bibliotecas en Europa usan CD-ROM; en España han incorporado esta tecnología un **9,2%**, con lo que nos situamos por debajo de Gran Bretaña, Francia y Alemania, y por encima de Grecia y Portugal, Dentro de este subsector, han sido las bibliotecas universitarias y las especializadas las primeras en introducir esta nueva tecnología.

Por su parte el sector de los medios de comunicación social tampoco se ha quedado atrás en el intento de incorporarlas. En los últimos 15 años algunos medios impresos han editado su propia base de datos. El número de periódicos que cuentan con un centro de documentación informatizado es todavía escaso. Entre los medios de ámbito nacional *El País* es el pionero, seguido de ABC. En el campo de la información económica, *Expansión* ofrece a través de servicios informáticos, información procedente del *Financial Times*. También la *Agencia Efe* dispone de un servicio similar, el *EFE-COM*. Asimismo, fuera del ámbito de los medios impresos propiamente dichos, Telefónica oferta servicios periodísticos informatizados, a través de *Ibertex* [1] , e igualmente lo hace TV con el teletexto [2] .

Por último, han surgido empresas de servicios informativos que, además de la elaboración diaria de *dosieres* de prensa, han creado y editado bases de datos periodísticas globales, que facilitan el acceso referencial a la información que se genera periódicamente en diarios, revistas y otro tipo de publicaciones. La diferencia entre estas bases de datos periodísticas globales (BDP), en las que se va a centrar este estudio, y las de los medios comentadas anteriormente, radica en la cobertura informativa y en el destinatario del producto. Mientras que las primeras almacenan información nacional e

internacional de todos los medios, de cara a la comercialización de las mismas, las propias de los medios, almacenan solamente su producto, de cara a un uso interno. Es probable que, con el paso del tiempo, esta distinción no tenga razón de ser – *El País* se ha planteado como línea de futuro la comercialización de su base de datos –, pero hoy por hoy hay que valorar esta diferencia.

Las empresas españolas que ofrecen BDPs son Documentación de Medios y Baratz. La primera ha sido la pionera en la edición del CD-ROM.

3. Tecnología y servicios ofrecidos por las actuales BDP

El sueño de todo investigador ha sido siempre poder manejar grandes volúmenes de información de una manera sencilla, flexible y rápida. El estudioso no sólo se enfrenta con el problema de encontrarse con mucha información no codificada, de la que no sabe nada, sino que además la dispersión es inmensa, por lo que pierde mucho tiempo leyendo hasta encontrar la respuesta a su problema.

Pero aun teniendo la información codificada y estructurada por materias, a modo de fichas hemerográficas en papel, el tiempo que se pierde buscando fichas relacionadas entre sí, que aporten información, es inmenso. Cualquiera que haya realizado una investigación sin medios informáticos comprenderá perfectamente la situación. Precisamente son estos dos problemas, codificación de información y localización relativa, los que intentan resolver las bases de datos en general, y en nuestro caso las bases de datos que contienen información periodística.

El servicio ofrecido consiste en la posibilidad de realizar una búsqueda exhaustiva y organizada de información hemerográfica, según las necesidades concretísimas del usuario. El investigador accede al sistema en busca de datos informativos. Lo que obtiene es un listado de fichas hemerográficas que le indican todo lo que existe con relación a su estudio, y dónde puede encontrarlo.

Antes de hablar de estos servicios, es necesario explicar cómo está organizada la información en la base de datos, cómo se estructuran y qué contienen las fichas hemerográficas, y cuáles son los mecanismos de búsqueda y de interrelación de unas fichas con otras.

En esta sección se han analizado los servicios y la tecnología de las dos únicas empresas que actualmente ofrecen servicios de BDPs. Primeramente se expone, de modo general, el conjunto de los servicios que ambas empresas ofrecen y la tecnología asociada a los mismos. Posteriormente se concretan los detalles de cada sistema, y se presenta un estudio comparativo.

3.1. Características generales de las bases de datos periodísticas

El sistema general de una BDP se caracteriza por los siguientes puntos: *Método de trabajo*. La metodología básica de trabajo es la siguiente:

- *Estructura de las fichas hemerográficas*. La estructura de las fichas hemerográficas almacenadas en la BDP responde a lo que la empresa en cuestión ha considerado como información útil e imprescindible para la realización adecuada de la búsqueda. Dicha estructura se organiza por campos que hacen referencia a distintos temas. Es fácil imaginar cuáles pueden ser algunos de esos campos: fecha de publicación de la noticia, medio en que ha sido publicada, autor (si lo tiene), tema de la noticia, resumen, etc. Cada empresa los ha denominado a su gusto, pero responden a las mismas necesidades.

- *Introducción de información*. La base de datos está almacenada en un ordenador central, al que se puede acceder desde los terminales. A diario, las personas encargadas de este trabajo codifican la información de las publicaciones que cubre la empresa y la almacenan adecuadamente en la base de datos. De este modo, la BDP contiene, a diario, la información actualizada.

- *Actualización de la BDP de cara a los usuarios*. Dependiendo del servicio que solicite el usuario, recibirá unos datos actualizados a diario, o actualizados según la periodicidad establecida por la empresa (*véase: Entrega del producto final*).

Software. Se utilizan dos tipos de *software*:

- *Software de base de datos utilizado.* Es el encargado de gestionar el almacenamiento de la información y de proporcionar las herramientas de búsqueda. La potencia de combinación de "keywords" depende enormemente del mismo, ya que puede tener un almacenamiento muy bueno, pero mecanismos de búsqueda extremadamente lentos. Este es un punto muy importante, puesto que lo que se pretende es realizar búsquedas combinadas; por ejemplo: puede interesar conocer todo lo que se ha publicado en prensa desde un año determinado, referente a economía española y más en concreto al sector automovilístico. Se pueden realizar incluso búsqueda de fichas que sean combinación de todos los posibles campos. Asimismo, la BDP está estructurada internamente por sectores, es decir, se almacenan las noticias clasificadas según la actividad de que se trate (Comunidad Europea, economía, tecnología, etc.). De este modo, se puede organizar la búsqueda de dos maneras: por actividades o por campos de las fichas hemerográficas.

- *Intefaz de usuario.* Sobre el *software* de la BDP se corre el *software* denominado interfaz de usuario, que es un programa que permite una interacción muy sencilla con la BDP y sus utilidades. Está pensado para que cualquier persona sin conocimientos informáticos de ningún tipo pueda obtener el máximo rendimiento de las potencialidades que ofrece el *software* de base de datos.

Equipo hardware. El equipo *hardware* que se necesita es muy sencillo, y queda resumido en la figura 1. En la parte izquierda de la figura está representado el sistema de la empresa, y en la derecha el equipo necesario en la oficina del investigador, suponiendo que él mismo quiera controlar la base de datos (las empresas ofrecen también la posibilidad de encargarse de dichos estudios, con lo que no se requiere ningún equipo informático).

- Equipo de la empresa:

- Ordenador central.
- Terminales de acceso al ordenador central (T1... Tn).
- Línea de transmisión de datos al exterior.
- Impresoras.

- Equipo de usuario,

- Ordenador.
- Línea de conexión al exterior, o lector de CD-ROM.
- Impresora.

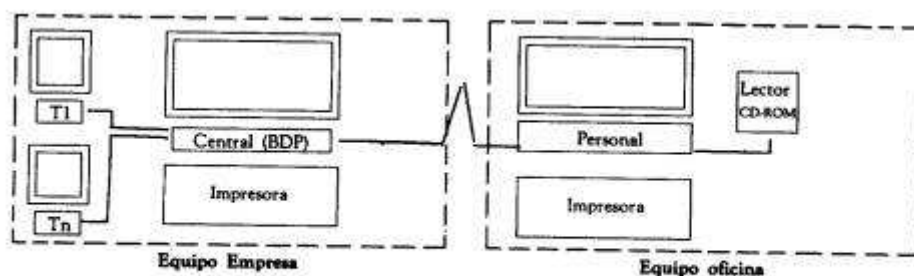


Figura 1: Sistema informático necesario en la empresa (izquierda), y en la oficina del usuario (derecha).

Producto final. Denominando producto final al servicio requerido por el investigador se puede hacer la clasificación siguiente:

- Servicio "on-line". Se permite la conexión remota desde un ordenador a la BDP a través de línea telefónica (búsqueda remota de la información deseada). Este servicio es un poco lento, ya que lo es el medio de transmisión; actualmente es bastante caro. Además el tiempo de conexión está limitado al número de horas establecido previamente por la empresa. La mayor ventaja de este servicio es que se dispone de la actualización de datos *a diario*.
- CD-ROM. Este es un nuevo servicio, que ofrece las mejores prestaciones para una investigación a fondo. Se proporciona al cliente la BDP completa y actualizada a la fecha de entrega. El cliente tiene una copia exacta de las fichas de la BDP, desde que la empresa comenzó, hasta la última entrega del producto, que por cuestiones tecnológicas tiene lugar cada "x" meses.

El CD-ROM (Compact Disk-Read Only Memory) es una tecnología reciente que permite almacenar en un disco óptico grandes cantidades de información. Se dice que es memoria de sólo lectura, porque una vez que se ha almacenado la información ya no se puede modificar. La edición de discos compactos está teniendo un gran desarrollo actualmente. En muchos campos de la ciencia y tecnología se editan CD-ROMs precisamente por las grandes prestaciones que aporta: tecnología digital, lectura óptica, grandes cantidades de memoria (aproximadamente 550 Megabytes, que equivale a 250.000 A4 mecanografiados), sin posibilidad de pérdida de información, cómodo manejo, rapidez de acceso a los datos, etcétera. Por limitaciones de espacio no se puede hacer una presentación en este trabajo de la tecnología (D-ROM, I) pero se puede encontrar una información muy detallada en CD-ROM. *El nuevo papiro [3]* .

La empresa informativa encarga cada "x" meses la edición de un nuevo CD-ROM y se lo envía a los suscriptores. En este disco, además de estar contenida la BDP, está accesible el interfaz de usuario para que el investigador navegue cómoda y eficazmente por los datos. Actualmente, se tiende a eliminar las conexiones on-line y a editar discos CD-ROM [4] . En el caso de las BDPs la tendencia es la misma, siempre que no se requiera disponer de una actualización diaria de los datos.

- Petición de información concreta. Las empresas también ofrecen la posibilidad de realizar ellas mismas la búsqueda de una información por encargo. Se piensa en instituciones o personas que normalmente no utilizan las BDPs, pero que en un momento determinado necesitan una información y la piden.

A pesar de que las empresas que proporcionan estos servicios mantienen bajo secreto profesional las peticiones concretas que hacen los clientes, estos prefieren a veces mantener oculta la investigación y abonarse a uno de los dos anteriores servicios, aunque económicamente no les sea rentable.

En cualquiera de los tres casos anteriores, lo que se obtiene es una lista de fichas hemerográficas, con sus correspondientes campos. Después de estudiarlas detenidamente, se suelen seleccionar algunas de ellas para obtener el respectivo recorte de prensa. El investigador tiene la opción de buscar esos recortes por sí mismo, o de encargar tal tarea a la empresa que le ha proporcionado la BDP. La manera usual de mantener los recortes de prensa es en papel, aunque se pueden encontrar microfilmados.

3.2. Estudio comparativo entre las BDPs existentes en la actualidad

En la tabla 1 se presenta una comparación de los servicios y la tecnología de: Documentación de Medios y Baratz.

	Documentación de Medios	Baratz
Campos de información	Destacados Carácter Fecha Índices Fuente Página Medio Tema Resumen Título	Personajes y colectividades Tipo de documento Fecha Descriptores Autor Número de microficha Procedencia Marco geográfico Resumen Título
Software	CD-KNOSYS/DB-III	BRS/Search
Hardware usuario	Ordenador personal IBM compatible Disco Duro Sistema operativo MS-DOS > 2.0 Memoria RAM > 640 Kb Lector CD-ROM Impresora	idem idem idem idem idem idem Línea de conexión
Medios analizados	Nacionales e internacionales 250 publicaciones	Nacionales 40 publicaciones
Servicio on-line	No disponible	Sí
CD-ROM	Periodicidad 3 meses	Periodicidad 4 meses
Coste CD-ROM	60.000 pts. anual	440.000 pts. anual
Servicio concreto	Sí	Sí

Tabla 1: Documentación de Medios vs. Baratz

3.3. Tendencias de futuro

- Los periódicos que disponen de bases de datos privadas extenderán sus servicios para ponerlos a disposición del público.
- Mejoras tecnológicas:
 - Ampliación de los campos de información de las fichas.
 - Creación de bases de datos bilingües (español e inglés).
 - Inclusión de las microfichas directamente en el CD-ROM, como imágenes digitales. Dado que la tecnología avanza rápidamente, es sensato esperar un poco para encontrar un sistema bueno, pero que no se quede obsoleto rápidamente.

El problema no es sólo tecnológico, hay que superar también limitaciones jurídicas. Tal es el caso de los derechos de autor al incluir el recorte de prensa en la edición del CD-ROM.

- Mejora de la rapidez de acceso a bases de datos on-line con los nuevos servicios ofrecidos por la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI).
- Conexión con otras bases de datos a través de un único servicio.
- Edición de los mismos servicios en el nuevo soporte comercial Electronic book.

4. Aplicaciones

Al igual que cualquier otro producto, las bases de datos periodísticas han nacido como respuesta a una más que previsible futura demanda. Su existencia está íntimamente ligada a la carencia de un servicio y a la necesidad creciente que tiene el

mundo empresarial de disponer de información diaria sobre temas o sectores de interés para el desarrollo de su actividad.

Por otro lado, las BDP permiten derribar la barrera que supone seguir un hecho tan sólo a partir de lo publicado en un mismo medio o en algunos. Gracias a la extensa cobertura de medios analizados, es posible evitar, por parte de la editora de las BDP, la distorsión en el almacenamiento. En este sentido, la empresa carece de opinión propia, o, por decirlo de otra manera, no imprime sus opiniones al producto, ya que cada registro remite a cada uno de los medios que han publicado la información. Se puede decir que todas las líneas editoriales de los medios analizados se incluyen en la BDP y que es el usuario quien – con todos los datos en la mano, con todas las posibles interpretaciones – extrae consecuencias propias, emite juicios personales o se identifica con el análisis de este o aquel otro medio.

Por último, frente a las bases de datos propias de los medios, la ventaja de disponer de una cobertura informativa más amplia es evidente. De todos modos, por romper una lanza a favor de las bases de los medios, hay que recordar que estos introducen en la base cada una de las noticias que el periódico publica diariamente, mientras que las periodísticas seleccionan previamente la información destinada a la base de datos, según criterios marcados por la empresa editora. Se podrá objetar, pues, que esto ya es una primera barrera para la objetividad o la exhaustividad. En este sentido, habría que fiarse del buen sentido selectivo de la empresa, que usa la relevancia de la información como criterio clave para su inclusión en la base de datos. La selección temática ha sido prácticamente unánime en las dos empresas, que han dividido la información en tres grandes bloques: política, sociedad y economía/finanzas.

Además de las aplicaciones ya citadas, las BDP ofrecen otras interesantes posibilidades:

Ayuda a la investigación. Los medios impresos son y serán fuente documental importante para profundizar en numerosos temas relacionados con la historia y la sociedad del la época en la que estos desarrollan su labor informativa, y de la que intentan ser un fiel reflejo.

El número total de subvenciones concedidas en los últimos años por el Ministerio de asuntos sociales, la cuantía de dichas ayudas o las organizaciones que se han visto favorecidas por ellas, son algunos de los datos que aporta una investigación en este terreno. De este modo, no es difícil vislumbrar la imparcialidad que ha imperado en los criterios de adjudicación.

Toma de decisiones empresariales. Aunque el manido tópico "Quien tiene la información tiene el poder" suene a eso, a tópico, no es menos cierto que acertar en la toma diaria de decisiones empresariales depende en gran medida de haber conocido y analizado todos los datos, de haber enjuiciado las posibles consecuencias derivadas de la elección y puesta en marcha de una u otra actuación... lo cual es sólo posible gracias a la información concreta y exhaustiva.

Se puede conocer la crisis que atraviesa el sector de la construcción, las repercusiones de la nueva ley de arrendamientos urbanos o el desarrollo del sistema de multipropiedad gracias a un seguimiento específico que ofrezca una panorámica global del sector inmobiliario.

Influencia de las agencias de prensa. Los datos referenciales recogidos en cada registro de la base de datos permiten llevar a cabo el análisis de la influencia de las agencias de prensa en los medios de comunicación regionales, por la dependencia que estos tienen de aquellas.

El monopolio ejercido por EFE es muy fuerte, aunque afortunadamente despuntan también otras agencias como Europa Press, Colpisa, Fax Press, e Iberpress. También se ha podido comprobar que los periódicos regionales más importantes envían corresponsales propios, si la información a cubrir es de suficiente entidad.

Seguimiento de opinión pública. Es posible realizar el seguimiento de la línea editorial de los medios impresos en relación con temas concretos, y su papel como actores en la creación de los estados de opinión de una sociedad; el estudio de las corrientes de opinión creadas entre los ciudadanos por las declaraciones de una persona pública sobre determinados temas es otra de las posibilidades que permite la BDP.

El análisis de la actividad que desarrolla una determinada empresa en un sector concreto durante un período determinado de tiempo; el estudio del tratamiento informativo que un mismo tema recibe en los distintos medios de comunicación así como el seguimiento de la actividad de personajes públicos en los distintos ámbitos empresariales son otras de las aplicaciones que brinda el disponer de una BDP.

Así, el desembarco, la toma de posesiones y la sucesiva evolución que ha experimentado la Kuwait Investment Office (KIO) en España, desde su llegada hasta el presente, es fácil de analizar gracias a la información facilitada por la BDP.

Otro ejemplo proviene de la información relativa a las fusiones y adquisiciones que han tenido lugar en el mundo empresarial. Con ayuda de la BDP se puede llegar a obtener una visión de conjunto de los cambios experimentados en la economía española durante un periodo concreto de tiempo. Por último, la trayectoria ascendente de Mario Conde y sus incursiones en terrenos ajenos al sector bancario, o la actividad político-social desarrollada por Manuel Fraga, son casos concretos de las amplias posibilidades en cuanto al seguimiento de personalidades.

Creación de opinión pública. El potencial de las BDP como instrumento capaz de facilitar los datos precisos para encauzar las distintas corrientes de opinión y para crear nuevos estados de opinión de acuerdo con datos objetivos es una puerta abierta para los actores sociales comprometidos con el proceso de mejora de la sociedad (líderes sociales, asociaciones ciudadanas, individuos particulares...). De este modo, las BDP pueden contribuir a derribar parte de la manipulación informativa a la que se ve sometido, muchas veces por pura incapacidad de acceso a la información necesaria, casi sin darse cuenta, el ciudadano.

Mejora de la calidad de la información. La introducción y generalización de las BDP en los medios de comunicación social facilitará a los profesionales de la información una auténtica llave maestra para mejorar la calidad del producto informativo. El uso apriorístico del servicio de documentación para la elaboración de informaciones se convertirá en práctica habitual del trabajo en las redacciones, lo cual repercutirá directamente en la prestación de un mejor servicio a los lectores y usuarios de los medios de comunicación.

[1] IBERTEX es un servicio telemático que permite a los usuarios acceder, desde un terminal específico o desde un ordenador personal, a la información contenida en bases de datos constituidas como centros de servicio IBERTEX, mediante una simple llamada telefónica. Entre las aplicaciones que ofrece se encuentran los servicios de información general, que se desglosan a su vez en servicios de prensa e información de actualidad local, nacional e internacional.

[2] El teletexto es un servicio no interactivo, que combinado con el de TV, hace llegar a los televisores domésticos, información alfanumérica y gráfica, constituyendo una especie de revista electrónica que muestra noticias del día, información de servicios concretos, etc.

[3] Lambert, Steve y Ropiequet, Suzanne, *CD-ROM. El nuevo papiro. Situación actual y futura de esta revolucionaria tecnología*, Ed. Anaya Multimedia, Washington, 1986.

[4] D'Alós-Moner, Adela, "The CD-ROM Market in California", en *The Electronic Library*, Vol. 10, N. 4, pp. 229-232, Barcelona, Agosto 1992.