

Los despachos de agencia (teletipos) como tipo documental

Jorge Caldera Serrano *

Artículo recibido:
8 de junio de 2005.
Artículo aceptado:
1 de agosto de 2006.

RESUMEN

Se analiza el despacho de agencia como tipo documental que debe ser conservado y analizado por parte de los departamentos de documentación de los medios de comunicación tanto de prensa escrita como audiovisuales y sonoros. Para llevar a cabo dicho análisis se realiza un estudio sobre su estructura semántica discursiva que sirva como base para la identificación de los puntos de acceso con los que debe contar la base de datos que albergue dicho material: información temática; cronológica, geográfica y onomástica.

Palabras claves: Teletipos; Agencias de noticias; Documentación periodística; Gestión documental; Bases de datos. Abstract

* Universidad de Extremadura. España, jcalser@alcazaba.unex.es

Agency dispatches (teletypes) as a documentary type*Jorge Caldera Serrano*

An agency's dispatch is analyzed as a documentary type (print, audiovisual and sound material) which must be preserved and analyzed by the documentation departments of the mass media. In order to carry out such analysis, a study of the semantic structure of their discourse is made to serve as a basis for the identification of access points that the data base requires if it is to store such material: subject, chronological, geographic and author information.

Keywords: Teletypes; News agencies; Journalistic documentation; Documentary management; Data bases.

LA DOCUMENTACIÓN Y LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

La necesidad del hombre por comunicarse está patente desde las primeras civilizaciones en las que se plasmaban diferentes pinturas para ponerse en contacto con la deidad que favoreciera y facilitara el desarrollo de la vida. Estos intentos comunicativos han tenido grandes momentos revolucionarios como la invención de la imprenta, que ayuda a sustentar un floreciente mercado industrial bibliográfico y por lo tanto a difundir las ideas. Los diferentes avances tecnológicos juntos con la necesidad de informarse y comunicarse hacen de la aparición de los primeros medios de comunicación uno de los primeros eslabones para alcanzar la "aldea global". No vamos a intentar mostrar la importancia de los medios de comunicación en la sociedad actual, valor ofrecido por todos aquellos que lo consideran como el "cuarto poder", capaz de derrocar regímenes políticos y ensalzar figuras del ámbito económico, deportivo, social, etcétera, sino que se analizará un tipo documental presente en estos servicios.

El periodo de entreguerras supuso no sólo un aumento de la información científica sino también de la propagación de los medios de comunicación y la impresionante creación de muchos periódicos al amparo de los acontecimientos bélicos sobre los cuales se requería información veraz. La importancia de los medios de difusión fue rápidamente reconocida por los dirigentes e ideologías políticas quienes los han utilizado y utilizan en beneficio de la difusión de sus ideas.

Ante el aumento de periódicos y otros medios, y de la información generada, queda evidenciado que también se requería gran cantidad de información documentada para llevar a cabo la redacción de las noticias. Éste parece ser el motivo por el cual se crean los primeros centros de documentación: conservar la producción propia, y verificar y contextualizar la información.

En el marco de la verificación y contextualización se enmarca un género muy en moda en la prehistórica del periodismo: las informaciones necrológicas. Éstas se caracterizaban por informar sobre la vida y obra de personajes ilustres fallecidos, información que en muchos casos iba acompañada de ilustraciones. Por ello, a muchos de estos primeros centros se les denominaba “morgue” ya que en sus archivos, se custodiaba información de personajes ya fallecidos.

No será hasta 1845 cuando James Gordon Bennet crea el servicio de referencia del *New York Herald* al que traspasó sus libros, documentos y recortes particulares. De entonces hasta hoy muchos son los métodos y herramientas que se han ido modificando, pero las funciones señaladas por Desmond (1933) siguen estando vigentes: evitar errores; suministrar los antecedentes de la noticia; mejorar la presentación de la información local; preparar material por adelantado y sugerir informaciones; servir a los editorialistas; realizar campañas en beneficio de la comunidad; hacer asequible el material especializado; conservar la documentación valiosa, dar una buena imagen del periódico; servir al departamento de publicidad; servir al departamento de difusión.

En la actualidad todos los medios de comunicación, tanto públicos como privados, tanto de prensa escrita como televisivos o radiofónicos, tanto generalistas como especializados, cuentan con un departamento y una estructura documental acorde con sus necesidades y muy especialmente con los departamentos de documentación que gestionan, analizan, conservan y difunden información documentada entre sus periodistas.

No se desea tratar aquí y ahora la gestión de los departamentos de información de los medios impresos, tema que ha sido tratado en la literatura científica y que sin lugar a dudas ha sido motivo de muchos otros trabajos.

LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

Las empresas informativas denominadas “agencias de información”, también conocidas como agencias de noticias son, en pocas palabras, medios de comunicación que trabajan para otros medios de comunicación distribuyendo contenidos. En definitiva, se trata de mayoristas informativos que distribuyen

entre sus abonados material potencialmente válido para su difusión masiva por las cadenas televisivas, medios radiofónicos y/o medios impresos.

La estructura y funcionamiento de estos mayoristas dependerá de los acuerdos contractuales entre agencia y medio de comunicación y determinarán la cantidad y exhaustividad del material a que se tiene acceso por medio del envío continuo en línea.

La utilización de los servicios de las agencias de noticias surgió ante la imposibilidad de que los medios de comunicación puedan llegar a todas las zonas geográficas del planeta, y se aprovecharon las agencias para acceder a información remota o a la que no se ha podido acceder por cuestiones de disponibilidad geográfica, física o económica.

El nacimiento de las agencias y de la prensa son lo mismo, y nacen de la misma necesidad social de comunicar e informar. Las preagencias informativas utilizaban palomas mensajeras para hacer llegar su información con la mayor celeridad, e incluso accedían a barcos de ultramar por medio de los botes de remos para así poder llegar a medios impresos extranjeros con antelación. Las agencias no sólo se nutren de la necesidad de información de los medios sino que aportan un valor añadido: la valoración, sobre el material que le suministran a sus abonados. No más información es mejor información. La sobre información acumulativa entorpece la facilidad comunicadora, por lo que dicha labor de pertinencia informativa se ha vuelto una de las piedras angulares de las agencias.

Dependerá de una investigación expofeso determinar cuál fue la primera agencia de información. Sin embargo existe la tendencia a considerar a la *Associated Press* como la primera agencia mundial, surgida en Nueva York de la unión de seis periódicos que llegan al acuerdo de intercambiar su material. No obstante otros sostienen que la agencia *Havas*, surgida en Francia, fue la primogénita en el gremio.

Actualmente son muchas las agencias de información existentes, aunque destacaremos las dos anteriores que sobreviven a la vorágine informativa, pero son también importantes la británica *Reuters*, la española EFE, la *United Press Internacional* estadounidense, y la *France Press*, entre otras muchas.

La posible clasificación de las agencias dependerá de las variables que se tengan en cuenta. Tampoco coinciden los autores en esta división aunque sí encontramos las clasificaciones clásicas que nos ayudan a entender y determinar las estructuras organizativas en lo que respecta a su difusión.

Cobertura geográfica	Mundial
	Continental
	Nacional
	Regional

Fig. 1. Cobertura geográfica

Cobertura temática	General	
	Especializada	Política
		Economía
		Sociedad y cultura
		Prensa rosa
		Deportes
		Ciencia y tecnología
		Etcétera

Fig. 2. Cobertura temática

No crean que dichas clasificaciones son estancas, más bien deben inicialmente relacionar ambas variables mencionadas para determinar su cobertura real y luego valorar que no siempre cuentan con coberturas temáticas fijas para poder darle seguimiento a diferentes acontecimientos que *a priori* no se encuentran en su ámbito de actuación. Todo dependerá de los desarrollos contractuales estables y de lo puntuales que sean para realizar el seguimiento de un acontecimiento concreto.

EL DESPACHO DE AGENCIA O TELETIPO

Como se ha indicado hasta ahora las agencias de información le ofrecen a sus abonados una serie de servicios que variarán de acuerdo con la estructura, fortaleza y capacidad de la agencia de noticias.

Los servicios clásicos son la difusión de teletipos y el acceso (o solicitud puntual) a bases de datos que tienen información temática y biográfica. Actualmente algunas agencias ofrecen servicios completos y terminados como son los noticieros para televisiones locales y radios con pequeño presupuesto.

Algunas de estas agencias de noticias han ampliado sus productos y servicios y ofrecen también documentación fotoperiodística e información audiovisual para las televisiones. No vamos a tratar de analizar desde el punto de vista documental estos tipos, que sí hemos analizado en otras publicaciones,

sólo nos centraremos en los *despachos de agencias* también llamados *teletipos*, que pueden ofrecerse de forma aislada o acompañados de otros documentos de naturaleza dispar. Así pues los teletipos son de carácter textual y en ellos se ofrece una noticia informativa que puede tener un valor para ser publicada (ponderación periodística del hecho noticioso).

La forma de la noticia está relacionada con los usuarios a los que va dirigida, de tal manera que no es inusual encontrar noticias publicadas en medios impresos que no han sido retocadas en absoluto y se difunden tal y como fueron ofrecidas por las agencias.

Distinguimos a continuación entre varios tipos de teletipos:

- *Flash informativo*. Noticia muy breve y urgente. Suele ser enviada con señales acústicas o luminosas para realzar la urgencia y la importancia. La posibilidad de llevar a cabo llamadas acústicas viene determinada por la forma de difusión de estos teletipos, que cada vez con mayor asiduidad son ofrecidos por medios electrónicos que utilizan la red como medio de difusión.

Los *flash* suelen ser de escasa longitud en muchos casos no superar las dos páginas. Suele ser la antesala de otros envíos y ponen sobre la pista al medio para hacer el seguimiento de la información.

No es nada habitual el uso de este tipo; es utilizado realmente para acontecimientos importantes.

- El avance cuenta con una estructura clásica y completa de teletipo (Titular, entradilla) pero sin embargo no cuenta con el cuerpo de la noticia que desarrolla la información. De todas maneras la estructura de la noticia (que será analizada brevemente con posterioridad) suele ofrecer la información más importante y relevante para ser entendida.
- El tipo *ampliación* completa la información ofrecida por el avance y aporta datos no mostrados con anterioridad.
- En último lugar encontramos *el resumen*, que une la información de *flash*, *avance* y *ampliación* en caso de que se hayan realizado tales tipos sobre una información. Por tanto compendia todos los datos en un único teletipo. Es la forma más habitual de distribución de teletipos o despachos de agencia, ya que suele enviarse con los datos necesarios para identificar y valorar el suceso.

Será el resumen el tipo documental que analizará y conservará el departamento de documentación y no otro, eliminando así redundancia y ruido documental en el fondo y en la recuperación documental, respectivamente.

La estructura formal aportada por un teletipo se expone en la figura 3

Fecha envío	Área	Página o línea
Titular		
Ciudad, Fecha noticia, Fuente.		
Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia		
Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia Desarrollo de la noticia		
Redactor o responsable de la noticia.		

Fig.3. Estructura formal del teletipo.

Analicemos los datos aportados. La primera fila indica la *fecha del envío* a los medios de comunicación. Esta fecha no tiene por qué coincidir con la fecha del acontecimiento que se está describiendo. Suele indicarse de forma completa, e identificar día, mes y año. Centrada, en la primera fila, se indica el *área* a la que pertenece la información. Suele estar normalizada dicha división en la casi totalidad de medios de comunicación y el texto está en un cuerpo mayor y destacado tipográficamente. Las áreas más habituales son las de sociedad, cultura, política, deportes y sucesos, aunque pueden existir otras que hagan una primera clasificación y por tanto una aproximación al hecho informativo. Un último elemento, puramente formal, nos ofrece información sobre la *longitud en líneas* o números de páginas que conforman el teletipo.

Posteriormente, en cuerpo de letra mayor, aparece el *titular*. Quede aquí evidenciado que el titular intenta acercar al periodista a la información, aunque en muchos casos los titulares sean escasamente informativos y más bien impactantes. Incluso algunos medios de comunicación (las agencias) que trabajan para otros medios (radio, prensa y televisión) redactan titulares espectaculares con el fin de atraer a su lectura atenta. Debe entenderse así dada la gran cantidad de teletipos que llegan a los medios de información, por lo que los redactores de las agencias deben realizar grandes esfuerzos de concreción y exactitud pero a la vez de *marketing* acerca de la información que ofrecen.

El titular en escasas ocasiones supera las dos líneas, y por ello puede ocurrir que se observen titulares redactados a modo de telegrama, en el que los sustantivos, verbos y adjetivos no son acompañados de nexos, artículos ni preposiciones.

Con posterioridad se lleva a cabo la *descripción de la información*, que en primer lugar contará con una identificación de la localidad en la que ha surgido la información, seguida de la fecha de noticia y la agencia de noticias que envía el material. La fecha será la del acontecimiento, de cuando el acontecimiento ha sucedido, lo que nos ofrecerá pautas sobre su actualidad (no así sobre la novedad del hecho).

Después se *desarrolla la noticia*, forma periodística que las agencias de noticias han tomado como válida para describir la información. Los abonados reciben así la información, que debe carecer de valoración u opinión. La información debe dar información exacta y veraz, y estar exenta de interés particular y partidista, y lejana de cualquier posicionamiento político.

El lenguaje periodístico debe ser por tanto funcional, y buscar sólo informar, por lo que debe ser claro, conciso y a la vez ágil; preciso y a la vez fluido; sencillo y a la vez exacto.

La redacción de la noticia debe escribirse con párrafos breves e intentando no utilizar oraciones subordinadas que compliquen la comprensión de la información. Suele indicarse que las frases no deben exceder las veinte palabras de longitud.

Y en último lugar se muestra la *autoría* de la redacción de la obra; es decir, el reportero o reporteros que han elaborado la información.

La estructura de la información cuenta con un orden prefijado que aporta una serie de informaciones ponderadas según el lugar que ocupan. El título, entradilla y cuerpo de la información son la estructura formal que se ha desarrollado en los periódicos desde el comienzo de los tiempos. El título o titular ya ha sido mencionado pero es importante señalar la entradilla, que suele ser el primer párrafo e incluir a modo de breve resumen el contenido del documento, y por lo tanto desarrolla el titular y aporta los principales datos para hacer la interpretación correcta de la información. El cuerpo de la noticia desarrolla la información facilitada tanto por el titular como por la entradilla.

La estructura formal de la información cuenta con la forma de pirámide invertida. Exponemos la figura 4 extraída del artículo de Salaverría (1999), en la página siguiente.

A la vista de la figura puede determinarse que la información que aparece en primer lugar aporta los datos principales, mientras que el interés informativo va descendiendo conforme pasan las líneas. Esta forma de confección y estructuración de la información intenta ofrecer la máxima información con la menor lectura posible.

La determinación de las macroestructuras globales, macroestructuras y microestructuras discursivas, junto con la identificación de la estructura de pirámide invertida analizada con posterioridad, nos aportará una serie de

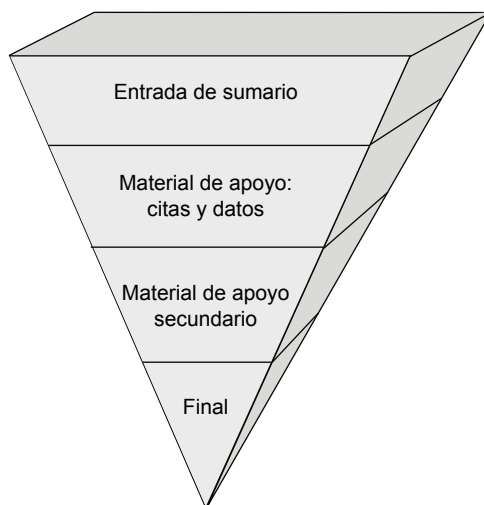


Fig.4. Estructura de la noticia. Pirámide invertida

datos como los relacionados con la determinación de la unidad documental y las posibilidades sobre puntos de acceso y recuperación de la información.

Moreiro (2004, 29) aporta una aproximación al estudio de las unidades semánticas discursivas con la figura 5 como método de explicación de dichas unidades.

Estructura superficial	Microestructuras: secuencia de oraciones concretas	
Estructuras intermedias	Macroestructuras: Estructura semántica parcial	
	Superestructura: Disposición de las partes del discurso	
Estructura global	Macroestructura global: Estructura semántica global, de dimensión	<i>Sintáctica:</i> - estructura temática, transformacional, - sintaxis de base lineal
		<i>Semántica:</i> - contenido global del discurso, su tema
		<i>Pragmática:</i> - Función comunicativa - Generación y comprensión textual (macrorreglas y estrategias) - Coherencia y cohesión del discurso.

Fig. 5.

Hay que especificar que las macroestructuras organizan jerárquicamente el texto de tal manera que en él existe una información contenida en el discurso o en parte del mismo, lo cual define el significado del discurso, el tema y las materias. A su vez todo puede estar integrado en una macroestructura global que le ofrece sentido al discurso en su totalidad, y es desde esta macroestructura global desde la que debe entenderse el texto, mientras que las microestructuras serían los elementos que ofrecen el significado local.

Todo el texto conforma una macroestructura global, mientras que otras partes del texto cuentan con una serie de microestructuras que conforman la macroestructura, que se traduce en una serie de unidades semánticas. Por lo tanto, y centrándonos en la información de los teletipos, habría que desmembrar la información contenida tanto en las microestructuras como en las macroestructuras globales y parciales.

Unidades semánticas	
<i>Teletipo</i>	Macroestructura global
<i>Titular</i>	Macroestructura independiente
<i>Entradilla</i>	Macroestructura dependiente del titular
<i>Cuerpo de la noticia</i>	Microestructuras

Fig. 6. Unidades semánticas del Teletipo

ANÁLISIS DOCUMENTAL DE CONTENIDO DE LOS TELETIPOS

Se llevará a cabo un análisis de la información contenida en los teletipos y de las necesidades de la información periodística. Tal y como señalan Caldera y Zapico (2004) para planificar e implementar una herramienta documental es necesario contar con el tipo documental y también con las formas y métodos de producción. Se analizaba en aquel caso la información audiovisual televisiva que cuenta con una serie de características que la definen, sin embargo los teletipos al ser documentación orientada y preparada para ser difundida por los medios de comunicación cuentan con una estructura semejante a la analizada por los autores, en donde la identificación de las interrogantes realizadas por Lasswell (también conocidas como las cinco “W”) sigue estando presente en el discurso de los despachos de agencia.

Las 5 W	
Quién	Información onomástica
Dónde	Información geográfica
Cuándo	Información cronológica
Cómo	Información temática
Por qué	Información temática

Fig. 7. Las 5 W

Por lo tanto, habrá que extraer dichos elementos mostrados en la figura 7 así como otra serie de datos relativos al control de procedencia de las fuentes.

Se estima oportuno introducir aquí un factor interesante como es la posibilidad de llevar a cabo una clasificación e indización automatizada de dicha información.

La macroestructura general, así como la superestructura de los teletipos y los artículos científicos, valida la opción de llevar a cabo una indización automatizada para el material generado por los medios de comunicación desde el momento en que existe un paralelismo entre ambas formas. Tanto el artículo científico como el teletipo cuentan con una frase en la que se aporta información general (título/titular). Igualmente incluyen un pequeño resumen que describe los elementos más importantes de la información reseñada (resumen/titular) y en último lugar se lleva a cabo el desarrollo de la información. Es cierto que la extensión entre uno y otro varía de forma significativa y que el artículo científico es más estructurado y cuenta con otros apartados en los que se puede separar la información. Se estima que por medio de algoritmos correctores podría solucionarse el problema de la extensión (diferentes dimensiones entre los propios teletipos) así como la determinación de las partes preponderantes o más importantes como son el titular y la entradilla. Mientras que en el segundo aspecto, al contar con una estructura más sencilla, lo único que se hace es simplificar la funcionalidad y efectividad de las herramientas informáticas.

Estructura formal de los tipos documentales	
<i>Artículo científico</i>	<i>Teletipo</i>
Título	Titular
Resumen / palabras claves	Entradilla
Desarrollo del artículo	Cuerpo de la noticia

Fig. 8. Estructura formal de los tipos documentales

Además su estructura fija en la que la información de idéntico valor (marcador) se encuentra en la misma posición ayudaría a lograr una mejor optimización de la herramienta informática.

Respecto a la información onomástica será necesario determinar el agente activo que ejecuta o lleva a cabo la acción, así como el agente pasivo o paciente que sufre la acción. De este modo se debe describir tanto a quien realiza la acción como a quien la padece, ya sean personas físicas o colectivos.

Sobre la información geográfica habrá que mostrar el lugar donde se desarrolla la información tanto de forma genérica como específica. Estos locativos a determinar pueden ser tanto lugares físicos genéricos (accidentes geográficos) como calles, edificios, plazas, lugares públicos, etcétera, mientras que igualmente se podría reseñar el lugar demarcado que corresponda a lugares de mayor rango como ciudades; en definitiva se contestaría el lugar en el que se han desarrollado los acontecimientos que recoge el teletipo. No se identificará el locativo situacional desde el momento en que éste es válido para documentos audiovisuales en los que se describen realidades sonoras y visuales, donde la indicación de *estar lloviendo*, *imágenes nocturnas*, etcétera, carece de sentido en el ámbito de la documentación textual periodística.

La información cronológica es absolutamente básica en la información periodística porque determinará inicialmente la actualidad de los hechos noticiosos. Recordamos que los criterios de novedad y actualidad no siempre habrán de ir unidos en dicha información. Será necesario incluir la fecha concreta o fechas entre las que se desarrolla la acción. Para determinar también dichos elementos de novedad será necesario indicar la fecha en la que se lleva a cabo el envío.

La información temática debe contestar a diferentes cuestiones, tales como determinar la acción realizada o incluso el modo en que ésta se ha llevado a cabo. El qué y el cómo (modo de actuación) son determinantes para una buena indización.

Sin lugar a dudas, la estructura de los mensajes por facetas propuesto por Ranganathan (1957) (Personalidad-Materia-Acción-Lugar-Tiempo) y su desmembración en la base de datos es la correcta al describir acciones y no sólo conceptos como en la indización, por lo que la utilización de herramientas de clasificación facetadas es una gran opción como método para llevar a cabo la descripción temática de los documentos relacionados con los medios de comunicación. En España contamos con un medio de comunicación estatal (Tele Cinco-Gestavisión) que realiza el análisis de material audiovisual con este tipo de estructura semántica, sin embargo no existe otro ejemplo en los medios audiovisuales ni escritos. La tradición obliga a señalar los tesauros (por su estructura y organización) como herramienta documental lógica y ampliamente extendida en los medios de comunicación masiva, aunque hemos de anotar el problema que implica la multidisciplinariedad en los despachos de agencia (y en la información en los medios de comunicación), cuya temática es dispar e incluso ambigua en muchas ocasiones. Tras revisar las

herramientas de las televisiones generalistas estatales españolas somos conscientes de que realmente estas herramientas son mal llamadas tesoros y están mucho más cercanas a las tradicionales clasificaciones. No se desea dejar abierta una posición sino dar opciones sobre la realidad de herramientas documentales utilizadas, pero nosotros estimamos como método válido y futurible la utilización de una clasificación facetada para la descripción de información en los medios de comunicación, entre ellos, al teletipo como tipo documental, tanto por su estructura lógica como por su flexibilidad semántica.

Por lo tanto para hacer una correcta descripción del contenido de los teletipos (siempre partiendo de la idea de que se realiza una correcta acción de recuperación y difusión) es necesario identificar la información onomástica, geográfica, cronológica y temática, las cuales se deben corresponder con los campos en la base de datos documental.

Mostramos a continuación un ejemplo de teletipo:

31 diciembre 1994	Varios	8 líneas
IBM-WATSON. Fallecido hijo fundador empresa de computadoras		
<p>Nueva Cork, 31 dic (EFE). – Thomas Watson junior, hijo del fundador de Internacional Business Machines Corp. (IBM), falleció hoy, viernes, en un hospital del estado de Connecticut a los 79 años de edad, informó un portavoz de la empresa.</p> <p>Watson falleció en el hospital Greenwich a consecuencia de complicaciones tras sufrir un ataque cardíaco, añadió la fuente.</p> <p>El difunto heredó de su padre una empresa dedicada principalmente a la fabricación de máquinas de escribir y la transformó en una compañía líder e innovadora en el mercado de las computadoras.</p> <p>PD/FMR</p>		

Fig. 9. Ejemplo de Teletipo (publicado por Zazo [et. al] (2002)

Los puntos de acceso van a extraerse tanto del segmento titular como de la entradilla y el cuerpo de la noticia. En este ejemplo quedan claramente diferenciados los tres segmentos de la superestructura documental del teletipo.

<i>Titular</i>	IBM-WATSON. Fallecido hijo fundador empresa de computadoras
<i>Entradilla</i>	Nueva York, 31 dic (EFE). – Thomas Watson junior, hijo del fundador de Internacional Business Machines Corp. (IBM), falleció hoy, viernes, en un hospital del estado de Connecticut a los 79 años de edad, informó un portavoz de la empresa
<i>Cuerpo</i>	<p>Watson falleció en el hospital Greenwich a consecuencia de complicaciones tras sufrir un ataque cardíaco, añadió la fuente.</p> <p>El difunto heredó de su padre una empresa dedicada principalmente a la fabricación de máquinas de escribir y la transformó en una compañía líder e innovadora en el mercado de las computadoras.</p>

Fig.10. Superestructura del Teletipo con el ejemplo de la Figura 9

Puede observarse claramente la estructura en pirámide invertida que hace innecesario el cuerpo del texto para la comprensión de la noticia; sin embargo la última información facilita la comprensión y explica el entorno informativo. Por el contrario la redacción del titular es prácticamente telegráfica y además clara y concisa. La exactitud informativa y concreción de la entrada aporta los datos básicos esenciales de la información.

Los puntos de acceso extraídos de la información se exponen en la figura 11.

Puntos de acceso	Información onomástica	Personas físicas	Thomas Watson Junior	
		Personas jurídicas	Internacional Business Machines Corp. (IBM)	
	Información geográfica	Procedencia	New Cork	
		Ubicación	Connecticut	
		Localización	Hospital Greenwich	
	Información cronológica	Fecha envío	31 diciembre 2004	
		Fecha noticia	31 diciembre 2004 (falleció hoy)	
	Información temática	Fallecimiento ---- Ataque cardíaco Computadoras		

Fig. 11. Puntos de acceso para Teletipo en el ejemplo de la figura 9.

Quede aquí evidenciado que todo el proceso de descripción del contenido cuenta con una única finalidad: la recuperación documental de la información en una base de datos informativa.

Para ello debe contarse con una base de datos ágil, flexible y ergonómica tanto en su relación con el usuario (facilidad de acceso por parte de éstos sin intermediación del documentalista) como en la propia organización de la información. Para ello se incluye una estructura de base de datos en la que se muestran las áreas y campos que la pueden componer. Ver Fig. 12 en la página siguiente.

CONCLUSIONES

Espero que haya quedado evidenciada la complejidad y la necesidad de controlar un tipo documental de alto valor informativo para los medios de comunicación. Los teletipos son un fiel reflejo de la actividad social y de los sucesos que en ella acontecen.

La gestión de dicha información debe ser recopilada, conservada y custodiada en bases de datos informatizadas para poder acceder de forma rápida a la información contenida en ellas. Por ello se crean bases de datos sencillas y lógicas para los periodistas/usuarios, que son el principio y fin de todo este complicado engranaje. Todo debe estar implicado en un Sistema de Información

Estructura de Áreas y Campos para una base de datos de teletipos.		
Área de Control		
Campos	<i>Número de registro</i> (número ofrecido por el sistema y único para cada documento)	
	<i>Fecha de entrada</i> (método de control documental y de producción)	
	<i>Documentalista</i> (responsable de la realización del registro documental)	
Área de Descripción Física		
Campos	<i>Longitud</i> (extensión del documento, que deberá medirse tanto en páginas como en palabras, derivado de la longitud variada de los teletipos)	
	<i>Fotografía</i> (mucho de este material puede venir acompañado de otro material que será analizado con otra herramienta que deberá ser relacionada con ésta. Puede realizarse un vínculo con el documento fotográfico o con su registro documental)	
Área de Título		
Campos	<i>Titular</i> (título aportado por la agencia de prensa que envía el despacho)	
	<i>Título documental</i> (en caso de considerarse oportuno y motivado por la falta de concreción y exactitud del titular podría confeccionar un título que indicase los elementos más representativos como el qué y el quién)	
Área de Indización		
Campos	<i>Información onomástica</i>	Persona física
		Persona jurídica
	<i>Información geográfica</i>	Procedencia
		Ubicación
		Localización
	<i>Información cronológica</i>	Fecha envío
		Fecha noticia
	<i>Información temática</i>	Descriptor
Identificadores		
Miscelánea		
Campos	<i>Signatura topográfica</i> (ubicación física o virtual –hiper enlace- del teletipo)	
	<i>Notas</i> (“cajón de sastre” donde se incluye todo aquello que no ha tenido cabida en el resto de campos de la base de datos)	

Fig. 12

Documental donde los subsistemas de tratamiento y entrada estén supeditados a un mejor y mayor flujo por medio del subsistema de salida.

Por la temática de los teletipos encontraremos tanto información sobre lugares, personas (biográficas) como información sobre los temas más diversos, información que podría ser utilizada para verificar y contextualizar posteriores

trabajos periodísticos, por lo que su conservación acarrea un doble beneficio: el informativo (para los usuarios) y beneficios económicos (para la empresa).

Por tanto deben custodiarse los teletipos con el fin de recuperar dicha documentación, la cual ha de ser conservada y custodiada con criterios profesionales; la integración de dichos registros documentales debe estar organizada en bases de datos que faciliten la recuperación y difusión; las clasificaciones parecen las herramientas más oportunas para organizar y gestionar la información analizada en el trabajo, en contra de los supuestos tesauros utilizados hasta la fecha; dicho sistema de información podrá contar con herramientas que difundan la información por medio de intranets corporativas o por medio de la interacción usuario-documentalista-base de datos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alleyne, M.D. and Wagner, J. (1993), "Stability and change at the 'Big Five' news agencies", en *Journalism Quarterly* 70 (1): 40-50.
- Baselga Domingo, Pilar (1996), *¿De dónde viene la información periodística?: las agencias de noticias*, Madrid: Ministerio de Educación y Cultura.
- Boyd-Barrett, Oliver (1992), *Contra-flow in global news: internacional and regional news Exchange mechanisms*, London [etc.]: John Libbey.
- Boyd-Barrett, Oliver (1980), *The internacional news agencies*, London: Constable.
- Boyd-Barrett, Oliver and Rantanen, Terhi (edited) (1998), *The globalization of news*, London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE.
- Caldera Serrano, Jorge and Zapico Alonso, Felipe (2004), "La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar las bases de datos documentales en los medios audiovisuales", en *Investigación Bibliotecológica*. Vol. 18, n1 37, julio/diciembre: 110-131.
- Claypool, S. (1995), *The changing role of the news agencies*, EBU Review, Autumn.
- Desmond, R (1978), *The Information Process. The world news reparting to the 20th century*, Iowa City: University of Iowa Press.
- Fenby, J. (1986), *The international news service, A Twentieth Century Fund Report*, New York: Schocken Books.
- García Gutiérrez, Antonio (1996), *Procedimientos de análisis documental automático: estudio de caso*, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- Giffard Ca and Rivenburg, NK (2000), "News agencies, national imagen, and global media events", en *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77 (1) : 8-21 spr.
- Lerebre, A. (1992), *Havas: les arcanes du pouvoir*, París: Bernard Grasset.

- Moreira González, José Antonio (2004), *El contenido de los documentos textuales: su análisis y representación mediante el lenguaje natural*, Gijón, Ediciones Trea.
- Olmos, Victor. (1997), *Historia de la agencia EFE: el mundo en español*, Madrid: Espasa Calpe.
- Palmer, M. (1996), *L'information agencée. Fin de siècle*, Réseaux 75 (París, CNET). Jan-Feb.
- Ranganathan, S.R. (1957), *Prolegomena to Library Classification*, Bangalore: Sarada Ranganathan Endowment for Library Science.
- Rantanen, T (1997), "The globalization of electronic news in the 19th century", *Media Culture & Society* 19 (4): 605 Oct.
- Read, D. (1992), *The powers of news. The history of Reuters*, Oxford: Oxford University Press.
- Recuperación de información utilizando el modelo vectorial, Participación en el taller CLEF-2001. Angel F. Zazo [et. al] (2002), Salamanca: Departamento de Informática y Automática de la Universidad de Salamanca.
- Salaverría, Ramón (1999), "De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital", en *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, vol. 142, noviembre-diciembre, 12-15
- Wu, HD (2000), "Systemic determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries", en *Journal of Communication* 50 (2): 110-130 spr.

