

Armado de Base de Datos de Archivo

Introducción

Antes de iniciar el armado de la base de datos de una empresa comprobar el archivo de la empresa u organización sobre el que se va a realizar. Es decir, si se realizará la base de datos del mes de febrero del Cliente X, corroborar que todos los documentos relacionados con ese cliente se encuentren ya salvados sobre el archivo que se va a trabajar.

Las informaciones que ingresan a la base de datos deben contar con un criterio unificado de identificación. Esto significa que todas las noticias tienen por ejemplo mención a un Cliente u Organización específica.

Datos generales

Siempre que no haya alguna aclaración, el armado de la base de datos se realizará en Excel. Para esto es oportuno conocer el manejo básico de dicho programa: carga y modificación de celdas, filtros y autofiltros, funciones de celdas.

Al iniciar el armado de una base de datos se consultará la plantilla matriz sobre la que se trabaja dicha base de datos, es decir, si ya tiene un histórico ese cliente, se deben respetar los mismos criterios sobre los que se realizó la carga hasta el momento.

Todas las informaciones de una base de datos recibirán atributos prefijados. En este sentido, y solo a manera de ejemplo, se considera "fecha". Cada información entonces tendrá una fecha que la identificará (ver tabla).

fecha	mes	tipo medio
04-Ene

Criterios básicos de clasificación de información

Generalmente las variables de análisis comunes a todos los clientes son las siguientes:

Número: número de orden en la base de datos de la información. Se utilizará la indexación simple para la numeración. Ej: 1, 2, 3...

Fecha: día de publicación de la información.

Mes: mes de publicación de la información.

Ponderación: clasificación de la información sobre el impacto que produce la misma en la opinión pública. Siempre se deben considerar 3 categorías: positivo, neutral, negativo. En este marco, se dan contenidos de referencia para dicha clasificación.

Positivo: apertura de sucursales, ampliación de servicios, donaciones...

Neutral: mención marginal del Cliente, información sobre solución de problemas...

Negativo: problemas o quejas por productos o servicios, daño al Medio Ambiente...

Tipo de medio: canal por el que se publicó la información. Las categorías posibles son: Diario, Revista, Radio, Televisión, Web.

Duración: tiempo o espacio que ocupó la información en el medio (para gráfica se utilizará centímetros y segundos para radio y televisión). En el caso de los medios web no se considerará esta variable. (Ver especificaciones en cada caso).

Actor: persona o vocero principal de la información. En el caso de varios participantes en la información, se sentará referencia del que se considere el más importante.

Tema: tal como se establece al actor de la información, el tema deriva del eje principal del contenido sobre el que se mueve la noticia. Para tener mayor claridad al respecto, es útil considerar el título o presentación de la información, ya que en muchos casos una noticia puede iniciar (con el tema principal) y luego dirigirse hacia temas secundarios.

Impacto: cada medio o programa en particular tiene un impacto poblacional determinado por la Encuesta de Hábitos de Consumo y Audiencia de Medios realizada por 3 Comunicaciones

Estratégicas. Es necesario como en la siguiente variable contar con las actualizaciones correspondientes.

Valor: a partir de la duración de la información, se consignará el valor del tiempo/espacio obtenida por la misma. Es necesario chequear siempre la actualización de valores publicitarios.

Criterios específicos de clasificación de información

En algunas bases de datos, y de acuerdo a las necesidades de análisis, se establecerán variables particulares. Entre ellas se pueden destacar:

Unidad de negocio: segmentos o sectores en los que el Cliente divide su actividad.

Ponderación actor: además de la ponderación de la información, en algunos casos se puede clasificar también cómo queda afectada la imagen del actor principal de la información.

Cantidad total de informaciones relevadas: se incluye no solamente las informaciones con mención específica del Cliente sino todas las noticias analizadas.

Criterios básicos para categorizar información Gráfica (diarios y revistas)

Ubicación 1: de acuerdo con la publicación de la información, las categorías para esta variable son: primera plana, cuerpo central y suplemento.

Ubicación 2: en esta celda se identificará la publicación en página “par” o “impar”.

Foto – infografía: se identificará si la información está acompañada de algún elemento visual que atraiga en mayor medida la atención del lector.

Título: se especificará si en la información aparece mencionado el Cliente en un lugar destacado (título, volanta, bajada...)

Duración: para obtener el espacio obtenido por una información gráfica, se medirá alto por ancho. El alto de la nota se contará en centímetros, mientras que el ancho se realizará en columnas. Para llegar al resultado final se multiplicarán los centímetros por la cantidad de columnas.

Criterios básicos para categorizar información Audiovisual (radio y TV)

Programa: solo se utilizará esta categoría en los medios audiovisuales (radio y televisión).

Duración: para obtener el tiempo obtenido por una información audiovisual, se contará la cantidad de palabras de la desgrabación (sin tomar en cuenta la presentación “Medio-Programa-Fecha-Hora-Título) y se dividirá por 180. El resultado arrojado por números enteros será la cantidad de minutos, por lo que se multiplicará por 60 y los decimales se sumarán a este último resultado. Ej: $2,35 = (2 \times 60) + 35 = 155$ (segundos)

Ejemplo gráfico de una base de datos

numero 1	fecha 04-Ene	mes enero	tipo medio radio	medio plus	programa la revista	cobertura gacetilla
duracion 32	ubicac 1	ubicac 2	foto	titulo	u de negocio telefonía	actor periodista
ponderacion informativo	tema trabajos de telefonía		impacto 769	valor 14.4		