

Procedencia de información audiovisual en las empresas televisivas

Autor: Jorge Caldera & Felipe Zapico

Usuario: Jorge Caldera Serrano. Tipo de página: contenido. Nombre del fichero: pag1142.htm



Citación recomendada: Jorge Caldera & Felipe Zapico. *Procedencia de información audiovisual en las empresas televisivas* [en línea]. En Cristófol Rovira; Lluís Codina (dir.). *Documentación digital*. Barcelona: Sección Científica de Ciencias de la Documentación. Departamento de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Pompeu Fabra, 2002. <<http://www.documentaciondigital.org>> [Consulta: 11 mar. 2003]. ISBN 84-88042-39-6.

■ Sumario

- ▼ 1. [Las fuentes de información y documentación en el periodismo audiovisual.](#)
- ▼ 2. [2. Fuentes de información audiovisual](#)
- ▼ 3. [Procedencia de imágenes contenidas en los informativos y en los archivos de televisión](#)
 - ▼ 3.1. [Fuentes de información audiovisual interna](#)
 - ▼ 3.1.1. [Reporteros](#)
 - ▼ 3.1.2. [Los centros territoriales](#)
 - ▼ 3.1.3. [El propio archivo](#)
 - ▼ 3.2. [Fuentes de información audiovisual mixta.](#)
 - ▼ 3.2.1. [Corresponsalías](#)
 - ▼ 3.2.2. [Enviados especiales](#)
 - ▼ 3.3. [Fuentes de información audiovisual externas](#)
 - ▼ 3.3.1. [Agencias de intercambios.](#)
 - ▼ 3.3.2. [Las agencias nacionales e internacionales de información](#)
 - ▼ 3.3.3. [Productoras de televisión.](#)
 - ▼ 3.3.4. [Cesión o compra](#)
 - ▼ 3.3.5. [Las promociones.](#)
 - ▼ 3.3.6. [Otras entidades.](#)
- ▼ 4. [Conclusiones](#)

▲1. Las fuentes de información y documentación en el periodismo audiovisual.

Para el periodista el concepto de fuentes de información es una idea mucho más amplia y de mayor alcance al que le puede sugerir a los documentalistas al estar mucho más especificado, estudiado y encuadrado dentro de una disciplina. Para el periodista fuentes de información lo es todo, tanto es así que a veces se confunde con la procedencia del material.

La sinonimia entre fuente y procedencia, tan clara para los periodistas, no lo es tanto para el ámbito de la documentación. Ahora bien, el documentalista está para ofrecer unos servicios determinados a unos usuarios concretos, por lo que el esfuerzo de adaptación deberá venir del profesional de la información y no del comunicólogo, lo cual no debe derivar en una dejadez por parte del documentalista de sus funciones de formador de buenos usuarios. La formación del usuario ha de considerarse como una interacción de necesidades (documentales y de documentar) y no como un intento de adaptación del usuario y sus demandas a nuestras limitaciones, esencialmente intelectuales.

Por ello, nos resulta un tanto complicado llegar a discernir lo que el concepto de fuentes de información es para el periodista, considerando fuente al individuo o colectivo que ofrece una información en un momento determinado, ya sea de forma imprevista o con premeditación, y en muchos casos alevosía, realizando la comunicación con un fin determinado (ejemplo claro son las informaciones vertidas por los gabinetes de prensa); también se considera como fuente el área geográfica generadora de hechos noticiables en un momento determinado.

Dentro del espectro de fuentes nos encontramos las que a ningún documentalista le supondría un esfuerzo titánico como las fuentes clásicas escritas, propia de los servicios de referencia, y otras menos conocidas como el propio archivo para los montajes, material de corresponsalías, de agencias, de productoras, etc.

Gans, periodista, son de los que aporta este tipo de definición con visión absolutamente universal y generalista: "*... todas las personas que el periodista observa o entrevista [...] y las que proporcionan únicamente las informaciones de base o los apuntes para una noticia*"¹

Documentólogos como **Carrizo Sainero** lo define con otra perspectiva muy diferente "*se consideran Fuentes de Información a los materiales o productos, originales o elaborados, que aportan noticias o testimonios a través de los cuales se accede al conocimiento, cualquiera que éste sea*"², al igual que **Martín Vega**, afirma que "*Se entiende por fuente todo vestigio o fenómeno que suministre una noticia, información o dato. En principio, el uso más corriente y vulgar con que se emplea la frase <>, al margen de su consideración científica como sistematización de unos conocimientos, es el que las identifica con el origen de la información, sea del tipo que sea*"³.

Son escasas las definiciones que de fuentes de información audiovisual existen en la literatura científica. **Carrizo Sainero** aporta la opción de que la clasificación de las fuentes de información se realice acorde a los soportes analizados. Por lo que define así

fFuente audiovisual: "Fuentes audiovisuales se consideran todas las que transmiten la información en forma de imagen y/o sonido en medios como los cassettes, discos analógicos, vídeos, películas..."⁴

Como solución salomónica y ante la imposibilidad de mejorar la definición aportada por **Inmaculada Chacón**, inmersa en la corriente integradora de acercar dos campos de trabajos dispares como la documentación y la comunicación, se aporta su definición: "**fuentes documentales o fuentes de la documentación** tanto al origen de la información que se pone a disposición de los usuarios de los Centros de Documentación, como a los documentos que se utilizan para analizar dicha información y a los organismos que los proporcionan"⁵.

▲2. 2. Fuentes de información audiovisual

Aunque ya se ha presentado una definición de documentación audiovisual se estima necesario volver a incidir más que en su definición en una serie de peculiaridades que concretizan y profundizan en la definición del concepto.

Las fuentes primarias de información en el periodismo no son incorporadas al servicio con criterios documentales. Es evidente que la contratación de la información por la agencia **Reuters** vendrá marcada por factores externos al departamento de documentación y sus posibles requerimientos presupuestarios. Por lo tanto, dichos criterios de selección de las fuentes audiovisuales son única y exclusivamente periodísticos los cuales tendrán presente el carácter y características de la información audiovisual de actualidad.

Todo el material que pueda llegar al centro de documentación de estas televisiones llegará en una segunda fase, y sí será en este momento cuando la selección realizada sobre dicho material audiovisual sea con elementos valorativos aportados por las ciencias de la documentación. Es decir, estas fuentes son analizadas una vez adquiridas y en muchos casos utilizadas en los diferentes servicios informativos. Dicha cuestión no debe alarmarnos. Todo lo contrario. Hemos de adaptarnos a un método de trabajo trepidante, inquietante, absorbente y sobre todo apasionante.

Los criterios que se les exige no sólo a las fuentes sino a la información que contienen están presente en cualquier manual periodístico: novedad, actualidad, inmediatez, simultaneidad, presencialidad, proximidad, objetividad, veracidad e imparcialidad. Criterios muy interesantes que sí se dan la mano con los documentales en aspectos concretos, mientras que otros son puramente valores comunicativos.

Como definición de Documentación Audiovisual o Fuente de Información Audiovisual aceptamos como válida la ofrecida por **Cebrián Herreros**:

Documentación Audiovisual: Ciencia que tiene por objeto el estudio del proceso de comunicación de las fuentes audiovisuales para la obtención de nuevo conocimiento aplicado a la investigación y el trabajo audiovisual.

Documento audiovisual: documento científico que es, participa por consiguiente de las mismas notas de información y de fuente informativa y se integra igualmente en el proceso informativo - documental: emisor (documentalista audiovisual), canal o medio de transmisión (soporte audiovisual), mensaje (documento audiovisual), receptor o usuario del mensaje (del documento audiovisual)⁶.

▲3. Procedencia de imágenes contenidas en los informativos y en los archivos de televisión

Vamos a entrar a valorar una serie de fuentes de una forma clara, aportando la opción que las nuevas tecnologías nos ofrecen, incluyendo imágenes que ejemplifican cada una de estas fuentes. Hemos de señalar que dichas imágenes son procedentes del archivo de los **Servicios Informativos de Televisión Española**, a los cuales estamos muy agradecidos por dicha posibilidad.

Una vez cumplido los requerimientos protocolarios, señalar que se realiza una clara definición entre fuentes internas y fuentes externas, llegando alguna de ellas a ser consideradas mixtas o híbridas (consideramos como propio el primer término) ya que podrán ser valorados de forma diferente.

▲3.1. Fuentes de información audiovisual interna

▲3.1.1. Reporteros

Es obvio y de perogrullo señalar⁷ que la principal y vital fuente de información audiovisual es la captación de material realizada por el personal de la propia cadena de la cabecera del sistema (para empresas con estructuras complejas). La información vendrá generada por la actividad y el desarrollo de la sociedad que deriva en la captación de hechos novedosos que interesan a una amplia comunidad. Sin duda es un aspecto cuestionable si la televisión es un fiel reflejo de la sociedad y si la sociedad es un fiel reflejo de la televisión. Tema, polémico, que se escapa a los autores de este trabajo y que seguramente tampoco esperen obtener contestación los lectores.

Dependiendo de la presencia y potencia de la empresa el ingreso de material audiovisual por esta opción será mayor o menor. Las ventajas de este tipo de material es la posibilidad de reutilización sin ningún tipo de autorización ya que los mismos pertenecen a la empresa televisiva. Dicha captación no exime a la cadena a contemplar otros derechos con el de la propia imagen y el derecho a la intimidad, que suelen "chocar" con el derecho a la información.

Además de la cantidad de material, la calidad física de las imágenes es muy superior a la que pudiera llegar por satélite, por lo que su valía será máxima para el periodista y, por lo tanto y para usos futuros, será una herramienta prioritaria.

La captación de las imágenes por los reporteros genera los denominados brutos de rodaje, es decir, material no montado ni editado.

Observen estos ejemplos:
Bruto Aznar Balladares.avi
Bruto Audi Balladares.avi
Bruto Aznar Castro.avi

▲3.1.2. Los centros territoriales

No todas las empresas audiovisuales van a contar con una estructura estable y tan desarrollada como pueden contar las televisiones estatales y alguna de las autonómicas. Sin embargo, suele ser habitual contar con lo que todos conocemos como centros territoriales que en algunos casos debieran denominarse sedes estables al ofrecérsele al término Centros Territoriales una importancia no todos tienen.

Estos centros cuentan con autonomía de tal manera que cuentan con sus propias desconexiones para publicidad y emisiones en *parrilla de emisión* paralela. Estos centros intentan aportar el factor de cercanía imposible de llevar a cabo en grandes cadenas que suelen contar con centrales en grandes ciudad, en nuestro estado es evidente que Madrid y Barcelona son los principales centros de producción de noticias.

La relación de los centros territoriales y las cabeceras del sistema es más que evidente desde el momento en son de la misma empresa. Resultaría lógico que las imágenes contaran con una vía bidireccional de envío y recepción de información. La realidad es que estos centros suelen únicamente servir información a la cabecera, especialmente para informativos, siendo secundario el envío de material desde la central a los centros territoriales. Seguramente cuestión de audiencias.

Estas imágenes, que llegan en mucho caso en línea o satélite, también cuentan con los derechos de reproducción y explotación. Suelen contar con peor calidad y por el coste del envío por satélite, suele ser material montado y con locución, aunque sin rotulación. De todas maneras dependerá mucho del acontecimiento periodístico la posibilidad de un envío de material montado o la recepción de un bruto de rodaje.

Veamos algunos ejemplos:
Centro Territorial.avi

▲3.1.3. El propio archivo

No es un error⁸. El propio archivo puede ser una fuente de entrada de nuevos productos desde el momento que material utilizado con anterioridad es montado y emitido con otra idea diferente a la primitiva. Se crea un nuevo producto informativo. Aunque dichas imágenes ya existen en el centro habrá que valorar hasta que punto dicho producto audiovisual tiene validez para el centro de documentación.

No piensen que el montaje de archivo es propio de la época estival en la que los políticos están de vacaciones y se genera menor cantidad de información, sino que es un producto mucho más habitual de lo que fuera necesario. Los centros de documentación existen por que somos rentables, tanto económica como intelectualmente. El ahorro que supone no tener que desplazar un equipo a grabar una sierra nevada (o crear la nieve si la solicitud fuera en verano) o grabar personas caminando por la Gran Muralla China es incuestionable, así como poder ofrecer imágenes en una noticia de un personaje desaparecido por tráfico de...

La reutilización del material de hecho varía mucho. Pueden utilizarse desde fragmentos de unos segundos hasta noticias completas, así como programas de entretenimientos completos. No queremos recordar las veces que hemos visto "*Verano Azul*" y la trágica muerte de *Chanquete*.

▲3.2. Fuentes de información audiovisual mixta.

Ya hemos tratado las fuentes de información internas, ahora veremos rápidamente las fuentes que hemos denominados mixtas al contar con imágenes tanto de la propia cadena como de otras empresas audiovisuales. Ante la imposibilidad de acceder a muchos hechos las empresas han de contemplar otras fórmulas de contar con imágenes como pueden ser otras cadenas o agencias. De todas maneras, estas fuentes que denominamos mixtas debe contemplarse la posibilidad de que el material sea generado por la propia cadena ya que en las estructuras de las corresponsalías y especialmente con los enviados

especiales cuentan con reporteros gráficos para captar las imágenes de los acontecimientos.

▲3.2.1. Corresponsalías

Dentro de las fuentes híbridas o mixtas, a gusto del lector/a, las corresponsalías pueden entenderse como una sede estable en el extranjero, en comunidades o comarcas. Estas corresponsalías suelen estar ubicadas en la capital del país para así poder acceder con mayor rapidez a los personajes implicados en la información, como para tener mayor capacidad y rapidez de transportes a otras partes del país.

El corresponsal aporta ese toque de cercanía a la información, pero sobre todo de fuerza y de presencia de la cadena en todos los lugares del mundo. Ahora bien, ¿por qué se incluye esta fuente de información audiovisual como mixta y no como fuente interna? Las limitaciones de las corresponsalías son muchas, de tal manera que es bastante complejo, sino imposible, el poder llegar a todas las zonas geográficas del país o conjunto de países, por lo que se tendrá que utilizar recursos y totales de televisiones locales o estatales, así como material que pudieran haber captados las agencias de información nacionales o extranjeras. Suele ser muy habitual contar con la presencia del corresponsal en las imágenes realizando una *entradilla*, pero por el contrario el resto de imágenes son de material captado por agencias.

Las imágenes de las corresponsalías llegarán montadas o semimontadas y, prácticamente siempre, con una *entradilla* del reportero. A veces esta información se convierten en directos poco creíbles o imposibles, a lo cual se denomina falsos directos. Las imágenes llegan por satélite y en muchas ocasiones sólo llegarán éstas, sin posibilidad de acceder al bruto, por lo que a la hora de la selección o borrado habrá de tener en cuenta este factor como prioritario.

▲3.2.2. Enviados especiales

Otra fuente de información audiovisual denominada mixta serán los enviados especiales, por idéntica razón que la aportada para los corresponsales: no se puede acceder a todos los lugares en todos los momentos. El don de la ubicuidad, sólo reservados a dioses, santos, beatos y a algún que otro díscolo pastillero, solucionaría la grave carencia de estas empresas.

Los enviados especiales tienen como finalidad ofrecer la información de acontecimientos especialmente importantes o relevantes para la cadena, por lo que se desplaza un equipo completo a dichos lugares por el periodo de tiempo que fuese necesario. Alguna de las cadenas,

y dependiendo del evento, llega incluso a mandar documentalistas para gestionar el material producido durante dicha estancia, normalmente en el extranjero.

Los enviados especiales suelen estar apoyados por personal estable de la cadena si existiera, como los corresponsales, por profesionales liberados del lugar y por otras cadenas. Dicha figura está cada vez más en desuso derivado de las penurias económicas existente en estos medios, lo cual no significa que no pueda desplazarse un gran contingente periodístico a acontecimientos deportivos europeos o al seguimiento de cumbres políticas caribeñas.

Veán algunas imágenes que nos sirven de ejemplo tanto para corresponsales como para los enviados especiales.
Corr Enviados.avi

▲3.3. Fuentes de información audiovisual externas

▲3.3.1. Agencias de intercambios.

La posibilidad de intercambios de imágenes entre empresas audiovisuales es cada vez una realidad mucho más clara por la sencilla razón de optimizar los recursos al máximo. Era moneda habitual el utilización compartida de recursos audiovisuales entre empresas dentro del mismo grupo de comunicación, pero no así entre televisiones con identidad empresas, y política, diferente. Las televisiones locales han de solucionar como buenamente pueden estas carencias llevando a cabo estos intercambios de una forma frecuente.

Existe una agencia de intercambio a nivel europeo compuesta por las cadenas estatales españolas, denominada **Unión Europea de Radiodifusión (UER⁹)** conocido popularmente como **Eurovisión**, que aparte de ser el concurso lanzadera de **Massiel** y la excusa perfecta para *meternos* **Operación Triunfo** es una agencia que tiene entre sus fines la del intercambio de información entre sus miembros.

El funcionamiento de **EUROVISIÓN** es bastante simple, desde el momento que cada una de las cadenas manda las imágenes que creen más relevantes de la información de ese momento, siendo distribuidas posteriormente por Ginebra, lugar donde se encuentra la sede de la agencia de intercambio.

Este material cuenta con imágenes que ya han sido seleccionadas por la empresa que ha enviado el material, estando además parcialmente montadas aunque sin rotulación. No es necesario identificar la procedencia de las imágenes. El material enviado suele ser único para las cadenas, como el material que llega por agencias al

uso, por lo que suele ser material relevante y valioso para el centro de documentación.

Las imágenes cuentan con una duración de entre dos y seis minutos de duración, por lo que el material será nuevamente montado para la emisión ya que no suele ser normal una noticia de dicha duración en los informativos actuales. Sin embargo, para su conservación se analizará el material llegado por el satélite y no el emitido, entre otras muchas cuestiones por que no todo el material que llega de la sección de internacional se convierte en pieza informativa audiovisual.

Llegan sin locución, salvo entrevistas, aunque sí cuentan en la mayor parte de los casos con el sonido ambiente que da realismo y vivacidad a la información.

Vemos un ejemplo de envío de Eurovisión.
Eurovisión.avi

▲3.3.2. Las agencias nacionales e internacionales de información

Son el método más útil, rápido y fácil de acceso a imágenes de lugares geográficos distantes. La amplia estructura de estas empresas hace posible estar prácticamente en todos los lugares del mundo cubriendo gran parte de la información necesaria para la puesta en escena de los programas informativos.

Estas grandes empresas, que suelen estar incluidas en grandes grupo de comunicación, cuentan con una serie de envíos por satélite diario, contratados con anterioridad por las cadenas que así requieren sus servicios. Los envíos son de temática variada incluyen información política, social, ecológica, deportiva, etc. Ejemplo de estas grandes agencias para la televisión son la pionera **Associate Press** con su división de televisión (**APTN**), **Word Televisión News (WTN)**, **Reuters** o **France Press**, entre otras. En España, la principal agencia de información escrita y audiovisual es la **Agencia EFE**, que cuenta con diferentes divisiones de trabajo entre las cuales se incluye la audiovisual. También en nuestro estado contamos con otras agencias de reconocido prestigio como **Europa Press** o la **Agencia Atlas**.

Debe quedar claro que las agencias son fuentes intermediarias de la información y que como tal no son generadoras de noticias. Las noticias que ofrecen las agencias de información han de pasar por el tamiz nunca reconocido de la autocensura de los intereses ideológicos de la empresa en la cual está involucrada accionarialmente. Tamiz que volverá a pasar una vez llegue a la cadena, la cual puede volver a reinterpretar la información definitiva dada al telespectador.

Veamos algunas imágenes que nos ilustren.

APTN.avi
Reuter.avi

▲3.3.3. Productoras de televisión.

Aunque no suele ser muy normal su contratación para programas informativos sí es una tónica dominante la contratación de estas empresas que gestionan parte de un producto de entretenimiento sino el producto completo. El aumento del número de productora es bastante significativo, pero no únicamente en las empresas privadas con accionariado dispar, sino también en televisiones públicas, pagadas por todos, los salarios son excesivamente onerosos, incrementando la cuenta de beneficios con succulentas ganancias

▲3.3.4. Cesión o compra

La cesión no suele ser una realidad como fórmula de ingreso de material audiovisual en las televisiones, desde el momento que aquel que graba algún acontecimiento con su cámara de vídeo doméstica intenta venderla al mejor postor. De todas maneras tampoco tiene excesiva utilidad el material cedido sino es con esa idea de primicia o unicidad, salvo que dichas imágenes tengan un valor histórico *a priori*.

Sin embargo la compra de material entre cadenas competidoras, agencias publicitarias, archivos privados suelen ser habitual para poder cubrir lagunas informativas por parte de la cadena. La compra, normalmente a precios desorbitados, hace que dicha opción sólo se lleve a cabo cuando no existe ningún otro método como es la posible adquisición por intercambio o por contratos con agencias de información y noticias.

▲3.3.5. Las promociones.

Las "*promos*" son una fórmula gratuita de ingreso de información, ofrecida a las cadenas para ofrecer publicidad sobre lugares, productos, personajes, etc. El vídeo promocional no sólo puede ser difundido con la filosofía inicial para la cual fue aportado sino que también podrá utilizarse para relleno de otras cuestiones.

▲3.3.6. Otras entidades.

Son muchas las instituciones que puede nutrir de material audiovisual las televisiones, y prácticamente todas lo distribuirán con ánimo de lucro, aunque este lucro no sea de una forma directa sino por la presencia en los medios de televisión.

Los **Gabinete de Prensa** son un gran invento del marketing, para la venta de un producto o una imagen corporativa. Volvemos a reiterar

que aunque sus fines sean propagandísticos este material puede contar con recursos, y escasamente con totales, válidos para los archivos de las televisiones. Estos gabinetes se convierten en agencias de información monotemáticas pero altamente especializadas. Grandes empresas, partidos políticos, sindicatos, etc. cuando con este gabinete destinado al contacto con los medios y para intentar paliar todas las carencias de éstos.

▲4. Conclusiones

Una vez analizados las diferentes fórmulas de entrada de imágenes en las televisiones, especialmente para el uso en los Servicios Informativos, se habrá podido observar la diferencia de dichas fuentes de información frente a las fuentes más habituales utilizadas en otras unidades de información más conocidas y estudiadas por investigadores. Dichas fuentes no son seleccionadas por documentalistas, sino que serán los editores quienes decidan los medios para adquirir las imágenes que, una vez utilizadas o rechazadas por los informativos, serán analizadas por los diferentes departamentos de documentación de las empresas televisivas y se integrarán en el archivo audiovisual en el caso de que las imágenes sean relevantes. De todas maneras, no es un archivo tal y como lo entendemos, ya que no sólo se conserva la información que ha sido emitida o recogida por el personal de la propia empresa, sino que también pueden formar parte del archivo, material que tal y como hemos mostrado, tendrá gran diversidad de origen y producción.

Hemos de señalar como básico conocer el origen de la información a la hora de mejorar el control sobre dichas imágenes, ya dicho origen puede determinar el análisis documental que haya de realizarse sobre la información. Destacamos por tanto, como fuentes propias, la grabación de imágenes del propio personal de la empresa audiovisual, y como fuentes externas las agencias internacionales de información, junto a los enviados especiales y corresponsales, como pilares básicos para conocer la realidad en el extranjero.

La diversidad de fuentes de imagen, la universalidad de la información, el enciclopedismo de las noticias televisivas, la dificultad del análisis de imágenes en movimiento, lo intrincado de los productos televisivos, el usuario peculiar y exigente, la precipitación a la hora de la búsqueda documental y la selección de material audiovisual, etc. hacen de los/as profesionales que trabajan de estos centros, auténticos profesionales de las ciencias de la información y, por supuesto, de la documentación.

Nota: las imágenes han sido cedidas por los **Servicios Informativos de Televisión Española** para uso docente e investigador. Nuestra gratitud.

[1](#) GANS, H. Deciding what's new. A study of CBS evening news, NBC

Nightly News, Newsweek and Time Pantheon. New York: Books, 1979. Pág. 80

[2](#) CARRIZO SAINERO, Gloria; IRURETA-GOYENA SANCHEZ, Pilar; LOPEZ DE QUINTANA SÁENZ, Eugenio. Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL, 1994. Pág. 30

[3](#) MARTÍN VEGA, Arturo. Fuentes de Información General. Gijón: Trea, 1995, pág. 32.

[4](#) CARRIZO SAINERO, Gloria. Op.cit. Pág. 36.

[5](#) CHACÓN GUTIÉRREZ, Inmaculada. Tipología y fiabilidad de las fuentes documentales. En: Introducción a la Documentación Informativa y Periodística. Sevilla: MAD, 1999. Pág. 63.

[6](#) LOPEZ YEPES, Alfonso. Manual de documentación audiovisual. Pamplona: Universidad de Navarra, 1992. Pág. 23

[7](#) Cebrian Herreros en su obra "Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación", editado por Síntesis en el año 1998, trata de las fuentes de información propias y ajenas incluyéndolas en la fase de preproducción de la noticia ofreciendo una mayor importancia a las fuentes propias y las fuentes exclusivas dentro de las empresas audiovisuales.

[8](#) Un estudio muy completo sobre la utilización de imágenes de archivos en nuevos productos televisivos puede realizarse con la lectura de la obra referenciada a continuación: AGIRREAZALDEGI BERRIOZABAL, Teresa. El uso de la documentación audiovisual en los programas informativos diarios de televisión. [Bilbao]: Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco, 1997.

[9](#) La Unión Europea de Radiodifusión es creada en la década de los 60, formando parte de la misma, en los primeros años de existencia, TVE aunque por decisión propia no fue fundadora junto con otras televisiones estatales europeas. La UER ofrece, en esta época, los servicios de Eurovisión e Intervisión.