

Los archivos fotográficos de las agencias como fuentes de información para las televisiones españolas

Jorge Caldera-Serrano

Universidad Central del Ecuador / Universidad de Extremadura

José Antonio León-Moreno

Consultor TIC en Gnuo Consultores

Recibido el
11-09-2014

Aceptado en
20-11-2014

Resumen

Se describe el uso del material fotográfico en los sistemas de información documental de las empresas audiovisuales televisivas, centrándonos posteriormente en las agencias de información como fuente de información primaria en dichas instituciones. Para realizar este análisis, se describen igualmente los sistemas documentales de las cadenas así como el uso actual de material fotográfico en las empresas audiovisuales. Se descubre el escaso uso de material fotográfico en las empresas televisivas y la cada vez menor existencia de departamentos de documentación fotográfica en las televisiones, siendo sustituido por la adquisición de material fotográfico a agencias de noticias.

Palabras clave

Documentación fotoperiodística, Televisión, Agencias de noticias, Sistema de gestión documental Audiovisual, Fuente de información, Colecciones fotográficas

Title

The agencies photographic archives as information sources for spanish televisions

Abstract

The use of the photographic material systems information to the television media companies then focus on the reporting agencies as a source of primary information in such institutions is described. To perform this analysis, are also described documentaries chain systems as well as the current use of photographic material in media companies. The limited use of photographic and television companies in the declining existence of photographic documentation departments in television is discovered, being replaced by the acquisition of photographic material news agencies.

Keywords

Photojournalistic documentation , Television , News Agencies, AudioVisual Document Management System , Information Source, Photo Collections

1.- Introducción: justificación del trabajo

La hibridación de los medios de comunicación de masas parece una realidad difícilmente parable en el marco de las empresas con presencia en la red. Internet se ha convertido en una realidad estandarizada en la forma de transmisión de información, donde están presentes recursos en todos los modos posibles de lectura de información. Desde la hipertextualidad a la presencia de información textual, sonora, audiovisual y fotográfica, son realidades que han venido para quedarse en los medios de comunicación, confundiendo y fundiendo lo que tradicionalmente eran medios impresos de aquellos que necesitaban de algún tipo de mecanismos para su lectura (radio y televisión).

La hibridación de medios se está desarrollando en todas las expresiones de la comunicación social, y en televisión existe un claro reflejo en la realidad presente en la Televisión 2.0, donde además de la información difundida de manera tradicional se pueden acceder a recursos de otros muchos tipos por medio de dispositivos periféricos o incluidos en el propio aparato de televisión.

Todos los métodos de difusión son válidos, todos coexisten y persisten, y todos ellos se retroalimentan.

Pero en este nuevo contexto hemos de tener presente la realidad empresarial tradicional de las empresas audiovisuales en España, su estructura y organización, y su jerarquización en la organización de los servicios de documentación, para poder así determinar cómo se accede a la información, no tanto de carácter actual como de información de índole retrospectivo (Caldera, 2008).

Independientemente de la fórmula, los requerimientos de información retrospectiva son una realidad presente en todos los medios, aunque no siempre satisfecha pues depende de la estructura orgánica de la empresa.

El trabajo expuesto se centra en las empresas audiovisuales televisivas, donde el uso de información fotográfica, ya sea en su formato tradicional (difusión digital terrestre) como la difusión de contenidos por la red, es una constante en la labor diaria, aunque no sea comparable con los requerimientos de información audiovisual, lo cual parece lógico a tenor de la naturaleza audiovisual del medio.

La información fotográfica que en los medios tradicionales estaba siendo cada vez menos utilizada, está contando con un auge importante en los medios audiovisuales virtuales. Tanto es así que es escaso el uso de material fotográfico en un programa informativo de cualquier cadena, y, sin embargo, es de lo más habitual para difusión de contenidos en la red. La estructura de muchas cadenas no existe un departamento de documentación fotográfica, hace necesario

que las empresas televisivas busquen alternativas para acceder a dichos contenidos fotográficos. Y entre estas realidades queremos centrarnos en las colecciones de las agencias de información o agencias de noticias, las cuales facilitan información fotográfica entre sus abonados, de tal forma que no es necesario contar con estructuras estables en las empresas audiovisuales. Los bancos de imágenes como repositorio de fotos también es utilizado por las televisiones (Codina, 2011), pero nos vamos a centrar en el trabajo en las agencias.

En definitiva, la documentación fotográfica es requerida en mayor o menor medida por parte de los periodistas de las empresas televisivas. Esta necesidad ha aumentado con el uso de plataformas en red para la difusión de contenidos, así como para la versión en red de las empresas audiovisuales. La mayor parte de las cadenas de televisión no cuentan en su estructura documental con departamento de gestión, conservación y análisis de documentación fotográfica, por lo que es imprescindible la búsqueda de fuentes externas a las cuales acceder para conseguir dichos recursos. Y entre las diferentes posibilidades analizaremos las agencias de información o agencias de noticias, suministradores habituales de todo tipo de recursos a las empresas televisivas.

Por lo tanto, el objetivo del trabajo no es sólo describir la realidad empresarial, sino analizar también las diferentes colecciones de agencias con información sobre España para determinar así su validez como fuente de recuperación de recursos fotográficos por parte de las cadenas.

La metodología empleada cuenta con diferentes fases para su desarrollo. En primer lugar, contamos con una revisión bibliográfica para conocer el estado de la cuestión en la materia, utilizando para ello no toda la documentación existente, sino valorando aquella que nos resulta más útil para realizar dicha labor. Por lo tanto, no esperemos encontrar en la bibliografía una revisión exhaustiva bibliográfica sobre la cuestión, sino una selección motivada por el carácter acumulativo de la producción científica en nuestra disciplina.

Una vez realizada esta labor hemos consultado las fuentes de información de las principales agencias de noticias en España, entre las cuales hemos destacado la Agencia EFE y Europa Press, entre otras; para ello revisado tanto material bibliográfico como la información comercial facilitada por las propias agencias de noticias. También hemos incluido agencias no españolas que cuentan con importantes recursos fotográficos sobre España, que pueden ser para los medios audiovisuales, teniendo presente que muchas de las cadenas televisivas. Destacamos Reuters, AP, Corbis y EPA.

Como resultado final, redactado el presente trabajo en el cual se las necesidades documentales de las empresas audiovisuales en relación con el material fo-

tográfico y la descripción y valoración de las colecciones fotográficas de las agencias anteriormente mencionadas.

2.- La documentación en las empresas televisivas: líneas generales

Prácticamente la totalidad de las empresas audiovisuales cuentan con un servicio de documentación que aporta calidad y veracidad a la información facilitada por la cadena. Aquellas empresas que no cuentan con estos servicios, es porque siguen una política errónea en la cadena, seguramente por la escasez de recursos económicos y en algunos casos espaciales. No somos conocedores de muchas empresas audiovisuales sin una mínima infraestructura documental, pero se dado esta realidad en empresas audiovisuales de carácter local o microempresas.

No obstante, cualquier gran televisión cuenta con un departamento de estas características, en el cual se gestionan y conservan al menos información de naturaleza audiovisual y documentación textual con el fin de facilitar el contexto y la información puntual sobre cualquier cuestión.

Los servicios de documentación existen en las empresas audiovisuales ya que son la clave de acceso. Aunque no cuenta con un archivo de imágenes especialmente antiguo, cuenta con material muy válido de deportes, economía y política, tanto nacional como a nivel internacional. Precios muy competitivos.

1) Agencia Associated Press

Denominación: Associated Press

Url: www.ap.org

Año de creación: 1846

La decana de las agencias de información a nivel internacional fue creada por diferentes medios estadounidenses que llegaron al acuerdo de intercambiar información y recursos con el fin de abaratar costes de producción. Se ofrecen servicios en inglés, alemán, francés, español y neerlandés, contando con cerca de dos mil periódicos y más de cinco mil cadenas de televisión como asociados.

Aunque también el punto fuerte de esta agencia es el material audiovisual puede observarse por el número de periódicos suscritos que los recursos disponibles para los periódicos es muy importante.

Cuenta con una colección de fotografías que supera los diez millones, y aunque evidentemente su principal colección es de fotografías norteamericanas, cuenta

con un amplio archivo de material con fotografías de personajes públicos españoles y de eventos ocurridos en España.

2) Corbis

Denominación: Cosbis Image

Url: <http://www.corbisimages.com/>

Año de creación: 1989

Corbis es una de los mayores proveedores de material audiovisual del planeta, especialmente orientado a agencias de publicidad. Corbis va más allá del banco de imágenes o repositorios de recursos, esta agencia además gestiona los derechos de explotación y uso del material.

Cuenta con importantes profesionales de la fotografía además de algunas colecciones importantes como la National Gallery de Londres.

Esta empresa, cercana a lo que entendemos por agencia de información, cuenta con más de siete millones de fotografías, que pueden ser obtenidas por medio de la red.

3) EPA: European Pressphoto Agency

Denominación: EPA

Url: www.epa.eu

Año de creación: 1985

Aunque de reciente creación, EPA cuenta con un archivo de más de tres millones de fotografías generadas por un número importante de fotógrafos, más de cuatrocientos. Su temática es variada y recoge el material producido para los principales medios impresos que están y mantienen la European Pressphoto Agency.

Se puede adquirir su material, y aunque cuenta con material con interés para medios españoles desde el punto de vista geográfico, no es su punto fuerte aunque sea una agencia muy recomendable.

Aunque el archivo accesible no funciona hasta el año 1997, la fecha de creación de la EPA es de 1985, cuando diferentes agencias de información de unen para contrarrestar la presencia de agencias de ámbito anglosajón. Estas agencias fueron: France Press de Francia, ANP de los Países Bajos, ANOP portuguesa, ANSA de Italia, la belga BELGA, EFE de España y DPA alemana.

3.- Conclusiones

Podemos finalizar señalando que los medios de comunicación audiovisuales rara vez cuentan con servicios de documentación fotográfico para las necesidades de los periodistas de la cadena. El por qué es que dichas necesidades son cada vez menores y por lo tanto la mayor parte de las cadenas prefieren centrar sus recursos humanos y económicos en la gestión de la información audiovisual.

Esto provoca que, ante las necesidades puntuales de los medios audiovisuales, sea necesario el controlar, conocer e identificar las principales fuentes de información existentes en el mercado con el fin de acceder de forma rápida y poco costosa a material fotoperiodístico que en alguna ocasión pudieran requerir los periodistas.

De ahí que los gestores de información y documentación de las empresas audiovisuales deben conocer y controlar un directorio con las principales agencias de información y agencias fotográficas con el fin de acceder a dichos recursos externos. El pago por estos servicios a terceros es infinitamente más económico que el mantenimiento de un servicio de gestión de material fotográfico (siempre entendiéndolo para los medios audiovisuales, en caso de tratar la documentación de un medio impreso el servicio de documentación fotográfica resulta absolutamente incuestionable).

Las agencias de noticias y las agencias de fotografía plantean una serie de potencialidades y recursos que hacen fácilmente accesible los contenidos, pudiendo acceder a dichos contenidos prácticamente en su totalidad por medio de la red, aunque otros pueden utilizar los envíos por satélite o por ftp.

Las agencias de información y las agencias de fotografía han sabido adaptarse al cambio y a la evolución de la tecnología, ofreciendo y facilitando la información de la forma requerida por los medios audiovisuales, con costes reducidos, y fiabilidad y rapidez garantizada.

4.- Reconocimientos

El presente trabajo fue patrocinado por el Proyecto Prometeo de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de la República del Ecuador.

Este trabajo ha sido financiado por el Gobierno de Extremadura (Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología) y el Fondo Social Europeo dentro del plan de apoyo a las actuaciones de los Grupos de Investigación inscritos en el catálogo de la Junta de Extremadura. GR10019.

5.- Bibliografía

CALDERA-SERRANO, J., 2008. Changes in the management of information in audio-visual archives following digitization: current and future outlook. *Journal of Librarianship and Information Science*, 40 (1),13-20. ISSN 0961-0006

CALDERA-SERRANO, J., NUÑO-MORAL, MV. y ZAPICO-ALONSO, F., 2004. Las agencias internacionales de noticias como fuente de información audiovisual. *Scire*, 10 (2), 137-146. ISSN 1135-3716

CALDERA-SERRANO, J. y ZAPICO-ALONSO, F., 2004. La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación Bibliotecológica*, 18 (37), 110-131. ISSN-e 0187-358X

CALDERA-SERRANO, J. y ZAPICO-ALONSO, F., 2005. Gestión documental de la información audiovisual deportiva en las televisiones generalistas. *Encontros Bibli: revista eletrônica de Biblioteconomia & Ciencia da Informação*, 20, 1-20. ISSN 1518-2924.

CODINA, LLUÍS, 2011. Entender los bancos de imágenes. *El profesional de la información*, 20 (4), 417-423. ISSN 1386-6710.

VALLE GASTAMINZA, F. (coord.), 1999. *Manual de documentación fotográfica*. Madrid: Síntesis. ISBN 84-7738-689-7

MURO BENAYAS, I., 2006. *Globalización de la información y agencia de noticias: entre el negocio y el interés general*. Barcelona: Paidós. ISBN 84-493-1902-1

OLMOS, V., 1997. *Historia de la Agencia EFE: el mundo en español*. Madrid: Espasa-Calpe. ISBN 84-239-8782-5

SÁNCHEZ VIGIL, J.M., 2001. La fotografía como documento en el siglo XXI. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 24, 255-267. ISSN 0210-4210

SÁNCHEZ VIGIL, J.M., 2006. *El documento fotográfico: historia, uso y aplicaciones*. Gijón: Trea. ISBN 84-9704-223-9

6.- Notas

¹Investigador Prometeo, jcalser@alcazaba.unex.es

²yo@jaleon.com