

La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales

JORGE CALDERA SERRANO

Facultad de Biblioteconomía y Documentación, Universidad de Extremadura, Edificio Alcazaba, s/n. 06071 Badajoz, España, + 34 924 28 64 00 Ext. 64 40
E-mail: jcalser@alcazaba.unex.es

FELIPE ZAPICO ALONSO

Facultad de Biblioteconomía y Documentación, Universidad de Extremadura, Edificio Alcazaba, s/n, 06071 Badajoz, España, + 34 924 28 64 99 Ext. 64 22
E-mail: fzapalo@alcazaba.unex.es

Artículo

RESUMEN

El modelo de comunicación de Lasswell es el método aceptado por la comunidad de periodistas como fórmula de relación comunicativa con el telespectador. Plantea la necesidad de que el mensaje periodístico resuelva una serie de cuestiones tales como el qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. Este modelo ha derivado en las denominadas reglas de las cinco W, que incluyen los elementos comunicativos que deben evidenciarse en cualquier proceso de transmisión y receptor. El método es también aceptado para los medios de comunicación audiovisuales por lo que parece un modelo válido para implementar las bases de datos documentales. Así, si la pieza audiovisual informativa se confecciona contestando las preguntas planteadas en el modelo sería oportuno desmembrar dicha información nuevamente, y conservarla y almacenarla en las bases de datos por medio de campos específicos.

Palabras Clave: Modelo de comunicación Lasswell, Bases de datos de imágenes.



JORGE CALDERA-SERRANO

FELIPE ZAPICO-ALONSO

LASSWELL COMMUNICATION FORMULA AS A METHOD TO IMPLEMENT DOCUMENTARY DATA BASES IN AUDIOVISUAL MEDIA

ABSTRACT

Lasswell's communication model is the one that has been accepted by the journalists' community as a good formula of communicative relationship

with the TV spectator. The model sets forth the need for the journalistic message to solve a series of questions implied in the five “Ws”: what, how, when, where and why, which include the communicational elements that must be made evident in a process which emits and receives. The same method is also accepted in the audiovisual communication media and for that reason seems adequate to implement documentary databases. Therefore, if the audiovisual information piece is constructed by answering to the questions made by Lasswell’s method, it would be appropriate to dismember again such information and preserve it and store it in the databases by means of specific fields.

Keywords: Lasswell’s Communication model, Image databases.

INTRODUCCIÓN

Aunque vilipendiada, la televisión ha sido un instrumento vital para el desarrollo comunicativo de la sociedad actual en las últimas décadas, un elemento vertebrador e integrador del pensamiento colectivo inicialmente nacional y que posteriormente ha evolucionado gracias a las tecnologías de las telecomunicaciones hacia la idea de “*aldea global*” profetizada por MacLuhan¹ en su obra clásica.

La televisión cuenta con la necesidad de verificar, con textualizar y apoyar la producción que conforma la parrilla programática de la cadena, para lo cual utiliza los servicios de documentación con que la totalidad de las cadenas nacionales y regionales cuentan en tres organigramas. Es necesario contar con lagestión correcta y válida de información sonora, visual, textual y audiovisual para poder aportar y optimizar la documentación necesaria solicitada por los usuarios, y alcanzar así los objetivos de la cadena, tanto de explotación como económicos.

En el marco de estas empresas audiovisuales es necesario implementar y desarrollar las herramientas documentales válidas para conseguir los objetivos señalados con anterioridad, por lo que parece adecuada del intento de plasmar en dichas herramientas las fórmulas de consulta y las necesidades de los periodistas.

Atendiendo a dicho factor y a la necesidad de que el usuario cuente con la información solicitada en el marco de una realidad empresarial, se cree oportuno que la implementación de las bases de datos documentales sean un fiel reflejo de la fórmula que emplea el periodista para ofrecerle información al telespectador, en el marco de un proceso comunicativo. Es por esa razón, por lo que se desea mostrar los distintos modelos comunicativos y dar validez al aceptado por el presente artículo, la fórmula de Lasswell y, más concretamente, “las reglas de las cinco W”² empleadas a partir

1 Marshall McLuhan, *La galaxia Gutenberg: génesis del “homo typographicus”*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1993. 1962 fue el año de la primera edición de dicho libro.

2 Se refiere a las cinco Ws de las que se habla en inglés: who, what, when, why and where (quién, qué, cuando, por qué y dónde) N. T.

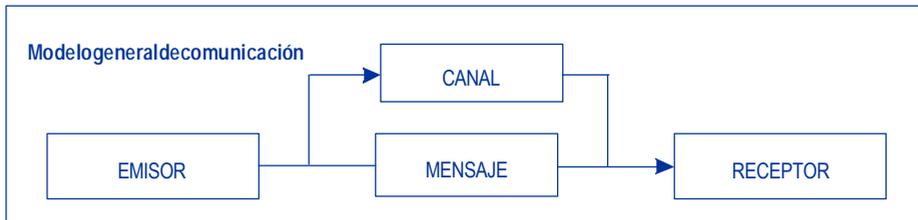
de Lasswell como método válido para desarrollar las bases de datos documentales, especialmente el material audiovisual, que es en el que se centra el presente trabajo.

PRINCIPALES MODELOS DE COMUNICACIÓN

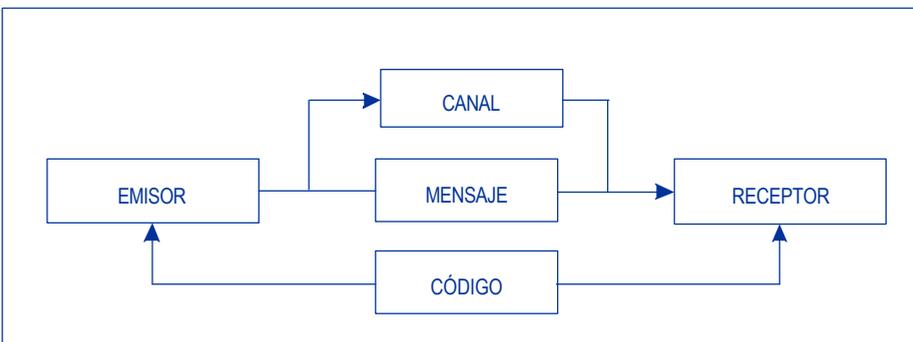
El estudio de la comunicación es bastante complejo sobre todo por la pluralidad del propio fenómeno, lo que hace necesaria la creación de reglas para entender la comunicación y poder analizar sus causas y efectos. La comunicación puede establecerse entre dos personas aunque no exista un código admitido y aceptado por los dos sujetos; idéntica comunicación se realiza entre la televisión y los telespectadores, aunque con una serie de características propias.

La comunicación entre personas ha ido evolucionando a lo largo del tiempo conforme ha evolucionado la ciencia y la técnica de la transmisión de la información, y ha superado barreras hasta hace bien poco insalvables como las de tiempo y espacio.

Todos los modelos de comunicación universalmente aceptados cuentan con cuatro elementos comunes: el emisor, el receptor, el mensaje y el canal.



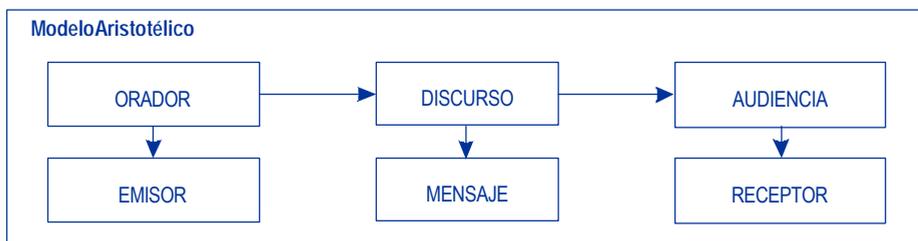
Se realiza el proceso de comunicación en el momento en que se transmite un mensaje que va del *Emisor* a un *Receptor* por medio de un *canal* que pueda ser utilizado por ambas partes. Igualmente es básico para que se realice una comunicación correcta que tanto el *Emisor* como el *Receptor* compartan un mismo *código*. Por lo que al es que ma anterior se ha brá de ampliar e incluir un *código* común entre *Emisor* y *Receptor*.



Al igual que el *código*, el *canal* es un factor vital para la buena marcha del proceso comunicativo. Joseba Zúñiga³ divide la comunicación en directa y mediata. Directa es aquella que no necesita ningún medio tecnológico entre emisor y receptor; es decir, existe una comunicación directa con relación en directo. Por el contrario, la comunicación mediata es aquella en la cual son necesarios canales técnicos para que ésta exista. La comunicación mediata es la utilizada por los diferentes medios de comunicación y la que, como se indicaba con anterioridad, supera la prueba del tiempo y del espacio.

Modelo Aristotélico

Uno de los modelos que analizan la comunicación es el modelo aristotélico, el cual basa su estudio en la comunicación oral. Es evidente que este modelo tan sólo cubre parte de la casuística de los modelos de información y obviamente no contempla el proceso comunicativo tal y como se organiza en los medios televisivos, aunque sí cuenta con una parte discursiva que podría ser exportable a dicho modelo.



Teoría matemática de Shannon⁴ y Weaver

La teoría matemática de la comunicación fue formulada por Shannon en 1949 y desarrollada con posterioridad por Weaver analizando el campo de las telecomunicaciones. Shannon basa su información en que un estímulo exterior debe transformarse en una entrada de información en el sistema de comunicación, y también incluye la reacción del receptor por medio de una respuesta al mensaje. Teresa Aguirreazaldegui⁵ habla de “[...] una teoría del rendimiento informativo o transmisión óptima de los mensajes”. El objeto de esta teoría de la comunicación es aportada por Aguirreazaldegui tomanando una cita de Wolf⁶ “[...] mejorar la velocidad de la transmisión de los mensajes, disminuir las distorsiones y las pérdidas de información, aumentar el rendimiento general del proceso de transmisión de información.”⁶

3 Joseba Zúñiga. *Comunicación Audiovisual*. San Sebastián: Es cívica, 1998. pp. 79 y ss.

4 Clau de E. Shannon. *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid: Forja, 1981.

5 Teresa Aguirreazaldegui. *El uso de la documentación audiovisual en los programas informativos de televisión*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1996, p. 151.

6 Mauro Wolf. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1991.

El desarrollo del modelo matemático comunicativo de Shannon comienza en el momento en el que la fuente de comunicación genera un mensaje, esta fuente selecciona el mensaje y el transmisor lo codifica, convirtiéndola en una señal capaz de ser transmitida por un canal informático, el cual será el vehículo para enviar la información de un transmisor de información a otro aparato receptor; este canal puede tener ruido por interferencias de comunicaciones externas o por elementos defectuosos del sistema.

Tal como señala Antonio Hernández:

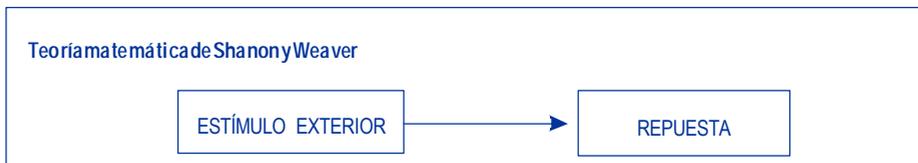
[...] Mientras que Lasswell se ocupa del contenido de los mensajes, la teoría de Shannon prescinde prácticamente de él para ocuparse, desde una perspectiva más técnica, y hasta cierto punto, más económica, sólo del contenido de los mensajes, evitando interesarse por el contenido de los mismos. Lo que interesa a este modelo no es conocer, ni mucho menos describir o interpretar los mensajes, ni en su fase de emisión ni en su fase de recepción, sino es tutiar los procedimientos que logran aumentar la eficacia del proceso informativo. Shannon intenta lograr, mediante el estudio de índices de ruido, silencio, entropía o redundancia, entre otros, la mayor eficacia posible, en un sentido técnico y económico del proceso de transmisión (emisor - recepción) de la información.⁷

El hecho de que el modelo de Shannon se olvide del contenido del mensaje y vuelque sus esfuerzos en el contenido ha sido uno de las acusaciones más repetidas hacia dicho modelo.

Este es que made de comunicación, surgido a partir del estudio de las telecomunicaciones, ha sido adaptado para el campo de las comunicaciones humanas y resulta muy útil para analizar los medios de comunicación al tomar en cuenta el análisis de los efectos que producen los *mass-media* a través de la comunicación.⁸

Umberto Eco, en el año 1972, explica así el modelo de Shannon para analizar el proceso comunicativo:

[...] existe siempre una fuente o manantial de la información, desde la cual a través de un aparato transmisor, es emitida una señal; esta señal viaja a través de un canal a lo largo del cual puede ser interferida por un ruido. Al salir del canal, la señal es recogida por un receptor que la convierte en un mensaje. Como tal el mensaje es comprendido por el destinatario.⁹



7 Antonio Hernández Pérez. *Documentación audiovisual: metodología para el análisis documental de la información periodística audiovisual*. Madrid: Universidad Complutense, 1992, pp. 29 - 30.

8 Para ampliar información sobre la teoría matemática de Shannon ver: José María De Santos Guanter. *Teoría y régimen jurídico de la documentación*. Madrid: Eu de ma, 1987, pp. 229 y ss.

9 Umberto Eco (dir). *Estética e teoría dell'informazioni*. Milan: Bompiani, 1972, p. 127.

Teoría y modelo de Maletzke

El psicólogo alemán Maletzke, especializado en psicología de la comunicación, formula en 1963 el modelo comunicativo que es conocido por el nombre del autor.



Este modelo de comunicación establece seis diagramas y desarrolla las siguientes relaciones:

- ❖ *Relación en tre el emisor y el mensaje.* Analiza el proceso de creación del mensaje, y estudia la intención de éste.
- ❖ *Relación en tre el emisor y el medio.* Estudia la influencia de la empresa comunicativa sobre el medio, sobre todo desde el punto de vista tecnológico.
- ❖ *Relación en tre el emisor y el receptor.* Está influenciada por la autoridad del emisor, la imagen que el receptor guarda del medio, los posibles contactos entre emisor y receptor, la predisposición frente al medio, las relaciones emocionales entre emisor y receptor y, por supuesto, el prestigio del emisor.
- ❖ *Relación en tre el mensaje y el medio.* Determina que la noticia sea ofrecida de manera diferente según se trate de prensa, radio o televisión. El medio audiovisual cuenta con la ventaja de que la imagen puede trabajar de manera mucho más directa las emociones.
- ❖ *Relación entre el receptor y el mensaje.* Consiste en el hecho de que la información cumpla o no las aspiraciones y necesidades del receptor.
- ❖ *Relación en tre el receptor y el medio.* Surge de la relación entre el medio y el receptor, sobre todo tomando en cuenta el prestigio de dicho medio.

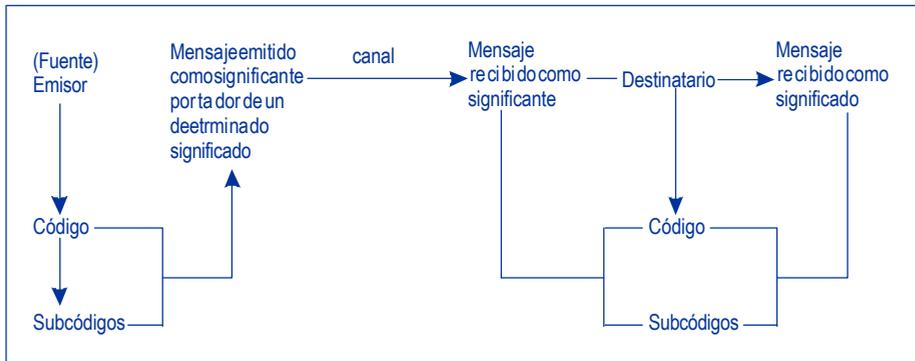
Teoría Hipodérmica

Esta teoría surge con la exploración de los medios de comunicación de masas y tras analizar los efectos producidos por los medios en la sociedad. Fue elaborada a partir de la psicología conductista, la cual parte de la idea del estímulo como fórmula para llegar a una respuesta.

Esta teoría analiza las reacciones de cada uno de los individuos, tomados por separado, una vez que los medios de comunicación ofrecen una información, la mayor parte de las veces influencia a por éstos mismos. Los autores que analizan esta teoría

hipodérmica son Wright Mills¹⁰ y Wolf.¹¹ Debe que dar evidencia de que dicha teoría se encuentra poco desarrollada además de contar con un alto grado de rechazo por parte de los comunicólogos.

Modelo Comunicativo Semiótico



Este esquema nos muestra el modelo comunicativo semiótico como lo muestra Umberto Eco,¹² quien señala la influencia de diferentes disciplinas en el paradigma de la comunicación e introduce factores eminentemente semánticos, tal y como señala Mauro Wolf al mencionar que el código se entiende como la correlación entre los elementos de sistemas diferentes; es decir, el código “[...] garantiza la posibilidad de dicha transformación”.¹³

Wolf nos muestra la importancia que tiene la descodificación de la información que hace un colectivo al cual va dirigida la información de masas. Igualmente se señala que es diferente el significado del mensaje emitido y el significado del mensaje recibido cuando hay una incorrecta descodificación del mensaje.

Por lo tanto la comunicación contiene dos elementos básicos que han de entenderse no sólo utilizando un mismo código, sino descodificando de idéntica manera los códigos enviados por unos y recibidos por otros. La intención del emisor a la hora de emitir el mensaje ha de ser descodificada con la misma intención por parte del usuario.

10 C. Wright Mills. *Power politic and people*. New York: Oxford University Press, 1963.

11 Mauro Wolf. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1991.

12 Umberto Eco [et. al.]. *Prima proposta per un modello di ricerca interdisciplinare sul rapporto televisione / pubblica*. Perugia: Istituto di Etnologia e Antropologia Culturale, 1965.

13 Mauro Wolf. *Op. cit.* p. 135.

Modelo semiótico-textual

Este modelo señala que para una buena comunicación no se debe tener en cuenta únicamente la correcta transferencia del mensaje sino que habrá que considerar las relaciones prácticas textuales.

Tal y como señalan Eco y Fabbri,¹⁴ hablar de una correcta comunicación simplificándolo todo a una correcta descodificación puede ser un error al no tener en cuenta una serie de cuestiones, tales como que el receptor no recibe mensajes sino conjuntos textuales, que estos mensajes no son comparados con otros, y que los mensajes enviados por el emisor no son únicos.

El emisor y el receptor no coinciden con la fuente y el destinatario de la teoría semiótica, ya que habitualmente tanto emisor como receptor son entendidos como dos partes del modelo comunicativo sin ningún tipo de intención, mientras que para la teoría semiótica ambos polos sugieren y posibilitan la dinamización del proceso al haber interacción entre emisor y receptor.

TEORÍA Y MODELO DE COMUNICACIÓN DE LASSWELL

Harold Lasswell (1882–1978) destaca por ser de los primeros investigadores que analizan el efecto que provocan los medios en los electores. Lasswell plasma las bases de la teoría funcionalista, que se adhiere a la teoría de los efectos, aun que aporta ciertas particularidades del proceso comunicativo y de los efectos sobre los mensajes, y señala que los mensajes siempre producen un efecto en quien los recibe.

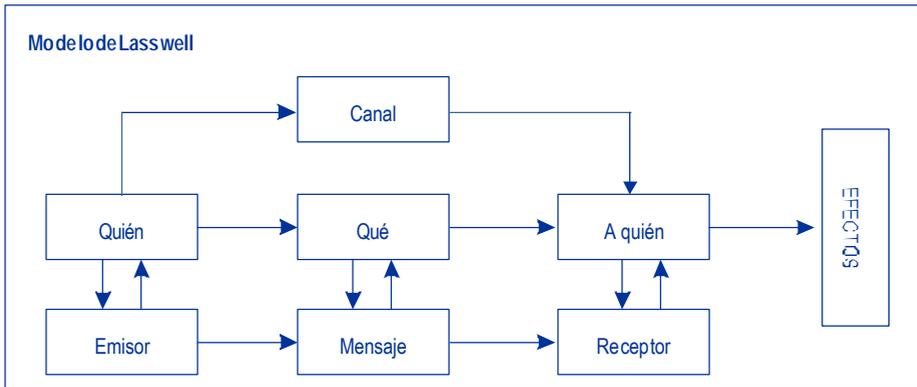
El modelo comunicativo de Lasswell también es conocido como paradigma de Lasswell, el cual fue fundido en 1948 en forma de artículo “Estructura y función de la comunicación de masas”. Lasswell apoya su modelo comunicativo analizando estudios políticos, de opinión pública y sociales. En este artículo trata de explicar el comportamiento de las masas en respuesta a unos estímulos determinados ofrecidos por el emisor. Esta idea da pie para su más conocida teoría, que incluye las preguntas que han de llevarse a cabo para analizar e interpretar un acto de comunicación, tales como ¿quién lo dice? ¿qué cosa dice? ¿en qué y por qué medio lo dice? ¿a quién se lo dirige? ¿cuáles su finalidad? Este modelo viene en parte derivado del modelo aristotélico enunciado con anterioridad.

Para Lasswell cualquier proceso comunicativo cuenta con los siguientes elementos:

- ❖ **Quién:** que se corresponde con el emisor, por lo cual se estudia la procedencia del mensaje.
- ❖ **Qué:** que correspondería con el mensaje, y servicio para hacer el análisis de contenido.

14 Humberto Eco; P. Fabri, Progetto di ricerca sull'utilizzazioni dell'informazioni ambientale. Problemi dell'informazioni, 1978, n° 4, pp. 555 - 597.

- ❖ **Porqué me dio o qué canal:** correspondería al canal en el modelo clásico, lo cual ayuda a analizar los medios de comunicación.
- ❖ **A quién va dirigida la comunicación:** sería el receptor, lo que permitiría realizar diferentes estudios de la audiencia.
- ❖ **Con qué efectos:** analiza no tan sólo el mensaje sino lo que éste produce.



Este modelo comunicativo ha sido adaptado a los medios de comunicación y servido de guía para muchos trabajos. Zúñiga señala un posible aspecto que no contempla este modelo comunicativo, lo cual no es válido para desacreditar dicha teoría. El paradigma de Lasswell es unidireccional, no hay una posible interacción con el telespectador, tan sólo analiza los efectos que los mensajes producen sobre éste, tanto individual como colectivamente, pero no ofrece la posibilidad de dar respuesta a los efectos planteados.

Dicha teoría y fórmula comunicativa ha sido aceptada por los medios de comunicación para confeccionar la información. Esta teoría monta la pieza informativa atendiendo a las preguntas planteadas por Lasswell en su fórmula comunicativa, con el fin de producir un efecto derivado de la política empresarial del medio y de la ideología de éste. Dicha fórmula ha sido planteada muy especialmente para el material de informativos, pero es igualmente útil tanto para documentación en prensa escrita y radiofónica como para la audiovisual.

LA FÓRMULA DE LASSWELL Y LAS BASES DE DATOS EN MEDIOS AUDIOVISUALES

Yase ha comentado que prácticamente la totalidad de los manuales periódicos toman como válida la fórmula de comunicación de Lasswell para intentar relacionarse y comunicarse con su audiencia. Por lo tanto, las informaciones periódicas intentan dar respuesta a cada una de las preguntas planteadas por dicha fórmula.

La idea del desarrollo y optimización de las bases de datos documentales de los medios audiovisuales es extremadamente sencilla, lo que no le resta validez y le ofrece legitimidad a sus resultados desde el momento en que tanto el principio como el fin es el propio usuario y la relación de éste con las herramientas documentales. El periodista-usuario no es un ser inactivo, un ser inerte que obtiene información de los departamentos de documentación de forma pasiva, sino un ente vivo que interactúa de manera muy diferente con el departamento de documentación dependiendo del individuo. Esto se traduce en la necesidad de crear herramientas marcos y generales para que cada periodista pueda acceder a la información de la manera más cómoda sin olvidar los criterios de pertinencia, relevancia y exhaustividad.

Por lo tanto, si el periodista organiza la información televisiva que posteriormente se difundirá, tomando en cuenta las cuestiones planteadas por Lasswell, debe conseguir una herramienta documental capaz de descomponer dichos elementos en campos de la base de datos para poder así recuperar el total de la información, o parte de ella, con base en elementos con los que fueron creados. Para ello es necesario dotar a ese periodista de una estructura de base de datos abierta y flexible, ya que el tipo de solicitudes del usuario puede variar atendiendo a las *modas informativas*,¹⁵ aunque este cambio sí determina más la gestión y el análisis documental que la propia estructura de la base de datos.

Una herramienta documental audiovisual debe contar con otra información que no sea puramente informativa, aspectos relacionados con los derechos de explotación y reutilización, características físicas del soporte y de la emisión en sí misma, etcétera, todo lo cual se escaapa del proceso comunicativo marcado por Lasswell y hace necesario su control en el marco de las instituciones documentales audiovisuales televisivas.

Se ofrecen a continuación las áreas con las que debe contar una base de datos para la gestión de información audiovisual en los servicios de información y documentación de las cadenas generalistas.¹⁶

15 Se denomina moda informativa a la evolución en el tipo y la fórmula de ejecución de las solicitudes de los usuarios. La actualidad y la realidad cambiantes, tanto de los métodos como de los hábitos en nuestra sociedad, hace necesario estar alerta a los nuevos requerimientos de los periodistas que vendrán determinados por las solicitudes de los telespectadores, por lo que aquello que era una mera anécdota o curiosidad podría convertirse en hecho noticioso o interesante.

16 Datos extraídos de la tesis doctoral de Jorge Caldera Serrano que bajo el título “*Archivos de televisión: nuevas perspectivas metodológicas para el tratamiento documental de la imagen en movimiento en programas informativos*” fue defendida en la Universidad de Salamanca, en la que se plasma un novedoso método de gestión documental para los archivos de televisión.

| Base de Datos | |
|---------------|--------------------------|
| Áreas | Control |
| | Descripción física |
| | Designación |
| | Descripción documental |
| | Descriptores temáticos |
| | Descriptores onomásticos |
| | Descriptores geográficos |
| | Fecha |
| | Producción |
| | Emisión |
| | Localización |
| | Responsabilidad |
| | Miscelánea |

De forma general, cabe señalar que existen áreas que no son válidas para responder a las cuestiones planteadas por Lasswell pero que la información aportada en el área de control es necesaria para determinar la producción y la calidad de ésta. Otro ejemplo de ello son los datos relativos a la descripción física, que en nada ayudan a describir el contenido pero sí el contenido documental; aspectos relacionados con la producción, la emisión, y la localización del material en los depósitos. Ni siquiera la responsabilidad o cuadro técnico del material aporta información desde el punto de vista de los datos que componen el acto comunicativo, aunque sean necesarios para algunos elementos del contenido, y válidos para la recuperación por sí mismos o utilizados junto a otros elementos por medio de los operadores *booleanos*.

Van a describirse aquellas áreas que ofrecen con testación al Paradigma de Lasswell y se hará finalmente un esbozo de los campos y preguntas resueltas por tales áreas.

| Área de Designación | |
|---------------------|----------------------|
| Campos | Título documental |
| | Subtítulo documental |
| | Título programa |
| | Título serie |
| | Título de las partes |
| | Título original |
| | Subtítulo |
| | Número en la serie |

En el área de designación se ofrece información sobre el título o títulos ofrecidos por la empresa, así como el título documental aportado por el personal del servicio de documentación, en caso de que dicho material no tenga un título atribuido. Esto es una realidad cuando se analizan piezas de un informativo, aun que para programas de entretenimiento o productos completos y terminados es válido el título ofrecido por la cadena.

| Área de descripción documental | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Campos | Resumen |
| | Análisis cronológico |
| | Análisis cronológico originales |
| | Condiciones atmosféricas |
| | Obras artísticas |
| | Descripciones externas |

El área de descripción documental es especialmente relevante en el marco de las empresas audiovisuales desde el momento en que hay campos sólo existentes en el análisis y tratamiento de la información audiovisual. Puede observarse en el cuadro cómo se cuenta con el campo de análisis cronológico en el cual se describen las imágenes, secuenciadas por secuencia, mencionando en primer lugar el código de tiempo de inicio de las imágenes, el plano y el movimiento de la cámara, y terminando con la descripción de la imagen en texto libre.

Ejemplo de ello podría ser:

00:00:32 PG z.in PM¹⁷ Declaraciones en rueda de prensa de José María Aznar, presidente del gobierno, señalando la necesidad de crear nuevos puestos de trabajo.

Además de dicho campo, se observan otros igualmente válidos, como el de obras artísticas, en el que se señalan las diferentes piezas musicales, escultóricas, pictóricas, et cetera, que se ven y a las cuales hace referencia el documento, y la identificación de las diferentes condiciones atmosféricas que puedan observarse.

| Área de descriptores temáticos | |
|--------------------------------|---------------------|
| Campos | Tema |
| | Plano tema |
| | Denotación temática |
| | Identificador |

17 Plano General con un movimiento de cámara, en este caso, un *zoom in* para acercarse a un Plano Medio. Se describe por lo tanto un movimiento de cámara y con posterioridad se le va a cabo la descripción de las imágenes.

Otra área importante en la descripción de información audiovisual es la identificación de aspectos temáticos tanto de elementos que se ven como a los que se hace referencia. Esta dualidad del análisis en la que se distingue entre lo que se ve y a lo que se hace referencia es un elemento diferenciador de este tipo de gestión documental, lo que dará lugar a cambios en otros campos. Igualmente se ofrece información sobre aspectos denotados temáticamente que suele ser habitual realizar las consultas por medio del tipo de atributos que ofrece la información; es decir, de una lectura subjetiva sobre el acontecimiento, hecho o imágenes y no sobre lo que se ve claramente en la pieza audiovisual.

| Área de descriptores onomásticos | |
|----------------------------------|------------------------|
| Campos | Persona |
| | Planopersona |
| | Denotación de personas |
| | Entidad |
| | Planoentidad |
| | Denotación de entidad |
| | Autor |
| | Intérprete |
| | Colaboradores |

Otra área interesante y primordial es la relacionada con los elementos onomásticos en la que se identifican tanto los nombres de personas físicas como jurídicas; como puede observarse existe una clara diferencia en los campos entre las personas físicas y las personas jurídicas, haciendo la misma distinción que en el área temática entre información vista, referenciada y denotada.

A estos elementos por medio de los cuales es habitual recuperar la información en las televisiones, se une otra información válida para la descripción de obras artísticas, como son los autores e intérpretes (se recuerda que el término obras artísticas está tomado desde un punto de vista muy general). En último lugar se ofrece la posibilidad de incluir a los colaboradores que han participado en la puesta en escena de los programas tanto de informativos como de entretenimiento.

| Área de descriptores geográficos | |
|----------------------------------|------------------------|
| Campos | Lugares de la acción |
| | Plano lugar |
| | Plano localización |
| | Implicación geográfica |

Junto a la identificación de personas y temas, el círculo se cierra al señalar los lugares vistos en la información, ya sean generales (plano lugar) ya sean específicos (plano localización), y las ciudades o zonas geográficas en las que se desarrollan los acontecimientos. En último lugar también se identifican los países o con junto de países con nombre formal sobre los que repercute la información de una manera directa.

| Área de fecha | |
|---------------|------------------------|
| Campos | Noticia |
| | Periodo noticia |
| | Grabación |
| | Acontecimiento cíclico |

En la presente área se describen elementos cronológicos, como cuándo se ha desarrollado la noticia, ya sea un día concreto o comprendido entre dos fechas, o la fecha de grabación de las imágenes vistas en la pieza informativa.

| Área de responsabilidad | |
|-------------------------|------------------|
| Campos | Director /Editor |
| | Realización |
| | Cuadro técnico |
| | Plano reporteros |

Aunque puede no ser especialmente relevante para responder cuestiones del paradigma esta área identifica quién ha realizado el documento audiovisual. Debe que dar reflejado aquí que los responsables de una pieza de un informativo no son únicamente los reporteros en carga de la confección de la banda imagen o del sonido, la autoría de este material es compartida por todo el personal, incluidos los profesionales del servicio de documentación que ofrecen tanto información textual como audiovisual para la confección de la pieza (información textual para la contextualización, y audiovisual para ofrecer tanto recursos parciales como totales).

CORRESPONDENCIA DE CAMPOS Y CUESTIONES PLANTEADAS POR LASSWELL

Una vez descrita de manera sucinta tanto la fórmula de comunicación de Lasswell como una base de datos estandarizada, se le dará a cabo la correspondencia entre dichos campos y las preguntas de Lasswell, lo que revelará que para que dichas herramientas sean validadas y verificadas deben haber sido implementadas para responder dicho procedimiento comunicativo.

El material televisivo tal y como es presentado en los informativos tipo noticiario cuenta de hecho con dos modalidades diferentes para interpretar dicho proceso comunicativo. La primera de ellas está en cuadradado dentro de la estructura general de la programación de la cadena, y más concretamente del propio noticiario, por lo que parte de la cadena comunicativa será siempre la misma, como el emisor y receptor (emisor = medio televisivo; receptor = telespectador); sin embargo la unidad de análisis y tratamiento, así como lo de emisión, es la noticia del informativo, por lo que será en el marco de dicha estructura conceptual en el que se analizará y procesará la información audiovisual con base en la fórmula planteada por Lasswell.

Por lo tanto para simplificar el modelo paradigmático del ensayo vamos a señalar cada una de las cuestiones planteadas y cuáles son los campos primitivamente señalados que ofrecen respuestas a ellas.

Quién (quién, a quién = emisor)

De terminar el *quién* es mucho más amplio que fijar el emisor del proceso comunicativo, sin duda puede derivarse de diversos factores. Esto no sólo supone marcar al emisor de la información, en definitiva el sujeto agente, sino que asimismo habrá que determinar sobre quién recae la información, a quién beneficia o a quién perjudica; en definitiva, tal como señala García Gutiérrez, habrá que determinar el sujeto paciente.¹⁸

El *quién* puede aún ser ampliado como un derivado de la naturaleza audiovisual del mensaje televisivo, y distinguir entre *quién* realiza y *quién* recibe la acción en tres personas físicas y jurídicas vistas, y entre las entidades y personas a las que se hace referencia.

Por lo tanto, y atendiendo al doble intención comunicativa señalada con anterioridad, el *quién* que da rá refleja de por los campos destinados al cuadro técnico; es decir, director, realiza de y cuadro técnico en general, y el marco del propio mensaje informativo. Excluyendo el proceso intencional del medio, se contaría con los destinados en los campos de personas físicas y entidades vistas y referenciadas; es decir, las personas, la entidad, el plano persona, el plano entidad, el autor, el intérprete y los colaboradores.

18 Antonio García Gutiérrez. *Procedimientos de análisis documental automático. Estudio de caso*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996. p. 69.

Qué (qué se dice = mensaje; efectos)

Más complicado de describir en cualquier base de datos es el proceso de descripción del contenido del mensaje. Dicha descripción temática se lleva a cabo tradicionalmente por medio de la indexación y la clasificación tomando en cuenta el tipo de unidad documental y la organización de la información. Identificar el qué reflejado por Lasswell ayuda a identificar los contenidos temáticos del mensaje. Para García Gutiérrez¹⁹ este mensaje viene compuesto por una serie de elementos que lo componen como son la acción, el objeto, el modo, el instrumento y por último la finalidad. Tal y como se ha señalado, todos estos elementos que el autor extrae del “*método de caso*” tendrán cumplida con testación por medio de los descriptores temáticos, el tipo de elementos de extracción de contenido utilizados en los servicios de gestión y el control de material audiovisual.

Se ha de repetir la dualidad tanto en la naturaleza como en el origen de la información audiovisual televisiva, lo que hace necesario contar con elementos para la descripción de contenido tanto de la banda imagen como de la banda sonido, con lo cual se potenciala recuperación sincronizada como asíncrona con recursos potenciales y totales.

Cuándo

Junto con el elemento analizado con posterioridad, el cuándo no es una interrogación que se observe claramente reflejada en la formulación de Lasswell, sin embargo parece oportuno contar con una serie de campos que controlen y normalicen el acceso a la información por medio de dichos elementos.

Los datos cronológicos deben señalar tanto datos concretos como fechas entre las que puede estar comprendida la información. Los *locativos temporales*²⁰ deben asemejar tanto los datos cronológicos de la información como de la captación de las imágenes, las cuales no siempre tienen por qué coincidir. En la mayor parte de los hechos noticiosos, a excepción de los directos, realmente no se cuenta con la información en sí misma sino con las reacciones al acontecimiento acaecido con anterioridad, por lo que parece oportuno contar con el antecedente cronológico.

Por cuestiones eminentemente de control, la totalidad de las bases de datos cuentan con la respuesta a otras preguntas que en nada ayudan a contestar al paradigma planteado como metodología del trabajo, pero que también pueden identificar dichas fechas como son los datos de producción y de emisión del producto informativo audiovisual.

Dónde

La identificación de los lugares geográficos que se identifican en el hecho comunicativo también debe tener su sitio en el marco de las bases de datos documentales de

19 *Ibidem*

20 *Ibidem*

las cadenas televisivas. Para ello los locativos identificados describen diferentes aspectos reseñados en la pizca informativa o audiovisual.

Dichos locativos se presentan en diferentes campos para poder controlar la totalidad de la tipología de posibles lugares geográficos en el documento audiovisual. También hay locativos de lugares físicos y locativos de lugar demarcado, en definitiva tanto los lugares donde ocurren los acontecimientos como aquellos en los que concretamente se realiza la acción. Se deben obtener los lugares referenciados y los lugares vistos. Respecto a los lugares referenciados éstos se traen de los territorios de la noticia, mientras que los vistos serán tanto de sitios concretos como el específico dentro de éstos, e incluso se detallará la identificación a nivel de calles, edificios, etcétera. Los campos con los que se corresponderían los señalados en el punto anterior son: lugares de acción, plano lugar, plano localización e implicación geográfica. Cabe destacar en este caso el último campo por su peculiaridad y separación del método comunicativo de Lasswell ya que ofrece información referencial, independientemente de quien fue visto o escuchó, y datos relacionados con países, estados o zonas geográficas (conjunto de países con denominación arbitrada) implicados en el hecho informativo.

Contestación múltiple (qué, a quién = emisor / receptor; qué = mensaje; efectos)

Título facticio

Se ha preferido destacar tres campos que con estas cuestiones diversas del método comunicativo de Lasswell, deriva de en gran medida de su confección en texto libre, un tipo de lenguaje que lejos de encostrar el lenguaje documental aporta flexibilidad para describir un tipo de texto aún poco estudiado, analizado y estandarizado para su análisis exhaustivo y concluyente.

El primero de estos campos de confección en texto libre es el título facticio, también denominado documental, en el cual el analista/documentalista ofrece en una frase explicativa elementos claramente reflejados por Lasswell. El *qué* y el *quién* parecen inevitables a la hora de la confección de dicho título, que, aun que cuenta con una confección sin normalizar, sí tiene elementos que lo normalizan para ayudar en el proceso de recuperación documental, como pudieran ser los tiempos verbales, el género y el número.

Ejemplo de estos títulos sería:

| | | |
|-------------------------|---|--------------------|
| <i>George Bush</i> | = | quién (emisor) |
| <i>Ordena el ataque</i> | = | qué (acción) |
| <i>Sobre Irak</i> | = | a quién (receptor) |

Estos elementos cognitivos pudieran implementarse con otros aspectos siempre y cuando la longitud del campo no se extendiera en exceso, y podrían ampliarse con otros elementos, como lugares concretos (*dónde*), fechas (*cuándo*), etcétera.

Resumen

Campo también con fecciónado en lengua jena tural que cuenta con la particularidad de ser de mayor longitud en número de caracteres, por lo que la información contenida en él refleja, o puede reflejar, todos y cada uno de los elementos que conforman dicho modo de comunicativo. Ahora bien, debe que dar claro que las normativas para la con fección de resúmenes de artículos científicos (tanto UNE como ISO) no son fórmulas válidas para poner en efecto esta herramienta documental en los departamentos de documentación de las televisiones, lo que se deriva de la naturaleza audiovisual de los documentos y del carácter social, universal y enciclopédico de la información contenida en las piezas televisivas de los programas informativos.

Análisis cronológico

Se ha reservado para describir en último lugar el campo más importante de las bases de datos documentales de las empresas audiovisuales, el campo que en definitiva es el que lo identifica y lo individualiza respecto de los demás. El campo análisis cronológico, también llamado contenido o minuto entre otras posibles denominaciones, debe contar con una correspondencia con el resto de campos de la base de datos; es decir, cualquier información que esté plasmada en este campo de texto libre debe señalarse en los campos correspondientes del lenguaje controlado.

Esta correspondencia señalada con anterioridad hace que se resuelva la totalidad de las cuestiones planteadas hasta ahora, en definitiva este campo es un fiel reflejo de todos y cada uno de los elementos cognoscitivos que se han examinado hasta ahora. Tanto el *qué* contestado por descriptores o puntos de acceso o más técnicos, como la acción descrita por los elementos temáticos, así como los locativos o los aspectos geográficos son narrados en este campo; su utilidad es evidente. Cualquier información que se encuentre en el campo de los elementos registrados debe contar con su parte física vista o referenciada en el campo del análisis cronológico.

Este campo es en definitiva la descripción en texto libre de la información visual reflejada y son raramente referenciada en el documento objeto de análisis, con forme ambas se van sucediendo a lo largo del tiempo.

Son varios los elementos que conforman este campo, en primer lugar y como método de ubicación de las imágenes en el soporte se indican los datos cronológicos, hora, minuto y segundo del comienzo del material. Por su naturaleza televisiva, de origen inicialmente cinematográfico, se alude a la información referencial, a la incidencia angular y a los movimientos de cámara y encuadre.

Como último elemento se describe en texto libre el desarrollo de la acción y los efectos de ésta, para ello se tendrán que identificar según el acontecimiento, elementos como el *qué*, *cuándo*, *dónde* genérico, *dónde* específico, *por qué*, *quién* la realiza, *quién* la recibe, etcétera. Por lo tanto dicho campo conlleva a cada una de las cuestiones planteadas por la fórmula de comunicación de Lasswell.

00:00:05 PM Gaspar Llamazares, *coordinador general de Izquierda Unida, señala en rueda de prensa en la sede madrileña la incongruencia del gobierno de Aznar por el apoyo incondicional a la política golpista de George Bush en Irak y en el mundo.*

Si se analiza la información señalada por la descripción de este texto,²¹ se podrá observar cómo se contesta a diferentes elementos de la fórmula de comunicación. Como el *quién* realiza la acción (Gaspar Llamazares), y en este caso *a quién* representa o en nombre de qué organización (Izquierda Unida), e indica *sobre quién* está dirigida la acción (George Bush) y sobre qué *lugares* genéricos repercute la acción (Irak y el mundo), así como el *cautivo* específico donde ocurre la noticia (sede de Izquierda Unida en Madrid); además de esto el *qué* se indicará por medio de los descriptores temáticos que aludirían a *política internacional*, al *apoyo incondicional*, a los *conflictos armados*, y también incluiría otros descriptores con los que contar la propia herramienta.

Por lo tanto, y como puede observarse, este campo es imprescindible para la localización de las imágenes en el soporte además de la aprehensión e identificación de los diferentes iconos que conforman la pieza de información, conformación que puede adherirse de forma sincronizada si se atiende a la imagen y al sonido.

CONCLUSIONES

No se desea hacer un resumen general del artículo en este apartado de conclusiones, sin embargo parece adecuado destacar una serie de aspectos que pueden parecer oportunos y relevantes para todo aquel que con posterioridad pudiera utilizar este método para desarrollar bases de datos documentales.

En primer lugar este método es especialmente válido para bases de datos documentales periódicas y no para la implementación de otras herramientas documentales en instituciones documentales donde el modelo comunicativo sea diferente; ejemplos de ello son los que analizan y gestionan ámbitos científicos.

Se ha tratado de demostrar cómo con esta herramienta documental planteada en un trabajo previo a las consultas planteadas por Lasswell y cómo, al igual que el mensaje periódico, se conforma con estos elementos la base de datos, al descomponerlos para con posterioridad consultar y acceder a la información por las mismas cuestiones planteadas por los periodistas.

Este método provoca una adecuación en los mensajes enviados por el emisor-periodista-cadena y su conservación y recuperación en la base de datos. Adecuación que hace posible que la realidad documental sea absolutamente cercana al que hacer

21 Periódicamente se distinguen las imágenes en tres recursos y tipos. Estos corresponderían con las declaraciones de los personajes, mientras que los recursos serían acciones. En el periodismo actual las declaraciones son una manera muy común de acceder a la información, tanto es así que una gran parte de la información es difundida por estos medios, señalando así el medio que la información es veraz desde el momento que surge y es comentada por la propia fuente.

cotidiano de los comunicadores. No debe olvidarse que los gestores de información están al servicio de sus usuarios, de aquellos beneficiarios reales de los productos y de los servicios documentales, por lo que todo el proceso de análisis y gestión, toda la cadena documental, y en definitiva todo el diseño y organización deben estar encaminados a dar buen cumplimiento al objetivo principal de la unidad documental: ofrecer servicios a los usuarios de forma eficiente y rápida.

BIBLIOGRAFÍA

- ABADALFALGUERAS, E. “Diseño y creación de una base de datos en un medio de comunicación”, en *Manual de Documentación Periodística*. Madrid: Síntesis, 1995, pp. 195-211.
- 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, 1996.
- AGUADO, Francisco Javier. Organización del sistema de archivo y documentación de Prensa Española (ABC Blanco y Negro), en *Revista General de Información y Documentación*, 5, núm. 2, 1995, p. 203-208.
- AMARO, Regina Keiko O.F. “Análisis del discurso: textos básicos para un análisis documental”, en *Análisis documental: considerações teóricas e experiências*. São Paulo: FESAB, 1989, p. 59 – 70.
- AMAT, Carlos Benito. “Factores condicionantes de las operaciones documentales en medios de comunicación”, en *Revista Española de Documentación Científica*, 19, núm. 2, 1996, p.188-201.
- AROZIN LÓPEZ, Virtudes; Lopez Bruñet, Trinidad. “Problemas que presenta la descripción de imágenes en la elaboración de bases de datos multimedia”, en *Cuartas Jornadas Españolas de Documentación Científica*. Gijón: Universidad de Oviedo. Servicio de Publicaciones, 1994, p. 411-416.
- CACHO, Luis F. *Archivos audiovisuales*. Cinevideo, nº 153, septiembre 1998, p. 25-32.
- CEBRIAN HERREROS, Mariano. *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis, 1995.
- CEBRIAN HERREROS, Mariano. *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis, 1998.
- COMISIÓN DE TÉCNICOS DE ARCHIVO SONORO Y DOCUMENTACIÓN. *Normas de catalogación del archivo sonoro de Radio Nacional de España*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1992. 2 vol.
- CONESA, Alicia. “La documentación en los medios de comunicación audiovisual”, en *Manual de Documentación Periodística*. Madrid: Síntesis, 1995, p. 147-159.

- CONESA, Alicia. “*Les emissions de ràdio i televisió: un patrimoni a conservar*”, en *La Documentació als Mitjans d’informació. L’experiència Multimedia*. València: Generalitat València, 1994, p. 283-290.
- CORRAL BACIERO, Manuel. *Las bases de datos en el periodo discográfico audiovisual: el tiempo es el tirano*. Mensajes y Medios, agosto-septiembre 1989, n° 6, p. 76-80.
- DOCUMENTACIÓ als Mitjans d’informació. *L’experiència multimedia. Ponències i conclusions, la* (Actas). València, Palau de Pineda, 7-9 marzo. València: Generalitat Valenciana, 1994.
- DOCUMENTS that move and speak: audiovisual archives in the new information age: proceedings of a symposium organized for the International Council of Archives by the National Archives of Canada. München: Saur, 1992.
- ECO, Umberto [et. al.]. *Prima proposta per un modelo di ricerca interdisciplinare sul rapporto televisione/pubblico*. Perugia: Istituto di Etnologia e Antropologia Culturale, 1965.
- ECO, Umberto; Fabri, P. “Progetto di ricerca sull’utilizzazioni dell’informazioni ambientali”, en *Problemi dell’informazioni*, 1978, n° 4, pp. 555 - 597.
- FOURNIAL, Catherine. “Análisis documental de imágenes en movimiento”, en *Panorama de los archivos audiovisuales*. Madrid: Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE, 1986. p. 249-258.
- GALDÓN LÓPEZ, Gabriel. *Principios operativos de documentación periodística*. Madrid: Dossat, 1989.
- GALDÓN LÓPEZ, Gabriel. “Principios configuradores de la actividad documental periodística”, en *Documentación de las Ciencias de la Información*, v. XI, 1985, pp. 249-265.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, Antonio. *Procedimientos de análisis documental automático. Estudio de caso*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Cátedra, 1988.
- HARRISON, Harriet W. *Who, what, when and why? Access to films through the catalogue*. IFLA Journal, Vol. 18 (3), 1992, p. 238-242.
- HERNÁNDEZ PÉREZ, Antonio. *Documentación audiovisual: metodología para el análisis documental de la información periodística audiovisual*. Madrid: Universidad Complutense, 1992.
- HIDALGO GOYANES, Paloma. Análisis documental de audiovisuales, en *Introducción a la documentación informativa y periodística*. Sevilla: MAD, 1999, pp. 333-350.

- LÓPEZ DE QUINTANA, Eugenio. "Documentación en televisión", en *Manual de documentación informativa*. Madrid: Cátedra, 2000, p. 83-181.
- LÓPEZ PUMAREJO, Tomás Alberto. "El discurso televisual: modelos culturales y vida cotidiana", en *Eutopías*, Vol. 2, n.1 (invierno 1986) p. 161-171.
- LÓPEZ YEPES, Alfonso. *Manual de documentación audiovisual*. Pamplona: Universidad de Navarra, 1992.
- LOZANO, Jorge; Peña-Marin, Cristina; Abril, Gonzalo. *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra, 1989.
- MANUAL de documentación audiovisual en radio y televisión*. València: Universitat, 1999.
- MANUAL de documentación informativa*. Madrid: Cátedra, 2000.
- MANUAL de documentación periodística*. Madrid: Síntesis, 1995.
- MCLUHAN, Marshall. *La galaxia Gutenberg: génesis del "homo typographicus"*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1993
- NORRLANDER, Stellan. "The minimum legal data list", en *Panorama de los archivos audiovisuales*. Madrid: Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE, 1986, p. 239.248.
- O'CONNOR, Brian. "Access to moving image documents: background concepts and proposals for surrogates for film and video works", en *The Journal of Documentation*. Vol. 41, n. 4, (december 1985), p. 209- 221.
- OWEN, C. *Metadata for music and movies*. Audiovisual Librarian, 24, 1, p. 47-50.
- RODES, Jean-Michel. "Analyse et indexation par l'image, les voies d'une automatisation", en *Dossiers de l'Audiovisuel*, 1992, n° 45 número especial, p. 77-78.
- SANABRIA, Francisco. *Información audiovisual: teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva*. Barcelona: Bosch Comunicación, 1994.
- SHANNON, Claude E. *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid: Forja, 1981.
- WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1991.
- WRIGHT MILLS, C. *Power politics and people*. New York: Oxford University Press, 1963
- ZUÑIGA, Joseba. *Comunicación Audiovisual*. San Sebastián: Escivi, 1998.