

# Tipología y gestión documental en la televisión temática musical

Jorge CALDERA SERRANO

Universidad de Extremadura. Departamento de Informática.

Facultad de Biblioteconomía y Documentación

[jcalser@alcazaba.unex.es](mailto:jcalser@alcazaba.unex.es)

## RESUMEN

Se describen los diferentes tipos documentales con los que se cuentan en las televisiones temáticas musicales así como las principales características que describen y determinan su gestión documental en el marco de los sistemas de información. Para ello se analiza cada tipo documental —concierto, entrevista y videoclips —describiendo elementos generales y particulares para una conservación y recuperación efectiva, exhaustiva y pertinente, partiendo para ello de las necesidades potenciales y reales de los usuarios de estos medios. Para la descripción de estos elementos audiovisuales se utilizan elementos que pueden aparecer en otras bases de datos de medios audiovisuales por lo que pueden ser adaptadas para este tipo de empresas que conservan otro tipo de ítems informativos.

**Palabras clave:** Archivos de Televisión / Televisión Temática Musical / Sistema de Gestión Documental / Documentación Sonora

Tipology and information management in the musical thematic television

## ABSTRACT

This item describes different documentary types that can be found in the musical thematic televisions as well as their main characteristics which allow us to describe and determine their documentary management within the frame of the information systems. For each analyzed documentary type—concert, interview and videoclips—we describe its general and particular elements in order to its conservation and to assure an effective, exhaustive and pertinent recovery, taking into account the potential and actual necessities of the users. For the description of these audio-visual the same elements are used that can appear in other data bases of audio-visual means are used, and this they can be adapted to the kind of informative stuff preserved by other companies.

**Keywords:** Television archive / Musical thematic television / Information Management System / Sound documentation.

**SUMARIO:** 0. Televisión y entretenimiento musical. 1. La obra audiovisual musical. 2. Tipos documental en las televisiones musicales. 3. Características documentales de la gestión. 4. Referencias bibliográficas

## 0. TELEVISION Y ENTRETENIMIENTO MUSICAL

Televisión y entretenimiento es un binomio inseparable en la actualidad, ya que el medio audiovisual es la fórmula más habitual de acceso tanto a la información como al divertimento. La televisión desde su nacimiento ha ido evolucionando a saltos agigantados, tanto es así que la forma de hacer y de entender la televisión se ha adaptado a la sociedad y a las necesidades de ésta, que son a todas luces cada vez más cambiantes y exigentes. De las televisiones generalistas de programación abierta y familiar se ha ido fragmentando la audiencia copiando las radiofórmulas. El medio sonoro evolucionó hacia la fragmentación de la audiencia creando emisoras que únicamente emitían un tipo de programación, convirtiendo así la especialización en uno de sus puntos fuertes. Emisoras en las que tan sólo se ofrece información tipo noticario o música, entre las cuales incluso se han ido especializando en nuestro país en música en castellano, música rock, folklore español, etc. son cada vez una realidad más cercana y palpable.

Para ello se ha ido adaptando la programación de la cadena, mostrando una adecuación de los contenidos a la realidad social y a las solicitudes de los usuarios. Tal y como señala *Blum y Lindheim* (1997, p. 16) la programación es un concepto que analiza diferentes aspectos; el primero de ellos desde el punto de vista del público que toma como criterio válido la riqueza del material, *con su innata variedad o manifiesta monotonía*. Mientras que para el profesional de la cadena señalan:

*«[...] el concepto de programación tiene una definición de operatividad más inmediata. Es un concepto que tiene dos vertientes: encontrar y desarrollar nuevos espectáculos que atraigan a la audiencia más idónea y emitir programas que compitan, eficazmente, contra cualquier otra oferta».*

Esta fórmula de entender la empresa radiofónica ha conseguido grandes beneficios económicos por medio de la publicidad y la televisión ha tomado buena cuenta de sus peculiaridades y sus requisitos, copiando dicha fórmula para la emisión y la programación televisiva. De las televisiones generalistas se ha llegado a las cadenas temáticas, fórmulas sobre las que apostaron claramente las plataformas digitales y con posterioridad el monopolio digital. La fragmentación de la audiencia en televisión ha sido más amplia, consiguiendo cadenas de noticias, de meteorología, de cocina, dedicado a documentales, etc. pero muy especialmente han funcionado desde el punto de vista de un número elevado de audiencia las dedicadas a la redifusión de material cinematográfico, material deportivo y cadenas temáticas musicales.

Será esta última fórmula la que será analizada en este artículo, la fórmula musical, la cual ha sido aceptada por parte de la audiencia televisiva —especialmente entre la audiencia juvenil— que ha asumido estos productos con total ilusión siendo consumidores asiduos tanto en televisiones de pago como en las emisiones gratuitas.

## 1. LA OBRA AUDIOVISUAL MUSICAL

«*El predomini de la imatge audiovisual en aquesta era de comunicació electrònica com l'anomenà McLuhan, ha originat un canvi profund en les maneres de treball de qualsevol tipus de professional i de qualsevol feina que es realitza en la denominada societat de la informació*» (Manual, 1999, p.18).

Se está inmerso en un ámbito audiovisual de creencias y formación, donde es necesario no sólo ver para creer, sino ver en televisión para validar y creer. Lo audiovisual prima en la comunicación, en la formación, en el entretenimiento, en definitiva en la sociedad. No necesitamos oler, palpar, saborear sino ver y oír en televisión interpretando y adoptando olores, tactos y sabores.

La evolución en la obra audiovisual ha ido de la mano de la adaptación de la sociedad al aprendizaje de ver, de adaptarse a los códigos y a la semiótica audiovisual, derivando así en mensajes cada vez más lacónicos, en imágenes informativas dándose por asumidas, centrando así la captación visual en material de impacto.

Antes de señalar alguna de las peculiaridades y tipos de la documentación audiovisual musical se ha de plasmar por medio de la concepción de diferentes autores la forma de entender el concepto audiovisual, con corrientes no del todo antagónicas pero sí un tanto incompatibles. Mientras algunos autores incluyen todos aquellos documentos que integran la imagen, el sonido y la unión de ambos, otros prefieren hablar de documentación audiovisual sólo cuando aparecen juntos ambos elementos. En este trabajo se opta por esta segunda opción, es decir, que la documentación audiovisual es aquella que aglutina en el mismo documento imagen (normalmente en movimiento) y sonido.

Dicho concepto lo define *Alfonso López Yépes* (1992, p.23) como la ciencia que tiene por objeto el estudio y análisis del proceso comunicativo de las fuentes para la obtención de nuevo conocimiento. El *Manual de documentació audiovisual en ràdio y televisió* (Manual, 1999, p. 18) lo define como conjunto de mensajes que cuentan con imagen en movimiento acompañado de sonido.

Como puede apreciarse la manera de definir lo audiovisual está claramente plasmada por su componente documental, como elemento fijado en un soporte que puede ser interpretado y con la capacidad de ser conservador y posteriormente difundido, contando con la potencialidad de ser reutilizado. Sin embargo la obra audiovisual en su génesis no cuenta con este matiz que lo define, y especialmente en este tipo de trabajos, sino que se debe analizarse y observarse desde un punto de vista pragmático e incluso artístico, donde debe utilizar el término de videogravación para describir tanto lo captado como lo emitido por las cadenas televisivas. El término *imagen en movimiento* es falaz desde el momento que el movimiento en televisión no existe, sino que es producto de un efecto óptico denominado *persistencia retiniana* que consiste en la retención en la retina de una imagen, que expuesta a una velocidad elevada una detrás de otra ofrece la sensación de movimiento.

En definitiva, se ofrece la definición de videogramación aportada por *Isabelle* (1993, p.289), quién lo toma como:

*[...] un engranaje de imágenes y de sonidos constituyendo un documento animado y/o sonoro donde la realización es el resultado del empleo de un proceso magnético, en contraposición al método fotoquímico del cine.*

La obra audiovisual musical hace necesario la presencia del sonido para que pueda ser considerada como tal; quede claro que puede existir material televisivo sin sonido, no sin imagen, sin embargo cuando se trata de material musical el componente sonoro es indudablemente imprescindible. Ahora bien, no parece necesaria una sincronía para que pueda ser utilizado. De todas maneras, se analizará de manera oportuna cuando se identifiquen los tipos documentales, pero adelantemos que el material de emisión en directo, en este caso los conciertos, es necesario la sincronización total entre la imagen y el sonido, mientras que los videoclips con una filosofía diferente, como es el marketing y la fijación del interés por iconos mediáticos, pueden ser asincrónicos desde el momento que se busca la espectacularidad antes que la plasmación de una realidad.

Los programas musicales de televisión comenzaron en el horario diurno en la década de los cincuenta, cuando *Kate Smith* presentó el primer espacio de variedades de la *NBC* emitido por la tarde. En esa época, la mayor parte de los programas musicales de televisión eran similares a los de radio; consistían en una serie de canciones populares y conocidas dirigidas a una audiencia no segmentada. Sin embargo, sólo unos años después tanto los programadores de radio como los de televisión se dieron cuenta del valor que tenía clasificar las diferentes canciones según diversos grupos demográficos. Y sobre todo, fueron testigos de la aparición de una nueva tendencia musical (llamada *Rock'n Roll*) que creó un objetivo de mercado completamente nuevo compuesto por adolescentes y jóvenes adultos (Matelski, 1992, p.95). El sencillo programa *American Bandstand* (*ABC*) se convirtió en uno de los pilares básicos de la televisión para la audiencia más joven, siendo la clave de su éxito sus productos atractivos y su pinchadiscos televisivo *Dick Clark*.

*Se dio cuenta de que la naturaleza de una actuación de rock en directo no podía trasladarse fácilmente a la pantalla pequeña y limitada de la televisión. Aunque eran maestros en su música, la mayoría de los cantantes de Rock eran verdaderos novatos a la hora de proyectar cualquier tipo de escenificación visual o física para la televisión (además de moverse con agitación). Clark proporcionó la orientación y el control necesario para que esta tendencia se estabilizara. También se dio cuenta de la necesidad de situar al Rock'n'Roll en un ambiente más seguro y más accesible para el consumo general. En sus programas, Clark siempre estaba vestido de forma impecable, arreglado, amable y suelto. Habitualmente se ocupaba de las figuras menos controvertidas como Fabián,*

*que hacia versiones suaves de éxitos del Rhythm and Blues negro. (Cas-  
tleman, 1982, p.121-122).*

Este programa se hizo tan popular que de contar con un horario matinal pasó a *prime time* con gran éxito, surgiendo muchos y buenos programas que trataban de imitarlos. A mediados de los años setenta este formato audiovisualmente o género musical (también denominado variedades o «de baile») va perdiendo audiencia. La televisión fragmentada potenciada por la difusión por cable hace posible que en el año 1981 nazca lo que se ha convertido en todo un hito, mito y copia de la televisión temática musical: la *MTV*, cadena que emitía 24 horas música o información musical.

Esta cadena se convirtió rápidamente en toda una revolución. Fragmentó la audiencia y fragmentó la temática. En la *MTV* se podían ver a los cantantes favoritos interpretando sus canciones más populares ya fuera por medio de *videoclips* o de conciertos: además se contaba con entrevista y noticias de famosos cantantes. Esta moda y utilidad hizo necesario que muchos grupos y solistas se vieran obligados a contar con el formato *videoclips* como fórmula de marketing de sus productos musicales, es decir, la adaptación de material sonoro a una realidad absolutamente visual, modificando por tanto la industria televisiva y también la discográfica.

Sobre la *MTV* *Fredic Dannen* (1997, p.45) reseñaba que «revitalizó la industria discográfica porque dio juego a cosas que la radio ignoraba. Su influencia llevó a directores de cine a hacer videos de larga duración como «*Flashdance*» y *Purple Rain*. El nombre de trabajo de «*Miami Vice*» era «*MTV Cops*».

*Matelski* (1992, p.96-97) señala que esta cadena sufrió muchos problemas derivados del crecimiento de cualquier cadena, como la acusación de racismo en la selección de videos en la mitad de la década de los ochenta.

Actualmente la programación fragmentada y el consumo de obras audiovisuales musicales se ha estandarizado y fijado, seguramente por que ha conseguido estabilizar la audiencia que sin ser pretenciosa es fiel y consigue que estas cadenas puedan no solo mantenerse sino obtener beneficios. En el caso español la cadena musical *Sol Musical* como la adaptación televisiva de *40 principales* funcionan en audiencia y rentabilidad económica. La televisión temática musical se ha forjado un lugar entre la audiencia al igual que la emisión televisiva temática deportiva, junto con aquellas cadenas destinadas a la emisión de producciones cinematográficas.

## 2. TIPOS DOCUMENTAL EN LAS TELEVISIONES MUSICALES

Las televisiones musicales por las peculiaridades que la definen y por cada una de sus especificidades cuentan con una serie de tipos documentales estables en la actualidad. Debe quedar evidenciado la necesidad de contar con herramientas lo suficientemente ágiles como para modificar su estructura o al menos su flexibilidad desde el punto de vista de la implementación y normativa, para dar cabida a futuros

tipos audiovisuales televisivos. La televisión se encuentra claramente marcada por las denominadas «modas informativas», efecto que se podría definir como la evolución en las solicitudes de los periodistas al departamento de documentación, cambios derivados de las nuevas fórmulas y métodos de hacer y presentar los acontecimientos televisivos.

Los formatos audiovisuales en las televisiones temáticas son escasos, lo que posibilita un mejor control y la creación de herramientas muy precisas para el control de dichos productos audiovisuales. Dichos formatos serían: la grabación en vivo de la obra musical, declaraciones/entrevistas y el videoclip musical.

La producción puede realizarse con productos tanto en directo como en diferido. Evidentemente todo producto que llegue al departamento de documentación estará fijado en un soporte, por lo que la calidad de su emisión en directo o diferido en nada aporta un valor añadido aunque sí determina una forma y un formato la presentación «en vivo», tanto de los acontecimientos musicales como de la difusión del material discursivo.

#### — *Grabación en vivo*

La grabación en vivo de actuaciones musicales, y por lo tanto de su emisión en las cadenas temáticas musicales, supone uno de los componentes vitales como formato audiovisual. La fuerza del directo asociado a unas cualidades técnicas, sonoras y artísticas hace de ésta una de las formas preferidas de consumo. Poder ver y escuchar la interpretación de la canción en vivo supone ver en todo su esplendor las cualidades artísticas además de ofrecer la calidad y la cercanía del público asistente analizando sus reacciones. Quede aquí reflejado que no todos los conciertos, aunque sea en vivo son con voz en directo. La utilización de técnicas de reproducción del audio durante la ejecución de la obra artística se ha estandarizado en programas musicales, no así por suerte en conciertos, derivado de la seguridad de llevar a cabo la actuación con el sonido enlatado, siendo así más complicado los problemas durante la emisión. Son muchos los grupos y solistas que prefieren siempre el directo siendo las propias televisiones las que ponen en muchos casos impedimentos; quede igualmente reflejado que otros autores han salido fortalecidos por estas técnicas que hacen posible obtener aceptables resultados de condiciones artísticas más que dudosas.

Por lo tanto, la emisión en vivo contaría con la emisión de conciertos en su integridad, parte de conciertos y emisiones de canciones en un programa determinado.

Este tipo de formato suele ser generado por medio de la grabación del acontecimiento por parte de la propia cadena o por la adquisición a productoras u otras cadenas. También es posible encontrar estos materiales como elemento anexo en muchos de los discos compactos debiendo ser adquirido los derechos para su reutilización, ya que su venta y reutilización van asociado a la compra-venta de un ejemplar individual no pudiéndose llevar a cabo una difusión colectiva.

### — Declaraciones/entrevista

Otro tipo documental igualmente visible en las televisiones temáticas musicales son las entrevistas o declaraciones, en directo o no, ya sea previo o posterior a la emisión de alguna pieza musical o por ser un espacio en un programa apropiado para este tipo de género televisivo.

Las declaraciones son realizadas de manera espontánea sin que para ello exista un acuerdo o una preparación previa. Suele ser habitual que sean en pie estando rodeados de multitud de medios de comunicación. Cada vez más puede observarse otro formato de llevar a cabo declaraciones hasta hace poco inexistente en el ámbito musical, como son las ruedas y conferencias de prensa, donde se informa a un conjunto de medios de aquello se desea difundir. Habitual para fenómenos sociales e interesantes para un conjunto excesivo de medios, por lo que puede parecer poco probable ofrecer entrevistas personales a cada cadena local, autonómicas, estatal, temática, agencias de información, productoras independientes e incluso *free lance*.

Pero sin lugar a dudas, el formato triunfante dentro de este apartado son las entrevistas. Éstas suelen ser llevadas a cabo bajo unas condiciones técnicas acordes con la calidad de la cadena, contando con el personaje el suficiente tiempo para desarrollar una entrevista en profundidad sobre aspectos musicales y, cada vez más, sobre elementos de su vida personal y sentimental. Las entrevistas ya sean en los estudios de la cadena o preparadas en otros lugares cuenta con las peculiaridades de ofrecer declaraciones en exclusiva y con alta validez para los telespectadores de la cadena al adaptar el cuestionario a las inquietudes del grupo social que visualiza dichos productos televisivos.

### — Videoclip musical

Mientras que los dos tipos documentales anteriores son el resultado de la adecuación de estos productos a la televisión, el videoclip es puramente televisivo. Discurso creado por y para la televisión, para la venta del disco por medio de su marketing en medios audiovisuales de mayor impacto y audiencia. Potenciado por las discográficas con la presencia y éxito de las televisiones temáticas musicales y de los espacios en la parrilla programática de las cadenas generalistas.

Los videoclips son en muchos casos auténticas obras de arte creados por publicistas y cineastas con el fin de atraer al público hacia la compra del producto sonoro, obras muy espectaculares que según capacidad económica cuenta con mayor calidad técnica.

De todas maneras, y aunque es indudable su calidad y estética artística —en algunos casos—, se opina que la mejor música llevada a cabo con excelentes técnicas no supera el realismo y cercanía con la que cuenta un directo, o la emisión en diferido del mismo. Esta opinión personal no está muy extendida ya que está gene-

ralizada la preferencia del videoclips por su calidad, por su estética y por la facilidad de contar y montar auténticas historias cinéfilas en algunos minutos.

El videoclip cuenta con una falta de sincronía a veces alarmante al contar historias diferentes la banda imagen y la banda sonido; otras sin embargo el intento de sincronía entre la historia y la canción desde un punto de vista temático viene acompañado por una sincronía visual.

La procedencia de los videoclips es variada desde el momento que pueden integrarse en el mismo bloque con el compacto musical o poder ofrecerse su venta por separado. La compra es una de las opciones aunque lo normal es que dicho producto sea enviado por las discográficas a las cadenas televisivas con el fin de promocionar dicho producto, teniendo que financiar estas empresas su aparición en las cadenas.

Por lo tanto, su origen y objetivo es estrictamente promocional, por lo que debe de quedar claro la marca, el producto, en este caso, el título del compacto, la canción así como los intérpretes. Es por ello que no es habitual realizar videoclips de todas las canciones del producto sonoro sino que se lleva a cabo para aquellas que cuentan *a priori* con mayor interés e impacto.

### 3. CARACTERÍSTICAS DOCUMENTALES DE LA GESTIÓN

El documento audiovisual, por definición, debe contar con ambos componentes —sonoro y visual— para que pueda considerarse como tal, pero en estos tipos documentales analizados la parte sonora subyuga a la visual. Evidentemente no es normal dicha sentencia cuando se trabaja en medios audiovisuales pero dicha condición viene determinada por su procedencia y el sentido físico necesario para su entendimiento: la audición. Cada uno de los tipos documentales vistos son claramente potenciados, y en algunos casos modificados, como los videoclips por su componente visual.

#### 3.1. ELEMENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA BASE DE DATOS

Los campos —elementos que aglutan puntos de acceso— que vertebran una base de datos audiovisual debe contar con una serie de áreas que determinen una sucesión de aspectos, algunos de ellos puramente institucionales o de control como otros que recogen elementos formales o de control sobre la producción televisiva.

Caldera y Nuño (2004) presentan una estructura de base de datos que se señala a continuación:

Estructura de la Base de Datos	
Áreas	
	Control
	Descripción Física
	Designación
	Descripción Documental
	Descriptores Temáticos
	Descriptores Onomásticos
	Descriptores Geográficos
	Fecha
	Producción
	Emisión
	Localización
	Responsabilidad
	Misclánea

El diseño e implementación de una base de datos audiovisual debe conocer las necesidades reales y potenciales de los usuarios, así como los tipos documentales con los que trata. El cuadro anterior está estructurado para una base de datos de los servicios informativos donde el documento es mucho más variado y donde la secuencia o el fragmento es de obligada descripción documental, por ello la descripción de imágenes (análisis cronológico o minutado, entre otras denominaciones) se muestra como imprescindible. Sin embargo, para unas televisiones como son las musicales, una estructura de base de datos tan compleja no ofrece ventajas inicialmente, debiendo adaptarse dichas herramientas a unas necesidades concretas. No se pretende mostrar qué áreas de las aquí reflejadas deben estar presentes, aunque sí se intentará mostrar qué elementos o campos parecen inicialmente inevitables.

#### — Área de Control

Como elementos de control, una base de datos de las características necesarias para estas cadenas puede contar con la identificación del número de registro que ofrece por defecto el sistema, una fecha de entrada así como el código del documentalista que realiza el producto con el fin de controlar tanto la producción como la calidad.

#### — Área de Características físicas

En lo referente a los aspectos físicos se habrá de identificar el soporte y formato en cuanto es posible contar con más de uno; igualmente es relevante destacar las

técnicas de reproducción y características del audio (estéreo, dolby, etc.), así como la identificación de la forma documental que para televisión musical serían tres formatos con posibles subdivisiones y estableciendo herramientas ágiles pensadas en la inclusión de nuevas posibilidades documentales en estas cadenas. También se identificará la duración total del producto lo que adquiere una importancia especial al estar sujeta a una parrilla programática muy estricta.

#### — *Área de Designación*

Sobre el área de título se aportará un único campo en el que se indica tanto el título del videoclip ofertado por la empresa televisiva como aquel que identifique el contenido temático y onomástico del directo o la entrevista.

Para el caso de los videoclips se indicará el nombre tomando como válido la forma ofrecida por la discográfica, manteniendo grañas y formas. Para los conciertos se indicará la obra artística interpretada, señalando con posterioridad la condición de directo o diferido. Siempre que se cuente con una entrevista habrá que indicar el nombre del entrevistado, el nombre más conocido, y con posterioridad si es por la promoción de un disco o es un análisis genérico biográfico.

#### — *Resumen*

Se realizará un resumen del documento pero no se llevará a cabo un análisis cronológico exhaustivo como se lleva a cabo en el análisis de material audiovisual en los servicios informativos de la mayor parte de las cadenas. El análisis cronológico consiste en la descripción de la cada una de las secuencias que conforma la pieza. Para videoclips lo interesante será la totalidad de la obra así como para las entrevistas y conciertos aunque pudieran ser válidos alguno de los fragmentos. Esta extracción de secuencias supone un esfuerzo excesivo ya que los elementos más importantes y destacados se describen en el resumen.

El resumen del videoclip será una breve síntesis del mismo, mientras que para conciertos se indicará cada una de las canciones interpretadas. Para entrevistas se llevará a cabo una breve descripción de las palabras del artista, pudiendo señalar entre comillado elementos literales en caso de que se considere interesante destacarlo.

#### — *Área de Descriptores temáticos*

La identificación temática de los videoclips parece cuanto menos complicada en tanto en cuanto es complejo describir por medio de elementos temáticos géneros musicales, sobre todo en un ámbito donde la fusión está cada vez más generalizada. De todas maneras parece obvio el interés que puede surgir de incluir estos descrip-

tores temáticos habida cuenta de las necesidades de clasificación con la que cuentan los periodistas. Frente a este descriptor temático sonoro se debe plantear la presencia en estas bases de datos de la información visual que podría describir los principales aspectos visuales con los que cuenta el documento. La inclusión de dichos epígrafes en las bases de datos no parece inicialmente un grave problema pero cuenta con la necesidad de crear herramientas documentales, tesauros o listas de términos, en los cuales se describan los diferentes géneros musicales con las posibles fusiones y mezclas entre ellos, así como otra herramienta visual para describir la información contenida en la banda visual. Mientras que para la descripción de imágenes en televisión se apuesta por señalar y describir cada una de las secuencias, parece oportuno que para videoclips y material audiovisual musical hacerlo en su conjunto.

#### — *Área de Descriptores onomásticos*

La identificación de elementos onomásticos cobra especial relevancia e importancia en el análisis del material audiovisual musical al ser una de las formas más habituales de consulta y, por lo tanto, de recuperación de la información. La señalización de autores, intérpretes y potenciales colaboradores visionados y escuchados en la obra resulta de vital importancia para el correcto funcionamiento de un servicio de información, y por lo tanto de recuperación, de material de esta naturaleza. Los intérpretes, así como los autores, podrán ser tanto colectivos como individuales, señalando la denominación por la que dichos personajes son más conocidos, dejando un tanto de lado las normativas de confección que se demuestran confusas para los usuarios habida cuenta de los diferentes estudios que sobre la interrogación de catálogos y bases de datos se han llevado a cabo utilizando como metodología el análisis transaccional. La potencialidad de que el usuario sea quien realice directamente la consulta a la herramienta documental conlleva una simplificación de los procesos de descripción, y entre ellas deben encontrarse la descripción de los elementos onomásticos como puntos de acceso. Dicha apertura de miras no significa una falta de normalización en dichos puntos de acceso. El control de autoridad sigue siendo necesario pero con la diferenciación de poner a disposición del usuario el nombre por el que el autor, intérprete o colaborador sea más conocido, no por aquellas fórmulas que las normas al uso así lo obliguen. Tras el autor y el intérprete, alcance de los campos que puede parecer obvio, señalar la necesidad de contar con un campo en el que se recoja todos aquellos personajes famosos o populares que pudieran llevar a cabo algún tipo de colaboración, ya sea musical o simplemente presencial, contando con la misma normativa de confección.

#### — *Área de fecha*

No parece oportuno señalar más que la fecha en la que se confeccionó el producto audiovisual musical, por lo que se estima que con la indicación del año sería solventada la eventual solicitud de piezas audiovisuales por este dato cronológico.

### — Área de producción

Mucho más importante es la señalización de esta información en la que señalaremos la propiedad, derechos de autor así como de qué sello o sellos discográficos proviene el material musical. En primer lugar debemos señalar en nuestra base de datos elementos como quién detenta la propiedad, señalando si es propia o ajena, con el fin de conocer en qué medida poder llevar a cabo un uso ilimitado de dicho producto. Muy relacionado con el campo anterior es la indicación de la compañía productora desde un punto de vista general, aunque en la mayor parte de los casos va a ser una productora audiovisual que ha grabado el concierto o un sello discográfico en caso de analizar videoclips. Pudieran indicarse más de uno siempre que se contara con una coproducción. Igual de importante sería la indicación de la compañía distribuidora en aquellos casos en los que la información proviene de pequeños productores que no cuentan con cadenas de distribución propias debiendo utilizar la de otras empresas. En último lugar la indicación de los derechos de reutilización, de emisión y de explotación, además de quedar claro cualquier posible cláusula que hubiese en los contratos al respecto parece obvia. La clara identificación de estos elementos puede solventar graves quebrantos económicos derivados de sanciones legales por el uso indebido del material audiovisual musical.

### — Área de emisión

Se identifican una serie de elementos de radiodifusión como son el ámbito en aquellos casos en los que pudiera contar con desconexiones, así como la fecha de la emisión de las sucesivas reemisiones con el fin de no repetir en exceso —si dicha política existiese en la cadena— los videoclips, conciertos y entrevistas. Igualmente deberán aportarse datos sobre la versión original del producto así como de la emitida.

### — Área de localización

Son muchos los avances que se están desarrollando en materia de digitalización tanto desde el punto de vista de realización y de producción, por lo que también de la difusión, como por parte de los departamentos y/o servicios de información y documentación para conservar el material. Esto hace posible que la localización de dicha información ya no sea un problema físico en una estantería en la que se encuentra la cinta Betacam SP o cualquier otro formato analógico. La digitalización debe acarrear una serie de cambios en los métodos y en la forma de hacer televisión y de entender televisión, entre los que se encuentra la ubicación física de la información. Contar con material digital colocado en estanterías no supone ningún avance en la realización y la producción, por lo que se tiende a conservar el material en

grandes servidores de información a los cuales se podrá acceder por medio de enlaces en el marco de una *intranet* corporativa. En definitiva, la localización de la información anteriormente reflejada por medio de tejuelos en las cintas por un código normalmente alfanumérico, ha evolucionado hacia un enlace desde el que se podrá visualizar el material tanto en alta como en baja resolución.

#### — Área de responsabilidad

Todos y cada uno de los campos que se están reflejando en esta base de datos deberán ser consensuados entre usuarios y profesionales de la información para así detectar cuales de estos elementos son o no importantes. Entre ellos están los datos que denominamos responsabilidad, mucho más importantes para la conservación completa de programas que para videoclips o conciertos. En ellos se podría señalar el director/a, realizador/a y cuadro técnico que lleva a cabo el producto audiovisual, así como destacar a los reporteros que se visionan en la información normalmente entrevistas.

#### — Área de notas

En último lugar, ofrecer la posibilidad de incluir un campo existen en la mayor parte de las bases de datos en las que se especifica todos aquellos elementos que no tienen cabida en el resto de bases de datos, un campo a modo de «*cajón de sastre*» en el que poder incluir elementos que se estiman importantes y que o bien se desean repetir o no han podido ser incluidos.

Estas serían a grandes rasgos los elementos distintivos que debieran marcar la implementación y diseño de una base de datos para material audiovisual de temática musical. De todas maneras debe entenderse este trabajo como un punto de comienzo o guía de inicio debiendo ser cada una de las cadenas televisivas las que marquen las necesidades atendiendo a los requerimientos de los usuarios, los cuales no debemos olvidar son el principio y fin de cualquier sistema de gestión de información documental en el marco de estas organizaciones empresariales.

## 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLUM, Richard A. y LINDHEIM, Richard D.: *Programación de las cadenas de televisión en horarios de máxima audiencia*. Madrid: IORTV, 1997.
- CALDERA SERRANO, Jorge y NUÑO MORAL, María Victoria: *Diseño de una base de datos de imágenes para televisión*. Gijón: TREA, 2004.
- CASTLEMAN, Harry y PODRAZIK, Walter J.: *Watching TV: Four Decades of American Television*. Nueva York: McGraw-Hill, 1982.
- DANNEN, Fredic: «MTV's Great Leap Backward». *Channels*, julio/agosto de 1987, p. 45.

- ISABELLE FERRYU, Cécile Franc: *La vidéo musicale*. En: *Musique en bibliothèques*. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie, 1993.
- LOPEZ YEPES, Alfonso: *Manual de documentación audiovisual*. Pamplona: Universidad de Navarra, 1992.
- MANUAL de documentació audiovisual en ràdio y televisió*. Lola Alfonso i Nogueron [et. al.]. Valencia: Universitat, 1999.
- MATELSKI, Marilyn, J.: *Programación diurna de televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1992.