

# El nuevo sector emergente de los bancos audiovisuales en el World Wide Web

Lluís Codina

- *La información audiovisual, en todas sus dimensiones: cine, música, fotografía, multimedia, etc., está adquiriendo cada vez más importancia en la red. La aparición de una nueva generación de bancos de imagen y de bancos audiovisuales aporta una nueva dimensión a la protección y a la difusión del patrimonio científico y cultural. Es importante (re)conocer la importancia de esta clase de nuevos sistemas de información por las inmensas implicaciones que pueden tener para una nación en la futura sociedad del conocimiento, que, sin lugar a dudas, tendrá un marcado carácter multimedia e interactivo.*

## 1. El futuro manifiesto de la red

La información audiovisual es la nueva frontera de la red. De hecho, probablemente, en estos momentos los sitios web con prestaciones más atractivas y más «genuinamente» digitales son, precisamente, los de algunas televisiones. Nos referimos a sitios web de televisiones como *BBC* ([www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)), *PBS* ([www.pbs.org](http://www.pbs.org)) o *Discovery Channel* ([dsc.discovery.com](http://dsc.discovery.com)).

Un simple vistazo a este tipo de sitios web nos mostrará un despliegue espectacular de recursos de naturaleza multimedia e interactiva. No deberíamos olvidar que las dos propiedades más significativas del mundo digital son la capacidad para proporcionar experiencias interactivas y para combinar en un mismo soporte información de distintas morfologías (texto, sonido e imagen).

---

**Lluís Codina**

*Profesor de Documentación Periodística y Documentación en los Medios en la Universitat Pompeu Fabra*

Todo parece indicar que la importancia y el peso del audiovisual en la red no ha hecho más que empezar. En los próximos años es de prever un incremento de actividades sin precedente en este terreno, por lo menos en los países más avanzados y conscientes de que el audiovisual es el futuro de la red y, por tanto, la red es el futuro del audiovisual.

Como siempre, las empresas y organismos del audiovisual de cada país se podrán incorporar a esta nueva tendencia o bien a tiempo, cuando aún existan espacios y oportunidades fácilmente aprovechables, o bien con retraso, cuando se tenga que luchar por cada centímetro virtual de espacio y sea necesario que multiplicar las inversiones para obtener algún impacto económico o social.

Por este motivo las empresas y organismos del audiovisual de nuestro país deberían empezar a estudiar (si no lo han hecho ya) su entrada decidida en la red. Esta entrada no puede consistir, como ha sucedido hasta ahora en la mayoría de casos, en disponer de una simple página web que anuncie las programaciones, por ejemplo, sino que deberían considerar la creación de un nuevo tipo de sitios web. Estos nuevos sitios web deberían contener aquello que más ventajas competitivas puede conceder al sector audiovisual: contenidos de tipo multimedia e interactivos.

En particular y sin lugar a dudas, algunos de los actores más potentes de la futura red audiovisual serán las empresas productoras de cine y televisión. Estas empresas poseen un patrimonio exclusivo y de enorme capacidad competitiva: sus archivos audiovisuales.

Por otra parte, el patrimonio audiovisual que han generado las televisiones públicas y privadas, las productoras de cine y televisión y algunas empresas de comunicación (como las agencias de prensa, por ejemplo, o las emisoras de radio) tiene un enorme valor científico y cultural que ultrapasa su valor estrictamente monetario o de negocio. La

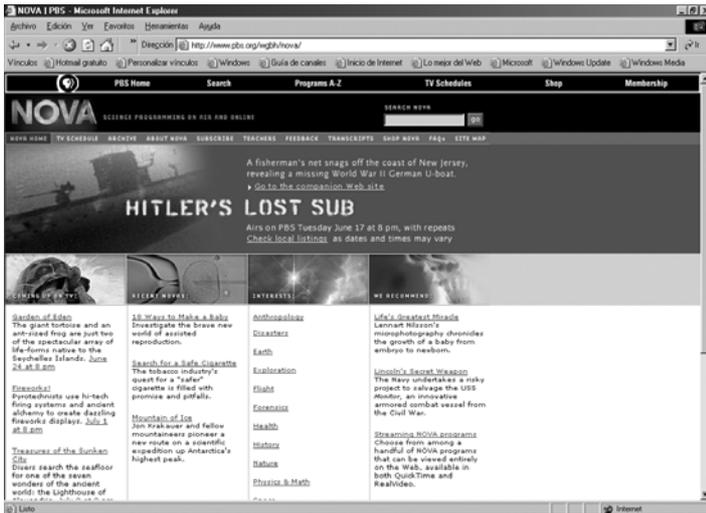


Figura 1: En el sitio web del programa Nova, dedicado a cultura y divulgación científica, de la televisión pública norteamericana PBS, existe una sección con contenidos interactivos multimedia para cada una de las series emitidas ([www.pbs.org](http://www.pbs.org))



Figura 2: Las televisiones catalanas, notablemente TVC, empiezan a apostar fuerte por la red. TVC ([www.tvc.es](http://www.tvc.es)), en concreto, dispone ya de un importante número de sitios web dedicados a su programación. En la imagen, el sitio web de 3xl.net ([www.3xl.net](http://www.3xl.net))



Figura 3: 3.500 horas de vídeo (digitalizado) de la histórica productora Pathe pueden consultarse a través de la web ([www.britishpathe.com](http://www.britishpathe.com)). En la imagen, el resultado de una búsqueda por la palabra *Barcelona*

digitalización y la distribución de este patrimonio a través de una nueva generación de sistemas de información audiovisuales en la red son el nuevo desafío, pero también la nueva oportunidad, que deberían saber aprovechar las empresas del sector.

El patrimonio cultural y histórico de una nación no está completo sin los archivos audiovisuales de televisión, cine, sonido y fotografía. Ahora bien, la única forma de que este patrimonio esté al alcance de su público: estudiosos e investigadores del audiovisual, historiadores, politólogos, creativos del sector audiovisual, y ciudadanos en general, es distribuyéndolos a través de una nueva generación de bases de datos: los bancos de imágenes y sonido, o dicho de otra forma, los bancos audiovisuales.

En el resto de este artículo estudiaremos un tipo de sitios web de carácter audiovisual muy concreto y en el que, en

nuestro país, consideramos que sufrimos un retraso considerable: los bancos de imagen y sonido y los motores de indización de contenidos audiovisuales.

## 2. Conceptos

Discutiremos a continuación algunos conceptos procedentes del mundo de las bases de datos y de los sistemas de información para poder presentar después algunas propuestas sobre tipología de bases de datos y bancos audiovisuales.

Presentamos en primer lugar una breve terminología separada en las tablas n.º 1 y 2 para facilitar la consulta y que, posteriormente, nos permitirá presentar una propuesta de tipología de bases de datos.

**Tabla 1: Terminología-I: bases de datos**

<i>Término</i>	<i>Descripción / Ejemplos</i>
Documento primario	Documento original, por ejemplo, una fotografía, un vídeo, una grabación de voz o un artículo de prensa.
Documento secundario	Documento que describe un documento primario, generalmente de forma textual, con el objetivo de facilitar su identificación y recuperación. Sinónimos: metainformación, metadato.
Base de datos	Conjunto de registros y, eventualmente, otros objetos asociados a los registros. Por ejemplo, imágenes, sonidos (o documentos textuales).
Registro	Representación de una entidad y unidad de trabajo de una base de datos. Un registro es un conjunto de datos agrupados en una unidad. Por ejemplo, el conjunto de datos (autor, título, etc.) que describe un filme o una fotografía es un registro. Por este motivo, un registro es una forma de documento secundario y es un tipo de metadato.
Entidad	El objeto (o concepto) representado en un registro. Por ejemplo, en una base de datos bibliográfica tradicional las entidades representadas son libros o artículos de revista. En un banco de imágenes, las entidades representadas son fotografías o otros materiales icónicos.
Metadatos	Datos sobre datos o informaciones sobre informaciones. Por ejemplo, la descripción de la programación de televisión de un día o de una semana determinada publicada en las páginas de un diario o de una revista es un tipo de metainformación. La metainformación (o los metadatos) son necesarios para representar información de forma eficiente. Cuando necesitamos mucha eficiencia en la búsqueda de información también utilizamos metainformación. Resulta más eficiente consultar la programación de televisión en una revista (o en una página web) que tener que mirar de forma secuencial todos los canales y todos los programas de televisión para ver si hacen el programa que nos interesa... cuando lo encontramos, quizás el programa ya habrá finalizado. Existen varios tipos de <i>metadatos</i> .

**Tabla 2: Terminología-II: bases de datos y bancos de datos**

<i>Clase de base de datos</i>	<i>Subclase</i>	<i>Ejemplos</i>
<p><b>Referencial</b>                      Contiene solamente documentos secundarios. También podría afirmarse que sólo contiene metadatos.</p>	<p><b>Bibliográfica</b>                      Contiene registros con descripciones bibliográficas, pero no contiene (no da acceso a) los documentos en sí mismos.</p>	<p><i>Eric Database</i>  <a href="http://www.askeric.org/eric/">www.askeric.org/eric/</a></p>
	<p><b>Audiovisual</b>                      Contiene registros con descripciones de imágenes pero no contiene el documento audiovisual.</p>	<p><i>BBC Footage</i>  <a href="http://www.bbcfootage.com">www.bbcfootage.com</a>  <i>NBC News Archivist</i>  <a href="http://www.nbcnewsarchives.com">www.nbcnewsarchives.com</a></p>
	<p><b>Directorio</b>                      Contiene registros con informaciones sobre entidades o personas.</p>	<p><i>Barcelona Plató</i>  <a href="http://www.barcelonaplato.bcn.es">www.barcelonaplato.bcn.es</a></p>
<p><b>Fuente o Banco</b>                      Las bases de datos fuente contienen documentos secundarios y primarios, es decir, contienen tanto la información como la metainformación. Las bases de datos fuente pueden llamarse bancos, por ejemplo, una base de datos audiovisual de tipo fuente puede llamarse banco de imágenes.</p>	<p><b>Textual</b>                      Además de la descripción del documento (metadatos) contiene el documento original.</p>	<p><b>Texto digital simple</b>                      Contiene el texto completo de libros o artículos de revista, pero no tiene gráficos o ilustraciones ni elementos tipográficos.  <i>Find Articles</i>  <a href="http://www.findarticles.com">www.findarticles.com</a></p> <p><b>Facsímil</b>                      Contiene una reproducción gráfica del documento.  <i>Prensa Histórica</i>  <a href="http://prensahistorica.com">prensahistorica.com</a></p> <p><b>Texto digital rico</b>                      Contiene (o proporciona acceso directo a) el texto completo en formato digital original con ilustraciones, tablas, tipografía, etc.  <i>ACM Digital Library</i>  <a href="http://www.acm.org/dl/">www.acm.org/dl/</a></p>
	<p><b>Audiovisual</b>                      Además de la descripción del documento audiovisual contiene el documento audiovisual en sí mismo. Sinónimo: banco de imágenes o banco audiovisual.</p>	<p>Véase descripción en la tabla n.º 3: bancos de imágenes</p>

Fuente: adaptación de L. Codina; María del Valle Palma, 2001

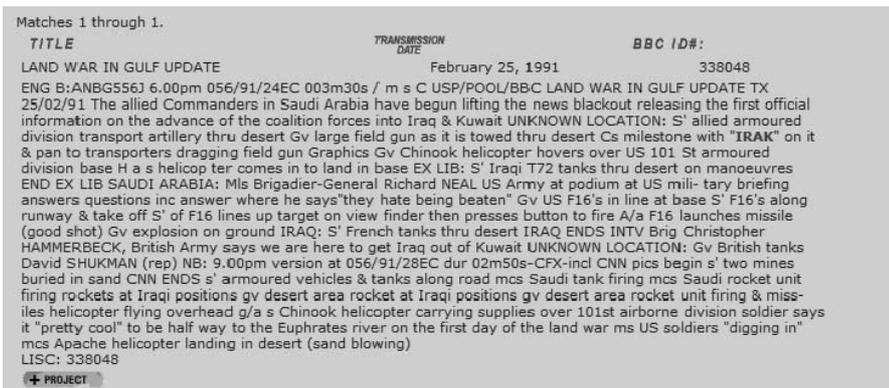


Figura 4: Ejemplo de un registro de la base de datos audiovisual BBC Footage ([www.footage.com](http://www.footage.com)). Contiene registros que describen imágenes, pero no las imágenes (aunque el cliente puede solicitarlas mediante de la sede web de la base de datos)

Tabla 3: Terminología-III: bancos vs. motores de búsqueda

<i>Término</i>	<i>Descripción</i>	<i>Ejemplos</i>
<b>Banco de imágenes y audiovisuales</b>	Clase de base de datos que contiene tanto registros (documentos secundarios o metainformación) como documentos primarios (imágenes, vídeo, sonido...). El banco de imágenes constituye, en estos casos, el núcleo de un sistema más amplio que contempla la gestión y la venta o alquiler temporal de derechos de explotación de los documentos icónicos.	<p><i>GettyImages</i> <a href="http://www.gettyimages.com">www.gettyimages.com</a></p> <p><i>AGE Fotostock</i> <a href="http://www.agefotostock.com">www.agefotostock.com</a></p> <p><i>Cartoon Bank</i> <a href="http://www.cartoonbank.com">www.cartoonbank.com</a></p> <p><i>Corbis Motion</i> <a href="http://www.corbismotion.com">www.corbismotion.com</a></p>
<b>Multibuscador de imágenes</b>	Sistema de información que puede enviar la misma búsqueda a diferentes bancos de imágenes y mostrar los resultados de una forma unificada.	<p><i>OneStopSearch</i> <a href="http://www.1ss.com">www.1ss.com</a></p> <p><i>Footage.Net</i> <a href="http://www.footage.net">www.footage.net</a></p>
<b>Motor de búsqueda</b>	Programa informático que genera índices a partir del contenido de documentos publicados en la red. Los motores de búsqueda facilitan la información de una forma aparentemente similar a los bancos de imágenes, pero no contienen documentos secundarios (registros) ni, por tanto, metadatos. Además, los motores de búsqueda no tienen las colecciones de imágenes ni en propiedad ni en depósito, ni gestionan derechos de compra, reproducción o uso de las imágenes.	<p><i>Multimedia Lycos</i> <a href="http://multimedia.lycos.com">multimedia.lycos.com</a></p> <p><i>Alta Vista Image</i> <a href="http://www.altavista.com/image/">www.altavista.com/image/</a></p> <p><i>Google Images</i> <a href="http://images.google.com">images.google.com</a></p>

Fuente: adaptación de L. Codina; Maria del Valle Palma, 2001

<b>Title</b>	Barcelona Demonstrators Call For Local Autonomy
<b>Media_Id</b>	0600845
<b>Hit_Time</b>	N/A
<b>Synopsis</b>	Students, workers and professional people from the region around Barcelona, known as <b>Catalonia</b> , stage a demonstration to make know their desire for local autonomy. CS - As the crowd of demonstrators begins to grow, John Dancy, NBC News, reports that this is the second week in a row that a demonstration has taken place. Crowd members, some of whom are carrying flags, begin chanting. Shortly thereafter the protestors start marching toward the <b>Catalonia</b> Parliament building, thus causing a huge traffic jam. Police charge the demonstrators in the hope of dispersing them. Other police try to contain the uprising by firing rubber bullets into the middle of the crowd. One demonstrator, who tried to argue with police, is clubbed. The reporter notes that the Spanish government has offered the residents of the region a form of democracy within 18 months. OUTS - Demonstrators march through the streets of Barcelona toward the <b>Catalonia</b> Parliament building, thus halting traffic. Police begin to a mass a safe distance from the protestors as a helicopter hovers overhead. Mounted police ride by. Finally, the police rush the demonstrators firing tear gas canisters. A demonstrator is clubbed after trying to resist the police. CARTRIDGE: 007 PAGE: 1981 Film: 16mm, color, rev. Footage: 400 ft: CS - 100 ft & mix, effx, narr trk; OUTS - 300 ft
<b>Places</b>	Spain;Barcelona
<b>Personalities</b>	N/A
<b>Subjects</b>	DEMONSTRATIONS & DEMONSTRATORS;SUMMONS & SUMMONSES;MOUNTED POLICE;Police;BILLYCLUBS & NIGHTSTICKS;Police Vehicles;Assault;VIOLENCE;Tear Gas;HELICOPTERS;CIVIL WARS & CIVIL UNREST
<b>Dates</b>	1976-02-08
<b>Reporters</b>	Dancy, John
<b>Assignments</b>	Net
<b>Length</b>	N/A
<b>Media_Type</b>	Film

Figura 5: Ejemplo de un registro de la base de datos *NBC News Archives* sobre una manifestación de febrero de 1976 en Barcelona. A pesar del detallado tratamiento descriptivo de imagen que podemos ver aquí, en algunos casos el tratamiento es aún más completo. En cualquier caso, cada palabra o cada combinación de grupos de palabras de cada uno de los campos del registro es un punto de acceso a la imagen.

A partir de las definiciones precedentes presentaremos un segundo conjunto de definiciones (tabla 2) que nos permitirá presentar la diferencia entre el concepto de base datos y de banco de datos.

Por último, si relacionamos las diferentes tecnologías y estrategias de mercado que existen actualmente en la red, podremos observar la diferencia, sumamente importante, que hay entre bancos de imagen y motores de búsqueda de imágenes (tabla 3).

Como ya hemos apuntado, la diferencia esencial entre bancos y motores radica en que, en un banco (o en una base de datos) se halla siempre presente alguna clase de metainformación (en forma de documento secundario o de registro) y, por tanto, hay una información de valor añadido cuya importancia es crítica para el rendimiento del sistema. Entre estos metadatos se encuentran, por ejemplo, los siguientes:

- Datos que identifican las circunstancias de creación del documento, como el autor, el título y la fecha de realización.
- Datos que identifican el contenido conceptual e icónico del documento, generalmente en forma de descriptores o palabras clave.
- Resúmenes, sinopsis y/o descripciones textuales del documento icónico, ya sea una fotografía, un filme o un vídeo.

A modo de ejemplo, si observamos un registro completo de la base de datos *NBC News Archives* de noticias de la televisión NBC (imagen 3) podemos comprobar que existen hasta 12 campos o zonas descriptivas con metadatos, entre los que podemos ver un título, una sinopsis, descriptores o palabras clave de lugares geográficos, descriptores de temas, etc.

Por el contrario, en un motor de búsqueda no existe este tipo de metainformación al no existir tampoco un proceso previo de análisis documental. Al realizar una búsqueda de imágenes a través de un motor de búsqueda como Google accedemos directamente a la lista de imágenes, sin pasar antes por el proceso de filtro propio de las bases de datos con registros descriptivos como el que hemos mostrado (figura 3). Este hecho genera la gran cantidad de ruido y de pérdidas de información tan habituales en esta clase de tecnologías.

Por esta misma razón, en un motor de búsqueda no disponemos del nivel de representación de la información



Figura 6: Una búsqueda de imágenes en Google para el término «paris» produce cientos de miles de resultados (casi 600.000), pero con una mezcla total de géneros, formatos y significados del término.



Figura 7: Resultado de una búsqueda de imágenes en Corbis Newsroom (newsroom.corbis.com). Se puede observar la metainformación de cada imagen junto a una reproducción en miniatura de la misma. Al hacer photo info, no se obtiene la lista de palabras clave con la que se ha indizado (véase la figura siguiente, n.º 6).

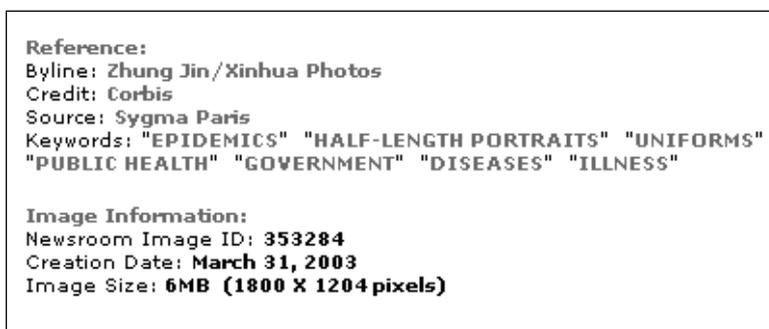


Figura 8: Palabras clave (keywords) de la imagen de la figura anterior y otras informaciones adicionales: fuente, fecha, formato.

que nos permite tomar decisiones sin la necesidad de examinar secuencialmente todo el conjunto de documentos originales. Si únicamente nos interesa consultar documentos de determinadas características formales o de género no tenemos más opción que examinar uno a uno todos los documentos obtenidos tanto si la lista es corta como si es muy larga.

Un motivo de las dificultades de trabajo de los motores de búsqueda radica en que el índice que facilita el acceso a las imágenes se genera a partir del documento original que forma parte del contexto de la imagen (de una forma que mostraremos más adelante). En cambio, en una base de datos, el índice que facilita el acceso a la información se genera con los términos que proceden no únicamente del documento original (en su caso) sino también de los campos que forman el conjunto de metadatos como los que hemos visto (sinopsis, palabras clave, formato, etc.).

Por esta razón, no sólo pueden realizarse consultas mucho más precisas con bancos y bases de datos, sino que la respuesta, en ocasiones, no consiste en el documento original, sino en su representación. Esto puede parecer inicialmente un inconveniente, pero en realidad proporciona una enorme ventaja: permite tomar decisiones sin perder tiempo examinando secuencialmente documentos que no responden a nuestra necesidad de información.

Finalmente, existe una diferencia fundamental y de naturaleza muy distinta. Los motores de búsqueda no seleccionan las colecciones ni son propietarios de las imágenes que indizan, lo que significa que no se filtra ni selecciona la calidad de la información que procesan.

Por esta misma razón, tampoco son interlocutores válidos en cuanto al uso de las imágenes o de los objetos multimedia a los que proporcionan acceso. Si encontramos imágenes mediante un motor de búsqueda y, por algún motivo, estamos interesados en su uso (por ejemplo, para una campaña publicitaria, para un reportaje televisivo, etc.) deberíamos determinar en cada caso quién es el propietario o interlocutor de los derechos de cada imagen e intentar ponernos en contacto. Un problema añadido puede suceder cuando el autor de la imagen en cuestión no haya previsto este tipo de peticiones, por lo que nos hallaremos frente a un interlocutor atónito ante nuestras demandas.

Por último, los motores de búsqueda no pueden acceder ni indizar las mejores colecciones de imágenes, que son

precisamente las que se encuentran indizadas en los bancos de imágenes y cuyo contenido está cerrado a los motores de búsqueda por razones técnicas y comerciales. Veamos una síntesis de estas cuestiones en los siguientes apartados.

## 2.1. Síntesis

Los bancos de imágenes o audiovisuales en la red presentan las siguientes características:

a) Contienen (o proporcionan acceso directo a) colecciones de documentos icónicos originales y no únicamente su descripción.

b) Los documentos son de tipo icónico: fotografías, filmes y vídeos. En algunos casos, los bancos son de tipo multimedia y contienen música, sonidos, transcripciones de programas de radio y televisión y efectos sonoros.

c) El organismo o empresa productora del banco de imágenes o audiovisual es propietaria o depositaria de las colecciones de imágenes y/o actúa por convenio o acuerdo contractual con los propietarios de las imágenes.

Los motores de búsqueda, por su parte, presentan las siguientes características:

a) Indizan documentos de la World Wide Web que contienen archivos de imagen.

b) No generan documentos secundarios ni metainformación del tipo sinopsis, palabras clave, autor, etc.

c) No mantienen relación alguna con los propietarios de las imágenes.

## 3. Sistemas de información audiovisual

Discutidos los aspectos anteriores, podemos presentar a continuación un ensayo de tipología de los sistemas de información audiovisual que intenta mostrar toda la riqueza actual y todo el potencial futuro de estos sistemas de información en la red. Hemos hecho especial hincapié en los bancos de datos y bases de datos, pero sin olvidar recopilar también algunas variedades de motores de búsqueda.

La clasificación anterior requiere algunos comentarios. Empecemos por los 7 subtipos. Es evidente que se trata de una clasificación discrecional. Naturalmente, podría obtenerse una lista de 8, 9 o 10 subtipos; por ejemplo, el

**Tabla 4: Sistemas de información audiovisuales**

<i>Subtipo</i>	<i>Descripción</i>	<i>Ejemplos</i>
<p><b>1. Imagen</b></p>	<p>Bancos de fotografías, ilustraciones, comics, reproducciones artísticas, mapas y planos, etc.</p>	<p><b>Bancos:</b>  <i>Corbis</i>  <a href="http://www.corbisimages.com">www.corbisimages.com</a>  <i>AGE Fotostock</i>  <a href="http://www.agefotostock.com">www.agefotostock.com</a>  <i>BBC Wild</i>  <a href="http://www.bbcwild.com">www.bbcwild.com</a>  <i>ImageBase</i>  <a href="http://www.thinker.org">www.thinker.org</a>  <i>Cartoon Bank</i>  <a href="http://www.cartoonbank.com">www.cartoonbank.com</a>  <i>Geoplaneta</i>  <a href="http://www.geoplaneta.com">www.geoplaneta.com</a>  <i>Mapquest</i>  <a href="http://www.mapquest.com">www.mapquest.com</a></p>
<p><b>2. Sonido</b></p>	<p>Bancos de efectos sonoros, de transcripciones de programas de radio, conferencias, etc.</p>	<p><b>Bancos:</b>  <i>Electric Library TV &amp; Radio Transcripts</i>  <a href="http://www.elibrary.com">www.elibrary.com</a>  <b>Motores:</b>  <i>FindSounds</i>  <a href="http://www.findsounds.com">www.findsounds.com</a>  <i>SpeechBot</i>  <a href="http://www.speechbot.com">www.speechbot.com</a></p>
<p><b>3. Música</b></p>	<p>Bases de datos y bancos de música, y bases de datos de letras de canciones.</p>	<p><b>Bancos:</b>  Clase, de momento, inédita en Internet.  <b>Bases de datos (cine):</b>  <i>All Music</i>  <a href="http://allmusic.com">allmusic.com</a>  <b>Bases de datos (letras de canciones):</b>  <a href="http://www.sontext.net">www.sontext.net</a>  <a href="http://www.songfile.com">www.songfile.com</a>  <b>Motores (música):</b>  <i>Scour</i>  <a href="http://www.scour.com">www.scour.com</a>  <b>Multimedia</b>  <i>Lycos</i>  <a href="http://multimedia.lycos.com">multimedia.lycos.com</a></p>

**Tabla 4: Sistemas de información audiovisuales (continuación)**

<i>Subtipus</i>	<i>Descripció</i>	<i>Exemples</i>
<b>4. Vídeo</b>	Bases y bancos de vídeos, anuncios, vídeo arte, etc.	<p><b>Bancos:</b>  <i>Library of Congress</i>  <a href="http://memory.loc.gov/ammem/ccmhtml/colahome.html">memory.loc.gov/ammem/ccmhtml/colahome.html</a>  <i>Corbis Motion</i>  <a href="http://www.corbismotion.com">www.corbismotion.com</a>  <i>Getty Images</i>  <a href="http://creative.gettyimages.com">creative.gettyimages.com</a></p> <p><b>Bases:</b>  <i>BBC Footage</i>  <a href="http://www.bbcfootage.com">www.bbcfootage.com</a>  <i>NBC News Archive</i>  <a href="http://www.nbcnewsarchives.com">www.nbcnewsarchives.com</a></p> <p><b>Motores:</b>  <i>Alta Vista Video</i>  <a href="http://www.altavista.com/video/">www.altavista.com/video/</a></p>
<b>5. Cine</b>	<p>Bancos de imágenes procedentes de rodajes (<i>footage</i>), cortometrajes, filmes, filmes digitales, etc. Bancos de guiones de cine y televisión.</p> <p>Bases de datos de cine (descripciones de filmes, biografías de cineastas, etc.).</p>	<p><b>Bancos:</b>  <i>British Pathe</i>  <a href="http://www.britishpathe.com">www.britishpathe.com</a></p> <p><b>Bancos de guiones:</b>  <i>Scripts on the Net</i>  <a href="http://www.rosebud.com.br/scripts.htm">www.rosebud.com.br/scripts.htm</a></p> <p><b>Bases de datos de filmes (rodajes):</b>  <i>Footage</i>  <a href="http://www.footage.net">www.footage.net</a></p> <p><b>Bases de dades de cine (filmes, cineastas):</b>  <i>AllMovie</i>  <a href="http://www.allmovie.com">www.allmovie.com</a>  <i>IMDB</i>  <a href="http://www.imdb.com">www.imdb.com</a></p>
<b>6. Interactivos multimedia</b>	Bancos de interactivos multimedia ejecutables en ordenador, bien en forma local (CD-ROM) o remota (Internet).	<p><b>Bancos:</b>  Clase, de momento, inédita en Internet.</p>
<b>7. Múltiple</b>	Bancos de varias categorías de objetos audiovisuales y multimedia: imágenes, sonido, vídeo, etc.	<p><b>Bancos:</b>  Clase, de momento, inédita en Internet.  Similar: <a href="http://multimedia.lycos.com">multimedia.lycos.com</a></p>

Nota: enlaces revisados en abril de 2003.

Figura 9: Muestra de resultados del motor de búsqueda SpeechBoot (www.speechboot.com) que indiza el sonido (la voz) de programas de radio y televisión con un sistema automático de reconocimiento de voz. Puede solicitarse que reproduzca la voz (botón *PLAY*) y se puede leer la transcripción textual (*Show me more*).

The screenshot shows the SpeechBoot search interface. At the top, there are tabs for 'Simple Search', 'Power Search', and 'Help'. A search bar contains the word 'immigration'. Below the search bar, there are dropdown menus for 'Topics' (set to 'All Topics') and 'Dates' (set to 'All dates'). A tip box below the search bar reads: 'Tip: To improve the relevance of your results, enter more than one word in the "Search for" box.' Below this, it says 'Search Result: 200 matches for your query' and 'Sort results by: Relevance'. The main content area is a table with three columns: 'Website', 'Date', and 'Extract from Transcript'. The first row shows 'The Diane Rehm Show' from August 9, 2000, with an extract about 'special immigration rights'. The second row shows 'Public Interest' from August 18, 2000, with an extract about 'immigration to rent a course of the phone'. Each row has a 'PLAY extract' button and a 'Show me more' link.

Figura 10: Página principal de Corbis Motion (www.corbismotion.com). Un importante banco de imágenes con una clara orientación comercial tipo B2B y B2C a la vez.

The screenshot shows the Corbis Motion website homepage. The header includes the 'corbismotion' logo and a toll-free phone number. Below the header is a navigation bar with the text 'THE RIGHT FOOTAGE FOR ANY CREATIVE PROJECT'. The main content area is divided into two sections: 'RIGHTS MANAGED MOTION' and 'ROYALTY FREE MOTION'. The 'RIGHTS MANAGED MOTION' section features a search bar with a 'Go' button and a 'View Latest Demos' link. The 'ROYALTY FREE MOTION' section features a 'Browse NEW Titles' link and a 'View RF Demo' link. At the bottom, there is a footer with copyright information: '©Copyright 2003 Corbis Motion LLC. All rights reserved. Legal'.

Figura 11: Un resultado de búsqueda en Corbis Motion: información sobre duración y formato del vídeo, palabras clave y parte de un storyboard del mismo desplegado en forma de mosaico de imágenes.

The screenshot shows a search result page for a video clip. The clip ID is '14605FBH-103'. The description reads: 'Traffic on the Champs-Elysees with the Arc D' Triomphe in the distance, cars making turns in the foreground.' Below the description are 'Related Keywords' including '1990s', 'Geography and Travel', 'Transportation', 'Cities of the World', 'Land Transport', 'Traffic and Accidents', 'Dawn / Dusk', 'Europe', 'France', 'Paris', and '...more'. To the right, technical details are listed: 'TC In: 01:56:20:24', 'TC Out: 01:56:37:19', 'Camera Speed: Real Time', 'Era: Contemporary', 'Audio: No', and 'Clip Type: Shot'. Below the text is a 'Clip Storyboard' consisting of a grid of 10 small video frames showing the traffic scene.

tipo **imagen** se podría dividir en imagen fotográfica, reproducción artística, infografía, etc.; o bien de 5 o 6 si, por el contrario, fusionamos **sonido** y **música** en un único tipo, **cine** y **vídeo** en otro, etc. La opción de seleccionar 7 tipos se debe a que, a los efectos de este trabajo, nos parecía la clasificación más adecuada.

En los tipos 3 (**música**), 6 (**multimedia**) y 7 (**múltiple**) se indica clase inédita, lo que significa que es una clase que no se ha «estrenado» como sector en la red, por lo menos en el momento de realización de este estudio (primer trimestre de 2003).

No obstante, existen bases y bancos de datos de los tipos 3 y 6 en el marco de determinadas instituciones, como museos, mediatecas, emisoras de televisión, etc.; pero sucede que su acceso está restringido a un local y/o a determinadas condiciones de pertenencia a la institución.

Nuestra hipótesis sostiene que, en cuestión de tiempo, aparecerán casos en estas clases que hoy por hoy permanecen inéditas en cuanto se superen determinados problemas tecnológicos y de tratamiento y gestión de la propiedad intelectual en el mundo digital.

## 4. Conclusiones

1. Hemos tratado de mostrar las posibilidades actuales y futuras de la información audiovisual en la red. Existe un importante grupo de actores: televisiones, radios, filmotecas, museos que disponen de un patrimonio audiovisual de valor literalmente incalculable en todos los sentidos de la palabra valor: económico, cultural, científico y social. Es el momento de que los mencionados actores empiecen a estudiar, investigar y considerar de forma muy seria la manera de hacer realidad este valor poniéndolo al alcance de un público nacional e internacional a través de la red.

2. Digitalizar bienes audiovisuales, tratarlos documental-mente y distribuirlos a través de la red no supone una tarea fácil; pero se trata de una actividad que, difícil o no, se está llevando a cabo de forma casi intensiva por parte de muchas instituciones de nuestro entorno internacional, muchas de ellas con una clara orientación de negocio no incompatible con la protección y difusión del patrimonio, sino, al contrario, muy complementarias.

3. Muchos de los actores mencionados han construido, ya hace tiempo, bases de datos o bancos de imágenes, notablemente las televisiones, pero también otros organismos como bibliotecas, mediatecas, museos y archivos. Ha llegado el momento de que se realicen estudios sobre la viabilidad de distribuir estos bancos y bases de datos a través de la red.

4. El fomento de la producción y distribución de sistemas de información audiovisuales como los presentados aquí, entra en el interés de la defensa y promoción del patrimonio cultural y científico de una nación. Por tanto, corresponde no únicamente a la iniciativa privada la consideración de esta clase de actividades, sino también a los poderes públicos.

5. El nuevo territorio que se está configurando gracias a la unión de la red y la información audiovisual permite abrir sin duda nuevas oportunidades tanto para los profesionales que trabajan en el mundo de la empresa como para quienes desarrollan las tareas de investigación y estudio del audiovisual en el marco de las universidades u otros centros de investigación.

## Bibliografía

ABADAL, Ernest. *Els serveis d'informació electrònica, què són i per a què serveixen*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona, 1997, 170 p.

BAILAC, Montserrat; CATALÀ, Montserrat. "La fototeca". En: Fuentes, M. Eulàlia (ed.). *Manual de Documentación periodística*. Madrid: Síntesis, 1995.

BRODSKY, Marcelo. "Las agencias gráficas como centros de documentación de imágenes". BELLVESER, Enric (director). *La documentació als mitjans d'informació: l'experiència multimèdia*. Valencia: Generalitat Valenciana; Unió de Periodistes, 1994, p. 197-203.

CODINA, Lluís. "Fundamentos para la organización de un banco de fotografías". *El profesional de la información*, v. 9, n.º 4, abril 2000, p. 31-34.

CODINA, Lluís; PALMA, María del Valle. "Web y cine: análisis comparativo de dos bases de datos para la investigación en línea". *Formats* n.º 3, mayo 2001. <[http://www.iua.upf.es/formats/formats3/cod\\_e.htm](http://www.iua.upf.es/formats/formats3/cod_e.htm)>

CODINA, Lluís; PALMA, María del Valle. "Bancos de imágenes y sonido y motores de indización en la WWW". *Revista española de documentación científica*, v. 24, n.º 3, julio-septiembre 2001, p. 251-274.

DAUTZATS, Michel. *Le thesaurus de l'image: etude des langages documentaires pour l'audiovisuel*. Paris: ADBS Editions, 1994, 96 p.

DOMÈNECH, Sílvia. *Tesaura BIMA*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Arxiu Municipal de Barcelona, 1997, 127 p.

GRAHAM, M. E. *The description and indexing of images*, mayo 1999. <http://www.unn.ac.uk/iidr/ARLIS/>

LÓPEZ DE PRADO, Rosario. "Museos europeos en Internet: análisis de la situación actual". *Revista de Museología*, 2001.

LÓPEZ YEPES, Alfonso. "Bases de datos documentales multimedia". En: López Yepes, José (coord.). *Manual de información y documentación*. Madrid: Pirámide, 1996, p. 414-446.

LÓPEZ YEPES, José. "La documentación en la empresa informativa: notas para el estudio de sus fundamentos". En: Sánchez Casabón, A. I.; Ubieta Artur, I. (ed.) *Jornadas sobre documentación y medios de comunicación*. Zaragoza: Egido, 1996, 171 p., p. 11-37.

MOREIRO, José Antonio (coord.). *Manual de documentación informativa*. Madrid: Cátedra, 2000, 458 p.

PALMA, María del Valle. "Bases de datos y servicios de información disponibles en Internet". En: Rovira, C; Codina, L. (dir.). *Curso de Documentación Digital [CD-ROM]*. Barcelona: UPF, 2002.

ROVIRA, Cristòfol. *El disseny de navegació i l'organització de continguts en l'hipertext per a l'ensenyament-aprenentatge*. (Tesis doctoral) Barcelona: UPF, 2001, 492 p.