

# Presentaciones de Documentación Informativa en abierto

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Clara-Janneth Santos-Martínez**

Noviembre de 2024

©2024 Clara Janneth Santos-Martínez

Algunos derechos reservados

Asignatura: Documentación Informativa. Material Docente en abierto de la URJC.

Licencia: Documentación Informativa en abierto © 2024 by Clara- Janneth Santos-Martínez is licensed under CC BY-SA 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Esta licencia no se aplica a materiales de terceros que puedan estar incluidos en esta obra y que mantiene los derechos de los autores originales.



# Presentaciones de Documentación Informativa en abierto

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Dra. Clara Janneth Santos-Martínez

Profesora Ayudante Doctor, URJC



# Contenidos

Tema 1 .....	<a href="#">4</a>
Tema 2 .....	<a href="#">37</a>
Tema 3 .....	<a href="#">78</a>
Tema 4 .....	<a href="#">104</a>
Tema 5 .....	<a href="#">117</a>
Tema 6 .....	<a href="#">130</a>
Tema 7 .....	<a href="#">146</a>
Todas las Licencias .....	<a href="#">167</a>

# Tema 1. Introducción a la Documentación

• Sociedad de la información .....	5
• Fuentes de información y documentos .....	10
• Concepto y evolución de la Documentación y de la Documentación en Publicidad y RR.PP. ....	12
• El proceso documental .....	31
• Referencias .....	36

# Nam June Paik

## LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

El surcoreano Nam June Paik es pionero del videoarte. Reconocido por haber acuñado el término ‘autopista de la información’; diseñó y construyó estos “semejantes”, obras que son una mezcla de ficción y ciencia, tecnología y conocimiento, destacándose como un visionario en su campo.

**“Columbus Boat (Eco Lumbus) + Columbus Boat”, 1991.** En esta obra, Nam June Paik utiliza una barca equipada con televisores y otras tecnologías para simbolizar el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la sociedad moderna, comparándolo con el descubrimiento de América



Figura 1. “Columbus Boat”. Foto: Clara Janneth Santos-Martínez. Instalación exhibida en el hall de acceso al edificio de Caja Madrid en La Castellana, Madrid. Actualmente edificio CaixaBank.

# Sociedad de la Información

“La noción de la Sociedad de la Información se basa en los progresos tecnológicos. En cambio, el concepto de sociedades del conocimiento comprende dimensiones sociales, éticas y políticas mucho más vastas”.

(Unesco, 2005).

# Sociedad del Conocimiento

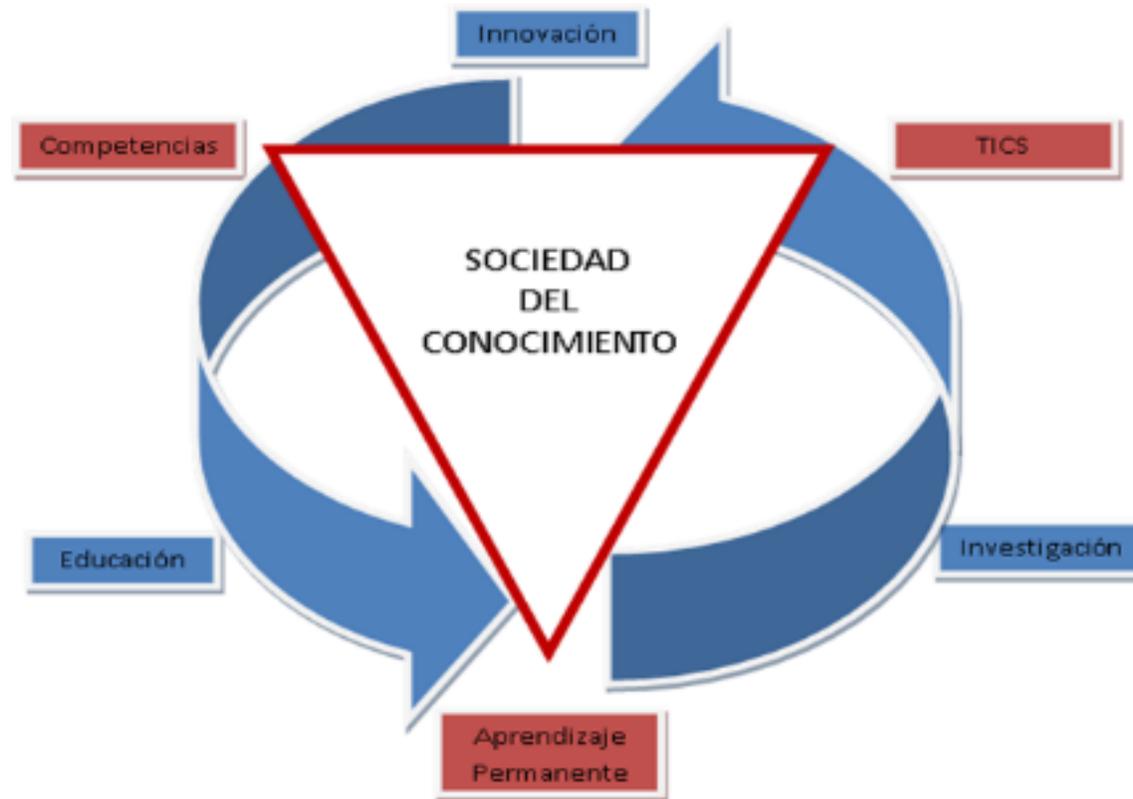


Figura 2. Triángulo del Conocimiento. Fuente: Clara Janneth Santos-Martínez, 2016

# Explicación del Triángulo del Conocimiento

En esta Sociedad, llámese tecnológico, informacional o del conocimiento, se estructura el **“triángulo del conocimiento”**: educación, ciencia, innovación fusionado con el aprovechamiento de las TIC, el aprendizaje permanente y las competencias; estructuran un nuevo constructo socioeducativo en el que ciudadanos científica, tecnológica y mediáticamente alfabetizados serán “menos vulnerables a la propaganda, al consumismo, a los discursos dogmáticos, y más críticos y capaces de tomar decisiones fundadas” (COSTA, 2009, web)

"Sociedades que sean fuentes de un desarrollo humano y sostenible".

(UNESCO, 2005, p. 17).

# Libertad de Expresión

PIEDRA ANGULAR DE LAS SOCIEDADES DEL CONOCIMIENTO

La libertad de expresión supone la libertad de opinar, expresarse y escribir, así como la libertad de prensa, el libre acceso a la información y la libre circulación de datos e informaciones.

(Unesco, 2005).

**Fuente:** Unesco (2005). *Hacia las sociedades del Conocimiento*. Ediciones Unesco. <https://bit.ly/3rnDilL>

# Fuentes de información y documentos

Categoría	Descripción	Ejemplos
<b>Fuentes de Información</b>	Primarias	Entrevistas, encuestas, estudios de caso.
	Secundarias	Artículos académicos, libros, informes
	Terciarias	Enciclopedias, BB.DD.
<b>Tipos de Documentos</b>	Textuales	Libros, artículos, informes, documentos oficiales
	Audiovisuales	Vídeos, podcasts, material multimedia
	Digitales	Blogs, sitios <i>web</i> , redes sociales

Tabla 1: Elaboración propia

# Fuentes de información y documentos

Categoría	Descripción	Ejemplos
<b>Importancia en Publicidad y Relaciones Públicas</b>	Investigación de mercado	Análisis de mercado; Estudios de audiencia
	Estrategia de comunicación	Planes de comunicación; Campañas publicitarias
	Evaluación de impacto	Informes de resultados, métricas de rendimiento
<b>Herramientas útiles en la asignatura</b>	Gestores de Referencia	Mendeley, Zotero, etc.
	BB.DD. Académicas y otros recursos digitales	Dragón, ABI/Inform, Statista, Scopus, Google Scholar, BRAIN (BURJC), BNE, Europeana, etc.
	Herramientas de colaboración	Office 365: Teams, Listas, One Drive, etc.

Tabla 2: Elaboración propia



# Contexto Siglo XIX

## EXPLOSIÓN INFORMATIVA Y DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

- Primera revolución industrial (inició en la segunda mitad del s. XVIII) en Gran Bretaña.
- **Fotografía:** Nicéphore Niepce, 1824
- Vehículo eléctrico: Robert Anderson (c. 1832-1839).
- **Teléfono:** Antonio Meucci, 1854. Graham Bell obtiene la patente en 1876.
- Dinamita: Alfred Nobel, finales de 1866
- Praxinoscopio: Émile Reynaud, 1877
- **Fonógrafo:** Thomas Alva Edison, 1878
- Fotófono: Alexander Graham Bell
- Gramófono: Emile Berliner, 1888
- **Cinematógrafo:** [Hermanos Lumière](#), 1894
- **La radio:** Nikola Tesla, 1894 (Marconi presenta la patente en 1904).
- Guerras revolucionarias francesas (1789-1802)
- Guerras Napoleónicas (1803-1815)
- Guerra de la Independencia Española (1808-1814)
- Guerras de Independencia Hispanoamericana (1808-1833)
- Guerras del Opio (1839-1842), (1856-1860)
- Guerra hispano-estadounidense (1895-1898)

# Concepto y evolución de la Documentación Informativa

## EXPLOSIÓN INFORMATIVA Y DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

S. XIX (siglo de la industrialización).

- **Revolución industrial:** finales del s. XIX. Se produce la “**Explosión de la información**”: proliferan empresas informativas y de Revistas científicas.

### Empresas Informativas

- AFP. Agencia France Presse, 1835
- AP. Associated Press, 1846
- Wolffs Telegraphisches Bureau Reuters, 1849-1934)
- EFE (1939)
- ANSA (1945)

### Revistas científicas

- The Lancet (1823)
- Nature (1869)
- Science (1880)
- Journal of the American Chemical Society (1879).

# Producción y difusión de la información. Hitos tecnológicos análogos

Con respecto a la producción y difusión de la información se producen hitos tecnológicos análogos entre la aparición de la imprenta (siglo XV) y la aparición de Internet (s. XX).

Imprenta	Internet
Índices	Índices / Motores de búsqueda
Bibliografías	Bibliografías
Catálogos	OPAC's (On-line Public Access Catalog) / BB.DD.
Repertorios	Repositorios

Tabla 3: Fuente: López-Carreño, 2017, p. 21

# Definición

**“La Documentación es la ciencia de los documentos”.**

**“Ciencia auxiliar de todas las ciencias; porque sus actividades facilitan el desarrollo de éstas, ordenando los materiales y facilitando el acceso a ellos por parte de los científicos e imponiendo unas normas para plasmar sus resultados en forma de documento”.**

(Sánchez Hernández, *et. al.*, p. 77).

# Resumiendo...

## LA DOCUMENTACIÓN ES...

Ciencia de los documentos; ciencia auxiliar de todas las ciencias; Ciencia informativa: estudia un proceso informativo determinado; Ciencia interdisciplinaria

Su desarrollo se determinó por 2 factores principalmente:

**Explosión informativa:** incremento del volumen de información, al tiempo del consumo de información

**Nuevas Tecnologías:** desarrollo tecnológico que permitió a la digitalización

**Definición:** ciencia que estudia los documentos y el proceso de selección, tratamiento y difusión al que se les somete, con el objeto de cubrir las necesidades de los usuarios reales o potenciales.

(Sánchez Hernández, *et. al.*, 2011, p. 79).

# Evolución histórica de la Documentación Informativa



Figura 4. Foto: Clara Janneth Santos-Martínez. Archivo de recortes en RN

Productos	Objetivos
Colecciones de diarios propios y ajenos	Elaborar información contrastada
Índices temáticos y de autores	Multiplicar las posibilidades de recuperación de la información
Archivo de recortes	Seleccionar, recopilar y ordenar informaciones sobre todo tipo de temas y de sucesos para elaborar dossiers y ponerlos al servicio de los editorialistas
Bibliotecas de Referencia	Evitar la duplicidad con el archivo de recortes. Proporcionar rapidez y flexibilidad a la estructura del diario
Microfilms	Corregir los problemas de espacio y conservación de la documentación almacenada en los archivos de prensa

Tabla 4. Fuente: Sánchez Hernández, et al. (2011, p. 84).

# Evolución histórica de la documentación informativa

Productos	Objetivos
Bases de datos	Combinar los índices de las publicaciones con la microfilmación de la colección del diario para agilizar la localización y evitar el recorte y archivo de artículos
BB.DD. a texto completo	Sustitución de los archivos de prensa manuales
Memorias ópticas	Digitalización de los documentos. Edición de Obras de Referencia y consulta y de las BB.DD. Coleccionar sin problemas de espacio la producción propia de los medios. Informatizar los dossiers de prensa.
Redes de comunicación	Facilitar el intercambio de informaciones en los profesionales del medio
Internet	Evolucionar hacia la búsqueda directa de información por parte de los profesionales de la comunicación.



Figura 5. Foto: Clara Janneth Santos-Martínez. Microfilms de la BNE

# Evolución de la Documentación en Publicidad y RR.PP.

La documentación en publicidad y RR.PP. ha pasado de ser una actividad de apoyo a convertirse en una función estratégica esencial, facilitando la toma de decisiones informadas y la creación de campañas más efectivas y dirigidas.

Campos: Investigación de mercados; Desarrollo de estrategias; Evaluación y medición

## **Evolución:**

- Siglo XIX y principios del XX: Uso de archivos físicos y bibliotecas.
- Mediados del siglo XX: Introducción de tecnologías de almacenamiento y recuperación de información.
- Finales del siglo XX y XXI: Digitalización de documentos y uso de bases de datos electrónicas, herramientas de análisis de datos y sistemas de gestión de información.

# NTIC y transformación del periodista y el documentalista

Actualmente, tiende a desaparecer la frontera existente entre periodistas y documentalistas y surge un horizonte esperanzador y con una tarea común y de cooperación entre ellos: ¿periodistas?, ¿documentalistas?. Las NTIC contribuyen a la transformación de las prácticas periodísticas y de documentación

## Los periodistas tienden a realizar:

- Búsquedas de información de manera directa,
- Búsqueda de información retrospectiva,
- Búsqueda en fuentes de referencia,
- Consulta en BB.DD.

## El documentalista realiza nuevas funciones:

- el marcado de los documentos para su incorporación en la memoria del medio,
- el establecimiento de relaciones hipertextuales entre noticias,
- la creación de dossiers de información digital o
- la implementación de sistemas de gestión de contenidos que ocultan la documentación como actividad, a la vez que hacen cada vez más sencillo su uso.

# Funciones de la documentación informativa



Figura 6. Fuente: Galdón López, G. 2005.

# La Documentación en la SIC

- La documentación se convierte en soporte y apoyo para las otras ciencias
- La documentación se convierte en una de las herramientas más importantes del profesional de la Información
- El **acceso** a la documentación con las TIC adecuadas
- La localización de las fuentes de información en el entorno idóneo permitirá al periodista tratar contenidos con seguridad y veracidad. Logrando periodismo de calidad



Figura 7. Paul Otlet en su escritorio. [Fotografía].  
Wikimedia Commons. Licencia:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Paul\\_Otlet\\_%C3%A0\\_son\\_bureau\\_\(cropped\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Paul_Otlet_%C3%A0_son_bureau_(cropped).jpg)

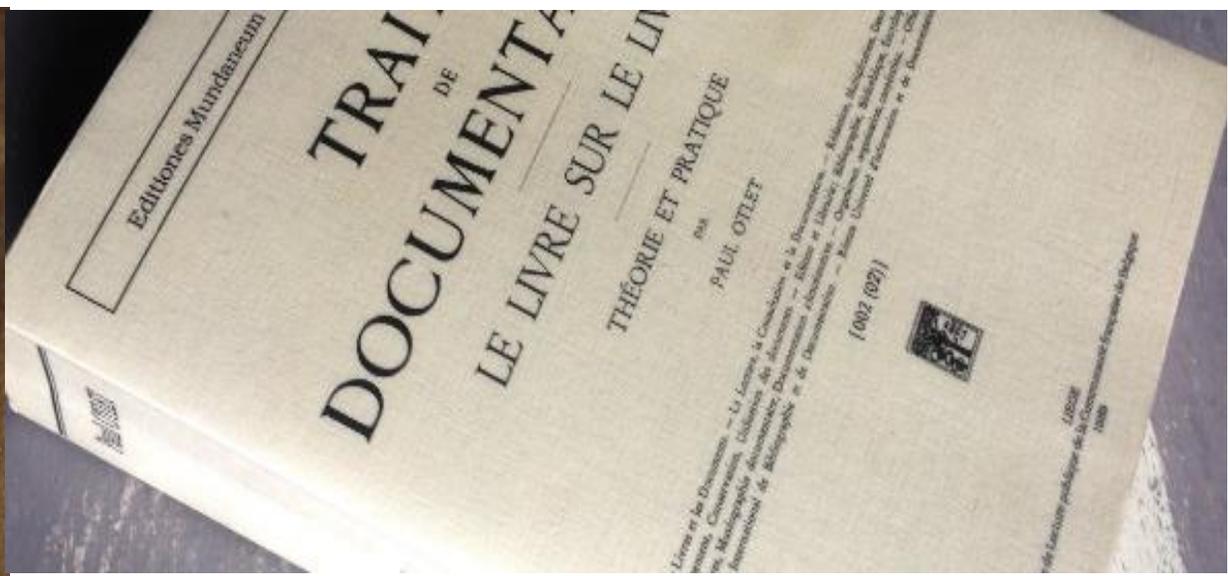


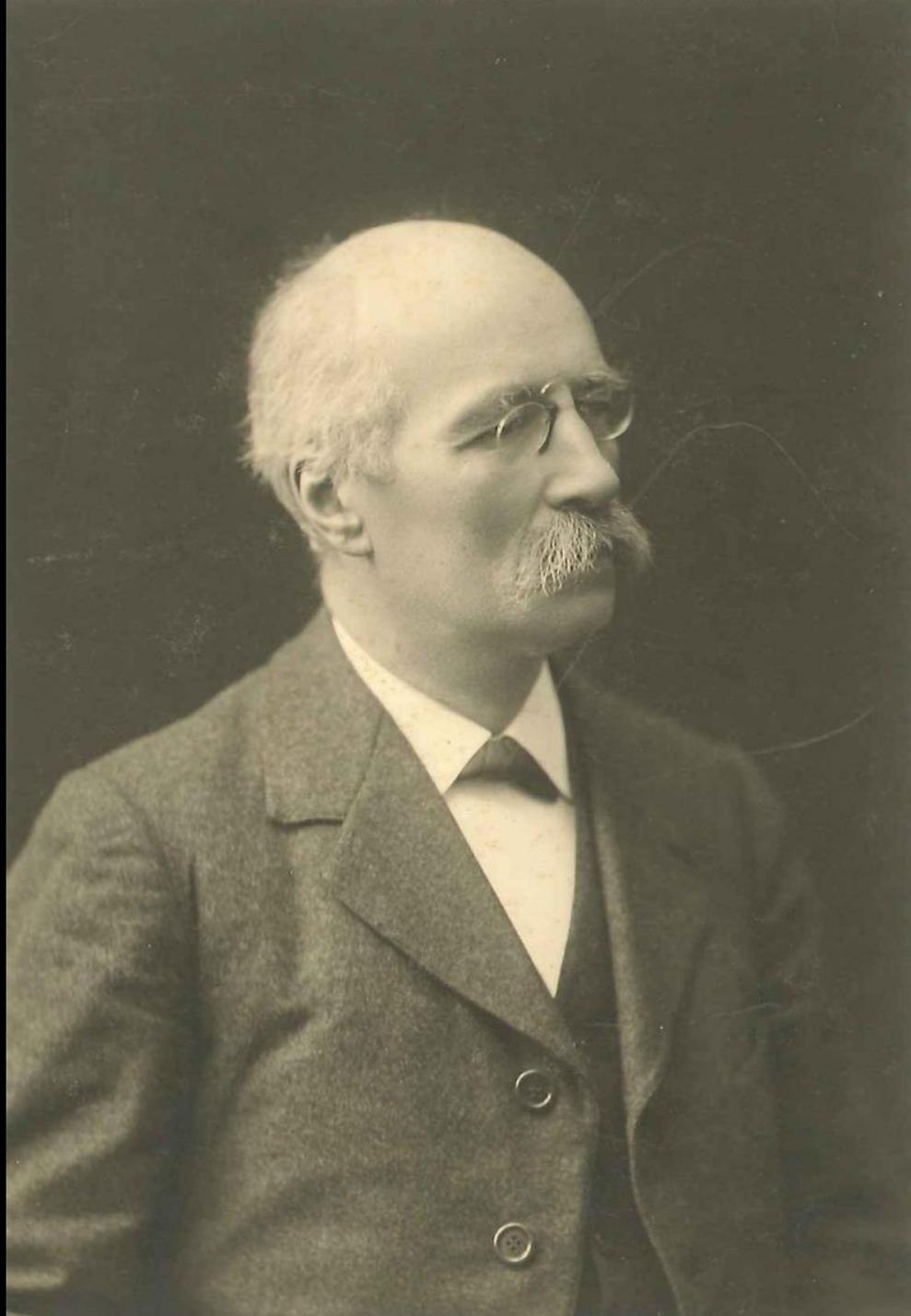
Figura 8. Traité de Documentation (s.f.). En Tramullas. <https://tramullas.com/wp-content/uploads/2021/01/traite.jpg>

# Padre de la documentación y la bibliografía

Paul Otlet (1868-1944)

**Tratado de Documentación: Le livre sur le livre. Théorie et pratique (1934)**

- ...la documentación constituye una de las ramas de una clase más general: la formada por los medios de Información y de Comunicación.
- Existen otros modos de comunicación además del documento.



# Henri La Fontaine

Bruselas (1854-1943)

Premio Nobel de la Paz, 1913.  
Fundador y presidente de la  
*Federation for Information and  
Documentation (FID)*

**Figura 9.** Retrato de Henri La Fontaine hecho por el fotógrafo Stern. Fotografía en blanco y negro, Bruselas, s.f.

**Fuente:** Wikimedia Commons. *Taller fotográfico Stern, aportada por Jacques Gillen. Cortesía de Mundaneum.*

[File:Henri La Fontaine.jpg - Wikimedia Commons](#)

# Otlet y La Fontaine

Compartían el gusto por la organización lógica y racional de las ideas y de los principios científicos, es decir, la clasificación y el orden.

1893. Crean el 'Instituto Internacional de Bibliografía Sociológica'. IIBS

1895. Crean la 'Clasificación Decimal Universal'. CDU

1905 Aparece la 1ª. Edición del 'Repertorio Bibliográfico Universal'. RBU

1934. Se edita el 'Tratado de la Documentación. El libro sobre el libro'.

Figura 10. Evolución de la ciencia de la documentación. Síntesis extraída de Sánchez Hernández, et al., (2011, p. 81) .

# Definición

“La Documentación es información registrada”

(Torregrosa, 2007, p.30)

¿Qué información necesitamos y para qué?  
¿Cómo evaluar la información?

- ▶▶ Evalúa el resultado de tus búsquedas
- ▶▶ Inspirados en el paradigma de Lasswell
- ▶▶ Evalúa las fuentes de información en la fase de adquisición de documentos externos

# ¿Cómo evaluar la información?

## INSPIRADOS EN EL PARADIGMA DE LASSWELL

¿ Quién? .....	criterio de autoría
¿Qué? .....	evalúa el contenido
¿Dónde? .....	Evalúa el lugar de la publicación
¿De dónde? .....	valora la procedencia del recurso o información
¿Cuándo? .....	criterio de actualidad y/o visión histórica
¿Para quién? .....	evalúa a quién va dirigido
¿Por qué? .....	Cuál es la finalidad o propósito último
¿Cómo? .....	Evalúa cómo se presenta la información, la facilidad de uso y acceso

Tabla 6. Inspirado en el documento BUA. Biblioteca de la Universidad de Alicante. Fuente: Biblioteca Universitaria. Universidad de Alicante. (s.f.).

# El Proceso Documental

## EL FONDO DOCUMENTAL

El fondo documental es la colección de documentos que selecciona, trata y archiva el Servicio de Documentación para dar servicio a sus usuarios.

## CADENA O PROCESO DOCUMENTAL

Seleccionar - Recoger - Analizar - Almacenar -  
Recuperar - Difundir

# Cadena o proceso documental

Comprende el conjunto de operaciones y técnicas que se aplican a la colección o fondo documental de un Servicio de Información y Documentación (SID) y que comprenden 3 fases...

## FASES

Entrada

Análisis-Tratamiento

- Análisis Formal o Externo
- Análisis de Contenido o Interno

Difusión

**NOTA:** Amplía estos conceptos en el documento: “Apuntes de Documentación Informativa en Abierto”.

# Fases de la Cadena Documental

Fase 1. Entrada	Fase 2. Tratamiento	Fase 3. Difusión
<p><b>Selección:</b> tiene que ver con la misión y visión del Centro de Documentación, Biblioteca o Archivo.</p>	<p><b>Proceso o Procesamiento Técnico:</b> operaciones que permiten la ordenación, el almacenamiento y la conservación de los documentos (para documentos electrónicos verificar URL; copias de seguridad en discos duros).</p>	<p><b>Instrumento de Búsqueda:</b> Catálogo en Línea u OPAC (Online Public Access Catalog).</p>
<p><b>Adquisición:</b> Acceso libre u <i>Open Access</i>, Compra, Donación, Intercambio o Canje, Depósito Legal, Transferencia. Posible expurgo.</p>	<p><b>Análisis Documental:</b></p> <p>a) <u>Análisis Formal o Externo:</u> descripción bibliográfica. Catalogación;</p> <p>b) <u>Análisis de Contenido o Interno:</u> indexación, resumen.</p>	<p><b>Servicios de Difusión (de la colección).</b> Elaboración de Estudios e Informes</p>
<p><b>Recepción:</b> Tareas administrativas; Registro e inventario; Preparación del material.</p>	<p><b>Indexación:</b> uso de Lenguajes documentales (controlados o libres); Listas de Encabezamiento o Materia; Tesauros. Listas de Palabras Clave</p>	

Tabla 7 Explicación ampliada de las 3 fases de la Cadena o Proceso Documental. .

# Análisis Documental

Análisis formal o externo	Análisis de contenido o interno
Fase que permite identificar y controlar los documentos dentro de una colección	Es una operación intelectual en la que se describe de qué trata cada documento.
<b>Catalogación:</b> establece la lista de documentos que componen la colección. El catálogo es el instrumento de comunicación entre la colección y el usuario.	<b>Clasificación:</b> conceptos que se presentan en clases y conforman una estructura
<b>Descripción documental:</b> se describe el documento y se crea un asiento bibliográfico compuesto por identificadores externos como, por ejemplo: autor, título, lugar de edición, editor, año de publicación, etc. El asiento sirve para localizar de manera individual un documento entre varios.	<b>Indización:</b> tiene como objetivo representar el contenido del documento. Consta de 2 partes: analizar el contenido para seleccionar los conceptos que puedan representarlo y traducir ese contenido al lenguaje documental del sistema. Utiliza lenguaje documental.
	<b>Resumen:</b> se diferencia de la indización por el lenguaje utilizado. El resumen utiliza el lenguaje natural

Tabla 8 Explicación detallada del Análisis Externo y el Análisis Interno (Fase 2. Tratamiento y Análisis Documental).

# Centro de Documentación

Centro de documentación se define como: Organismo que desarrolla tareas de documentación y de manejo y difusión de información en diversos grados. (UNE 50/113).

Álvarez-Ossorio: el **centro de documentación** (o información) es el elemento intermedio necesario para reunir toda la información disponible, en el tema de su interés, organizarla, tratarla y suministrarla a sus usuarios en forma directamente utilizable.

Según su volumen y características, se llaman también “unidades”, “departamentos”, “servicios”, etc.

## Tareas del C de D:

- Recibir y almacenar fuentes de información, y analizarlas.
- Difundir esta información entre sus usuarios, previamente transformada.
- Suministrar los documentos concretos que el usuario pida

# Centros de Documentación

- Archivística - Archivos; Biblioteconomía - Bibliotecas; Documentación; Centro de Documentación
- Materiales:
  - **Archivos:** Fondos: dejan constancia del material. Surgen de la actividad de una persona o entidad.
  - **Bibliotecas:** documentos con carácter informativo. Proviene de editoriales. Fondos: libros, revistas, periódicos, otros soportes: DVD; bibliografías especializadas, sumarios, etc. No se trabajan sus documentos
  - **Centro de Documentación:** literatura gris (separatas, informes, tesis, boletines oficiales, etc.); BB.DD. especializadas; publicaciones seriadas o periódicas; Documentos de elaboración propia.

Fuente: MasterD. (2013)-

# Tipología de los centros de documentación

TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN				
ESPECIALIZADOS EN DOCUMENTOS PRIMARIOS	ESPECIALIZADOS EN DOCUMENTOS SECUNDARIOS	CENTROS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	REDES DE INFORMACIÓN	PRODUCTORES DE BANCOS DE DATOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Archivos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Públicos.</li> <li>- Privados.</li> </ul> </li> <li>- Bibliotecas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependiendo de su titularidad:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- Públicas.</li> <li>- Privadas.</li> </ul> </li> <li>- Dependiendo de la naturaleza de sus fondos:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionales.</li> <li>- Universitarias.</li> <li>- Escolares.</li> <li>- De investigación.</li> <li>- Especializadas.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Hemerotecas.</li> <li>- Cartotecas.</li> <li>- Mediatecas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fototecas.</li> <li>- Filmotecas.</li> <li>- Videotecas.</li> <li>- Fonotecas.</li> </ul> </li> <li>- Pinacotecas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros de Documentación Científica General.</li> <li>- Centros de Documentación Científica Especializada.</li> <li>- Centros de Documentación Cultural.</li> <li>- Centros de Documentación de Organizaciones Públicas y Privadas.</li> <li>- Centros de Documentación de Empresas Informativas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros de Documentación de Prensa.</li> <li>- Centros de Documentación de Radio.</li> <li>- Centros de Documentación de Televisión.</li> <li>- Centros de Documentación de Agencias de Noticias.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas de Seguimiento y cobertura de medios.</li> <li>- Institutos de Estadísticas.</li> <li>- Servicios de Estudio de Instituciones públicas y privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enciclopédicas o sectoriales.</li> <li>- Territoriales, nacionales, internacionales, mundiales.</li> </ul>	<p>Empresas que se dedican a la fabricación de datos para su consulta y redistribución electrónica. Implica una doble transformación de los datos: por un lado documental y, por otro, informática.</p>

Tabla 9. Tipología de los centros de documentación e información. Fuente: Sánchez Hernández, et al. (2011, p. 91)

# Referencias

- Anónimo (s.f.). *Paul Otlet en su escritorio* [Fotografía]. En Wikimedia Commons. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Paul Otlet %C3%A0 son bureau \(cropped\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Paul_Otlet_%C3%A0_son_bureau_(cropped).jpg)
- Anónimo (s.f.). *Traité* [Fotografía]. En Tramullas. <https://tramullas.com/wp-content/uploads/2021/01/traite.jpg>
- Anónimo. (s.f.). *Henri La Fontaine, fotografía en blanco y negro, Bruselas* [Fotografía]. Fuente: Mundaneum, aportada por Jacques Gillen. Cortesía de Mundaneum. En 1914-1918-online. <https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/la-fontaine-henri/?image=1105641>
- Biblioteca Universitaria. Universidad de Alicante. (s.f.). <https://bit.ly/3FYrQpo>
- Fuenteseca, M. (2014, 17 marzo). *Centro de Documentación*. Diccionario Jurídico de la Cultura. <https://bit.ly/3vUSqeM>
- Galdón López, G., 2002. *Teoría y práctica de la documentación informativa*. Ariel editores, Pp. 67 y ss.
- Galdón López, G. 2005. Las funciones informativas de la documentación periodística: Necesidad y uso. *Boletín de la ANABAD*, 55, (1-2). Pp. 241-259. <https://www.anabad.org/wp-content/uploads/2005.1-2.pdf>
- López Carreño, R. (2017). *Fuentes de información. Guía básica y nueva clasificación*. Editorial UOC.
- MasterD. (2013, 14 marzo). *Diferencia entre biblioteca, archivo y centro de documentación*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fkNI1Vwwne4>
- Sánchez Hernández, M.F.; Chacón Gutiérrez, I.; Pérez Timón, M. (2011). *Documentación Informativa para el nuevo espacio europeo de educación superior*. Vol. I.: *El conocimiento y su representación*. Editorial Universitas.
- Sistema de Clasificación Dewey. (s. f.). *Biblioteca Pública de Denver*. <https://bibliotecadenver.org/sistema-de-clasificacion-dewey>
- Sorribas, M. (2024, 5 febrero). *Nam June Paik: El artista visionario que anticipó Internet*. Contracultural. <https://www.contracultural.es/idi/nam-june-paik-artista-internet/>
- Torres Rodríguez, V. B. (2012). *Documentación Periodística* (1a. ed.). Red Tercer Milenio. [https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Documentacion\\_periodistica.pdf](https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Documentacion_periodistica.pdf)

## Tema 2. Recuperación de información y Bases de Datos (BB.DD.)

• Buscar información, datos y documentos .....	38
• Métodos y herramientas de búsqueda en la web -incorporando IA-. .....	39
• Procedimiento de búsqueda y lenguajes de interrogación. Evaluación de la recuperación de información .....	61
• Tipos y elementos de las bases de datos .....	70
• Creación y aplicación de bases de datos .....	74
• Referencias .....	77

# Buscar información, datos y documentos

1. Identifica lo que necesitas buscar: tema, tipo(s) de documento(s); idioma(s); actualidad de la información.
2. Define tu ecuación de búsqueda, y/o las palabras clave y los sinónimos con los que buscarás
3. Elige las fuentes adecuadas, ejemplo: Biblioteca, bases de datos académicas, catálogos en línea (BURJC, BNE, etc.), motores de búsqueda (Google, Bing, Duck Duck Go, etc.), Google Académico, etc.
4. Prepara tu estrategia de búsqueda: puedes usar booleanos: OR, AND, NOT u otros, dependiendo de dónde buscas. No olvides utilizar la 'Búsqueda avanzada'.
5. Aplica los filtros propios de la fuente que usas. (Materia, tipo documentla, año, idioma, etc.).



# Métodos y herramientas de búsqueda en la web incorporando Inteligencia Artificial (IA)

# Métodos para buscar información, datos y documentos



**Uso de "palabras clave" relevantes.**

Ejemplo: "cambio climático"; "calentamiento global"; "efecto invernadero", etc.



**Refinar resultados utilizando operadores de búsqueda.**

Ej.: uso de operadores booleanos: "AND"; "OR"; NOT (Cambio climático AND/OR/ Efectos; Cambio climático NOT Políticas).



**Búsqueda avanzada:** utilizar criterios como: "ubicación"; "rango de fechas"; "tipo de archivo"; Utilizar: "herramientas": "idioma"; "tiempo"; "verbatim". Ejemplo: filetype:ppt motores de búsqueda; filetype:pdf motores de búsqueda

# Métodos para buscar información, datos y documentos



**Uso de comillas:** para buscar resultados exactos. (Se puede combinar con *verbatim* para mayor precisión). Ejemplo: "Efectos del cambio climático en la biodiversidad".



**Uso de filtros:** filtrar por fuente o dominio (inurl: privacidad AND motores de búsqueda). Filtrar por site: site + palabra clave (site:fundaciontelefonica.com bulos)



**Verificación de fuentes:** Evaluar la confiabilidad de las fuentes antes de utilizar la información. Comprobar la autoría, la fecha de publicación y la credibilidad del sitio. (Ejemplo: verificar los blogs).



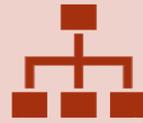
**Exploración de páginas relacionadas y enlaces:** Ejemplo: Wikipedia. Artículos científicos. Ver "Referencias" en páginas web.

# Motores de búsqueda



- **Motor de búsqueda o buscador:** es una aplicación o sistema de software que tiene la capacidad de interpretar una serie de palabras clave introducidas por el usuario y devolver una lista de resultados que guarden relación dentro de su base de datos. El motor de búsqueda es un algoritmo que trabaja conectado a un índice. En el índice se almacena la ubicación exacta de un determinado elemento (imagen, documento, página...) dentro de una red o servidor. Es decir, el índice es una especie de libreta de direcciones. Ejemplo: Google, Yahoo, Bing, etc.
- Partiendo de la definición de motores de búsqueda **existen tres tipos fundamentales**. Estos se clasifican según la clase de índice que manejan y la forma que tienen para gestionarlos. **Son: Jerárquicos, Directorios, Metabuscadore**s

# Tipos de motores de búsqueda: Jerárquicos, Directorios y Metabuscadores



**Jerárquicos:** Los buscadores jerárquicos poseen un algoritmo auxiliar que los ayuda a ordenar su índice por jerarquías o categorías, en función de la relevancia que tenga el contenido. Cuando un buscador jerárquico considera que un documento es mejor que otro, se asegurara de mostrarlo primero en una búsqueda. Esto se hace con la finalidad de brindarle al usuario la mejor experiencia posible. Ver ejemplo: Google ([Big Data](#))



Lo que el buscador elige como 'lo mejor'...  
¿es realmente lo mejor para mi búsqueda?



**Directorios:** Los directorios tienen índices estáticos y no organizan la información más allá de las categorías. Al realizar una búsqueda mostrarán todos los resultados relacionados según fueron publicados. Son los típicos buscadores dentro de un blog. Ver ejemplo en el blog de la Fundación IS+D ([búsqueda: big data](#)). Directorios académicos e institucionales como: Directorio de Repositorios Institucionales REBIUN: <https://www.rebiun.org/directorio-repositorios-institucionales>

# Tipos de motores de búsqueda

- **Los meta-buscadores** no poseen un índice, sino que se valen de otros buscadores para conseguir resultados.
- Cuando reciben una consulta, la repiten en otras plataformas y comparan las respuestas de otros motores de búsqueda. Como resultado, devuelven una lista ordenada de direcciones, basándose en las recomendaciones del resto de plataformas. (Cedeño, 2022).

## ¿Cuáles son los metabuscadores más importantes?

- **Zapmeta** es uno de los metabuscadores más rápidos que ofrece resultados filtrados en clusters que ayudan a una mejor selección de la información.
- **Dogpile**. Busca a la vez en Google, Yahoo y Yandex.
- **Yippy** permite la búsqueda en blogs.
- **Metacrawler**. Metabuscador desarrollado en 1995 por dos investigadores estadounidenses, busca en Yahoo y Google y muestra los resultados de uno u otro según la búsqueda realizada.
- **Webcrawler**. Une Google y Yahoo y otros motores de búsqueda que no identifica.
- **All in One**, Busca en varios servicios a la vez permitiendo al usuario añadir otros.
- **Search Funnel** ([Android](#), [iPhone/iPad](#)): Embudos de búsqueda. Aplicación para dispositivos móviles que realiza búsquedas en Google, Facebook, YouTube, Amazon, Wikipedia, IMDb, Twitter, eligiendo el servicio en el que quieres buscar.

# Motores de búsqueda

**Motor de búsqueda:** Análisis – Catalogación - Respuesta

**Bai**  **du** 百度

**Y**andex

Google

yahoo!

 Bing

Figura 15. Collage de logotipos de motores de búsqueda.

# Principales motores de búsqueda

Google	Baidu	Bing	Yahoo	Yandex / Яндекс
15/09/1997	1999 – 1/1/2000	28/05/2009	Enero / 1994	23/09/1997 y 2000
Fundadores: Larry Page y Sergey Bin <b>Propietarios:</b> Larry Page, Serguéi Brin, Eric Schmidt, Alphabet Inc. y XXVI Holdings	Robin Li y Eric Xu.	Steve Ballmer (Microsoft)	David Filo Jerry Yang	Arkady Volozh Ilya Segalovich
139.995	45.887 empleados		8.600 (2017)	1.800 (2008)

Tabla 10. Creación, fundadores y número de empleados en los principales motores de búsqueda. Fuente: Elaboración propia.

# Evolución de los modelos de lenguaje de OPENAI

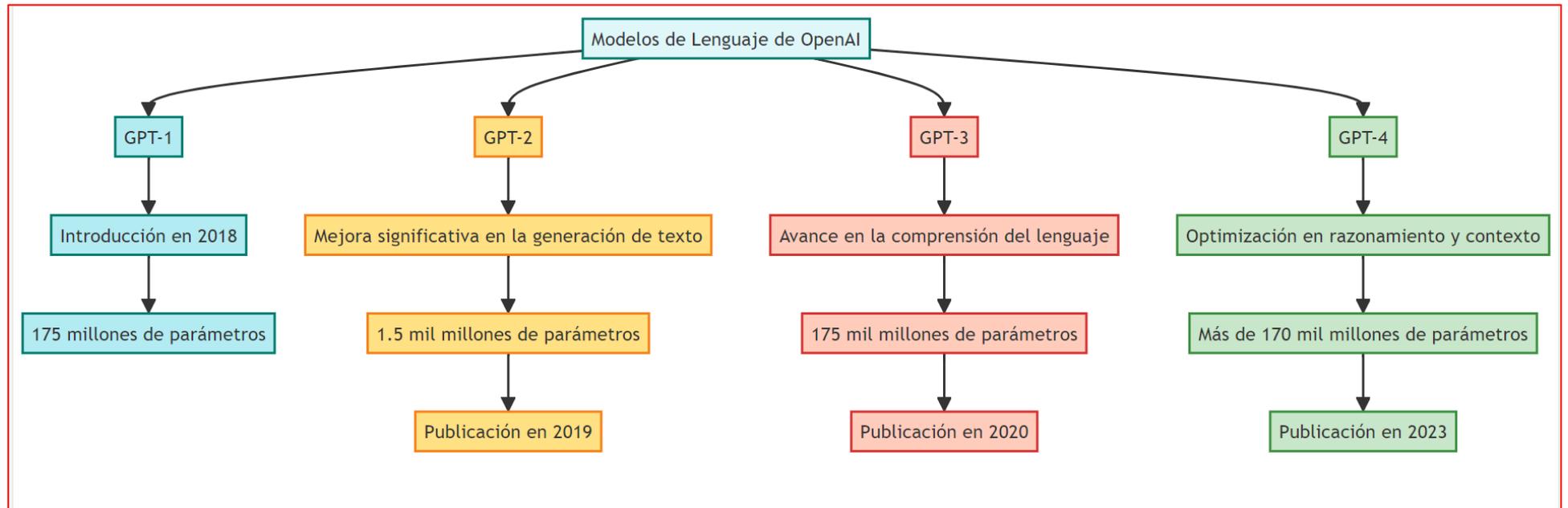


Figura 16. Mapa conceptual “Modelos de Lenguaje de OpenAI. Elaborado con ‘Mónica. ChatGPT 4.0’

# Comparativa entre Motor de Búsqueda e Inteligencia Artificial

## RECUPERAR LA INFORMACIÓN con IA: COPILOT

Crterios	Motores de búsqueda	Inteligencia Artificial
Método de recuperación de la información	Utiliza algoritmos para indexar y clasificar páginas web basadas en palabras clave.	Utiliza modelos de lenguaje avanzado para comprender y generar respuestas contextuales.
Interacción con el usuario	Proporciona una lista de enlaces que el usuario debe revisar y filtrar manualmente.	Ofrece respuestas directas y detalladas en una conversación interactiva y personalizada.
Capacidad de Síntesis	Presenta múltiples fuentes de información sin integrarlas.	Sintetiza información de diversas fuentes para proporcionar una respuesta coherente y completa.

Tabla 11. Fuente: *Prompt* a Copilot: “Realiza una tabla con 3 categorías que den cuenta de la diferencia entre Motor de búsqueda e inteligencia artificial (Copilot) para recuperar información”. Esta tabla es la respuesta dada por Copilot. Consulta realizada el 10 de noviembre de 2024.

# Comparativa entre Motor de Búsqueda e Inteligencia Artificial

## RECUPERAR LA INFORMACIÓN CON IA: GEMINI

Explicación detallada de cada característica:

### 1. Funcionamiento:

**Motor de búsqueda:** Funciona como un índice gigante de páginas web. Cuando haces una búsqueda, compara tus palabras clave con las de esas páginas y te muestra los resultados más relevantes.

**IA (Copilot):** Va más allá de las palabras clave. Entiende el significado de tus preguntas, el contexto y hasta tus preferencias. Por ejemplo, si preguntas "¿Cómo hacer un pastel de chocolate?", un motor de búsqueda te dará una lista de recetas, mientras que un Copilot podría explicarte el proceso paso a paso, sugerirte variaciones y hasta ayudarte a encontrar los ingredientes más cercanos.

**Fuente:** *Prompt* a la IA Gemini: "Realiza una tabla con 3 categorías que den cuenta de la diferencia entre Motor de búsqueda e inteligencia artificial (Copilot) para recuperar información". La respuesta de Gemini es similar, sin embargo, amplía la información. Se incluye aquí la información adicional dada por la IA Gemini. Consulta realizada el 10 de noviembre de 2024.

# Comparativa entre Motor de Búsqueda e Inteligencia Artificial

## RECUPERAR LA INFORMACIÓN CON IA: GEMINI

### 2. Resultados:

**Motor de búsqueda:** Te ofrece una lista de enlaces. Tú tienes que hacer clic en cada uno para encontrar la información que buscas.

**IA (Copilot):** Te da una respuesta directa y concisa, a menudo combinando información de diversas fuentes. Puede generar textos originales, como un borrador de un correo electrónico o un resumen de un artículo.

#### Interacción:

**Motor de búsqueda:** La interacción es bastante simple. Escribes una consulta y obtienes una lista de resultados.

**3. IA (Copilot):** La interacción es más similar a una conversación. Puedes hacer preguntas de seguimiento, solicitar aclaraciones o pedir que la IA desarrolle aún más una idea.

**Fuente:** *Prompt* a la IA Gemini: “Realiza una tabla con 3 categorías que den cuenta de la diferencia entre Motor de búsqueda e inteligencia artificial (Copilot) para recuperar información”. La respuesta de Gemini es similar, sin embargo, amplía la información. Se incluye aquí la información adicional dada por la IA Gemini. Consulta realizada el 10 de noviembre de 2024.

# Comparativa entre Motor de Búsqueda e Inteligencia Artificial

## RECUPERAR LA INFORMACIÓN CON IA: GEMINI

### En resumen:

Los **motores de búsqueda** son excelentes para encontrar información específica, pero requieren que el usuario sea muy preciso en su consulta. La **inteligencia artificial** como Copilot va más allá de la búsqueda, ofreciendo una experiencia más personalizada y conversacional. Es capaz de comprender el contexto, generar contenido original y adaptarse a las necesidades del usuario.

### ¿Cuál es mejor?

Depende de lo que estés buscando. Si necesitas encontrar una pieza de información específica, un motor de búsqueda puede ser más rápido. Sin embargo, si quieres explorar un tema en profundidad, obtener diferentes perspectivas o generar ideas nuevas, un modelo de inteligencia artificial como Copilot puede ser una herramienta mucho más poderosa.

# ¿Qué podemos hacer?: PLE

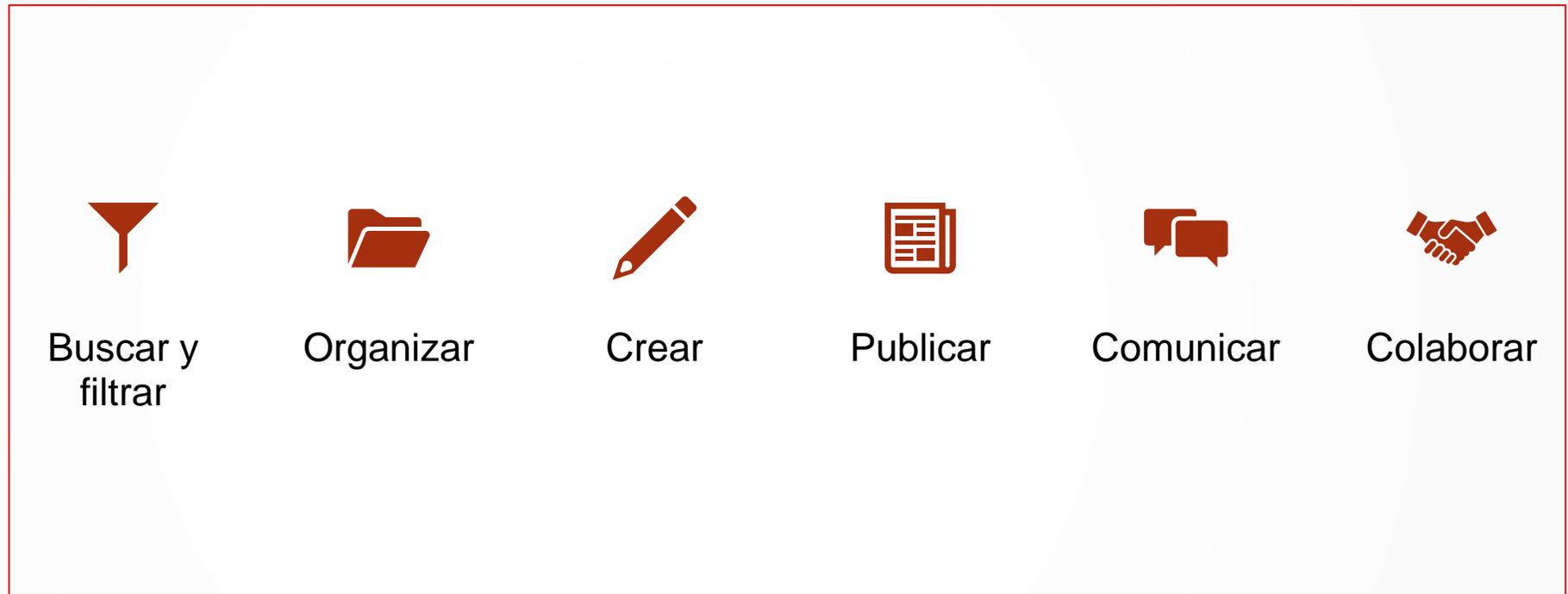


Figura 17. 6 tareas que podemos hacer con un Personal Learning Environment (Ambiente Personal de Aprendizaje).

# Crear un *Personal Learning Environment*

Buscar y filtrar	Organizar	Crear	Publicar	Comunicar	Colaborar
Google Google Scholar	Symbaloo 	Wordpress	Wordpress	Jitsi Meet	Workspace de Google: Drive, Classroom
Mozilla	Tagxedo (nube de palabras)	Go-Animate	Wix	Zoom	Teams: One Drive
Edge	Scoop-It	Haiku Deck	Calameo	Teams	Canva 
Bing	Pinterest	Scratch	Powtoon	 WhatsApp	 Pinterest
Opera	Google Calendar	Genial.ly	 You Tube	RR.SS: Twitter ("X"), Instagram	Padlet

Tabla 12. *Personal Learning Environment*. Ambiente Virtual de Aprendizaje para el ámbito académico o laboral. Fuente: Elaboración propia.

# Curación de contenidos



Figura 18. Acciones para realizar curación de contenidos.

# Crear Alertas de Google

**Realice la siguiente lectura:**

**Fuente:** Fernández, Y. (2018, octubre 23). Google Alerts: cómo activarlo y 14 alertas para sacarle el máximo partido. Xataka. <https://www.xataka.com/basics/google-alerts-como-activarlo-14-alertas-para-sacarle-maximo-partido>



[www.google.es/alerts](http://www.google.es/alerts)

Figura 19. Fuente: Logos de Google Alerts.

# Búsquedas...

## ...que podemos hacer en Google

- **Búsqueda** en la web: con operadores, con palabras clave.
- Google Trends: Tendencias actuales; el año en búsquedas
- Búsqueda de documentos en **formato**: .pdf; .
- Filtrar por “Herramientas”: ‘Cualquier’ país; idioma; fecha; Todos los resultados; Búsqueda avanzada.
- Búsqueda de **imágenes**. Tipos de imágenes. Tamaño de imágenes.
- **Conversiones**: de unidades, de moneda.
- Google **Académico**: búsqueda de artículos científicos
  - **Citas** de documentos académicos.

# Really Simple Syndication. RSS.

- Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos.
- Suscribir y eliminar suscripción: sencilla
- No tiene spam
- El usuario elige y se actualiza constante y automáticamente
- Ejemplos: Feedly; Feedreader, Inoreader, etc.



Figura 20. Fuente: Logo de RSS.  
RSS: *Really Simple Syndication* es un formato XML para distribuir contenido en la web.

**Ampliar información:** -¿Qué es RSS? Y por qué merece una oportunidad. <http://feedreader.com/what-is-rss-and-why-it-deserves-a-try>

- **YÚBAL FM.** Alternativas a Feedly: los 7 mejores lectores de Feeds RSS. <https://www.genbeta.com/a-fondo/alternativas-a-feedly-los-7-mejores-lectores-de-feeds-rss>

# You Tube

- Conocer qué es un **canal** y una **Playlist** (lista de reproducción).
- **Filtrar** búsquedas por ‘Lista de reproducción’, canal, duración...
- Marcar para **ver más tarde**.
- **Compartir** vídeos.
- **Suscribirse** a un canal.
- **Crear, editar y añadir** vídeos a una playlist.
- Salvar listas de reproducción ajenas.
- Compartir Playlists por email, link, Blogger.
- Activar **subtítulos**.
- Cambiar la vista, full screen, en Slides.
- Manejar las resoluciones en función del ancho de banda.

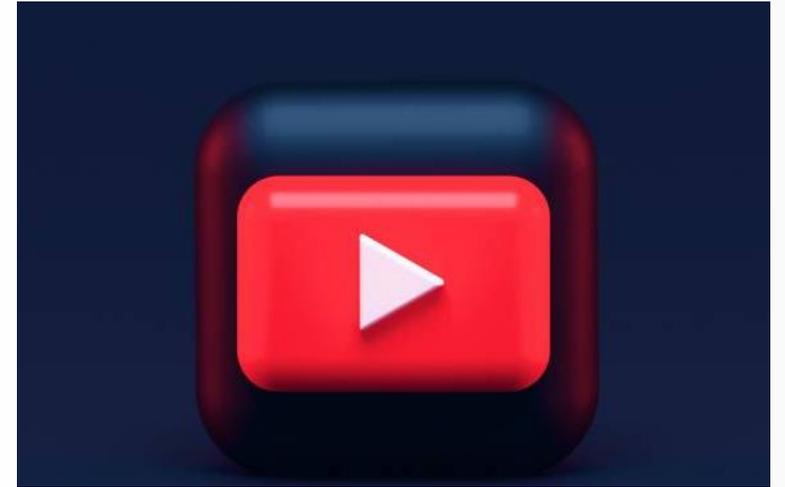


Figura 21. Logo de YouTube

# Google Drive / One Drive



Figuras 22 y 23. Logos de *One Drive (Microsoft)* y *Drive (Workspace de Google)*.

- **Crear** documentos y carpetas.
- **Encontrar** documentos y carpetas.
- **Organizar** archivos.
- **Subir y convertir archivos** que no sean de Google.
- **Compartir** archivos:
  - Link público.
  - Con ciertas personas.
  - **Administrar** permisos.
- **Notificar.**

# ALFIN. Alfabetización Informacional

“...la capacidad de comprender y un conjunto de habilidades que capacitan a los individuos para reconocer cuándo se necesita información y poseer la capacidad de localizar, evaluar y utilizar eficazmente la información requerida“



Figura 24. Habilidades de las personas con Alfabetización Informacional..

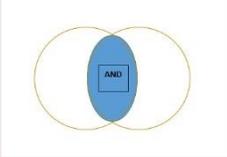
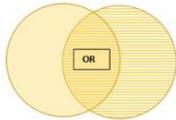
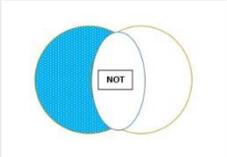
# Procedimiento de búsqueda y lenguajes de interrogación. Evaluación de la recuperación de información

# Lenguajes de interrogación

- Cada sistema de recuperación de información tiene su propio **lenguaje de interrogación** que es el que le permite "hablar" en el mismo lenguaje que la base de datos.
- Los lenguajes de interrogación poseen su propia sintaxis que especifica las características de la búsqueda.
- Las reglas gramaticales en los lenguajes de interrogación son los **operadores**, que pueden ser:
  - **Lógicos o booleanos**
    - Posicionales
    - Relacionales
  - **De Truncamiento**

(Rubio Roldán, 2011, p. 138-141)

# Operadores booleanos

Representación	Operador	Acción
	AND (Y)	Recupera lo que se incluye en ambos términos
	OR (O)	Recupera los registros que incluyen cualquiera de los términos.
	NOT (NO)	Excluye el segundo término

Lecturas: a) Consultar en el centro de asistencia de Google: <https://bit.ly/2ZOIKI0>

Leer en Biblioteca URJC: [Infografía sobre cómo crear una cadena de búsqueda: operadores booleanos](#)

Tabla 13. Elaboración propia. Fuente de imágenes: foto de Stephanie Roth. [Licencia: CC-BY-NC-SA 2.0](#)  
Fuente de Infografía Biblioteca URJC. Ver [licencia CC –By-NC-SA 4.0](#)

# Operadores Posicionales, Relacionales, con Comodín o Truncamiento

- **NEAR:** la proximidad se refiere a la búsqueda de una palabra próxima a otra. La búsqueda se hace independientemente del orden señalado. Ejemplo: Arquitectura NEAR Barroco: recupera las dos palabras, aunque no estén en el mismo orden
- **ADJ:** la adyacencia es la búsqueda de una palabra junto a otra. Ejemplo: Arte ADJ Flamenco recuperará los registros que contengan ambos términos en ese orden.
- **Los Operadores relacionales** se utilizan principalmente para buscar números, incluidas las fechas. Tenemos: mayor que (>); menor que (<), igual (=), diferente de (<>); mayor que o igual a (>=); y menor que o igual a (<=).
- **Comodín:** consiste en sustituir un carácter o letras de una palabra por un símbolo. Encuentra todas las formas de una palabra. Ejemplo: periodis\* devolvería 'periodista' y en relacionados: 'periodismo'.
- **Truncamiento:** (!, ?). Operan igual que el comodín, pero no se limita a uno el número de caracteres. Los comodines y los truncamientos se pueden realizar en raíz y en la desinencia de las palabras.

# Otros operadores

**DEFINE:** mostrará el significado de una palabra

**\$:** Busca precios. Ejemplo: Huawei \$; igualmente con el euro.

**Caché:** Devuelve la versión en caché más reciente de una página web (siempre que la página esté indexada, por supuesto). **Ejemplo:** [big data \(Caché / pdf\)](#)

**Filetype /ext:** Restringe los resultados a un determinado tipo de archivo. Por ejemplo, PDF, DOCX, TXT, PPT, etc. **Ejemplo:** [big data filetype:pdf](#); filetype:ppt motores de búsqueda

**Site:** Limita los resultados al sitio que pedimos. **Ejemplo:** [site: urjc.es](#)

**"(Texto)":** Búsqueda por un campo exacto. Ejemplo: ["Inteligencia Artificial URJC"](#)

# Recuperación de información

- Ciencia que se ocupa de la búsqueda de información en documentos, incluyendo los propios documentos originales. Comprende, además, las búsquedas en Bases de Datos (BB.DD.) de cualquier texto, imagen, documento sonoro, etc., siempre de un modo pertinente y relevante.
- La recuperación de información es una operación de comparación de términos: el usuario introduce unos términos y obtiene una visualización abreviada. El usuario selecciona lo que es pertinente y relevante según sus necesidades

(Rubio Roldán, 2011, p. 150).

- Podemos recuperar información preguntando de manera directa o utilizando un lenguaje documental.

# Evaluar la información: Paradigma de Lasswell



Figura 26. Fuente: Documento BUA. ¿Cómo evaluar la información encontrada. p. 4. <https://bit.ly/3FYrQpo>

# Otros criterios para evaluar la información



Figura 27. Fuente: UCM (2024).

# Evaluación de las fuentes de información



Figura 28. Según información de Sánchez, M.F., et al. (2011). /Como-evaluar-la-informacion..., (pp.108-111).

# Tipos y elementos de las Bases de Datos

## ¿QUÉ ES UNA BASE DE DATOS?

- Es un conjunto de datos, almacenados en un soporte informático, que se estructuran y organizan con el fin de que se puedan recuperar de determinadas maneras.

(Sánchez Hernández, et al., 2011, p. 185).

### **Clasificación de las BB.DD.:**

#### **Relacionales o Documentales**

##### **Bases de datos relacionales:**

- Su estructura es rígida, siempre tabular, los datos se organizan en tablas compuestas por columnas y filas, correspondiendo las columnas a los campos y las filas a los registros

##### **Bases de datos documentales:**

- Su estructura es flexible, los datos pueden organizarse de diferentes formas, dependiendo de las necesidades del usuario y del tipo de información que se va a gestionar.

# Clasificación de las BB.DD. Documentales

- Se dividen en: Referenciales y Factuales
  - **BBDD Referenciales:** no ofrecen la información original, sino que contienen datos que hacen referencia a los documentos originales, por lo tanto, son fuentes de información secundaria. Ejemplo: Bibliográficas: datos sobre monografías, artículos, publicaciones seriadas, tesis, etc. (Dialnet, Proquest, Scopus, WOS); Directorios: datos sobre personas, entidades, empresas, etc., que ofrecen información sobre cómo y dónde localizarles. Ej: Guía de medios

# Clasificación de las BB.DD. Documentales

- **Bases de datos factuales:** contienen los datos originales e íntegros de la información. A través de ellas se puede acceder a la información completa y original. Son por tanto fuente de información primaria.
- Se dividen en:
  - **Textuales:** artículos de revista, noticias de prensa, sentencias tribunales, etc
  - **Numéricas:** almacenan datos numéricos, estadísticas, censos, etc.
  - **Alfanuméricas:** contienen datos textuales y numéricos: balances de contabilidad, encuestas, etc.
  - **Icónicas:** contienen datos en forma de imágenes: gráficos, mapas, fotografías, etc. Ej: Colecciones de la BNE.

## Pirámides de Población

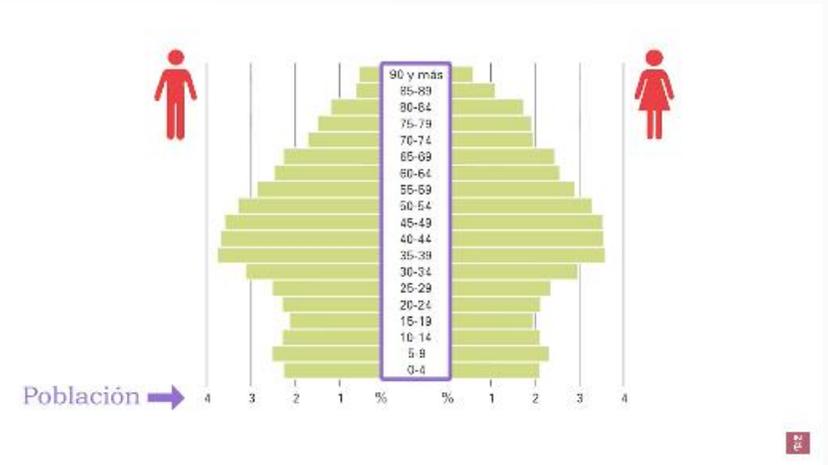


Figura 29. Pirámide de Población. Fuente: (INEDifusión, 2016). [https://youtu.be/5LHt-C-OZTE?list=PLJulBV7cVXidU\\_cleHYJ9jNjfrByO9xqj](https://youtu.be/5LHt-C-OZTE?list=PLJulBV7cVXidU_cleHYJ9jNjfrByO9xqj)

# Herramientas de Access



**Tablas:** conjunto de datos sobre un tema. Las tablas tienen: columnas que son los campos y filas que son los registros de la BB.DD.



**Consultas:** constituyen una selección de datos de una o de varias tablas.



**Formularios:** Interfaz que permite una mejor visualización de los datos o de una selección de los mismos.



**Informes:** permiten presentar los datos para impresión



**Macros:** miniprogramas que automatizan tareas comunes.

# Creación y aplicación de las BB.DD.

## ¿QUÉ DEBO TENER EN CUENTA PARA HACER MI BB.DD?

- **Analizar el tipo de información y de documentos** que se quiere gestionar
  - o Ejemplo: información administrativa (balances, presupuestos, códigos de clientes, etc.); información científico-técnica (libros, artículos de revistas, informes, estudios, etc.).
  - o Definir contenidos: Información con texto, con imágenes, con adjuntos
- **Definir usuarios** de la BB.DD.
  - o Personal que va a introducir los datos debe conocer: técnicas documentales; información de actualidad; nuevas tecnologías
- **Diseño de la BB.DD.:** Tipo de base de datos (Listas, Excel, Access, FileMaker, etc.).
  - o Base de datos referencial
  - o Base de datos de texto completo
  - o Almacenamiento de la imagen facsímil de los documentos
- **Definir el modelo de registro** (ver ejemplos en BRAIN y en BNE – 3 hojas dadas a los estudiantes).
- Criterios de indexación

# Diseño de la BB.DD.

Listas (No relacional/ semi-estructurada)	Excel (BB.DD. Plana o no relacional)	Access (Relacional)
<b>VENTAJAS</b>		
Se integra en Office 365. Es tabular (1 tabla)	Office 365. Fácil de usar. Es tabular (1 tabla)	Permite crear BBDD relacionales complejas (varias tablas)
Permite colaboración en tiempo real (Grupos)	Permite realizar cálculos, análisis de datos complejos y visualizaciones.	Se integra bien con otras aplicaciones de Office (por ejemplo: Excel)
Actualización inmediata. Accesibilidad con Internet	Accesibilidad Online / <u>Offline</u>	BBDD robusta y potente.
<b>DESVENTAJAS</b>		
Funcionalidad limitada	Colaboración en tiempo real es limitada	Difícil de aprender para principiantes
Se ralentiza al manejar grandes volúmenes de datos	No es ideal con grandes volúmenes de datos	Requiere instalación local. No permite colaboración.

Tabla 14. Comparativa del *software* de *Microsoft 365*: 'Listas', 'Excel' y 'Access'. **Fuente:** elaboración propia.

# Aplicaciones de las BB.DD.

Listas (No relacional/ semi-estructurada)	Excel (BB.DD. Plana o no relacional)	Access (Relacional)
<b>Aplicaciones</b>		
Colección de datos que se pueden organizar y manipular fácilmente	Gestionar datos con fórmulas, gráficos y tablas dinámicas.	Almacenar y gestionar grandes volúmenes de datos
<p><b>Seguimiento de Campañas:</b> Registro y seguimiento del progreso de diversas campañas publicitarias (se debe incluir fechas de inicio y fin). Manejo de presupuestos y resultados obtenidos.</p> <p><b>Directorios:</b> almacenar información sobre empresas, clientes, medios de comunicación.</p> <p><b>Gestión de Contenidos Publicitarios:</b> almacenar y organizar todos los materiales publicitarios: imágenes, vídeos y textos.</p> <p>Control de versiones: asegurar que se utiliza la versión más actualizada y tener control de un histórico de versiones anteriores que puedan ser útiles.</p> <p>Exportación e Importación de Datos: Desde Listas se puede exportar a Excel y desde Excel a Access. Total integración. Además de la compatibilidad 'Listas' y 'Excel' permiten el trabajo colorativo.</p>		

Tabla 14A. Comparativa del *software* de *Microsoft 365*: 'Listas', 'Excel' y 'Access'. **Fuente:** elaboración propia.

## Referencias

- Cedeño, C. (2022, 26 agosto). *Tipos de motores de búsqueda: cuáles son, cómo funcionan y ejemplos de los tipos de buscadores en internet*. Cinco Noticias. Recuperado 17 de octubre de 2022, de <https://www.cinconoticias.com/tipos-de-motores-de-busqueda/>
- Díaz, Ó. M. (s. f.). Las fuentes documentales. [https://formacion.intef.es/tutorizados\\_2013\\_2019/pluginfile.php/246722/mod\\_resource/content/1/index.html](https://formacion.intef.es/tutorizados_2013_2019/pluginfile.php/246722/mod_resource/content/1/index.html)
- INEDifusion. (2016, 4 marzo). Pirámides de población. INE. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5LHt-C-OZTE>
- Internet World Stats. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Rubio Jordán, A.V. (2011). *Documentación Informativa*. Ediciones CEF.
- Sánchez Hernández, M.F.; Chacón Gutiérrez, I.; Pérez Timón, M. (2011). *Documentación Informativa para el nuevo espacio europeo de educación superior*). Vol. I.: *El conocimiento y su representación*. Editorial Universitas.
- Santos-Martínez, C.J. (2022). Cómo hacer una BB.DD. en Excel. Vídeo: material de clase. <https://www.loom.com/share/023a1dee56484732bc6420126761df2b>
- Santos-Martínez, C.J. (2022). Cómo hacer una BB.DD. en Access. Vídeo: material de clase. <https://www.loom.com/share/023a1dee56484732bc6420126761df2b>
- UCM. *Biblioguías*. URL: <https://biblioguias.ucm.es/master-en-ingenieria-informatica/Como-evaluar-la-informacion> Actualización del 9/11/2024.
- YÚBAL FM. Alternativas a Feedly: los 7 mejores lectores de Feeds RSS. <https://www.genbeta.com/a-fondo/alternativas-a-feedly-los-7-mejores-lectores-de-feeds-rss>

## Tema 3. Documentación en la Comunicación Corporativa

- Características de la Documentación en la Comunicación Corporativa ..... 79
- Procesos documentales ..... 87
- Gestión de la Información y del Conocimiento ..... 88
- Fuentes documentales ..... 92
- Referencias ..... 103

# Características de la Comunicación Corporativa

## COMUNICACIÓN CORPORATIVA;

**Definición.** Conjunto de acciones a través de las cuales una empresa o institución se comunica con sus públicos de interés o *stakeholders* con el objeto de dar a conocer su misión y visión.

*Stakeholders:* clientes, trabajadores, proveedores, sus accionistas, reguladores, medios de comunicación, etc



# Herramientas para la comunicación interna



Figura 32. Fuente: Hortas Ventura, P. (2014).

# Comunicación Corporativa

- **Requiere planificación** para conseguir:
  - Notoriedad (ser conocido – ser reconocido)
  - Posicionamiento (ser valorado)
- **El Departamento de Comunicación trabaja en coherencia con la estrategia empresarial:**
  - Apoya la gestión empresarial
  - Potencia la cohesión de la estructura interna
  - Refuerza las relaciones institucionales
  - Supervisa las relaciones con la comunidad
  - Contribuye al desarrollo sectorial
  - Detecta oportunidades – amenazas en el entorno
  - Garantiza la gestión de situaciones de crisis
- **Mensajes:** en todos los medios internos, según canales
  - Permanentes, temporales, puntuales



# Comunicación Corporativa

- Es un instrumento de la dirección empresarial:
  - A través de la comunicación se transmiten las estrategias de la empresa; se fortalece la **competitividad**
  - La comunicación contribuye a la **imagen** de la empresa
- Implica hablar de sí mismo:
  - Servicios, actividades, productos
  - Misión, Visión, Objetivos, Valores, etc.
  - ¿A quién?: públicos internos / públicos externos
- Comunicación Interna: (Trabajador: el 1er. cliente)
  - Es el instrumento para difundir y consolidar los valores de la organización. Permite compartir la estrategia de empresa. Contribuye al compromiso y adhesión del personal



**Fuente:** Hortas Ventura, P. (2014).

# Tipos de comunicación interna

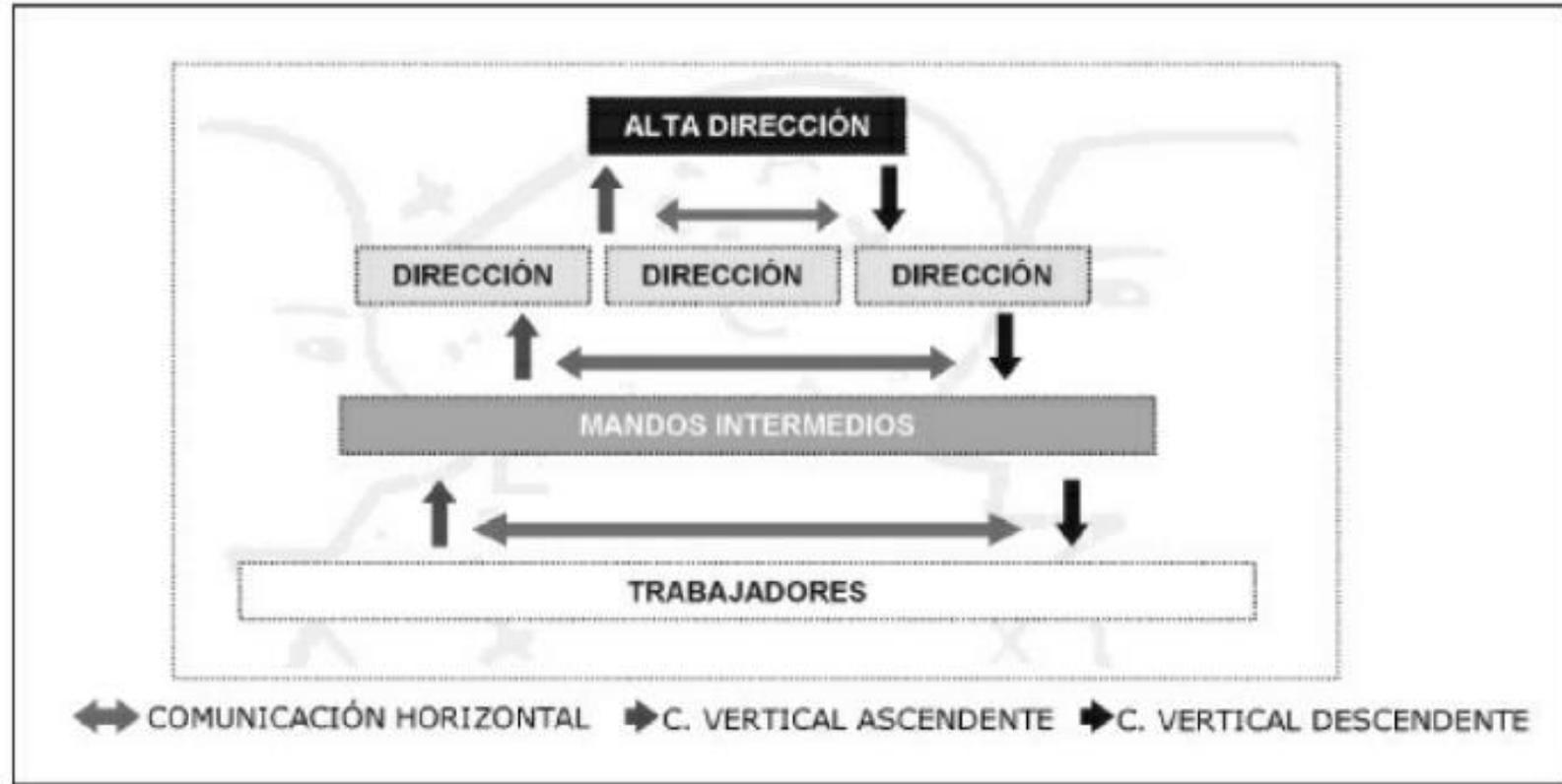


Figura 33. Comunicación horizontal y vertical en la empresa. **Fuente:** Hortas Ventura, P. (2014).

# Modelo de comunicación interna

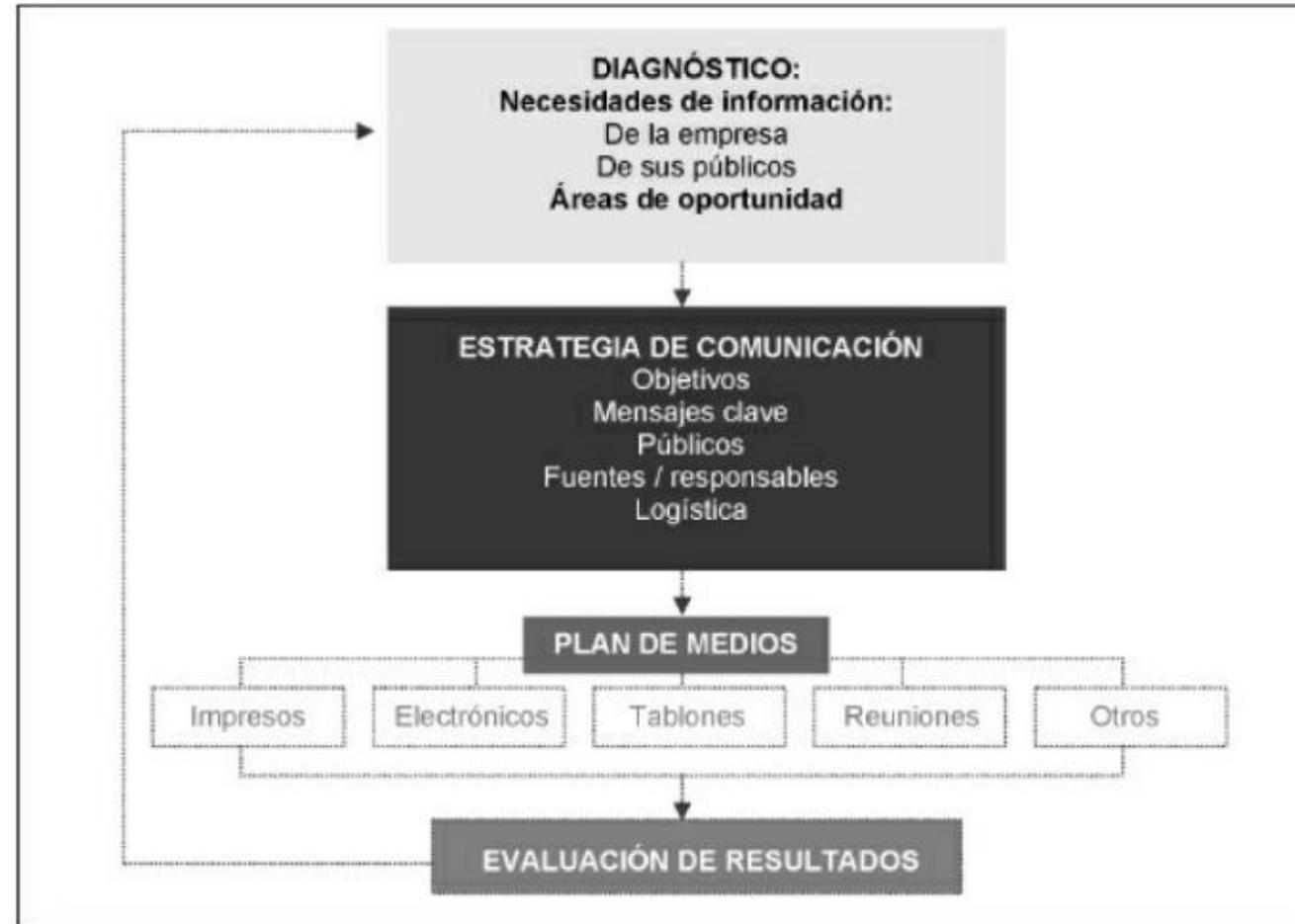


Figura 34. Fuente: Hortas Ventura, P. (2014)

# Director de Comunicación (DIRCOM)

## COMUNICACIÓN CORPORATIVA

### Comunicaciones Internas:

- Formación
- Departamento de documentación y análisis
- Encargado/a de boletines internos
- Relaciones internas
- Diseño de planes estratégicos, campañas (Consultorías)

### Comunicaciones Externas:

- Relaciones públicas e informativas
- Edición de publicaciones
- Publicidad
- Marketing

Martínez Solana, Y. El departamento de comunicación institucional: organización y competencias. En: Túnnez López, M., et al. (2014).

# ¿Qué es la Responsabilidad Social de las empresas?

- La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

**Fuente:** Comisión Europea (2001, 18 de julio). *Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas. Bruselas. [Libro verde](#)

# Procesos documentales en la Comunicación Corporativa

- Comprende las actividades y procedimientos que una organización realiza para crear, gestionar, almacenar y distribuir la documentación relacionada con su comunicación.
- De acuerdo con las particularidades explicadas, se debe tener en cuenta tanto la creación de un comunicado de prensa como la elaboración de un plan de comunicación integral.
- El departamento de documentación se encarga de gestionar los documentos, además de los respectivos departamentos que emiten y reciben documentos en 3 fases: Selección; Tratamiento y Difusión.
- **Documentos en Comunicación Corporativa:**
  - Comunicados de prensa
  - Informes de relaciones públicas
  - Planes de comunicación
  - Material promocional
  - Memorias anuales
  - Archivos de prensa
  - Otros.

# Gestión de la información

## FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACIÓN

- **Seguimiento a la prensa:**
  - **Informaciones sobre un medio de comunicación en concreto:** espacio destinado a la información, lugar que ocupa la información (nuestra / de la competencia). Cobertura del medio: ¿positiva / negativa / neutra?
  - **Empresas privadas hacen este seguimiento:** utilizan alertas que mencionan: el medio en cuestión, el canal por el que se transmite, fecha y hora de emisión, el programa y un resumen en el que se especifica la razón del seguimiento. Se dice si es una consultora de comunicación o si es asesoría.  
Revisión de medios:
  - **Tiers** son la herramienta que nos permite una clasificación de los medios de comunicación basándose en su importancia y lecturabilidad mensual. *Tier 1* (medios con >audiencia), *Tier 2* (M< audiencia), *Tier 3* (M con audiencia limitada).

# Gestión de la información

## FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACIÓN

- **Seguimiento a la prensa:**
  - **Resúmenes de prensa generales** (instrumento básico para los directivos y otros profesionales que se vean afectados por una información concreta).
  - **Clipping de prensa o recorte de prensa:** No sólo prensa, sino que se ha extendido a todos los medios. Permite identificar las apariciones de una empresa en los diferentes MMC. (Agencias de *clipping*). PRESENCIA DE LA EMPRESA en los medios. Clipping 2.0 - Clipping digital
    - Informaciones específicas que sirvan para valorar la IMAGEN de la organización y la situación de la competencia (seguimiento a partir de un descriptor: sobre el sector, sobre un cliente, sobre aspectos de la competencia...)

# Gestión de la información

## FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACIÓN

- Creación y mantenimiento de archivos, bases de datos (BB.DD.) y fondos documentales que contendrán tanto los resúmenes de prensa como cualquier otro documento que se generan en el seno de la institución

### Documentos que servirán para:

Toma de decisiones

Puesta en marcha de nuevos productos

Puesta en marcha de nuevos servicios

# Gestión de la información

## FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACIÓN

- Auditorías de comunicación-información: son auditorías de imagen

### Permiten:

- Evaluar la imagen externa e interna de la organización
- Evaluar las formas y actitudes de comunicación en la organización

# Agencias de Clipping

## FUENTES DOCUMENTALES



Figura 35. Fuente: Pxhere. (s.f.). Imagen de un paisaje [Fotografía]. Pxhere. <https://pxhere.com/es/photo/35545>. Licencia: <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>

- **Auditmedia**: ofrece monitoreo todo el año. Controla información tanto en los medios digitales como en los tradicionales. Realiza seguimiento de noticias en tiempo real y de alertas de WhatsApp. Cuenta con un servicio de hemeroteca, realiza un resumen de las noticias más importantes **y se dedica a analizar el impacto mediático**
- **Pressclipping.com**: seguimiento de medios, *clipping* y evaluación de la comunicación.

# Paywall o muro de pago

- Este sistema de noticias con restricción de acceso al contenido puede darse de formas muy diversas:
- **Muro de pago rígido o fuerte**, que obliga al usuario a estar suscrito al medio para poder acceder a cualquier tipo de la información publicada (noticias únicamente para suscriptores).
- **Muro de pago suave o medido**, permite un número limitado de artículos mensual.
- **Muro de pago freemium**, que ofrece parte de las publicaciones de forma gratuita y contenido exclusivo Premium para los suscriptores.
- Ejemplos en España: *El Mundo, El País, el Grupo Vocento, La Razón, La Vanguardia, ABC, Prensa Ibérica, El Confidencial...*

Fuente: Pressclipping (2024).

# Atresmedia

## FUENTES DOCUMENTALES

- **Atresmedia Televisión** (Antena 3, LaSexta, Neox, Nova, Mega y Atreseries), **Atresmedia Radio** (Onda Cero, Europa FM, Melodía FM), **Atresmedia Publicidad** (dedica a la explotación publicitaria y comercial), **Atresmedia Diversificación** (actividades y negocios no dependientes de la publicidad) y **Atresmedia Studios** (para la producción de cine, ficción y entretenimiento para terceros).
- Dentro de su compromiso en Responsabilidad Corporativa, bajo el sello Compromiso Atresmedia, cuenta con **campañas** como 'Ponle Freno', 'Constantes y Vitales', 'Objetivo Bienestar', 'Hazte Eco', 'Crea Cultura', 'Tolerancia Cero' y 'Levanta la cabeza'.

**Fuente:** Atresmedia.(s.f.). *Fact sheet*. <https://www.atresmedia.com/sobre-nosotros/fact-sheet/#:~:text=Dentro%20de%20su%20compromiso%20en,Cero%20y%20Levanta%20la%20Cabeza> .

# Compromiso Atresmedia

## FUENTES DOCUMENTALES

COMPROMISO ATRESMEDIA

<https://compromiso.atresmedia.com/ponlefreno/>

OBJETIVO BIENESTAR

<https://compromiso.atresmedia.com/objetivo-bienestar/>

Objetivo Bienestar Junior

<https://compromiso.atresmedia.com/objetivo-bienestar/junior/>

HAZTE ECO

<https://compromiso.atresmedia.com/hazte-eco/>

CONSTANTES Y VITALES

<https://www.lasexta.com/constantes-vitales/>

CONTRA EL MALTRATO. TOLERANCIA CERO

<https://compromiso.atresmedia.com/tolerancia-cero/>

LEVANTA LA CABEZA <https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/>

# Empresas de análisis de medios: Hallon

## FUENTES DOCUMENTALES

Hallon: antes Epremsa: <https://www.eprensa.com/>

Monitoriza y analiza más de 300 medios impresos y 700 revistas especializadas en España, así como 2.000 medios internacionales

Hace seguimiento de medios basado en técnicas de *big data* e inteligencia artificial y un equipo especializado de periodistas

Ofrece resultados más precisos a partir de las 6:00 de la mañana

# ¿Qué ofrece Hallon?

- Acceder a los datos más relevantes de cada noticia como: tirada, audiencia, difusión, valor publicitario, valor de comunicación, etc.
- Recibir las noticias a través de alertas diarias en tu inbox
- Generar dossieres en PDF, alertas o *newsletters* para exportar y compartir
- Visualizar y compartir las noticias en un PDF original de alta calidad
- Analizar automáticamente el impacto y reputación de tu empresa a nivel nacional e internacional y descargar informes personalizados, tanto a nivel cualitativo, como cuantitativo.

APP (noticias)

Tiers según tu criterio

Grouping: agrupamiento de noticias

Sentimiento: App IA calificando las noticias: positivas, negativas, neutras

Alertas WhatsApp: seguimiento a tu empresa o competenc

<https://www.eprensa.com/5-herramientas-que-mejoraran-tu-seguimiento-de-medios/>

# Influencers

## FUENTES DOCUMENTALES



Figura 37. Selección de Influencers según plataformas y contacto. Elaboración propia.

Los MD (mensajes directos o DM: Direct Messages) de Instagram son una función de mensajes en la app que te permiten compartir e intercambiar de forma privada textos, fotos, reels y publicaciones con una persona o más. Los MD de Instagram son un espacio en el que puedes conversar y colaborar con tus amigos sobre los intereses que comparten.

# Influencers

## FUENTES DOCUMENTALES

### 6. María Pombo

- Plataformas: Instagram, YouTube.
- Contacto: su agencia de representación o DM en In.

### 7. Javier Ruiz

- Plataformas: YouTube, Instagram.
- Contacto: su canal de YouTube o DM en In.

### 8. Sara Baceiredo

- Plataformas: Instagram, YouTube.
- Contacto: su DM en In.

### 9. Xuso Jones

- Plataformas: Instagram, YouTube.
- Contacto: su página web o DM en In.

### 10. Aitana Ocaña

- Plataformas: In, X YouTube.
- Contacto: su equipo de gestión o DM en In.

Figura 37. Selección de Influencers según plataformas y contacto. Elaboración propia.

Los MD (mensajes directos o DM: Direct Messages) de Instagram son una función de mensajes en la app que te permiten compartir e intercambiar de forma privada textos, fotos, reels y publicaciones con una persona o más. Los MD de Instagram son un espacio en el que puedes conversar y colaborar con tus amigos sobre los intereses que comparten.

# Fuentes para la Documentación en la Comunicación Corporativa

## FUENTES DOCUMENTALES DEL SECTOR

- Asociación de Directivos de Comunicación. DIRCOM. <https://www.dircom.org/>
  - Anuario DIRCOM
  - Guía de buenas prácticas para el proceso de selección de una consultora de Comunicación. <https://www.dircom.org/publicaciones-dircom/>
  - Resúmenes ejecutivos. <https://youtu.be/omZkxy3wU1c>
- IAB Spain. <https://iabspain.es/quienes-somos-iab-spain/>
- Halon. <https://www.eprensa.com/>
- Kantar. <https://www.kantar.com/latin-america/sobre-nosotros>
- Dircomfidencial. <https://dircomfidencial.com/>
- Dircomfidencial, R. (2022, 13 diciembre). *Iberia lanza su campaña de Navidad 2022*. Dircomfidencial. <https://dircomfidencial.com/marketing/iberia-lanza-su-campana-de-navidad-2022-20221213-1319/>

# Fuentes para la Documentación en la Comunicación Corporativa

## FUENTES DOCUMENTALES: BB.DD.

- **Lectura:** APM Asociación de la Prensa de Madrid. (2021, 30 noviembre). Un futuro condicionado por la covid-19. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2020*. APM, p. 50. <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2021/11/Informe-Anual-profesion-periodistica-APM-2020-web.pdf>

### BB.DD. De la URJC:

- **Communication Mass Media Complete:** Apoyo a la investigación de calidad en áreas relacionadas con la comunicación y los medios de comunicación.
  - Incorpora el contenido de CommSearch (anteriormente producido por la Asociación Nacional de Comunicación) y Mass Media Articles Index (anteriormente producido por Penn State) además de otras revistas relacionados con la comunicación.
- **Guía de medios digital:** Información práctica sobre los medios, sus tarifas de publicidad y los profesionales del sector.
- **Lexis-Nexis Academic:** BB.DD. que recoge artículos de revistas de información general, economía, derecho y medicina. Tiene 3 ámbitos: a) Noticias de actualidad que incluye periódicos, newsletter y revistas especializadas; b) Información empresarial; c) Normativas legales y jurisprudencia.

# Fuentes para la Documentación en la Comunicación Corporativa

## FUENTES DOCUMENTALES: LIBRO VERDE, BLOG Y OBSERVATORIO

- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Estanyol, E., Lalueza, F., & Benito, M. (2021, 25 de febrero). ¿Qué es la comunicación corporativa y cuáles son sus salidas profesionales? Blog de Comunicación UOC. <https://blogs.uoc.edu/comunicacio/es/que-es-la-comunicacion-corporativa-y-cuales-son-sus-salidas-profesionales/>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.(2024). *Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*. <https://observatoriorsc.org/>
  - En la web se puede acceder a podcasts derivados del convenio del Observatorio con RTVE-Radio 5. <https://www.rtve.es/play/audios/espacio-para-la-responsabilidad/>

# Referencias

- APM Asociación de la Prensa de Madrid. (2022). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2022*. APM, p. 52. [https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2023/11/Informe-Anual-22\\_web\\_lite.pdf](https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2023/11/Informe-Anual-22_web_lite.pdf)
- Barrio Fraile, E. y Enrique, A.M. (2020). *El gestor de la Responsabilidad Social en las empresas : dircom vs dirse*. VII Congreso Internacional de la AE-IC. 'Comunicación y Diversidad', Valencia.
- Confidencial Digital. (2018, 14 de diciembre). *Las agencias de clipping como estrategia para controlar la reputación de tu marca*. <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/negocio/agencia-clipping-estrategia-controlar-reputacion-marca/20181214112717119334.html>
- Hortas Ventura, P. (2014). *La comunicación interna en la empresa*. En: Túnnez López, M., Costá-Sánchez, C y Carrillo Boutureira. *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. Dircom Colección, pp. 15-28
- Pressclipping. (2024). Blog. Pressclipping. <https://pressclipping.com/weblog/>
- Pressclipping. (2024, 23 de octubre). Lo que debes saber sobre el paywall o muro de pago. Pressclipping. <https://pressclipping.com/paywall-o-muro-de-pago/>
- Sanahuja Peris, G. (2012). Análisis de los procesos en la comunicación corporativa. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 3. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/download/5065/5671/>
- Túnnez López, M., Costá-Sánchez, C y Carrillo Boutureira, F. (2014). *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. Dircom Colección.
- Míguez-González, M.I.; Costa-Sánchez, C.; Túnnez López, M. (2018). El perfil profesional de los responsables de comunicación: estudio sobre las organizaciones gallegas. *Communication Papers*, 7(15): 121. <https://bit.ly/3DPWzmy>

## Tema 4. Documentación en Publicidad y Documentación fotográfica

- Características de la Documentación en Publicidad ..... 105
- Características del documento iconográfico ..... 108
- Procesos documentales en publicidad y en fotografía ..... 109
- Gestión de la Información ..... 114
- Referencias ..... 116

# Características de la documentación en publicidad

1. Si bien, la publicidad es una actividad creativa tiene una base científica y técnica que garantiza la efectividad y validez de las propuestas que formula.
2. La documentación sirve de soporte tanto para la consecución y localización de clientes, como para la creación de campañas publicitarias.
3. En la fase inicial se puede hablar de:
  - a) *Pre-brief; Brief o Briefing*
  - b) Estudios de mercado
  - c) Estudios de audiencias
  - d) Perfiles psicosociológicos
  - e) Informes estadísticos, informes sociológicos
4. En la campaña propiamente dicha:
  - a) Bocetos, fotografías, vídeos
  - b) Cartelería
  - c) Cuñas radiales
  - d) Spots televisivos

# Características de la documentación en publicidad

Suele ocurrir que las agencias no tienen un departamento de documentación propio. En estos casos, la información suele estar dispersa entre diferentes personas o departamentos.

## Aportes de la información:

- **Identificar el público objetivo.** Para ello nos apoyamos en los análisis de mercado y análisis de datos (por ejemplo, análisis de la competencia o *benchmarking*)
- **Crear el mensaje:** nos apoyamos en los datos sobre el público objetivo: preferencia y comportamientos del público
- **Planificar la campaña:** utilizamos el pre-brief para organizar todo, por ejemplo, el presupuesto, los medios a utilizar, etc.

En general, obtenemos datos cualitativos que brindan información sobre el comportamiento de los consumidores y datos cuantitativos que aportan información sobre las compras que efectúan.

# Características de la documentación en publicidad

## Ámbito interdisciplinar:

El documentalista publicitario facilitará datos científicos, técnicos y de mercado para plantear y concretar la estrategia de comunicación publicitaria.

## Los sujetos intervinientes son:

El cliente o anunciante

La agencia

Los medios de comunicación

Las necesidades informativas de la publicidad pueden estar en terrenos contrapuestos (se suele contratar a empresas especializadas):

- **Ámbito legislativo:** propiedad industrial e intelectual; regulación de contenidos; rendición de cuentas. (Ver: Garrigues (s.f.). Publicidad. <https://blogip.garrigues.com/publicidad>).
- **Ámbito tecnológico:** adaptación a nuevas tecnologías, acceso a la información; protección de datos; medición de análisis.

# Características del documento fotográfico

- Bidimensionalidad
- El encuadre: selección de la realidad. Lo que se incluye o excluye.
- Carácter estático: no se capta el movimiento
- Estructura discontinua o granular: compuesta por puntos o píxeles. Grano pequeño = mayor grado de iconicidad del documento
- Alteración del cromatismo: la representación de los colores no es exacta a la realidad.
- Abolición de los estímulos sensoriales no ópticos: sólo participa la vista.
- La necesidad de usar la luz: artificial, natural o ambas.

Según Román Gubern, 1988

Se deben tener en cuenta las particularidades de la fotografía. Se recomienda la lectura del texto de Torregrosa Carmona (2010). En el documento 'Apuntes' hay un resumen del texto titulado: 'Modelos para el análisis documental de la fotografía'.

# Procesos documentales en publicidad

## PASO 1. EL BRIEF DEL ANUNCIANTE

El punto de partida está en el *pre-briefing*: cuestionario al cliente que permita a la agencia, obtener una primera información del producto (contexto).

A continuación, se pide el *brief* y se elabora el *briefing*. El cliente suele dar dicha información. ¿Qué información incluye?

- Características del producto
- El beneficio o su diferencia competitiva
- El público objetivo
- El mercado
- La competencia
- Los puntos obligatorios o mandatorias
- El presupuesto, los objetivos de campaña
- Los medios a utilizar
- El calendario

# Procesos documentales en publicidad

## PASO 2. DISCUSIÓN AL INTERIOR DE LA AGENCIA

### Abordaje reflexivo

El equipo de cuentas  
El equipo creativo  
El director general  
El planner o director  
estratégico

### Temáticas

Los estudios  
realizados  
El consumidor  
El concepto  
La estrategia

### Tipo de reuniones

*Brainstorming*  
Resolución de dudas  
*Contrabriefing*

Figura 38. Fuente: García Jiménez, et al. (2016, p. 68).

# Procesos documentales en publicidad

## PASO 3. EL BRIEF CREATIVO

Hemos pasado del *Pre-brief* al *brief* del anunciante (posiblemente al *contrabrief*) y, luego, al *brief* creativo con unas características específicas:

- De síntesis (es un documento sintético)
- Un folio (aproximadamente)
- Transmite valores emocionales

## PASO 4. PLAN DE MEDIOS

- Selección de canales de comunicación para la campaña. Incluir fechas, formatos y presupuestos asignados

# Procesos documentales en publicidad

## PASO 5. PROPUESTA CREATIVA

Definición de ideas y conceptos creativos para la campaña publicitaria  
Se crean los bocetos, storyboards, mensajes publicitarios, etc.

## PASO 6. INFORME DE RESULTADOS

- Análisis de los resultados, métricas, interacción y retorno de inversión.

# Procesos documentales en fotografía

## En Fotografía:

- Toma o captura de la imagen (digital o analógica)
- Tratamiento: edición, catalogación.
  - Introducción de metadatos
  - Gestión de derechos de autor y licencias de uso
- Archivo: conservación de las imágenes en formatos digitales o físicos.
- Difusión: presentación de las imágenes al público: exposiciones, publicaciones o plataformas digitales.

# Gestión de la información

Aspecto	Gestión de la Información en Fotografía	Gestión de la Información en Publicidad
<b>Organización</b>	Clasificación y catalogación de imágenes según temas, fechas, eventos, etc.	Segmentación de datos de mercado, campañas y audiencias.
<b>Almacenamiento</b>	Uso de archivos digitales y físicos, con metadatos para facilitar la búsqueda y recuperación.	Bases de datos y sistemas CRM para gestionar información de clientes y campañas.
<b>Acceso y Recuperación</b>	Sistemas de gestión de archivos (DAM) para acceso rápido y eficiente a imágenes.	Herramientas de análisis de datos y plataformas de gestión de campañas publicitarias.
<b>Protección de Datos</b>	Derechos de autor y licencias para proteger el uso de imágenes.	Cumplimiento de normativas de privacidad y protección de datos (GDPR, CCPA).
<b>Distribución</b>	Plataformas de distribución de imágenes como bancos de imágenes y redes sociales.	Canales de distribución publicitaria como televisión, radio, internet y redes sociales.

Tabla 15. Fuente: Copilot. Prompt: 'Comparativa entre la gestión de la información en la publicidad y en la fotografía'. Consulta del 10 de noviembre de 2024.

# Gestión de la información

Aspecto	Gestión de la Información en Fotografía	Gestión de la Información en Publicidad
Tecnología	Software de edición y gestión de imágenes (Photoshop, Lightroom).	Herramientas de automatización de marketing y análisis de datos (Google Analytics, HubSpot).
Estrategia	Planificación de sesiones fotográficas y proyectos a largo plazo.	Estrategias de marketing y publicidad basadas en análisis de mercado y comportamiento del consumidor.
Evaluación y Análisis	Evaluación de la calidad y relevancia de las imágenes para diferentes usos.	Medición del rendimiento de campañas publicitarias y análisis de retorno de inversión (ROI).
Innovación	Uso de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial para mejorar la gestión y edición de imágenes.	Implementación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el <i>machine learning</i> en campañas.

Tabla 16. Fuente: Copilot. Prompt: 'Comparativa entre la gestión de la información en la publicidad y en la fotografía'. Consulta del 10 de noviembre de 2024.

# Referencias

- García Jiménez, A.; Catalina García, B.; Beltrán Orenes, P. (2016). *Documentación en Comunicación. Introducción y nuevas herramientas*. Ommpress Comunicación.
- Torregrosa Carmona J. F. . (2010). Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 329-342.

<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110329A>

# Tema 5. Documentos textuales. Planificación e Investigación de la campaña

- Características de la Documentación ..... 118
- Proceso documental de textos ..... 128
- Fuentes de información textual ..... 129

# Características de los documentos textuales

Ya se han visto las características de los documentos en publicidad.  
Se desglosa ahora su especificidad por tipo documental:

- Documentos textuales.
- Documentos de imagen fija
- Documentos de audio o registros sonoros
- Documentos audiovisuales

Ver Tema 4 para el desarrollo de documentos textuales.

Se debe avanzar además identificando los tipos de documentos, para ello se verán los documentos según: Soporte, códigos utilizados, capacidad de difusión y contenido.

# Tipos de documentos

Soporte

Código utilizado

Capacidad de difusión

Contenido

Figura 39. Tipos de documento. Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011, pp. 61-77)..

# Tipos de documentos

## Soporte

- Papel
- Docs. Magnéticos (VHS, diskettes)
- Docs. Ópticos: CD-ROM, DVD, Blue Ray
- Docs. Plásticos: en museos

## Código utilizado en el mensaje

- Documentos Textuales
- Documentos Gráficos: mapas, planos, infografías
- Documentos Iconográficos: fotos, diapositivas, etc.
- Documentos Sonoros: cintas, discos, etc.
- Documentos Audiovisuales: películas, vídeos, etc.
- Documentos multimedia

Figura 40. Tipología documental. Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011, pp. 61-77).

# Tipos de documentos

## Capacidad de difusión

- Documentos publicados
- Docs. Inéditos: no publicados
- Docs. Reservados: acceso limitado
- Docs. Personales: acceso restringido

## Contenido

- **Docs. Primarios:** información nueva y original no sometida a ningún tratamiento posterior
- **Docs. Secundarios:** surgen como resultado de las operaciones que componen el análisis documental. Ej.: catálogos de bibliotecas, listados de referencias de libros, índices de publicaciones periódicas, BB.DD. científicas, etc.
- **Docs. Terciarios:** son listados de referencias de documentos secundarios. Ej.: guías de bases de datos.

Figura 41. Tipología documental. Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011, pp. 61-77)..

# Tipos de documentos

Según el rigor científico del mensaje

- Científicos
- Técnicos
- Divulgación

Según el área de conocimiento que abarca

- Sociales
- Económicos
- Jurídicos
- Lingüísticos
- Etc.

Figura 42. Tipología documental. Resumen según **Fuente:** Rubio Jordán, A.V. (2011, pp. 61-77)

# Documentos según el tipo de datos

Datos brutos	Datos elaborados
<p>Son datos que no han sido procesados ni analizados. Representan información en su estado original, tal como se recolectó.</p>	<p>Son datos que han sido procesados, analizados o transformados para facilitar su interpretación y uso.</p>
<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos NO estructurados o semi-estructurados.</li> <li>• Requieren procesamiento adicional para ser útiles.</li> <li>• Pueden contener errores o inconsistencias.</li> </ul>	<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructurados y organizados.</li> <li>• Listos para el análisis y la toma de decisiones.</li> <li>• Suelen ofrecer una mayor claridad y contexto.</li> </ul>
<p><b>Ejemplo:</b> Censo poblacional, Estudio General de Medios. Suelen estar en BB.DD. Las estadísticas del INE son una muestra de datos brutos.</p>	<p><b>Ejemplo:</b> Informe o artículo de análisis que toma como base los datos brutos, sin mostrarlos (los cita). Son investigaciones completas que se publican en libros o artículos pueden estar en BB.DD. Como</p>

Tabla 17. Comparativa 'Datos brutos' y 'Datos elaborados'. Fuente: Díaz, Ó. M. (s. f.).

# Obras de Consulta



Enciclopedias



Diccionarios



Fuentes  
Fácticas



Fuentes  
biográficas



Fuentes  
geográficas

Figura 43. Obras de consulta documental. Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011). *Documentación Informativa*. Ediciones CEF.

# Obras de Consulta:

## ENCICLOPEDIAS Y DICCIONARIOS

Diccionarios Lingüísticos: generales, especiales y bilingües

Dicc. Terminológicos

Otros Dicc.: enciclopédicos, biográficos, geográficos

Enciclopedias Generales

Enciclopedias Especializadas

Figura 44. Obras de consulta: Enciclopedias y diccionarios. , Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011). .

# Obras de Consulta:

## FUENTES FÁCTICAS, FUENTES BIOGRÁFICAS Y FUENTES GEOGRÁFICAS



### Fuentes fácticas

Fuentes estadísticas  
Fuentes cronológicas  
Publicaciones oficiales  
Directorios y guías de  
instituciones  
Anuarios, memorias e  
informes



### Fuentes biográficas

Diccionarios biográficos  
Los "Quién es Quién"  
Compendios biográficos tipo  
ensayo



### Fuentes geográficas

Atlas, mapas y planos  
Diccionarios geográficos  
Guías de viaje

Figura 45. Obras de consulta. Fácticas, Fuente: Rubio Jordán, A.V. (2011).

# Características de los documentos textuales en publicidad

Dentro de los documentos textuales se deben considerar:

- Pre-brief: cuestionario
- Brief: documento
- Contrabrief (si lo hubiera): documento modificado
- Briefing creativo: documento con información sobre el mercado, el producto, el consumidor, la competencia, los objetivos de marketing y comunicación, el presupuesto.
- Análisis de mercado
- Plan de medios
- Propuesta creativa
- Informe de resultados o evaluación del éxito de la campaña

# Proceso documental de textos

## FASES

Entrada

Análisis-Tratamiento

Difusión

Figura 46. Fases del proceso o cadena documental.

# Fuentes de información textual en Publicidad y Relaciones Públicas

BB.DD. con acceso desde MyApps:

- **Dragón:** BB.DD. Sobre cifras del mercado publicitario en España. La URJC tiene suscripción a 3 módulos: Multimedia; Creatividades y TV. Enlace: <https://www.urjc.es/images/Biblioteca/Recursos/Guia%20de%20Dragon.pdf>  
Estudiantes URJC. Acceder desde MyApps
- **ABI/Inform:** información empresarial y financiera con publicaciones a texto completo. Utiliza la plataforma ProQuest.
- **Communication & Mass Media Complete:** textos sobre Comunicación y Medios de Comunicación de Masas. Utiliza la plataforma EBSCO.
- **Guía de Medios:** es un recurso que informa sobre los medios, sus tarifas de publicidad y los profesionales del sector.

Para incluir informes o noticias significativas (**Statista, Autocontrol**).

- **Otras plataformas de uso general:** Google News, YouTube, Vimeo para consultar campañas.

## Tema 6. Documentos sonoros. Cuña radiofónica

- Características del documento sonoro ..... 131
- Proceso documental de la información sonora ..... 139
- Fuentes de documentación sonora ..... 143
- Referencias ..... 145

# CARACTERÍSTICAS DEL DOCUMENTO SONORO

## ¿QUÉ ES UN DOCUMENTO SONORO?

- Es un tipo de documento que contiene **información registrada bajo la forma de sonido** en alguna forma de expresión (discurso oral, música, ruidos...) y que, debido al modo de registro y soporte utilizado, **requieren el empleo de un dispositivo de reproducción concreto:** magnetófono, tocadiscos, fonógrafo, ordenador...
- Ejemplo: 18 variaciones sobre el tema de la película Tres amores [sic] [Grabación sonora]. En: Música para Cine. Biblioteca Digital Hispánica. BNE. <http://bdh.bne.es/bnearch/detalle/bdh0000093472>

# Documentación en radio

## CARACTERÍSTICAS

El archivo en radio tiene como objetivo la difusión de documentos para las rutinas y elaboración de programas, pero también como parte del acervo cultural del país.

(García Jiménez y García, 2016, p. 43)

### Deben tener en cuenta:

- - Rigor en el contenido
- - Cantidad de información aportada
- - Autoría o procedencia
- - Valoración o potencial valoración que aporte a las plantillas de los diferentes programas (principalmente a los redactores).

# Documentación sonora

## CARACTERÍSTICAS

El control de la gestión de la información sonora aporta a los periodistas:

- Música
- Efectos sonoros
- Cortes de voz
  
- La gestión de la documentación sonora, como la creación de servicios, va unida de manera inseparable a la historia de la radio.

# Fondos Documentales en RNE

Fondos Sonoros	Documentación Escrita
<p><b>Archivos musicales:</b> discos de vinilo, cintas magnetofónicas, archivos de fondos digitalizados</p>	<p><b>Hemeroteca:</b> con el archivo de las principales publicaciones periódicas. Accesible en línea.</p>
<p><b>Archivos no musicales:</b></p> <p>a) <b>Archivo de palabra:</b> sirven de apoyo a la producción y para la difusión de los fondos de carácter histórico</p> <p>b) <b>Efectos de sonido:</b> sonidos artificiales o naturales. Algunas cadenas incluyen los anuncios publicitarios.</p> <p>c) <b>Emisión o programación de RNE</b></p> <p>d) <b>Dramáticos</b></p>	<p><b>Biblioteca:</b> fondos bibliográficos de apoyo a la producción de la emisora radiofónica. Acceso a la biblioteca de TVE y del IRTVE</p> <p><b>Prensa:</b> comunicados, teletipos de agencias y otros documentos textuales de procedencia externa. Además, Informaciones, escaletas y guiones de los diferentes programas</p>
	<p><b>Agencias:</b> gestionan los documentos resultantes de la selección de 3 agencias de noticias: EFE, <i>Reuters</i> y <i>France Press</i>.</p>

Tabla 18. Fondos Documentales del Archivo Sonoro de RNE. Tríptico RNE Fondo documental. Actualización: Enero 2024.

# Documentación sonora

Las principales funciones de la información sonora se concentran en torno a tres ejes:

- a) **Sonido como documento/testimonio de la realidad:** representa de manera exacta los acontecimientos recogidos por el sonido.
- b) **Sonido como expresividad:** el sonido ambiente es el más expresivo de la diferente tipología sonora ya que es la mejor manera de representar emociones y sentimientos que no siempre deja entrever la palabra.
- c) **Sonido como ruido.** No sólo se refiere a los efectos sonoros sino a los elementos auditivos que hacen difícil la interpretación correcta del sonido. Igualmente realiza una tipología sobre la información sonora, los cuales pueden distinguirse en función de la procedencia, naturaleza y tratamiento de los sonidos.

# Almacenamiento y soportes

- **Soportes mecánicos:**
  - Discos de vinilo
- **Soportes magnéticos:**
  - Cintas magnéticas
  - Cassettes
  - DAT: Digital Audio Tape
  - Vídeo
- **Soportes ópticos:**
  - Disco compacto de audio (CD)
  - Disco compacto grabable (CD-R) y Disco compacto regrabable (CD-RW)
  - Minidisc
  - HDCD
  - SACD
  - DVD-Audio
  - Video Compact Disc
  - Servidores de Internet

Figura 47..Foto: Clara Janneth Santos-Martínez. Disco de vinilo de 45 rpm..

# Almacenamiento y sus archivos



- Selección y almacenamiento parcial

Almacenamiento en *Compact Disc* o en *DAT*  
(Cintas de audio digital)

Actualmente se guardan: cortes de voz, documento  
íntegro, archivos de producción externa.

**Formatos:** Wave (.WAV), MIDI (.mid), CDA (.cda),  
MP3, MP4, AIFF/IFF, WMA, MOD, OGG, *audio  
streaming*.

Figura 48. Foto: Clara Janneth Santos-Martínez. Formatos DAT y Disco Compacto o  
*Compact Disc*.

# Almacenamiento y sus archivos



Figura 49. Imágenes de los logos de 3 formatos: Wav, MP3,, OGG.

- **WAV o WAVE:** buena calidad del sonido, poca compresión (gran peso informático).
- **MP3:** gran capacidad de compresión y excelente calidad. Utilizado en radio y en la web. Versatilidad: fácil conversión de WAV a MP3. Multi-reproducción: se pueden reproducir desde diferentes reproductores.
- **OGG:** Reciente aparición. compresión similar al MP3, mayor calidad. Admite contenidos sonoros y visuales. Pocos reproductores actualmente. Requiere instalar *codecs* o filtros.
- **Otros:** AAC, WMA, AA3 (graba en minidisc).

# Proceso documental de la información sonora

## ELEMENTOS DE LA CADENA DOCUMENTAL:



Figura 50. Fases del proceso o cadena documental

# Tratamiento del documento sonoro

- 1) **Revisión de la información textual adjunta y audición completa o selectiva del documento:** Audición completa para hacer un análisis exhaustivo como en el caso de los documentos de palabra o de los efectos sonoros. Audición parcial: una lectura de la información textual que aparece incluida junto al propio soporte en su caja o estuche permite identificar y contextualizar correctamente el documento.
- 2) **Análisis formal del documento sonoro:** durante la fase de análisis formal es necesario representar aquellos atributos que identifiquen el documento, su autoría y sus características materiales relevantes para el uso y la gestión documental.
- 3) **Análisis de contenido del documento:** se trata de representar el contenido de la obra musical, indicando sus partes y la sección temporal o pista en la que comienza la obra o parte de la obra. Se puede indicar información como: el género musical, forma musical, instrumentos musicales, época o período, descriptores de materia y calidad del sonido.
- 4) **Control del documento:** Los datos de control facilitan la gestión, conservación y el uso del fondo. Ejemplo: derechos que se tienen de la obra; fecha de entrada; forma de entrada; número de copias; etc.
- 5) **Validación del registro documental:** Es necesario un control de la calidad de los datos descriptivos.

# Datos comunes en la Catalogación de documentos radiofónicos

- **Signatura:** códigos alfa numéricos de búsqueda y localización
- **Título:** se expone el nombre del protagonista del testimonio, dónde se ha grabado y con qué motivo
- **Descripción física:** condiciones en las que ha sido grabado
- **Duración:** tiempo
- **Calificación:** se refiere al formato radiofónico: entrevista, reportaje, noticia, crónica, etc.
- **Voces:** número de voces registradas en la grabación
- **Temas:** aspectos relevantes del contenido del archivo
- **Resumen:** otras informaciones no incluidas anteriormente. (Ej: detalles de los testimonios)
  - **Fuente:** García Jiménez y García, 2016, p. 47

# Catalogación

## 1. Descripción externa y técnica del documento:

- 1.1. Asignación de un código: numérico o alfanumérico para identificar el objeto documental en la BBDD
- 1.2. Descripción del formato del documento: MP3, WAV, OGG, etc.
- 1.3. Duración del documento: minutaje

## 2. Análisis de contenido: marcar descriptores subordinados. Ejemplo:

- 2.1. Bebé (Término principal)
  - 2.1.1. Llanto infantil
  - 2.1.2. Risa infantil
  - 2.1.3. Sonido gutural

## 3. Otros elementos complementarios: contextualización del sonido, hechos destacables.

# Fuentes documentales de archivos sonoros

- AECID. *Colección de registros sonoros de la biblioteca AECID*. <https://biblioaecidmadrid.wordpress.com/2015/03/11/coleccion-de-registros-sonoros-de-la-biblioteca-un-pedacito-de-historia/>
  - Conferencia de Dámaso Alonso «Elementos folklóricos y creación estética del Lazarillo de Tormes», 12-10-1962 (Audio propiedad de Biblioteca Digital AECID) 2  
CD's. [https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/catalogo\\_imagenes/grupo.do?path=1006050](https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1006050)

# Fuentes documentales de archivos sonoros

- ASOMA: [archivo sonoro](#) (efectos sonoros). El proyecto ASOMA (Archivo Sonoro Madrid 2020) ha sido creado en el marco de las Becas de investigación sobre paisaje urbano e intervención en el espacio público 2019 que concede el Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid a través de su Dirección General de Intervención en el Paisaje Urbano y el Patrimonio Cultural.
- ASOMA (Archivo SONoro MADrid 2020). (s. f.). SoundCloud.  
[https://soundcloud.com/proyecto\\_asoma](https://soundcloud.com/proyecto_asoma)
- Biblioteca Nacional de España: [Grabaciones sonoras](#).
  - Memoria sonora : [el podcast oficial de la Biblioteca Nacional de España](#).
- Corporación de Radiotelevisión Española. (s. f.). Archivo sonoro - Documentos sonoros de RNE en RTVE Play. RTVE.es.  
<https://www.rtve.es/play/audios/archivo-sonoro/>

# Referencias

- Biblioteca UPC (s.f.). *Citas y referencias en APA 7: Audios*. Guías Temáticas. <https://bit.ly/3SUNggk>.
- García Jiménez, A.; Catalina García, B.; Beltrán Orenes, P. (2016). *Documentación en Comunicación*. Introducción y nuevas herramientas. OMMPRESS COMUNICACIÓN.
- RTVE. (2023). *Características del lenguaje radiofónico - Manual de Estilo de la corporación RTVE*. Diseño 2010 - 2023. <http://manualdeestilo.rtve.es/rne/3-1-caracteristicas-del-lenguaje-radiofonico/>
- Ver site. Mapa web: <https://manualdeestilo.rtve.es/mapa-web/>
- Sánchez, C. (24 de enero de 2020). Referencias APA. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/referencias/>
- RTVE (2022). Fondo documental RNE [pdf].
- RTVE (2022). Fondo documental RNE [tríptico].

## Tema 7. Documentación de la imagen en movimiento. Spot televisivo

- Características de las imágenes en movimiento ..... 147
- Proceso documental para la imagen en movimiento ..... 150
- Fuentes de imágenes en movimiento ..... 152
- Referencias ..... 167

# Características de la imagen en movimiento

## IMPORTANCIA DE LA DOCUMENTACIÓN AUDIOVISUAL

Valor de explotación	Valor patrimonial
Puesta en marcha impulsada por la reutilización como forma de explotación	El archivo audiovisual es una fuente de información
Reemisión parcial o total de reportajes, programas o series. El archivo es fuente de información y/o de inspiración para la elaboración de noticias o reportajes	Constituyen la memoria y el legado de la sociedad. Son una fuente para las generaciones futuras
Los materiales se pueden comercializar: venta de imágenes. El archivo es una fuente de ingresos	El patrimonio audiovisual, para las organizaciones culturales, es el principal valor, debido a la importancia social

Tabla 19. Fuente: Baratz (2020, octubre 27).

# Documentación audiovisual - Pertinencia



El lenguaje audiovisual se ha incorporado en la cotidianidad y la educación



Permite conocer el pasado, conocer el contexto tecnológico de una época



Permite archivar mediante fonotecas, videotecas y filmotecas

# Recomendación sobre la salvaguardia y la conservación de las imágenes en movimiento

- Aprobada por la Conferencia General en su 21ª reunión. Belgrado, 27 de octubre de 1980
- <https://bit.ly/3o0Z4xK>
- Ver: razones para salvaguardar y preservar el patrimonio audiovisual:
- <https://bit.ly/3D5T6Qi>

# Proceso documental para la imagen en movimiento

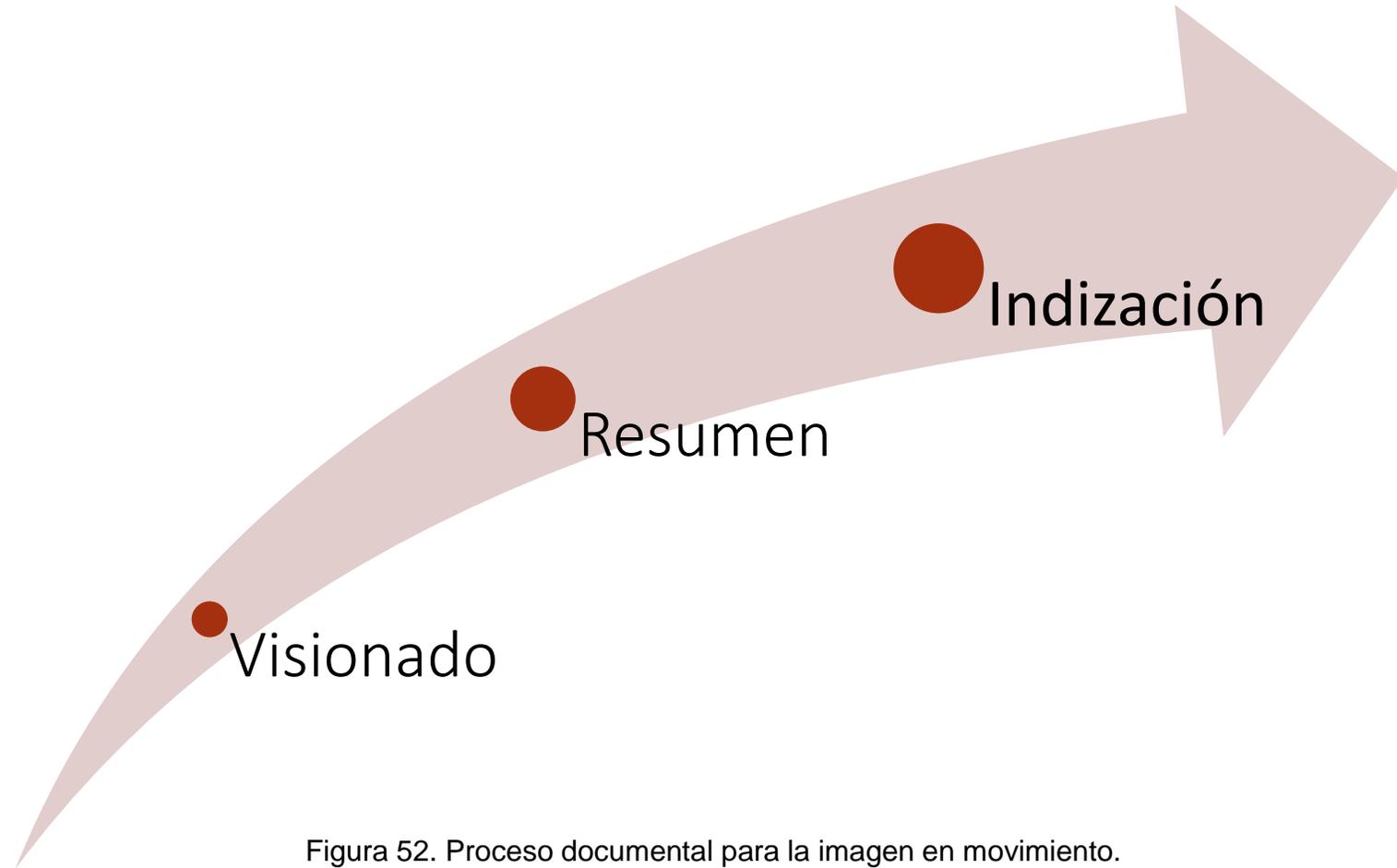


Figura 52. Proceso documental para la imagen en movimiento.

# Procedimientos para el análisis de los documentos audiovisuales

## Análisis o descripción de planos (minutado):

- Análisis secuencial: describir plano a plano secuencialmente
- Análisis factual: se recogen minuto a minuto los hechos que ocurren en el documento.
- Se reseñan personajes, lugares, temas y todas aquellas cuestiones que se consideren relevantes desde el punto de vista visual o sonoro

## Etiquetas o palabras

- Que aparecen en las imágenes
- Que no aparecen directamente, pero de las que trata la imagen

## Resumen documental:

- El resumen tiene que ser sintético y actuar como sustituto de todo el documento
- Debe señalar los principales temas y destacar aquellas informaciones e imágenes de interés para su posterior uso.

# Fuentes de imágenes en movimiento

## BASES DE DATOS Y ARCHIVOS

- Bases de datos audiovisuales
  1. Cine y televisión
  2. Reseñas y críticas
  3. Exhibición
- Bases de datos académicas
  1. Multidisciplinares
  2. Ciencias Humanas y Sociales
- Archivos
  1. Films, vídeos y programas de televisión
  2. Guiones
  3. Carteles

**Fuente:** Codina, L. (2022, mayo 20)

# Fuentes de imágenes en movimiento

## CINE

- Proporcionan datos sobre:
  - Títulos cinematográficos (filmes)
  - Programas y series de television
  - Cineastas (realizadores, guionistas, actores, etc.)
  - Exhibición (espectadores, recaudación y otros datos de exhibición)
  - Relaciones que permiten interrelacionar los datos (hipervínculos)
- BB.DD. Más importantes:
  - IMDB: Internet Movie Database
  - All movie: web comercial
  - The movie database: red social
  - RTVE: TVE (TVEInternacional, TVECanarias, RNE, Radio Clásica, Radio 3, Radio 4, Radio 5, REE, Podcast
  - Atresmedia: Antena 3, La Sexta, Neox, Nova, Mega, Atreseries, Atresplayer
  - Infoperiodistas: Productoras audiovisuales

- **Catálogo de películas calificadas del ICAA:** <https://sede.mcu.gov.es/CatalogoICAA>
- Contiene:
  - Búsqueda de películas: Búsqueda simple / Búsqueda avanzada / Descargar ficha completa
  - Últimas Calificaciones
- **Anuario de cine:** balance anual de la cinematografía española: producción, distribución, exhibición y comercialización.  
<https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/mc/anuario-cine/portada.html>



Película	Título	Dirección	Nacionalidad	Calificación	Resolución
210521	<a href="#">Réquiem, Georg</a>	Raúl Montesinos Riebenbauer (Raúl Riebenbauer)	España	NO RECOMENDADA PARA MENORES DE SIETE AÑOS	26/11/2021
91619	<a href="#">Holly@lood</a>	Jesús Font Urgell (Jesús Font)	España	NO RECOMENDADA PARA MENORES DE DOCE AÑOS	26/11/2021
209221	<a href="#">Muéstrome al padre</a>	Rick Altizer	Estados Unidos	NO RECOMENDADA PARA MENORES DE DOCE AÑOS	25/11/2021
202121	<a href="#">IMPERDONABLE</a>	NORA FINGSCHIEDT	Estados Unidos	NO RECOMENDADA PARA MENORES DE DIECISÉIS AÑOS	25/11/2021

Figura 54. Captura de pantalla del sitio web. Consulta: Últimas películas calificadas por el ICAA.

# Fuentes de imágenes en movimiento

CINE



FILMOTECA  
ESPAÑOLA



- **Filmoteca Española:** desde 1953 se ocupa de la conservación del cine y sus materiales. Actualmente las colecciones fílmicas se encuentran en el *Centro de Conservación y Restauración, CCR*, de la ciudad de la imagen (2014). Cuenta con 3 grandes departamentos:
- **Colecciones:** recuperación de fondos de nuestro patrimonio fílmico, almacenamiento, préstamos y líneas de investigación.
- **Documentación:** archivo, inventario y catalogación
- **Conservación:** tratamiento integral para la conservación, preservación digital, pasando por el tratamiento y la restauración.

# Centro de Conservación y Restauración (CCR) de la Filmoteca Española

CINE



- Servicios que se ofrecen en el Centro de Conservación y Restauración
  - [Préstamo de fondos fílmicos](#)
  - [Visionados de fondos fílmicos](#)
  - [Depósito obligatorio](#)
  - [Donación de materiales cinematográficos](#)
- El CCR es responsable de la custodia y preservación de 39.672 títulos y 236.517 documentos audiovisuales.

# Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España

## CINE

- Asociación sin ánimo de lucro compuesta por profesionales dedicados a las distintas especialidades de la creación cinematográfica. Pretenden impulsar la promoción del cine español, defender a sus profesionales y analizar la situación de la industria y del propio cine español. Sus proyectos son:
- [Fundación](#)
- [Directorio de miembros](#)
- [Canal Academia](#)
- [Cine y Educación](#): web que promueve la implementación de planes de alfabetización audiovisual en el sistema educativo. Ver el libro que constituye el Documento Marco para introducir el cine en las aulas: [Cine y Educación](#).

# PARES: Portal de archivos españoles -

## ARCHIVOS

- <https://pares.culturaydeporte.gob.es/inicio.html>
- [Archivo de la Corona de Aragón](#)
- [Archivo General de Simancas](#)
- [Archivo de la Real Chancillería de Valladolid](#)
- [Archivo General de Indias](#)
- [Archivo Histórico Nacional](#)
- [Archivo General de la Administración](#)
- [Centro Documental de la Memoria Histórica](#)
- [Archivo Histórico de la Nobleza](#)
- [Archivo Central de Cultura](#)

# BNE: Biblioteca Nacional de España. Colecciones

## FUENTES DOCUMENTALES:

- [Carteles:](#)
- [Colección museográfica](#)
- [Dibujos](#)
- [Ephemera](#)
- [Fotografías](#)
- [Grabados](#)
- [Videograbaciones](#)
- Nuevos formatos
- [Aplicaciones móviles y Libros interactivos](#)

# Servicios Integrados de Documentación, SID



International Federation of Film Archives, [FIAF](#) (Federación Internacional de Archivos del Filme): Es de origen belga. Contiene:

Glosario de términos técnicos (1 campo de búsqueda y opción de un listado: "[Glosario de términos técnicos Lista completa](#)").



[IASA \(Asociación Internacional de Archivos sonoros y audiovisuales\)](#)



[FIAT/IFTA](#): La asociación líder en el mundo para los profesionales dedicados a la preservación y explotación de los archivos de television.

# Información estadística sobre medios audiovisuales en España



Cuota de pantalla de los principales canales de televisión en España en 2020.

Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/480508/principales-canales-de-television-en-espana-por-cuota-de-pantalla/>



Uso de los medios de comunicación en España - Datos estadísticos: <https://es.statista.com/temas/2855/uso-de-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

Figura 56. Datos de Ila BB.DD. 'Statista' en relación con los medios audiovisuales en España.

# Festivales de Cine - España

## FUENTES DOCUMENTALES:

- [Festivales audiovisuales en la Comunidad de Madrid](#)
  - [Directorio](#)
- [Festival de cine de San Sebastián](#)
- [Seminci](#): Semana internacional de cine de Valladolid. Histórico de ediciones
- [Festivales cinematográficos](#): página del ICAA. Incluye festivales nacionales e internacionales organizados por mes.
- [Mercados de cine](#)

# Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

## FUENTES DOCUMENTALES

Catálogo de la Biblioteca y Centro de Documentación

Colección: Selección Multimedia

Prensa

Figura 57. Selección de fuentes documentales del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

# Museo del Prado

## FUENTES DOCUMENTALES



MUSEO DEL PRADO | LÍNEA DEL TIEMPO

Clifford, Charles

Contexto histórico

Recurso interactivo:

- [Línea del tiempo](#)
- Ejemplo: Fotografía Charles Clifford: <https://bit.ly/3FUy74H>

Figura 58. Captura de pantalla, según consulta: 'Clifford, Charles'. Fuente: sitio web del Museo del Prado. 'Línea del tiempo desde 1.100 hasta 1983'.

# Biblioteca Nacional de España: Archivos y registros

## Exposition 1889: Dôme central

Busque en el texto de los documentos [Búsqueda avanzada >](#)

Inicio Descubrir colecciones Acerca de la digitalización

Registro 1 de 2 Resultados Ver seleccionados 1 2 > >|

  
[Ver Obra](#)

<b>Título</b>	Exposition 1889 :Dôme central
<b>Fecha</b>	1889
<b>Tipo de Documento</b>	Dibujos, grabados y fotografías
<b>Materia</b>	<a href="#">Exposición Universal (1889. París)</a> <a href="#">Edificios para exposiciones</a> <a href="#">Fotografía de arquitectura</a> <a href="#">Positivos a la albúmina - Francia - S.XIX</a>
<b>Descripción física</b>	1 fotografía : papel albúmina; 277 x 206 mm
<b>Signatura</b>	17/240/36
<b>PID</b>	bdh0000234387
<b>Resumen</b>	Vista de la cúpula central de la Exposición Universal de 1889, celebrada en París
<b>Descripción y notas</b>	En la parte inferior de la fotografía, anotado en el negativo previo al título: "201" Título y mención de responsabilidad tomados de la anotación en la parte inferior del negativo

[Registro bibliográfico en el Catálogo](#)



Figura 59. Consulta en la BNE. Hemeroteca Digital. Fuente: Enlace al registro en la Biblioteca Digital Hispánica. Ver [en catálogo BNE](#). Enlace al archivo digitalizado: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000234387>

# Referencias

- Baratz (2020, octubre 27). *10 razones por las que es importante salvaguardar y preservar el patrimonio audiovisual*. <https://bit.ly/3rfH3gX>
- Caldera J., Arranz, P. (2012). *Documentación audiovisual en televisión*. Editorial UOC
- Codina, L. (2022, mayo 20). *Fuentes de información para estudios audiovisuales: caracterización general*. [Blog]. <https://bit.ly/3E4iasb>
- Gómez Fernández-Cabrera, J. (2020). *Productos y servicios documentales. Guiones de la asignatura del MIDUS*. Universidad de Sevilla (MIDUS). <https://bit.ly/40K5CV9>.
- El documentalista audiovisual. (2021, abril 28). *Entrevista a Mabel Villagra, asesora histórica y arabista*. [YouTube]. <https://youtu.be/QRj3HHNFws>
- Guallar, J. (2011). *La documentación en la prensa digital. Nuevas tendencias y perspectivas*: III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. <https://bit.ly/3Z6da3u>
- Torregrosa Carmona, J. F. (2010). Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 329 - 342. Recuperado 1 de diciembre de 2021, de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110329A>

# Todas las Licencias de la Presentación

- Pxhere. (s.f.). Imagen de un paisaje [Fotografía]. Pxhere.  
<https://pxhere.com/es/photo/35545>. Licencia:  
<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>
- Wikimedia Commons. *Taller fotográfico Stern a Mundaneum, aportada por Jacques Gillen. Cortesía de Mundaneum.* [File:Henri La Fontaine.jpg - Wikimedia Commons](#) Licencia: Dominio Público
- Fundación MAPFRE. (s.f.).Weege. Autopsia del espectáculo.  
<https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/media/group/1125542.do>  
La copia digital se distribuye bajo licencia "Attribution 4.0 International (CC BY NC 4.0)"
- Gómez Fernández-Cabrera, J. (2020). *Productos y servicios documentales. Guiones de la asignatura del MIDUS.* Universidad de Sevilla (MIDUS).  
<https://bit.ly/40K5CV9>. Licencia: CC-BY-NC-ND.

¡Gracias!

