

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

M Caridad Sebastián, AM Morales García, S Martínez Cardama, F García López (2018): “Los archivos audiovisuales de televisión: estrategias para su revalorización en un entorno transmedia”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 870 a 894.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1286/45es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1286](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1286)

Extra - Innovación en Comunicación. Retos en la TV pública europea y en el periodismo móvil
Coordinan: Miguel Túniz y Francisco Campos (Universidad de Santiago de Compostela) **[01]**

Los archivos audiovisuales de televisión: estrategias para su revalorización en un entorno transmedia

The television archives: strategies to showcase their value in the
transmedia age

Mercedes Caridad Sebastián [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#). Catedrática del Departamento de
Biblioteconomía y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid (España)
mercedes@bib.uc3m.es

Ana María Morales García. [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#). Profesora Contratada Doctor del Departamento
de Biblioteconomía y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid (España)
amorales@bib.uc3m.es

Sara Martínez Cardama [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#). Profesora Ayudante Doctor del Departamento de
Biblioteconomía y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid (España)
smart1@bib.uc3m.es

Fátima García López [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#). Profesora Visitante del Departamento de
Biblioteconomía y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid (España)
fatimag@bib.uc3m.es

Abstracts

[ES] **Introducción:** Se analiza la presencia de distintas estrategias transmedia que los archivos audiovisuales de televisión europeos pueden utilizar potencialmente para dar a conocer y revalorizar sus fondos. **Metodología:** Se realiza un estudio de caso de cuatro archivos audiovisuales de televisiones europeas que ilustran diferentes modelos de conservación y difusión: *British Broadcasting Corporation Archives* (BBC) (Reino Unido), *Institut National de l'audiovisuel* (Francia), *Netherlands Institute for Sound and Vision* (Holanda) y Archivo de RTVE (España). Para ello, se analizaron sus sitios web y los perfiles de *Twitter* y se establecieron tres categorías de evaluación basadas en: Acceso Expandido (*Expanded Access*), Adaptación de Contenido (*Repackaged Content*) y Contenido Expandido o Auxiliar (*Ancillary Content*). **Resultados:** Se ha podido determinar que las estrategias más frecuentes son las relacionadas con el Acceso Expandido, particularmente con su uso para una finalidad contextual (conmemoraciones, efemérides o ilustrar realidades actuales con imágenes del

pasado). **Discusión:** Se constata que muchas estrategias transmedia no se están implementando por parte de los archivos audiovisuales analizados. **Conclusiones:** A diferencia de otras instituciones patrimoniales que emplean estrategias transmedia aprovechando, por ejemplo, series de ficción para dar a conocer sus fondos, los archivos audiovisuales se mantienen en una etapa prematura en relación con este tipo de usos de reutilización del contenido.

[EN] Introduction: This article analyses the different transmedia strategies that European television archives can potentially use to showcase and promote their collections. **Methods:** The study is based on the case study of four European television archives that follow different models of conservation and access: The British Broadcasting Corporation Archives (BBC, United Kingdom), the *Institut National de l'audiovisuel* (France), the *Netherlands Institute for Sound and Vision* (Netherlands) and the *RTVE Archive* (Spain). Information was collected from the websites and Twitter accounts of these archives and subsequently analysed using three evaluation categories: Expanded Access, Repackaged Content and Ancillary Content. **Results:** It was concluded that the most frequent strategies were those related to expanded access, particularly with a contextual purpose: commemorations, anniversaries and to illustrate recent events with images from the past. **Discussion:** Many transmedia strategies are not being implemented by some of the selected television archives. **Conclusions:** Unlike other cultural heritage institutions that use transmedia strategies to showcase their collections, television archives are in a premature stage in relation to the reuse of this kind of content.

Keywords

[ES] Estrategias transmedia; Archivos Audiovisuales de Televisión; British Broadcasting Corporation Archives (BBC); Institut National de l'audiovisuel (INA); Netherlands Institute for Sound and Vision; Archivo de RTVE

[EN] Transmedia strategies; TV audiovisual archives; British Broadcasting Corporation Archives (BBC); Institut National de l'audiovisuel (INA); Netherlands Institute for Sound and Vision; RTVE Archive.

Contents

[ES] 1. Introducción y estado de la cuestión. 1.1. Transversalidad de programas comunitarios enfocados al fortalecimiento de la industria de contenidos multimedia. 1.2. Archivos audiovisuales de televisiones europeas: modelos de conservación y difusión. 1.3. La cultura transmedia en el contexto de archivos audiovisuales. 2. Método y materiales empleados. 3. Resultados. 3.1. Acceso expandido (*Expanded Access*). 3.2. Adaptación de Contenido (*Repackaged Content*). 3.3. Contenido expandido o auxiliar (*Ancillary Content*). 4. Conclusiones. 5. Referencias

[EN] 1. Introduction and state of the art. 1.1. Transversality of community programmes aimed at strengthening the multimedia content industry. 1.2. European television archives: conservation and access models. 1.3. Transmedia culture in the context of audiovisual archives. 2. Methods and materials. 3. Results. 3.1. Expanded Access. 3.2. Repackaged Content. 3.3. Ancillary Content. 4. Conclusions. 5. References.

Traducción de resumen de **Sara Martínez Cardama**
(Universidad Carlos III de Madrid)

Traducción de artículo de **CA Martínez-Arcos**
(Doctor en Comunicación, Universidad de Londres)

1. Introducción y estado de la cuestión

El presente artículo nace de la necesaria puesta en valor de los archivos audiovisuales de televisiones públicas en la sociedad actual. Se establecen los medios digitales, y particularmente, los sociales, como principal activo para esta revalorización. En concreto, se escoge las estrategias transmedia visibles a través de sus portales y de sus cuentas de *Twitter*. Para desarrollar este proyecto, se seleccionaron los archivos representativos de diferentes modelos de conservación y difusión de cuatro países: *British Broadcasting Corporation Archives (BBC)* (Reino Unido), *Institut National de l'audiovisuel* (Francia), *Netherlands Institute for Sound Fraand Vision* (Holanda) y *Archivo de RTVE* (España).

Este artículo permite realizar un estado de la cuestión y una conveniente prospectiva de la situación de los archivos audiovisuales ante el reto digital multiplataforma. Estos activos audiovisuales ya no basan solo su actividad en dar soporte a los usuarios internos, o de investigación; por ello, su valor patrimonial debe reconvertirse hacia fines de explotación y revalorización de sus contenidos.

Es, pues, importante esta reutilización a través de la ventana de las narrativas transmedia como mecanismo de proliferación de nuevos universos de contenido. Este universo es definido por Scolari como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión (2013, p.46). Jenkis *et al.* (2006:46) definen estas historias como aquellas “contadas a través de diferentes plataformas de medios de comunicación”. Costa y Piñeiro (2015) establecen en el desarrollo de Internet y de la web participativa el marco idóneo para la aplicación de las narrativas transmedia.

Los archivos, al igual que el resto de instituciones patrimoniales, no pueden ser ajenos a este fenómeno que se produce en medios sociales. Esta multiplicidad de medios y el carácter participativo ofrecen una gran posibilidad a estas instituciones ya que, una vez digitalizados, pueden agregar valor a sus fondos mediante su reutilización en otros contextos. Se considera, pues, que esta perspectiva es apta para la realización de este estudio, debido al reto de los medios de comunicación televisivos de dar visibilidad a sus archivos. A través de este tipo de estrategias, podrán constituirse como un elemento de innovación en la generación de contenido, con varios fines: desde nutrir programas propios, servir de nexo al ilustrar el material con acontecimientos históricos pasados o actuales y, por último, servir de apoyo para expandir universos transmedia generados, comúnmente, desde programas de ficción.

Para defender esta función, es importante recordar la doble dimensión de los archivos audiovisuales para relacionarlos con la cultura transmedia. A tenor de Arranz-Escacha y Caldera Serrano (2013), estos son:

-Valor patrimonial: como documentos de archivos que son. Tiene un doble espectro de usuarios: los internos o empleados del medio y los investigadores externos. Este valor no solo se encuentra en los productos terminados o ya emitidos sino también en los brutos, y todo aquel material grabado que pueda tener valor futuro. En este entorno, la preservación digital se vuelve imprescindible. El valor patrimonial en el entorno web cambia, y adquiere su razón de ser en las políticas de difusión y puesta a disposición del público.

-Valor de explotación: asociado a su utilidad. El material de archivo es el medio natural para la elaboración y obtención de información por parte de los periodistas. Sin embargo, este material puede ser reutilizado. Esta reutilización puede ser de tipo interno, para nutrir contenidos, pero también a nivel comercial obteniendo un rendimiento económico gracias a su rentabilización.

Además, en este artículo se le añade un valor social, ligado a su digitalización y puesta en valor a través de medios digitales, sobre todo en aquellos que prima la participación colectiva. Ese valor le dota al material de archivo audiovisual de la capacidad para nutrir contenido social susceptible de ser viralizado como soporte de noticias y otro tipo de contenido. Se puede manifestar también como núcleo de estrategias de políticas de *Social Media*, en las que el vídeo adquiere un papel relevante. Asimismo, este valor social tiene una función pública ya que revierte en la ciudadanía. Los contenidos audiovisuales televisivos públicos merecen ser conocidos y difundidos al gran público, y, por ende, las televisiones tienen que pensar en nuevas estrategias para su revalorización.

A esta estrategia social también se suma el nuevo consumo de televisión y contenidos, que favorece esta reutilización. Los modelos de consumo de televisión y contenido han cambiado, por lo que la distribución de archivos audiovisuales también ha de hacerlo. En este sentido, León-Moreno, Zapico-Alonso y Caldera-Serrano (2016) apuntan a las inversiones de empresas en la difusión web y su recepción a través de dispositivos móviles de manera rápida. Rodríguez Mateos y Hernández Pérez (2015) añaden dos fenómenos clave en esta nueva tendencia de los contenidos: la audiencia social y la convergencia de la televisión con otras plataformas como los medios sociales.

Estas afirmaciones se pueden completar con el *Digital News Report* de *The Reuters Institute for the Study of Journalism* (2017) que señala como elementos clave el incremento de las redes sociales como medio para obtener noticias, y un consumo de contenido en móviles y tabletas (47%) por encima del ordenador (46%). Asimismo, a tenor de este estudio, desciende el consumo de medios tradicionales *offline*, situándose en el 59% de los internautas.

Esta encuesta también recalca el peso de las redes sociales como fuente de información (el 28% de los encuestados entre 18 y 24 las reconocen como principal fuente de noticias) y el papel del vídeo en esta transmisión (29% de los menores de 45 años se informa *online* a través de este formato).

Como puede verse, el vídeo y los medios sociales adquieren un peso esencial en la transmisión de contenidos a las nuevas generaciones. Esta idea entronca con la desarrollada en el presente trabajo para su amortización.

Para la formulación teórica de las estrategias planteadas en este trabajo para las colecciones audiovisuales es preciso conocer qué políticas rigen el medio audiovisual europeo en el caso de los archivos, y si estas están orientadas, al menos parcialmente, a la difusión del patrimonio audiovisual en un entorno multiplataforma y orientado a la participación.

1.1. Transversalidad de programas comunitarios enfocados al fortalecimiento de la industria de contenidos multimedia

Desde principios de este milenio se comienza a vislumbrar un fortalecimiento de acciones comunitarias para el desarrollo de la Sociedad de la Información que materializan las directrices trazadas por los Planes de Acción eEurope (2002 y 2005), i2010, Europe 2020 y su Digital Agenda for Europe (2010-2020), como uno de los pilares clave. Estas acciones se han propuesto desde sus inicios traducir las recomendaciones, incluidas en los planes de acción, en programas e iniciativas comunitarias para el desarrollo del patrimonio cultural, los contenidos digitales, la industria multimedia, el I+D+I, la educación, la seguridad en Internet y la administración electrónica (Caridad-Sebastián, Morales-García y García-López, 2011: 440).

Haciendo una retrospectiva histórica, uno de los aspectos más importantes de la estrategia de la Unión Europea sobre la Sociedad de la Información empezó a desarrollarse a mediados de los ochenta, con programas destinados a implementar ya la industria de los contenidos multimedia: IMPACT 1 y 2. Al

finalizar IMPACT 2, surge INFO2000 (1996- 1999), que complementó y reforzó otras actividades comunitarias encaminadas a fomentar la naciente industria de los contenidos multimedia en Europa.

Los programas para el desarrollo de la cultura, los contenidos digitales y la industria multimedia tomaron en consideración los rápidos cambios tecnológicos. Se esperaba que el uso de la tecnología digital fuese más accesible, gracias a las nuevas formas de “transporte” de contenidos. En el marco de las políticas de información de la Unión Europea, se pusieron en marcha diferentes programas para el desarrollo de servicios y aplicaciones electrónicas (Morales García, 2008):

a) eTen (2000-2006), fue un instrumento esencial del plan de acción eEurope 2005, encaminado a fomentar el desarrollo de servicios, aplicaciones y contenidos electrónicos, y a acelerar el despliegue del acceso seguro de banda ancha a Internet. Según se recoge en CORDIS (2006), uno de los proyectos que ha resultado ser un éxito ha sido el proyecto MICHAEL, que ha desarrollado un sistema electrónico para acceder, gestionar y actualizar los registros digitales de 13 colecciones nacionales, incluyendo objetos de museo, sitios arqueológicos y turísticos, archivos de música y audiovisuales, material biográfico, documentos y manuscritos.

b) eContent (2001-2005), tuvo como predecesores el Programa INFO 2000 y el programa MLIS. Pretendió, esencialmente, el desarrollo de contenidos digitales y la promoción de la diversidad lingüística en la Sociedad de la Información, a través de múltiples canales, incluyendo el rápido crecimiento de los nuevos servicios y plataformas, como Internet móvil. Por su parte, eContent Plus (2005-2008), sucesor de eContent, constituyó el programa plurianual comunitario que incrementó las posibilidades de acceso, utilización y explotación de los contenidos digitales en Europa. Uno de los proyectos de mayor interés en este ámbito, resultó ser *European Digital Library Network (EDLnet)*, lanzado en 2008, dio comienzo al emblemático proyecto Europeana, punto de acceso a las colecciones de patrimonio cultural y audiovisual.

c) Cultura (2007–2013), se derivó del Programa Cultura (2000-2006) y estuvo destinado a financiar proyectos e iniciativas para proteger la diversidad cultural de Europa y aumentar su patrimonio cultural, promoviendo y fomentando la creación de redes culturales europeas.

d) MEDIA, constituyó el segundo modo de acción de la política audiovisual europea, después de la Directiva «Televisión sin fronteras» cuyos principios básicos fue la libre circulación de programas televisivos europeos en el mercado interior y la obligación de las cadenas de televisión de dedicar, siempre que sea posible, más de la mitad de su tiempo de emisión a obras europeas (EUR-LEX, 2008). El programa MEDIA previó medidas de apoyo a la industria europea del cine y la televisión para que esta industria fuese más competitiva y capaz de satisfacer las necesidades de las cadenas de televisión. Con su programa MEDIA (2007-2013), la Comisión tuvo la intención de continuar las medidas adoptadas en los programas anteriores: MEDIA I, MEDIA II, MEDIA Plus, MEDIA Formación y MEDIA MUNDUS, que han favorecido el desarrollo de la industria audiovisual europea desde 1991.

e) Europa Creativa (2014-2020), destinado a impulsar los sectores cultural y creativo, con un presupuesto global de 1.460 millones de euros (9% más que sus predecesores), aún los programas previstos para el período 2007-2013: Cultura, MEDIA y MEDIA Mundus y se subdivide en tres apartados:

- Subprograma Cultura: con un 31% del presupuesto, propone que, al menos 8.000 organizaciones culturales y 300.000 artistas y profesionales de la cultura recibirán apoyo con el fin adquirir nuevas competencias.

- Capítulo intersectorial: con un 13% del presupuesto total, establecerá un instrumento de garantía de los Sectores Cultural y Creativo.

- Subprograma MEDIA: con un 56 % del presupuesto total, fomentará el desarrollo y la distribución de más de 1.000 películas europeas, por medio de plataformas tradicionales y digitales; aportará financiación para ayudar a los profesionales audiovisuales a tener acceso a los mercados internacionales y promoverá la realización de películas y otros contenidos audiovisuales.

Según un Comunicado de prensa de la propia Comisión Europea (2016), desde el lanzamiento del programa MEDIA, en 1991, se ha invertido más de 2.400 millones de euros en la creatividad y la diversidad cultural europeas. Este programa ha apoyado a unas 2.000 producciones europeas (películas, series de televisión y otros proyectos), cuya distribución se realiza por medios digitales en salas de cine, a través de la televisión y mediante servicios de vídeo a la carta. MEDIA ha contribuido a la formación de más de 20.000 productores, directores y guionistas, que han podido así adaptarse a las nuevas tecnologías. Como dato curioso, este comunicado apunta a que 40 películas financiadas por MEDIA han obtenido la Palma de Oro, el Gran Premio o el Premio al mejor director y han recibido un total de 20 millones de euros en ayudas. En el año 2016, 10 de las 21 películas de la selección oficial de Cannes recibieron el apoyo económico del programa MEDIA.

En el portal del Programa Creative Europe MEDIA, y dentro de la sección “Datos y cifras”, se alude a que sólo para el período 2014-2020, se destinarán más de 800 millones de euros al apoyo de la competitividad y diversidad de la industria, a través de una serie de acciones: Formación para profesionales audiovisuales; Apoyo a la distribución de películas no nacionales; Apoyo al acceso a mercados; Apoyo para festivales cinematográficos que muestren contenido europeo; Fondos de apoyo a la coproducción internacional; Apoyo a la distribución online; Apoyo al desarrollo de series de televisión y drama, Apoyo al desarrollo de videojuegos; Apoyo al desarrollo de películas; Apoyo a redes de salas de cine y Apoyo a proyectos de desarrollo de audiencias.

Paralelamente, y desde la década de 1980, se dio el avance más significativo en la política científica comunitaria, con la puesta en marcha de los Programas Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico.

Bajo la financiación del 4º programa Marco, se puso en marcha el proyecto AVIR, basado en algoritmos inéditos, donde se desarrollan descriptores innovadores para programas de televisión, a partir de la información básica extraíble, ya sea del canal de audio o de vídeo, o de ambos. Estos descriptores permiten el análisis y la indización del contenido audiovisual. Por otra parte, ya están disponibles funciones de navegación entre fotogramas, búsqueda de noticias, recuperación por similitud y otras muchas funciones (Cordis, 2005).

Para el 7º Programa Marco (2007-2013), la Comisión Europea puso en marcha diferentes proyectos donde algunos continúan vigentes o son sustituidos por proyectos similares. El 7º Programa Marco (FP7) estimula la reciprocidad entre las industrias del sector multimedia, las instituciones culturales y las universidades en un marco de asociación. Ejemplo de ello, lo encontramos en proyectos como EUROTRANSMEDIA, Notube y EUscreen.

EUROTRANSMEDIA, comprendido desde 2013 al 2016, aporta un cambio de paradigma que implica la convergencia de todos los medios de comunicación, tradicionales y digitales. Según se recoge en las páginas de Cordis (2017), el equipo impulsor de este proyecto puso de relieve la necesidad de desarrollar contenidos interactivos y la aceptación indiscutible por parte de los usuarios. Además, el proyecto recomendó a la Unión Europea que dejase atrás el antiguo modelo de protección de contenidos locales para fomentar la creación de universos artísticos libres de barreras culturales. Forman parte de EUROTRANSMEDIA el consorcio formado por TWIST-Cinema & Digital Media Cluster in Wallonia (principal organización empresarial en el campo de las tecnologías digitales para la manipulación de imágenes, sonido y texto en Bélgica), Media Evolution de Suecia (con más de 400

miembros), EureCat-Centre Tecnologic Catalunya (una organización privada, sin ánimo de lucro que integra en su Junta a representantes de instituciones de investigación, universidades, administración pública y empresas), Cap Digital (con 800 miembros de los cuales el 80% son pymes y *startups* que incluyen a los más activos de la industria digital francesa), Le Pôle Média Grand Paris (organización sin ánimo de lucro, con más de 100 miembros que reúne a empresas, autoridades públicas, académicos y actores de investigación que cubren todas las actividades de la industria de medios digitales: cine, televisión, transmedia, animación CGI, archivo digital, entre otras), Plaine Commune de Francia (alberga quince centros de datos, sesenta y cinco estudios de cine, televisión y la industria audiovisual), Servicio Público de Valonia-SPW (administración regional a cargo de la gestión general en la Región de Valonia), INTERFACEUROPE y Estonian Digital Centre.

Por su parte, el Proyecto NoTube (2009-2012), reunió a entidades dedicadas a la creación y difusión de contenidos digitales (como la British Broadcasting Corporation, objeto de estudio) y a expertos en integración de plataformas. Su propósito fue vincular los distintos medios: web y televisión (Web+TV), para que los consumidores puedan visionar programas e interactuar con sus contactos, con independencia del dispositivo que utilicen. Dan Brickley, uno de los coordinadores del proyecto, afirmó que los prototipos "Web+TV", que más beneficiarán a los espectadores serán aquellos que utilicen estándares abiertos. En un reportaje financiado con arreglo al FP7-ICT, se afirmó que gracias al proyecto dirigido por BBC R&D (departamento de investigación de dicha cadena), se desarrollaron métodos para generar recomendaciones relativas a programas, en función de la actividad social, y se crearon tecnologías que facilitan al televidente que comente y/o difunda información televisiva en sus redes, sin vulnerar su privacidad (Cordis, 2012).

Fruto del proyecto EUscreen (2009 y 2012), surgió el portal EUscreen, basado en la experiencia de una red de archivos audiovisuales, académicos y socios técnicos y se estableció un consorcio, con 31 organizaciones (donde están presentes dos de los archivos de televisión analizados: INA de Francia y Netherlands Institute for Sound and Vision). Los organismos de radiodifusión y los archivos de toda Europa han aportado un importante volumen de videos y programas propios, con contenido audiovisual profesional.

El portal EUscreen ofrece acceso gratuito en línea a miles de contenidos que representan el patrimonio audiovisual. Este sitio web proporciona una visión de los eventos sociales, culturales, políticos y económicos acaecidos en los siglos XX y XXI, narra eventos históricos importantes y permite explorar programas de televisión que se enfocan en la experiencia cotidiana. Por otra parte, en el proyecto EUscreen, se crearon exposiciones virtuales para contextualizar los elementos de la colección.

Su sucesor, EUscreenXL, comenzó en 2013 y se extendió hasta el año 2016, bajo el programa 7º Programa Marco. A través del propio portal se anuncian las expectativas de este último proyecto: "Core Collection (plataforma de EUscreen) constará de 60,000 elementos de contenido y metadatos de alta calidad, enriquecidos y curados, disponibles a través de EUscreen y Europeana. Se agregarán 20,000 elementos de contenido basados en contenido de series de televisión de toda Europa o de distintas colecciones de películas y videos al contenido existente de 40,000 artículos (seleccionados por tema histórico o para exposiciones específicas)".

Asimismo, si bien Europeana fue un proyecto que nació del mencionado programa eContentplus (2005-2008), bajo el nombre de European Digital Library Network (EDLnet), actualmente recibe también financiación de los programas de I+D, en concreto del 7º Programa Marco. Este proyecto se ha convertido en un punto de acceso único a más de 51 132 068 recursos digitales de archivos (diciembre de 2017) que van desde la prehistoria hasta la actualidad, especializados en arte, moda, música, fotografía y la Primera Guerra Mundial. Contienen gallerías, blogs y exposiciones aportadas por 2.200 instituciones europeas, donde están presentes también tres de los archivos de televisión

analizados: BBC (United Kingdom); Netherlands Institute for Sound and Vision (Holanda) y Institut National de l'Audiovisuel (Francia) (Tabla 1).

Tabla 1: Europeana Collections: agregadores de contenidos

Cifras totales en Europeana	Colección BBC	Colección Netherlands Institute for Sound and Vision	Colección INA
EUscreen (1,064,062)	BBC (852)	Netherlands Institute for Sound and Vision (21,218)	
Europeana Fashion (867,177)		Netherlands Institute for Sound and Vision (671)	
Europeana Sounds (530,633)		Netherlands Institute for Sound and Vision (3,837)	
Institut National de l'Audiovisuel (101,356)			Institut National de l'Audiovisuel (101,356)

Fuente: Europeana – Proveedores de datos (diciembre 2017) ()

Finalmente, el objetivo de la estrategia Europa 2020 incluye, en el presente periodo, una inversión del 3 % del PIB en I+D. Entre las medidas propuestas para alcanzar este objetivo, la Comisión Europea presentó el último programa de I+D+i, Horizonte 2020 (2014-2020), dotado con 80 billones de euros. Según datos recogidos por CORDIS (2017), uno de los proyectos puestos en marcha ha sido SENTAB, financiado por Horizon, que conecta a las personas mayores con otros ciudadanos, combinando teléfonos inteligentes, tabletas y PC con televisores para realizar llamadas de video fáciles de usar, juegos cognitivos, interacción con la comunidad, contenido gratuito, noticias y redes sociales.

Una vez vistas las principales estrategias europeas y con el fin de contextualizar el estudio, se esbozan a continuación los diferentes modelos de conservación y difusión de los archivos audiovisuales de los organismos analizados.

1.2. Archivos audiovisuales de televisiones europeas: modelos de conservación y difusión.

Los archivos audiovisuales de televisión forman parte del patrimonio audiovisual y cultural de una nación. Su consideración de acervo cultural viene avalada por organismos internacionales con competencias en la materia como la UNESCO, que ya desde 1980 en la 21 Reunión de la Conferencia General, propone una recomendación orientada a “la salvaguarda y conservación de las imágenes en movimiento” (UNESCO, 1980), entre las que se incluyen las “producciones televisivas realizadas por o para los organismos de radiodifusión”.

La recomendación señala algunas directrices jurídicas y administrativas para que las instituciones de archivo oficialmente reconocidas puedan disponer para su salvaguarda y conservación de una parte o la totalidad de la producción nacional del país como “la creación de sistemas de depósito legal”. No obstante, se insiste en que las medidas deben respetar la legislación nacional e internacional vigente en temas sensibles como “la protección de los derechos de autor”.

Coincidiendo con la conmemoración del 25º aniversario de la aprobación de esta recomendación, y como medida de sensibilizar sobre la necesidad de preservar este patrimonio, la UNESCO proclama el 27 de octubre Día Mundial del Patrimonio Audiovisual (UNESCO, 2005).

Así mismo, organismos de carácter profesional como la FIAT, Federación Internacional de Archivos de Televisión (FIAT/IFTA), vienen, desde su creación en el año 1977, realizando recomendaciones en

este sentido. En el año 2004, en el marco de su Conferencia anual, redactó el denominado “Llamamiento de París” para que los gobernantes tomen medidas para la salvaguardia de los archivos de radio y televisión (Hidalgo, 2014: 11).

Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, la mayoría de los países carecen de una legislación *ad hoc*. En sus numerosos estudios sobre los archivos de televisión, Hidalgo (2013, 2014, 2017) subraya que la falta de políticas de conservación, preservación y acceso a los documentos que albergan suele ser la práctica habitual.

Respecto a las estructuras de conservación y/o difusión no existe un modelo único. Para los archivos de las televisiones públicas europeas, la autora señala diferentes realidades derivadas de la presencia o ausencia de un marco jurídico que regule su gestión y de su mayor o menor protección.

Entre las diferentes situaciones encontramos países en los que los documentos audiovisuales de televisión están sujetos a una Ley de Depósito Legal y cuya responsabilidad jurídica depende de organismos públicos, a veces creados ex profeso, como Francia que encomienda la gestión de los archivos de todas las televisiones tanto públicas como privadas al INA o Noruega cuya gestión depende de propia Biblioteca Nacional del país.

En la mayoría de los países, sin embargo, no existe un organismo de carácter oficial para tal uso, ni cuentan con una Ley obligatoria de Depósito Legal para los documentos audiovisuales siendo los propios las propias empresas y organismos de televisión los responsables de la gestión y conservación de los mismos que dependerá, por tanto, de los criterios de carácter comercial y empresarial de las propias cadenas (Hidalgo, 2013: 149).

Por lo que respecta a nuestro estudio, los archivos audiovisuales de los organismos analizados (BBC, INA, Netherlands Institute for Sound and Vision y RTVE) responden a diferentes estructuras de conservación por lo que ejemplifican de manera paradigmática los diferentes modelos de gestión del patrimonio audiovisual televisivo.

BBC

Los programas de televisión en el Reino Unido no están sujetos a una norma legal de depósito. La gestión de los archivos de televisión es compartida por la propia BBC y el NFA (National Film Archive) (Pérez, 2011: 170). Esta institución, creada en 1935, que forma parte del British Film Institute (BFI) es la responsable de las funciones de preservación y acceso tanto de películas cinematográficas como de programas de televisión. Su archivo conserva el material de la BBC para su preservación desde 1950. Por su parte, la BBC conserva en archivo parte de su producción correspondiente a las primeras emisiones y al periodo después de la segunda guerra mundial (Hanford, 1986).

Desde la página web del propio archivo de la BBC se puede acceder en abierto a algunas colecciones temáticas de programas de radio y televisión, documentos y fotografías desde la década de 1930. Si bien, la propia página informa de que ha dejado de actualizarse.

INA

Francia es uno de los países que ha ido adoptando paulatinamente una auténtica política de conservación y donde se reconoce el valor patrimonial de los archivos audiovisuales desde época más temprana. Desde su creación en 1975, el INA es el organismo público encargado garantizar la conservación y preservación de los archivos de radio y televisión.

En 1992 se encomienda además al INA el control del depósito legal de los documentos de radio y televisión de todas las cadenas públicas y privadas. Para su gestión, en 1995 se crea la *Inathèque de France*, estableciéndose el primer centro de consulta en la Biblioteca Nacional de Francia en 1998.

Asimismo, desde 2006 es responsable también junto con la BnF, del depósito legal de los sitios web de medios de comunicación franceses.

El INA se configura desde su creación como institución pública de carácter patrimonial siendo, además, una entidad de carácter industrial y comercial encargada también de la explotación de los archivos de televisión de todas las cadenas públicas y de aquellas privadas que han suscritos convenios con el INA.

Entre las acciones previstas para el periodo 2015-2019 del INA se contempla la necesidad de repensar la función de los archivos audiovisuales en la era digital, así como en el contexto de las redes sociales.

Netherlands Institute for Sound and Vision

Holanda es otro de los países que cuenta con una institución pública como el Netherlands Institute for Sound and Vision para la preservación y conservación del patrimonio audiovisual nacional. La configuración de un organismo nacional con responsabilidad en este área comienza a gestarse a mediados de la década de 1990. Así, en 1997 se crea el *Dutch Audiovisual Archive* que fusiona los archivos audiovisuales de la radio y televisión públicas holandesas, el RVD (Servicio de Información de Holanda), el *Dutch Film and Science Foundation* y el *Broadcasting Museum in the Netherlands*.

Desde 2006, bajo la denominación ya de Netherlands Institute for Sound and Vision, añade a su misión patrimonial la función museística, convirtiéndose actualmente en una institución para la cultura de los medios que se centra en recopilar y preservar la mayor parte del patrimonio audiovisual de los Países Bajos y ponerlo a disposición del mayor número de usuarios posible. Actualmente, cuenta con colección multimedia con fondos audiovisuales, fondos de prensa escrita, sitios web y objetos relacionados con los distintos medios de comunicación.

Su página web permite el acceso de manera gratuita a una selección del material para su uso con fines educativos. No obstante, la propia institución informa de que pondrá en abierto toda la colección audiovisual en 2019.

RTVE

El valor del patrimonio audiovisual español es reconocido en diferentes leyes y normativas, sin embargo, la responsabilidad y procedimientos para su salvaguarda sigue siendo difusa. Precisamente, los “programas audiovisuales emitidos por servicios de comunicación audiovisual” figuran entre los “excluidos de depósito legal” en la última Ley de Depósito Legal de 29 de julio de 2011 (Hidalgo, 2014: 22). España sería, por tanto, uno de los países en el que la preservación y conservación del patrimonio audiovisual de las televisiones es responsabilidad de las propias cadenas. En el caso concreto de la televisión pública estatal, es la propia Corporación de RTVE la responsable de la conservación de sus archivos históricos audiovisuales (Hidalgo, 2013: 148).

En 2008, RTVE da a conocer, a través de su sede web, el Archivo RTVE que permite el acceso abierto y de forma gratuita a su patrimonio audiovisual (Bazán, 2014: 12). En este sentido, la política de la televisión pública española sería una buena práctica de cómo se pueden revalorizar y dar a conocer estos archivos (Hidalgo, 2013: 162).

1.3. La cultura transmedia en el contexto de archivos audiovisuales

Como se ha apuntado en la introducción, la experiencia y el consumo de contenidos, bien sean ficción o no, ha cambiado radicalmente debido a nuevos elementos como la interacción con la audiencia, su distinta medición y el consumo a través de diversas plataformas. Para entender esta propuesta de estrategias transmedia para la difusión de material audiovisual de archivo, es necesario previamente conocer cómo se abordan estas nuevas perspectivas en la literatura científica.

El concepto de “Televisión social” surge, como reconocen Quintás y González (2014), de la combinación de redes sociales, segundas pantallas y televisión. Scolari la denomina “hipertelevisión” (2008), mientras que algunos autores la denominan, debido a su capacidad de adaptación, como “TV morfosis” (Orozco, 2012).

A pesar de estos cambios, para Hagedoorn y Agterberg (2016), la televisión está jugando un papel esencial en la recuperación de documentos de archivo que se pueden distribuir a través de las nuevas plataformas *online*. Esta reutilización de material fílmico de archivos audiovisuales en nuevas plataformas conecta a los usuarios con el pasado a la vez que sirve como contexto para obtener productos *storytelling* transmedia y crossmedia (Hagedoorn, 2016:168).

En este contexto, los archivos audiovisuales pueden configurarse como los nuevos canales de comunicación, reformulándose en un escenario donde el poder de interacción entre el emisor y receptor es impredecible, tal y como apunta Jenkins (2006). En estos contextos innovadores, los contenidos son pensados para ser transmedia: para reutilizarse en múltiples plataformas.

Esas nuevas narrativas digitales basadas en el *storytelling* son una oportunidad para la reutilización de imágenes de archivo. Desde los últimos años de la década de los 90, la tecnología digital ha fomentado la creación de historias de manera más rápida. En especial mediante las nuevas formas de software social que han abierto las historias a sujetos emisores no-expertos o amateurs (Hancox, 2017). En este sentido, el *storytelling* digital emerge como parte de un cambio de paradigma en Comunicación más amplio, donde la tradicional jerarquía evoluciona hacia un entorno comunicativo *peer-to peer* (Hartley, 2009).

En la narrativa transmedia en concreto, además de desarrollarse en varios medios, cada aportación nueva hace una contribución específica y valiosa a la totalidad (Jenkins, 2008). En este entorno, se espera del espectador un papel activo en el consumo, similar al de recolector o cazador, en busca de esos fragmentos de contenido, por lo que se fomenta la participación y un entretenimiento más activo (Jenkins, 2008). Por ello, además de la estrategia comunicativa se fortalece una implicación con el contenido. La dimensión emocional en estas estrategias se vuelve decisiva para que sean más efectivos (Sánchez Castillo y Galán, 2016). El archivo puede ser un *partner* más que colabore en la expansión de estos universos fomentando el vínculo emocional con los espectadores. Para ello, hay que romper la visión tradicional de las imágenes de archivo en la televisión. En este sentido, Hagedoorn y Agterberg (2016) reivindican el papel de los archivos de las televisiones nacionales como agentes esenciales en el conocimiento histórico contemporáneo. Para este fin, valoran el potencial impacto tanto de la capacidad de su distribución *online*, como de su contextualización y, por supuesto, de su preservación digital. Sin duda, en los términos de este artículo la contextualización es un elemento clave. Dekker (2014) valora en estas estrategias su unicidad y originalidad, sin que se repliquen meramente contenidos de archivo duplicados. Este autor, considera que la distribución, a pesar de ser mutiplataforma, sigue siendo convencional, viendo una oportunidad en los nuevos conceptos transmedia para su difusión. Un paso más allá en este tipo de estrategias la establece Caldera Serrano y León Moreno (2016) cuando reconocen la posibilidad de jugar con tecnologías de realidad aumentada para explotar las colecciones de archivo. Estos autores defienden la utilización de dispositivos móviles para acceder a imágenes utilizadas en la creación de un programa, mezclada con elementos adicionales que susciten interés en los usuarios. Con la ayuda de este tipo de nuevas tecnologías, puede desarrollarse un nuevo producto multimedia que actúe como un mapa conceptual de contenidos audiovisuales de un evento o programa, basándose en documentos de archivo.

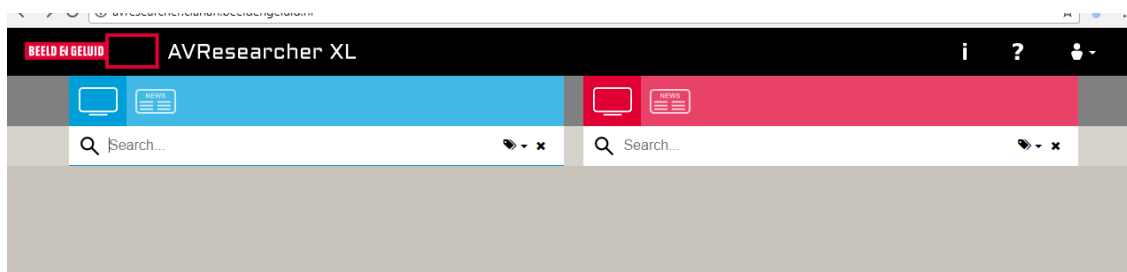
Hagedoorn y Agterberg (2016) reconocen el papel que las televisiones y archivos pueden ejercer en el desarrollo de nuevos tipos de compromiso en los usuarios, incluyendo de manera explícita, contenido a demanda, más abierto y favoreciendo nuevas experiencias con el contenido televisivo. Señalan que,

en el caso holandés, esta tendencia ha coincidido con el incremento de producciones sobre historia y documentales, en el que han hecho gala de nuevas formas de crossmedia y *storytelling* que reutilizaban el material de archivo de diferentes maneras. Hagedoorn en 2015, establecía el ejemplo de la serie *In Europe*, proyecto televisivo basado en una estrategia *storytelling* multiplataforma. La autora recalca, además, la labor de estos mecanismos para la creación de memorias colectivas más efectivas.

En este sentido, en España, sucede lo mismo con los programas de ficción, en concreto, con la intersección de la propia ficción con los documentos de archivo que actúan como elemento contextualizador. El ejemplo más paradigmático de colaboración y del desarrollo de un universo expandido no ha sido llevado a cabo por un archivo audiovisual, sino por instituciones patrimoniales, como la Biblioteca Nacional o el Archivo Nacional en ficciones como *El Ministerio del Tiempo*, donde estas instituciones actúan no solo de universo expandido de la serie, sino que realizan un auténtico proceso de Curación de Contenidos con su propia colección para difundir y valorizar a través de medios sociales su propio acervo (Martínez Cardama, 2017).

Tanto las televisiones, como sus archivos, están adaptándose a nuevos tipos de participación con las audiencias, basándose en la recontextualización de los contenidos y sus oportunidades. A nivel profesional, es necesario destacar el ejemplo holandés del desarrollo de la herramienta *AVResearchXL*, donde se puede apreciar una metodología de trabajo en la que el contenido va más allá de solo lo emitido (Figura 1).

Figura 1: AVResearch XL



Fuente: <https://www.beeldengeluid.nl/>

Se trata de un metabuscador destinado a investigadores a través del que pueden localizar metadatos tanto de contenido tradicional de catálogos, como de los programas y contenidos emitidos, así como de aquello asociado a los mismos en la red social *Twitter*. Este ejemplo, muestra cómo a nivel profesional ya se entienden las perspectivas multiplataforma y transmedia para relacionar y estudiar contenidos. Comprende políticas de preservación digital distintas, incluyendo, desde el archivado de la web a toda la documentación digital asociada a los procesos productivos audiovisuales (Hagedoorn y Agterberg, 2016).

Tanto desde la visión de la creación de memoria colectiva como desde la visión social, los archivos audiovisuales pueden ser un elemento fundamental para las políticas de *social media* y hacer uso de estas opciones dinámicas de *storytelling*.

El reto de los archivos audiovisuales ha sido bien analizado y tratado por Rodríguez y Hernández (2015), enfocándolo a tres conceptos clave en la Televisión 2.0 que ya encontramos en el trabajo de Askwith (2007): acceso expandido, contenido expandido y contenido adaptado. En cuanto al primero, el *acceso expandido*, constituye el acceso a los contenidos donde no hay una reelaboración original. Rodríguez y Hernández (2015) establecen en los documentalistas audiovisuales la labor de revitalización, relacionándolo con la actualidad u otras series y programas. En cuanto al *contenido*

adaptado, constituye la elaboración de nuevos contenidos basados en los preexistentes. Por último, el *contenido expandido o auxiliar*, es aquel expandido a raíz de la emisión: esa creación de universos (biografías, resúmenes históricos sobre la época de la ficción, etc.).

En cualquiera de estas tres categorías, el rol del documentalista audiovisual puede resultar crucial para el análisis del contenido textual generado, antes durante y después de cada consumo televisivo (Rodríguez y Hernández, 2015). Estos autores plantean el seguimiento de etiquetas o *hashtags* para seguir los contenidos y con metadatos, proceder a su segmentación. Esto entronca con los nuevos retos futuros de la profesión: la medición de las audiencias sociales en diferido y de la participación de los documentos de archivo en este proceso.

2. Método y materiales empleados

El objetivo fundamental de este estudio es conocer el actual papel de los materiales de archivos audiovisuales en la creación de estrategias transmedia. En este caso, teniendo en cuenta el gran papel de las audiencias sociales, nos hemos centrado principalmente en la plataforma *Twitter*. Paralelamente, se pretende conocer los diferentes modos que las televisiones públicas emplean para dar a conocer y poner en valor su acervo audiovisual a las nuevas generaciones utilizando para ello los nuevos medios digitales. Se analizan, por tanto, los perfiles de *Twitter* de cuatro televisiones públicas que podemos considerar paradigmáticas: RTVE de España, BBC de Reino Unido, el INA de Francia y *Netherlands Institute for Sound and Vision* holandés. Se ha pretendido, mediante esta elección, ofrecer una panorámica de diferentes modelos de conservación y difusión del patrimonio audiovisual. Desde una perspectiva muy proteccionista, donde las imágenes están sujetas al Depósito Legal del país o se han creado organismos públicos para su gestión como el INA francés o el *Netherlands Institute for Sound and Vision* holandés hasta modelos menos protectores donde son los propios organismos de producción y radiodifusión los encargados de conservar y difundir este patrimonio como sería el caso de RTVE en España y un tercer mecanismo como el inglés, donde la gestión está compartida entre los propios archivos audiovisuales de las televisiones y el British Film Institute (BFI) que se encarga del acceso.

Los sitios web y perfiles *twitter* de los que se obtuvo información son los siguientes (Tabla 2):

Tabla 2: URL: perfiles de *Twitter* y sitios web

Archivos	Perfiles en <i>Twitter</i>	Sitio web
BBC (Reino Unido)	https://twitter.com/beeldengeluid	http://www.bbc.co.uk/archive/ http://www.gettyimages.co.uk/footage/bbcmotiongallery#*
INA (Francia)	https://twitter.com/inafrofficiel?lang=es	http://www.ina.fr/
Netherlands Institute for Sound and Vision (Holanda)	https://twitter.com/beeldengeluid	https://www.beeldengeluid.nl/
RTVE (España)	https://twitter.com/archivortve?lang=es	http://www.rtve.es/television/archivo/

*El segundo enlace corresponde al servicio profesional que gestiona la venta de imágenes online.

Fuente: elaboración propia

Puesto que en la literatura profesional no se abordan indicadores de evaluación tan específicos para analizar estrategias transmedia de los archivos audiovisuales, se ha procedido a identificar ámbitos de evaluación propios. Para la elaboración de estas categorías se han tenido en cuenta tendencias apuntadas en algunos estudios recientes sobre el sector, como los elaborados por Hagedoom (2015) donde recurre al *storytelling* multiplataforma para la revalorización de documentos audiovisuales de archivo para crear una memoria participativa colectiva. Esta misma tendencia, la apuntan en 2016 Hagedoom y Agterber en la que señalan el fin del archivo televisivo convencional prediciendo un futuro marcado por la difusión de contenidos bajo estrategias crossmedia. Se han descartado otros estudios de carácter más generalista que evalúan las páginas web de los archivos audiovisuales de televisiones (Antón y Guallar, 2014) y el de Codina, Aubia y Sánchez (2008) que proporciona indicadores para analizar únicamente los sitios web de las corporaciones.

El trabajo de Rodríguez y Hernández (2015), a pesar de estar centrado únicamente en un estudio de caso concreto sobre una serie de ficción como es El Ministerio del Tiempo de RTVE, se ha tenido también en cuenta, para agrupar los ámbitos de evaluación ya que es un trabajo relevante sobre posibles aplicaciones de la transmedialidad a documentos de archivos audiovisuales. En él, los autores, como ya se ha mencionado, se basan en tres tareas de dinamización de archivos audiovisuales establecidas ya en Askwith (2007): acceso expandido (*Expanded Access*), adaptación de contenidos (*Repacked Content*), contenido expandido o auxiliar (*Ancillary Content*).

Partiendo de estas propuestas, se han establecido los siguientes ámbitos de evaluación (Tabla 3).

Tabla 3: Estrategias transmedia para la dinamización de archivos audiovisuales

Áreas de interés	Ámbitos de evaluación
1. Acceso expandido (<i>Expanded Access</i>): se revaloriza el contenido respetando tal y como fue producido originalmente.	1.1. Difusión de programas completos ya emitidos a los que se puede acceder a través de la página del archivo. 1.2. Finalidad contextual: conexión de imágenes de archivo para ilustrar una realidad actual. Tiene tres usos: conmemoraciones, efemérides y utilización de sucesos pasados para contextualizar noticias actuales con las que guardan algún tipo de relación. 1.3. Estrategias de fidelización a través de Twitter. Empleo de <i>hashtags</i> para fidelizar a nuevos usuarios (i.e. #felizlunes, #happymonday...).
2. Adaptación de Contenido (<i>Repacked Content</i>): elaboración de nuevos contenidos reutilizando las producciones originales.	2.1. Apoyo a programas nuevos basados en documentos de archivo.
3. Contenido expandido o auxiliar (<i>Ancillary Content</i>): el punto de partida es una producción a partir de la cual se genera y se difunde nuevo contenido.	3.1. Creación de narrativas transmedia a través de: páginas propias de personajes o tramas, <i>making of</i> , realidad virtual, contenido histórico <i>ad hoc</i> para expandir la trama.

Fuente: elaboración propia a partir de Askwith (2007)

3. Resultados

El análisis de resultados se ha acometido desde una perspectiva cualitativa teniendo en cuenta los ámbitos de evaluación establecidos (Tabla 3). Partiendo de estas categorías, se ofrecen los resultados agrupados para las cuatro instituciones objeto de estudio: BBC, INA, Netherlands Institute for Sound and Vision y RTVE.

3.1. Acceso expandido (*Expanded Access*)

Se trata de la estrategia más común entre los diferentes organismos analizados para dinamizar sus archivos a través de medios digitales. Como se ha precisado, consiste en dar a conocer los fondos del archivo respetando su producción original, a través de tres ámbitos de evaluación:

a) Difusión de programas completos ya emitidos a los que se puede acceder a través de la página del archivo

Las respuestas en el análisis de este ítem vienen marcadas por la propia idiosincrasia de cada uno de los archivos y de sus políticas de acceso a los fondos:

- **BBC**

Aunque la página del archivo digitalizado de la BBC ofrece colecciones y selecciones de programas digitalizados, esta nos informa que sus contenidos han dejado de actualizarse, estando accesibles en otras plataformas online: como su propio sitio web de TV (*BBC Player*), su servicio profesional de venta de imágenes, la actual *BBC Motion Gallery*, alojada en Getty imágenes, y sus fondos *offline*, previo contacto con el centro, en *BBC Broadcast Archive*. Es importante destacar que esta gestión es compartida con la institución BFI, que alberga fondos de esta compañía desde 1950.

En cuanto a su perfil de *Twitter*, @BBCArchive, creado en 2009, cuenta con 8.916 publicaciones (diciembre 2017). De este histórico, se puede constatar que en ninguno de los casos nos remite a programas completos ya emitidos a través de la página web del archivo. De hecho, por estar embebido, no proporciona enlace alguno a la página de origen.

- **INA**

El Instituto Nacional Audiovisual francés es la entidad pública que gestiona el acceso a los archivos audiovisuales de las televisiones francesas, públicas y privadas. Sus contenidos se disponen en la página web agrupadas no solo por emisiones, sino por categorías temáticas y personalidades. Dispone, además, de un potente buscador, que permite filtrar los contenidos por categorías y fechas. Sus 13,3 K publicaciones en *Twitter*, tampoco nos ofrecen acceso a programas completos. Al igual que la BBC, en muchos casos también se suele embeber el video sin ofrecer enlaces externos. No obstante, en varias ocasiones nos da la posibilidad de acceder a contenido elaborado como dossieres sobre diferentes temas de actualidad, como la inmigración, accesibles bien a través de la página del archivo o bien a través de canales de *YouTube*.

- **Netherlands Institute for Sound and Vision**

Este importante Instituto, que alberga el 70% de la producción audiovisual de los Países Bajos, es uno de los archivos audiovisuales más importantes de Europea. Como hemos señalado, tiene una triple dimensión: es el archivo central de las televisiones holandesas, un instituto cultural y patrimonial y un museo. A pesar de ello, su perfil de *Twitter* @BeeldenGeluid, creado en 2009, y con 9.733 publicaciones, no se utiliza para poner en valor su gran patrimonio, siendo

excepcionales los casos en los que ofrece acceso a algún documento audiovisual contextualizado. En la mayoría de los casos los *tweets* hacen referencia a la actividad y agenda del Instituto.

- **RTVE**

El sitio web del archivo de RTVE se presenta en 2008 dando acceso paulatinamente a todo tipo de contenido ya digitalizado. De los archivos analizados, es el que muestra un mayor compromiso a la hora de ofrecer material completo sin previo pago.

Su perfil de *Twitter* @ArchivoRTVE, con 10,1 k publicaciones, fue creado en 2014. Sin embargo, es un ejemplo de la difusión de acceso expandido de contenidos originales. Cada *tweet* remite a través de un enlace a la página web del archivo desde donde podemos visualizar programas completos ya emitidos.

Finalidad contextual: conexión de imágenes de archivo para ilustrar una realidad actual. Tiene diferentes usos: conmemoraciones, efemérides o se recurre a sucesos pasados para contextualizar noticias actuales con las que guardan algún tipo de relación

Tras analizar cada uno de los archivos, se detecta que es la estrategia de dinamización más utilizada en sus perfiles sociales. En la mayoría de los casos se aprovechan imágenes de archivo para ilustrar sucesos de la realidad actual.

- **BBC**

En cuanto a las publicaciones en @BBCArchive, se aprecia que esta estrategia prima sobre otros usos. Siguiendo la práctica habitual de varias instituciones patrimoniales conectan contenidos propios con efemérides a través de *hashtags* comunes en este medio como #OTD (*On this day*), dirigido fundamentalmente a efemérides propias relacionadas con la historia de su programación (Figura 2):

Figura 2: Uso del *hashtag* #OTD en @BBCarchive



Fuente: <https://twitter.com/bbcarchive?lang=es&lang=es>

Al igual que en otros casos que veremos a continuación, también se utiliza este *hashtag* para conmemorar nacimientos, fallecimientos o acontecimientos de personas relevantes (escritores, actores...).

- INA

A diferencia de la BBC, en la institución francesa se observan otras estrategias de tipo contextual. Por ejemplo, en el caso de las efemérides, el INA no utiliza ningún *hashtag* del tipo #cejour (tal día como hoy), sino que lo expresa directamente en el texto del *tweet* (Figura 3).

Figura 3: Recordatorio del fallecimiento de la escritora Marguerite Yourcenar en @Inafr_officiel



Fuente: https://twitter.com/inafr_officiel?lang=es

Asimismo, se difunden contenidos ya emitidos a través de su archivo para contextualizar eventos actuales. Como se puede ver en el ejemplo (Figura 4), el INA aprovecha el lanzamiento de la nueva película de *Star Wars* (empleando el *hashtag* #StarWars8) para mostrarnos la entrevista realizada en su momento a Carrie Fisher.

Figura 4: Entrevista a Carrie Fisher en @Inafr_officiel



Fuente: https://twitter.com/inafr_officiel?lang=es&lang=es

- **Netherlands Institute for Sound and Vision**

Como se ha mencionado, la política de difusión de contenidos del instituto holandés es radicalmente distinta a la de los otros organismos. La mayoría de los contenidos publicados en su perfil hacen referencia a las actividades llevadas a cabo por el propio instituto y su museo. Tras hacer una búsqueda exhaustiva, se ha comprobado que la estrategia de tipo contextual es muy limitada. Asimismo, tampoco hacen uso de *hashtags* #Opdezedag (tal día como hoy) para conmemorar efemérides u otros eventos.

- **RTVE**

Televisión española, a través de su archivo, es la institución que, a nuestro juicio, realiza una mejor estrategia de dinamización de contenidos para dar a conocer sus fondos con una finalidad contextual. Cumpliría los tres casos establecidos en esta área de evaluación (Figura 5).

Figura 5. Estrategias de efemérides, conmemoración y utilización de sucesos pasados para contextualizar noticias actuales.



Fuente: <https://twitter.com/archivortve>

Para las efemérides, se observa que RTVE emplea, al igual la BBC, el *hashtag* #undiacomohoy, muy común en las estrategias de Social Media de las instituciones patrimoniales, siempre acompañado de un enlace al propio archivo de televisión, dando la posibilidad de visualizar el contenido completo. Esta misma filosofía de difusión se utiliza para las conmemoraciones y para rescatar sucesos pasados que puedan ilustrar realidades y noticias actuales (Figura 5).

b) Estrategias de fidelización a través de *Twitter*. Empleo de *hashtags* de uso habitual para fidelizar a nuevos usuarios (i.e. #felizlunes, #happy monday...)

En algunas instituciones utilizan también *hashtags* que suelen ser tendencia en *Twitter*, aunque carecen de sentido semántico, como medio para llegar a un tipo de público que de otro modo no llegaría a acceder al archivo. Esta práctica es habitual en los contenidos difundidos por el *Twitter* del archivo de RTVE (Figura 6).

Figura 6: Estrategia de fidelización con el *hashtag* #felizfinde



Fuente: <https://twitter.com/archivortve>

Una tendencia similar para aprovechar *hashtags* que son tendencia, se observa también en el INA francés. Un ejemplo es el *hashtag* colaborativo de fomento a la lectura #vendredilecture, orientado a difundir imágenes de archivo de libros y escritores (Figura 7).

Figura 7: Estrategia de fidelización con el *hashtag* #vendredilecture



Fuente: https://twitter.com/Inafr_officiel?lang=es

3.2. Adaptación de Contenido (*Repackaged Content*)

En este punto se trata de dar a conocer si los diferentes perfiles de las instituciones ofrecen información sobre producciones actuales realizadas mediante la reutilización de imágenes de archivo. Si se compara esta estrategia con la anterior, se observa que no suele ser una práctica tan habitual.

a) Apoyo a programas nuevos basados en documentos de archivo

Un análisis detallado de las cuatro instituciones nos ha permitido encontrar esta tendencia en el INA y en RTVE.

Por lo que respecta al INA, a través de su perfil de *Twitter* se puede acceder a productos nuevos elaborados a partir de su archivo. Cabe reseñar, que nunca ofrece el contenido completo en abierto por razones de su política comercial. Un ejemplo de este caso, es el producto sobre la crisis actual de los Rohinyás en Birmania donde se entremezclan imágenes de distintas televisiones francesas desde 1978 a las más recientes de 2017 (Figura 8).

Figura 8: Apoyo a nuevas producciones



Fuente: https://twitter.com/Inafr_officiel

El caso español, nuevamente es el más destacado. En los últimos años, la crisis económica ha propiciado la proliferación de programas que se elaboran principalmente utilizando las imágenes del archivo de RTVE. El caso más paradigmático sería el programa *Cachitos de Hierro y Cromo*. El *Twitter* del archivo RTVE aprovecha su emisión para, durante la semana y mediante los *hashtags* oportunos, recordar momentos claves de su emisión (Figura 9).

Figura 9: Difusión del programa Cachitos con el hashtag #cachitoszoo



Fuente: <https://twitter.com/archivortve?lang=es>

3.3. Contenido expandido o auxiliar (*Ancillary Content*)

a) Creación de narrativas transmedia a través de: páginas propias de personajes o tramas, *making of*, realidad virtual, contenido histórico *ad hoc* para expandir la trama...

Por lo que respecta a narración transmedia entendida como contenido expandido, llama poderosamente la atención la ausencia de estrategias en este sentido, cuando podría ser un mecanismo de gran potencial para que los organismos televisivos dieran a conocer sus fondos de una manera más efectiva, sobre todo entre el público más joven. Su uso en series de ficción, por ejemplo, podría ser un escenario muy atractivo para difundir sus archivos como vienen haciendo otras instituciones patrimoniales como Biblioteca Nacional de España y Archivo Histórico Nacional con series como *El Ministerio del Tiempo*, *Isabel* o *Carlos, Emperador*.

En el *Twitter* del archivo de RTVE no se encuentran menciones ni expansiones a estas tramas que, sin embargo, sí se están llevando a cabo en las propias plataformas de difusión de este tipo series. Asimismo, como se ha mencionado, otras instituciones patrimoniales lo realizan.

Sí podemos considerar, en cierto modo, el uso de narrativas de este tipo en la selección de materiales que el INA y el *Sound and Vision* holandés elaboran y ponen a disposición a través de sus catálogos, y de manera gratuita, para fines educativos. En la mayoría de los casos, son productos audiovisuales, elaborados con material de sus propios archivos a los que, mediante contenido expandido, se les aporta valor añadido. Así los documentos van acompañados de guías temáticas, guías didácticas, lecciones, presentaciones y otros materiales didácticos.

El *Sound and Vision* cuenta además con proyectos de realidad virtual expandida como *BigArtRide* y de *Media Art* que permite a artistas jóvenes reutilizar imágenes del propio archivo para sus creaciones artísticas.

4. Conclusiones

Tras el análisis realizado, puede detectarse un uso muy limitado de las estrategias transmedia por parte de los archivos analizados. Teniendo en cuenta el valor patrimonial de estos archivos como garante de la memoria colectiva, los profesionales del medio audiovisual deberían tomar conciencia de la importancia del desarrollo de estrategias de este tipo orientadas a la explotación y revalorización de sus contenidos.

Las cuatro instituciones analizadas representan diferentes estructuras en cuanto a modelos de conservación y difusión. Salvo el instituto holandés, todos ellos reutilizan su material en la categoría de acceso expandido. Si el material de archivo siempre ha sido fuente para la creación de contenidos nuevos, utilizarla bajo estrategias transmedia aumentará la visibilidad de sus fondos y un mayor *engagement* con los usuarios.

Se considera que los archivos audiovisuales están perdiendo una oportunidad de oro para poner en valor todos sus fondos. Como instituciones culturales que son, ofrecen contenido cultural, pero si este puede ser combinado con la creación de experiencias en una estrategia que abarque varias plataformas en una propuesta transmedia, reforzará la visión social de los archivos audiovisuales y concienciará a la población sobre la importancia de la salvaguarda de nuestro Patrimonio Audiovisual.

Referencias bibliográficas

- Antón, L y Guallar, J. (2014). Análisis de los archivos audiovisuales en internet de las televisiones autonómicas españolas. *Revista española de Documentación Científica*, 37, 1.
doi:<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2014.1.1044>
- Askwith, I. D. (2007). *Television 2.0: reconceptualizing TV as an engagement medium*. (Tesis doctoral, Massachusetts Institute of Technology). Recuperado de:
<http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/41243>
- Bazán Gil, V. (2014). “La memoria colectiva: contenidos para el recuerdo, del archivo a la Web de RTVE. *Métodos de información (MEI)*, 5, 8, p. 5-16. DOI: <http://10.5557/IIMEI5-N8-005016>
- Codina, L, Aubia, L y Sánchez, N. (2008). *Propuesta nuclear de análisis de sitios web de televisión*. Barcelona: UPF
- Caldera-Serrano, J. y Arranz-Escacha, P. (2013). *Documentación audiovisual en televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Caldera-Serrano, J y León-Moreno, J. (2016). Implicaciones de la realidad aumentada en la gestión de la información audiovisual televisiva. *Journal of Information Science*, vol. 42, no 5, p. 675-680.
- Caridad Sebastián, M.; Morales García, A.M. y García López, F. (2011). “Las políticas de información europeas como acción clave para el desarrollo de la ciencia de la información”. *Ciencia Da Informacao*. Brasilia, DF: IBICT. 40(3), p.439-459
- Cordis (2005). Retrieval of television archived material using intelligent descriptors. Recuperado de:
http://cordis.europa.eu/result/rcn/80331_en.html
- Cordis (2006). Commission selects 30 new ten projects. Recuperado de:
http://cordis.europa.eu/news/rcn/26680_en.html

Cordis (2012). Networks and ontologies for the transformation and unification of broadcasting and the internet. Recuperado de: http://cordis.europa.eu/project/rcn/89494_en.html

Cordis (2017). EUROTRANSMEDIA (Gathering media clusters to bridge digital content with emerging technologies). Recuperado de: http://cordis.europa.eu/result/rcn/194555_en.html

Cordis (2017). The EU-funded SENTAB project is integrating digital technology with traditional televisions in order to prevent loneliness among senior citizens. Recuperado de: http://cordis.europa.eu/result/rcn/210723_en.html

Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012). "Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE)." *Icono14*. 10(2), p.6-28.

Dekker, S. (2014). Kamerbrief over toekomst van het publieke mediabestel. Brief van staatssecretaris Dekker (OCW) aan de Tweede Kamer over de toekomst van het publieke mediabestel. Recuperado de <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2014/10/13/kamerbrief-over-toekomst-vanhet-publieke-mediabestel>.

Eur-Lex (2008). Actividades de radiodifusión televisiva: Directiva «Televisión sin fronteras» (TSF). Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM:l24101>

European Commission. Creative Europe. Recuperado de: https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe_en

European Commission. Euscreen. Recuperado de: <http://euscreen.eu/about.html>

European Commission. Horizon 2020. Recuperado de: http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm?pg=h2020

European Commission. Invertir en creatividad: el programa MEDIA celebra sus 25 años en el Festival de Cine de Cannes (Comunicado de prensa. Bruselas, 13 de mayo de 2016). Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/23-films-supported-creative-europe-media-screened-cannes>

Europeana. Recuperado de: <https://www.europeana.eu/>

Hagedoorn, B. (2015). "Towards a Participatory Memory: Multi-platform Storytelling in Historical Television Documentary". *Continuum*, 29(4), p.579-592

Hagedoorn, B., y Agterberg, B. (2016). "The End of the Television Archive as We Know It? The National Archive as an Agent of Historical Knowledge in the Convergence Era". *Media and Communication*, 4(3).

Hancox, D. (2017). "From subject to collaborator: Transmedia storytelling and social research". *Convergence*, 23(1), p.49-60.

Hanford, A. (1986). *Panorama de los archivos audiovisuales*. Madrid: RTVE.

Hartley, J. (2009). *TV Stories. From representation to productivity*. Story Circle, en HARTLEY.J & MCWILLIAM, K. (Coords.) *Digital Storytelling Around the World*. Chichester, UK, Blackwell Publishing. p.16-36

- Hidalgo, P. (2013). “Prevenir la amnesia colectiva: El acceso público a los archivos de televisión”, Documentación de las Ciencias de Información, 36, p. 143-166. DOI: 10.5209/rev_DCIN.2013.v36.42946.
- Hidalgo, P. (2014). “El archivo de RTVV Patrimonio Audiovisual de la Humanidad”, Métodos de información: MEI, 5, 8, p.17-30. DOI:10.5557//IIMEI5-N8-017030.
- Hidalgo, P. (2017). Preservación del patrimonio audiovisual de televisión. El archivo de Televisión Española (TVE): de los orígenes a la digitalización. Director: Félix del Valle Gastaminza. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. 2015.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. Nueva York: New York University Press. ISBN: 0-8147-4281-5
- Jenkins, H. (2008). La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós
- Jenkins, H.; Purushotma, R.; Clinton, K.; Weigel, M. y Robison, A. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: The John D. and Catherine McArthur Foundation, Recuperado de <http://www.digitallearning.macfound.org/>
- León-Moreno, J.; Zapico-Alonso, F., y Caldera-Serrano, J. (2016). “¿Archivos audiovisuales aún sin digitalizar? seguridad, preservación y amortización”. Cuadernos de Documentación Multimedia, 27(2), p.178-190. DOI:10.5209/CDMU.54488
- Martínez Cardama, S. (2017). El papel de las narrativas digitales en la difusión de instituciones culturales. En: Lo 2.0 y 3.0 como herramientas multidisciplinares. Madrid: Tecnos. Recuperado de <http://www.seeci.net/cuiciid/>
- Morales García, A.M. (2008). La sociedad de la información: políticas y acciones en Europa. Bogotá: Rojas Eberhard Editores. p.397. ISBN: 978-958-9121-90
- Orozco, G. (Coord.) (2012). Tvmorfosis: la televisión abierta hacia la sociedad de redes. México, D.F: Tintable.
- Pérez, B. (2011). Fuentes para la producción audiovisual. En: Documentación Audiovisual. Madrid: Síntesis. ISBN 978-84-975674-6-6, p.167-197.
- Quintás, N. y González, A. (2014). “Active Audiences: Social Audience. Participation in television. Audiencias activas: participación de la audiencia social en la televisión”. Comunica. XXII (43), p.83-90. DOI: 10.3916/C43-2014-08
- Reuters Institute. (2017) Digital News Report. Recuperado de <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Rodríguez-Mateos, D. y Hernández-Pérez, T. (2015). "Televisión social en series de ficción y nuevos roles del documentalista audiovisual: el caso de 'El Ministerio del Tiempo". Index.Comunicación Revista Científica de Comunicación Aplicada. 5(3). p.95-120.
- Sánchez Castillo, S. y Galán, E (2016). “Narrativa transmedia y percepción cognitiva en El Ministerio del Tiempo (TVE)”. Revista Latina de Comunicación Social, 71, p. 508 a 526 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1107/27es.html> - DOI: 10.4185/RLCS-2016-1107

Scolari, C. (2008). “Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo”. *Diálogos de la Comunicación*, 77, p.1-9. Recuperado de <http://goo.gl/S0lbox>

Scolari, C. (2013) *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto

UNESCO. Actas de la Conferencia General, 33ª reunión París, 3-21 de octubre de 2005. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001428/142825s.pdf>.

UNESCO. Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento, 27 de octubre de 1980. Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13139&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

M Caridad Sebastián, AM Morales García, S Martínez Cardama, F García López (2018): “Los archivos audiovisuales de televisión: estrategias para su revalorización en un entorno transmedia”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 870 a 894.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1286/45es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1286](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1286)

- En el interior de un texto:

...M Caridad Sebastián, AM Morales García, S Martínez Cardama, F García López (2018: 870 a 894) ...

o

...M Caridad Sebastián *et al*, 2018 (870 a 894) ...

Artículo recibido el 28 de November de 2017. Aceptado el 25 de abril.

Publicado el 4 de mayo de 2018