



Módulo 4: Difusión de colecciones digitales



Material bajo una Licencia Atribución-Compartir Igual de Creative Commons

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

En este cuarto y último módulo vamos a abordar la difusión de las colecciones digitales. Esta es una tarea fundamental, dado que en todo proceso de digitalización de colecciones con valor cultural, la misión principal es facilitar el acceso y el involucramiento de la sociedad con los materiales. Este involucramiento tiene que ver con el disfrute de los contenidos, y también con su discusión, actualización y resignificación.

Para que todo esto ocurra, la adecuada selección de los materiales, la digitalización con la mejor calidad posible y la descripción lo más completa posible de los objetos digitales, son aspectos necesarios pero no suficientes. Podemos contar con un repositorio lleno de materiales relevantes organizados de la mejor manera, pero si no existe una comunicación eficaz de esos materiales, no vamos a poder cumplir nuestra misión de la mejor manera.

Vamos a ver a continuación algunas claves de la difusión de colecciones digitales.

1. Definir los medios de comunicación

Todo proyecto de digitalización de materiales culturales que aborde la cuestión de la comunicación online de manera integral, precisa definir dicha comunicación en tres ámbitos bien demarcados:

a) El repositorio propiamente dicho

El repositorio es el lugar donde se alojan los contenidos, donde las usuarias y usuarios buscan y acceden a los mismos. Como ya vimos en el módulo anterior, opciones como Dspace u Omeka son ampliamente adoptadas y brindan en general una experiencia de usuario satisfactoria.

b) Un blog del proyecto

Pero además del repositorio, puede ser interesante que el proyecto de digitalización cuente con un blog o sitio web donde se puedan presentar los avances y las novedades, donde se puedan hacer acercamientos en profundidad a los materiales, donde los especialistas puedan contar sus puntos de vista y transmitir al público la riqueza de la colección. En suma, un espacio donde se va a generar una narrativa a partir de las colecciones digitalizadas.

Un ejemplo en el que se puede apreciar claramente la diferencia entre la función del repositorio y la función del blog es el de autores.uy, la base de datos de autores de Uruguay. Mientras que [el repositorio](#) está claramente enfocado en la búsqueda y acceso a los materiales, [el blog](#) cuenta la historia viva del proyecto. En algunos casos, esta función narrativa del blog se puede ejercer desde el propio sitio web de la institución, donde es posible destacar noticias y artículos sobre el repositorio. En otros casos, el blog puede estar incorporado en alguna pestaña del propio repositorio. Lo importante es que el repositorio y el blog estén enlazados mutuamente y que sean visualmente afines, de manera que se genere una continuidad entre ambos. Otro ejemplo excelente de uso de un blog es el [blog de Europeana](#), donde se difunden las colecciones digitales del portal y se pueden leer historias en profundidad acerca de las mismas. El [blog de la British Library](#) es otro interesante ejemplo.

Una pregunta muy frecuente es: **¿por qué es importante contar con un blog para mi proyecto cultural, si ya puedo comunicarme con el público a través de las redes sociales?** La respuesta es que el blog tiene al menos dos ventajas:

- **El blog es una herramienta que brinda autonomía:** podemos personalizar su apariencia, publicar contenidos de la extensión y formato que prefiramos y organizar los posts de la manera que definamos, todo lo cual es difícil en las plataformas de redes sociales. Además, un blog propio brinda un espacio libre de los términos y condiciones muchas veces abusivos de los servicios de redes sociales. Un ejemplo de estos abusos se pudo ver en 2015 cuando [Facebook censuró una fotografía antigua](#), publicada por el Ministerio de Cultura de Brasil que mostraba una pareja de indígenas, debido a sus políticas que prohíben las imágenes de personas desnudas. Muchas cuentas en redes sociales de instituciones culturales han sido censuradas o incluso han sido cerradas por publicar imágenes artísticas o culturales donde hay desnudos, o por [mecanismos automatizados que identifican violaciones de copyright](#), a veces erróneamente.
- **El blog permite desarrollar una narrativa en el tiempo:** mientras que las redes sociales están enfocadas en lo actual y en lo efímero, dificultando el acceso a las interacciones pasadas, el blog en cambio permite acceder más fácilmente a los posts viejos, así como navegar entre distintos posts, acceder a links externos, etc.

c) Perfiles en las redes sociales

La presencia de las instituciones y archivos en redes sociales es una de las principales formas de hacer visibles las colecciones y una manera de colaborar y tender puentes de ida y vuelta con el público. Un ejemplo muy interesante del uso de Facebook por parte de un archivo cultural es el caso del [Archivo General de la Nación de Argentina](#), que publica constantemente piezas de sus colecciones. Otro ejemplo, en este caso de Flickr, es el archivo fotográfico [The Commons](#), un proyecto en el cual distintas instituciones culturales comparten fotos históricas de sus acervos, y con la participación de los usuarios muchas de estas fotos son reconocidas y etiquetadas. De esta manera, los usuarios y las instituciones colaboran entre sí para darle mayor valor al patrimonio fotográfico, facilitando su circulación.

Si observamos las estadísticas sobre los canales de acceso a cualquier sitio web, vamos a descubrir que en la actualidad la mayoría de las visitas llegan a través de Facebook y Twitter. Estas visitas consisten, por un lado, en los enlaces que comparte espontáneamente la gente, sin intermediación de la institución. Por otro lado, la propia institución puede tener perfiles en las redes sociales desde donde compartir los materiales y conversar con la gente, a veces animándola con propuestas de participación, y otras veces respondiendo las preguntas y pedidos. Dependiendo de las dimensiones del proyecto de digitalización, la comunicación en redes sociales se puede hacer a través de los perfiles de las instituciones, o el proyecto mismo puede tener su propio perfil en redes sociales.

La elección de las redes en las que estar depende de cada proyecto, pero en general es conveniente estar en las principales redes, como Facebook, Instagram y Twitter, y también en redes más específicas dependiendo del tipo de contenidos que compartimos. Por ejemplo, en el caso de que el archivo se componga de imágenes, es recomendable usar también Flickr o Pinterest. En el caso de materiales en audio, es posible utilizar Soundcloud o Mixcloud. En el caso de materiales fílmicos y de otro tipo de contenidos audiovisuales, YouTube o Vimeo. Para el caso de materiales escritos, como ya vimos, es recomendable Internet Archive (que también permite compartir audio y video si es necesario).

Varias de estas redes, como Flickr, YouTube o Internet Archive, son a su vez repositorios, donde el contenido del repositorio propio quedará duplicado. Esto no es algo malo, sino que por el contrario, amplía las posibilidades de que los materiales sean descubiertos por personas

que no habrían llegado a ellos a través del repositorio institucional. Asimismo, al postear los materiales en estas plataformas, pondremos los links a la ubicación original en nuestro repositorio, aumentando la visibilidad del mismo. Idealmente, entonces, vamos a tener el contenido alojado en nuestro propio repositorio, donde tendremos autonomía completa para guardar, ordenar y brindar acceso a los materiales; y además, en el caso de que existan plataformas de uso muy extendido para el formato de contenido que estamos ofreciendo, vamos a poner a disposición también allí los materiales.

2. Brindar acceso abierto a los materiales digitales



Una reproducción digital 3D del busto de Nerfetiti del Museo Egipcio de Berlín. Esta reproducción tiene una interesante y polémica historia que [se cuenta en el blog A Digitalizar](#).

Como ya vimos a lo largo del curso, brindar acceso libre y abierto a los materiales digitalizados es la base elemental de los proyectos de digitalización. Esto, que parece bastante obvio, sin embargo no lo es. Pueden existir restricciones importantes para poner a disposición los materiales, dependiendo de quién es el titular de los derechos de autor y de los permisos con los que cuenta la institución para poner a disposición los materiales. Asimismo, existen instituciones que, equivocadamente, creen que la instalación de barreras de acceso puede favorecer un modelo de negocio de venta de obras en dominio público (aquellas cuyo plazo de derecho de autor ha expirado). Se ha argumentando por qué no es deseable ni

conveniente restringir el acceso a materiales de dominio público en formato digital. Aquí les dejamos algunos artículos interesantes al respecto:

- [Dominio público e instituciones culturales: haciendo caer las restricciones](#)
- [Manteniendo la cultura viva: buenas prácticas para el dominio público](#)
- [Las reproducciones de obras en el dominio público deben permanecer en el dominio público](#)

Volviendo a los materiales bajo derecho de autor, es importante tratar de negociar con los titulares de tales derechos que los materiales sean publicados con [licencias libres](#) que habiliten al público a utilizarlos sin restricciones. Además, idealmente, debe ser posible no solo verlos en una web, sino también descargarlos en al menos un formato abierto y estándar. Deben estar disponibles en versiones completas y en buena calidad. Un ejemplo de este tipo de prácticas de acceso abierto es la liberación del archivo de los festejos del Bicentenario en Uruguay. Las imágenes que el Estado uruguayo generó entre 2011 y 2014 fueron publicados bajo licencias libres y volcados [en Flickr](#) y [en Wikimedia Commons](#), para poder ser accedidos y utilizados por toda la ciudadanía. [En este post de Ártica presentamos más ejemplos.](#)

Otra cuestión a tener en cuenta es que, en lo posible, las versiones de los archivos en alta calidad o resolución deberían estar disponibles para el público. Muchas veces necesitaremos generar dos o más versiones de cada material: una de baja calidad para brindar acceso fácil, rápido y cómodo al público; y otra de alta calidad para el acceso por parte de investigadores, o para la reutilización del material con distintos fines. Siempre que sea posible, ambos tipos de objetos digitales deberían estar disponibles al público. Existe [un estudio muy interesante](#) sobre cómo, cuando las instituciones culturales ponen a disposición las digitalizaciones en alta calidad, la gente prefiere estas y, consecuentemente, disminuye también la circulación de copias inexactas, degradadas o de baja calidad. De esta manera, la institución cultural puede incidir en la calidad de los contenidos que circulan en la web.

Por supuesto, la puesta a disposición de materiales en alta calidad puede llegar a implicar requerimientos de alojamiento web elevados y, por lo tanto, costos más altos. En los casos en que nuestra institución no pueda afrontar estos costos, existen repositorios sin fines de lucro como Internet Archive y Wikimedia Commons donde se pueden alojar archivos de gran

tamaño y ponerlos a disposición del público. Otra estrategia interesante es aprovechar la tecnología P2P (intercambio de archivos entre pares) para compartir los materiales. Esto es lo que hacemos por ejemplo para compartir la pequeña biblioteca de Ártica, que [la ofrecemos para descargar al público](#) a través del sistema bittorrent. Si quieren saber más acerca de cómo usar bittorrent para distribuir contenidos culturales a bajo costo, les recomendamos el siguiente artículo: [Torrentes de cultura](#)

3. La curaduría de contenidos en los medios sociales

Cuando queremos que el público se involucre con los archivos culturales, ya vimos que la disponibilidad no es suficiente. A priori, es altamente probable que los contenidos queden ocultos por la enorme cantidad de información que se comparte en la red diariamente. Cuando “todo está ahí” es como si nada lo estuviera. Es por eso que un proyecto de comunicación de colecciones debe facilitar la búsqueda y la identificación de los materiales. Esto se logra, en parte, mediante el correcto uso de metadatos, categorías y etiquetas, que ya vimos en módulos anteriores. Pero además **es fundamental realizar una buena curaduría de contenidos en nuestro blog y en redes sociales, para rescatar lo más interesante** según criterios de relevancia para nuestra comunidad, llamando la atención sobre el material de una forma que sea atractiva y didáctica para el público.

Cuando se realiza la difusión de colecciones digitales medianas o grandes, sólo podemos compartir o destacar una fracción pequeña de todo el acervo. Por esa razón, la tarea de curar contenidos en blogs y redes sociales implica tomar decisiones importantes, que definen en buena medida la perspectiva que mostramos de la historia.

Algunas consideraciones elementales: para realizar una buena curaduría de contenidos en Internet, es preciso conocer bien el acervo. Sólo podemos rescatar y contextualizar aquello que conocemos. Algunas acciones que pueden ayudar a mejorar el alcance y la difusión de los contenidos en nuestro blog y en las redes son:

- a) Acompañar la publicación de los materiales con una explicación de la importancia o la significación que tienen.

- b) Usar imágenes que ilustren o comuniquen algún aspecto del contenido: las imágenes son un elemento que capta la atención de la gente y le ayuda a hacerse una idea del material de un vistazo.
- c) Usar un lenguaje apto para no expertos: considerar que el público no estará compuesto únicamente por investigadores o profesionales de la información, sino también por legos en el tema.
- d) Prestar atención a las fechas: las efemérides suelen funcionar como disparador de curiosidad en torno a los personajes y hechos históricos.
- e) En algunas ocasiones, acompañar la publicación de los materiales con algún tipo de llamado a la acción: preguntas, encuestas o consignas que puedan despertar interés y que inviten a que las personas compartan sus conocimientos (o sus dudas) sobre los materiales del acervo.

[En un post de 2015](#) del blog de Europeana Pro, Beth Daley hace una serie de reflexiones sobre la tarea de curaduría y los dilemas a los que se enfrenta esta tarea. Daley, a partir de la observación de la actividad del Facebook de Europeana, llega a la conclusión de que los contenidos que los community managers de Europeana comparten están sesgados hacia la visibilización de varones, blancos, de Europa Occidental y del siglo XX. Existen varias razones que pueden explicar por qué en un proyecto democratizador como Europeana se repiten estos sesgos sociales. Entre dichas razones se encuentra la formación cultural de quienes realizan la tarea de curar los contenidos. Si uno no conoce personajes históricos que sean mujeres o afrodescendientes, difícilmente pueda compartir su vida y sus obras. Por otro lado, Facebook y otras redes sociales suelen premiar los contenidos más reconocibles e inmediatamente atractivos, por lo cual todo community manager se ve tentado a compartir aquello que la gente puede cliquear y compartir más fácilmente.

Por esta razón, a la hora de realizar la curaduría de contenidos de colecciones digitales, sobre todo cuando se trata de colecciones públicas o de interés social, es necesario establecer ciertas **reglas o políticas institucionales que permitan mostrar una versión de la historia más equilibrada**. Entre otras cosas, es necesario que los curadores investiguen sobre poblaciones, movimientos y sectores invisibilizados, y que contribuyan a sacarlos a la luz. Por otra parte, puede ser interesante establecer reglas de publicación que estimulen a quienes realizan la

curaduría a que, por ejemplo, alternen entre hombres y mujeres, o a que mantengan una proporción razonable entre personajes ampliamente conocidos y otros personajes menos conocidos pero importantes a nivel regional o local.

Como conclusión, si bien es relativamente fácil y tentador compartir una y otra vez los “materiales estrella” de nuestro acervo, el desafío es también generar entusiasmo en torno a materiales que no son los que habitualmente la gente iría a buscar primero. Para ello, es posible apelar a historias curiosas, a detalles interesantes pero poco conocidos y a otras estrategias narrativas que tiendan a visibilizar los materiales ocultos.

En definitiva, la función del curador de contenidos en redes sociales implica mucho más que meramente conseguir nuevos seguidores u obtener más clics o “me gusta” en el corto plazo. En las instituciones y proyectos culturales, el objetivo de la comunicación no consiste en hacer crecer las métricas de las redes. Por el contrario, la función es ayudar a que la gente descubra el patrimonio cultural, reflexione sobre él y lo reutilice en nuevas creaciones intelectuales. A veces, sin perder frescura y cercanía con la audiencia, vale la pena sacrificar algún “me gusta” inmediato en favor de ayudar a democratizar el patrimonio y hacer visible la diversidad cultural.

4. Compartir, reutilizar, colaborar y co-crear

Los materiales de las colecciones digitales son para compartir. El objetivo es que el público acceda, pero también que republique y comente los contenidos en sus propios espacios digitales: blogs, perfiles en redes sociales, foros de debate, e incluso a través de la mensajería instantánea y otros diversos canales personales de comunicación. Así aumenta el alcance y el impacto del proyecto de digitalización, llegando a nuevos públicos. Es preciso, por lo tanto, no tener miedo de que los materiales cobren vida y circulación propia, más allá del control de la institución.

Por otro lado, compartir y copiar materiales en Internet implica que dichos materiales pasan a estar alojados en diversos servidores y dispositivos. La existencia de un mayor número de copias totales disponibles mejora las perspectivas de preservación del archivo. Si bien el trabajo de preservación de la institución que digitaliza es fundamental e irremplazable, una

circulación amplia de los contenidos debe ser vista como positiva desde el punto de vista de la preservación.

Pero más allá de la copia y del intercambio de materiales, podemos dar un paso más allá, buscando **que la comunidad se apropie del patrimonio digitalizado reutilizándolo**. Se fomenta así la descentralización y la autonomía de la comunidad, permitiéndole generar más valor y creatividad en torno al patrimonio. Un gran ejemplo es la iniciativa Rijksmuseum Collaboration. El Rijksmuseum de Amsterdam puso a disposición del público [imágenes de su colección](#) en alta calidad bajo una licencia Creative Commons. A partir de esta acción, el museo lanza una convocatoria a la comunidad de diseñadores y artesanos del [movimiento Do It Yourself](#), invitándoles a reutilizar libremente esas imágenes para generar productos, muchos de los cuales se pueden ver en las [tiendas online de Etsy](#).

Poner a disposición digitalmente y hacer una curaduría desde la institución puede ser muy útil e interesante, pero no fomentará más que las visitas y comentarios en nuestro sitio, manteniendo nuestro proyecto en un ámbito controlado y en una modalidad unidireccional. Un proyecto integral de apertura del patrimonio digital a la comunidad debe contar con la **capacidad de colaboración y co-creación de la comunidad**.

Es posible pedir opiniones al público, invitar a la gente a votar o compartir, a crear sus propios museos imaginarios y salas de exposiciones virtuales, a generar eventos presenciales en torno a un tema de la colección, o a crear exposiciones de curaduría colectiva, entre muchas otras posibilidades.



OPEN
GLAM

A la hora de planificar la participación de la comunidad es importante **aprovechar la interacción entre el conocimiento local y las herramientas globales**. Sumarse a [proyectos GLAM](#) (acrónimo de “galleries, libraries, archives and museums”) de Wikipedia o a diversas iniciativas regionales y globales, permite obtener un mayor impacto, al vincular al territorio con la conversación más amplia y global en torno al patrimonio digital. Además, para lograr la colaboración de la comunidad **en actividades presenciales**, muchas veces es necesario ampliar los esfuerzos de difusión a través de comunicados de prensa y contactos en **medios de comunicación tradicionales**. Muchas veces, la gente de una localidad se entera de los

eventos y actividades a través de la radio o el periódico local. Por esa razón, es importante no descartar la comunicación tradicional.

5. Cuatro herramientas online para acercar las colecciones digitales al público

En los últimos años los usuarios han ido ganando libertad para crear sus propias colecciones digitales y compartirlas con otras personas, ya sea de manera auto-gestiva, como también mediante las herramientas que han ido incorporando las instituciones para facilitar la participación de los usuarios. Hoy no es extraño que un museo utilice Flickr o que una persona cree un blog o una página de Facebook para documentar y recuperar el patrimonio (muchas veces, los amateurs hacen valiosos aportes en este sentido, aunque por falta de recursos y continuidad, la información valiosa que rescatan y hacen disponible, puede ser parcial o permanecer invisible).

Las herramientas son muchas, y pueden ser usadas tanto por instituciones como por personas. Veamos cuatro posibles formas de presentar una colección digital y algunos ejemplos de herramientas:

1 - Exposiciones virtuales

[Pinterest](#)

Es una red social para el “coleccionismo digital 2.0”. Los usuarios pueden crear “tablones” o “boards” temáticos, tantos como deseen, de forma pública o privada, individual o colectiva. En dichos tablones agregan imágenes y videos llamados “pins”, como una metáfora del alfiler con el que se pinchan objetos en las carteleras de corcho. Los pins pueden agregarse de tres formas distintas: subiendo archivos, compartiendo hallazgos en la web mediante links, o “repineando” lo que otros han compartido en Pinterest.

Podemos seguir a otros usuarios o a algunos de sus tablones temáticos, así como hacer búsquedas. Los “pins” se pueden comentar o marcar como “favoritos”. Un mismo objeto puede aparecer en diversas colecciones bajo distintos rótulos, ya que podemos encontrar un “pin” que pertenece a distintos tableros de distintos usuarios. De esta manera, cada objeto queda relacionado con diversas colecciones, respondiendo a una variedad de criterios que los

propios usuarios van aplicando de una forma totalmente abierta, a medida que comparten sus “pins”.

Para profundizar, recomendamos leer: [“Pinterest, usos en el arte y la cultura”](#) y dejamos una [Guía completa de Pinterest](#).

[Flickr](#)

Es una de las mayores redes sociales de fotografía y aloja imágenes de todo tipo por miles. Los usuarios pueden crear álbumes, colaborar en distintos grupos y crear exhibiciones con imágenes de otros usuarios mediante la herramienta [Expo](#).

2 - Mapas

Los mapas son herramientas que dan contexto a una colección o a una obra, permitiendo mostrar una dimensión geográfica. Es una vía de acceso al público que le permite vincular los objetos desterritorializados de una colección digital, con una realidad concreta y tangible. En un mapa virtual podemos situar objetos de una colección digital, como fotos, pinturas y sonidos. O bien podemos tomar una obra y crear un mapa a partir de ella, como el *Ulises* de Joyce, obra que ha dado lugar a muchos mapas de Dublin vinculados a ellas, e incluso algunos recorridos virtuales, como [Walking Ulysses](#).

[OpenStreetMap](#)

Es un proyecto para construir el mapa del mundo de manera colaborativa a partir de cartografía libre. Es algo así como la Wikipedia de los mapas. Estos mapas se pueden utilizar de forma libre y gratuita para generar proyectos derivados basados en mapas, sin restricciones de derechos ni otras limitaciones. Puedes empezar tu propio mapa colaborativo basado en OMS con esta herramienta gratuita: <https://facilmap.org>

[Omeka Mapping](#)

Quienes están usando Omeka para administrar sus bibliotecas virtuales, pueden agregar la extensión [Mapping](#) para geolocalizar los ítems de sus colecciones.

3 - Líneas de tiempo

Para visualizar colecciones ya no organizadas geográficamente, sino temporalmente, se pueden utilizar herramientas interactivas para trazar líneas de tiempo. Estas permiten navegar una colección de objetos en orden cronológico, pudiendo desplegar información de cada uno para ampliar.

[Timetoast](#) y [Timeglider](#) son herramientas gratuitas para crear líneas de tiempo online que se pueden compartir e insertar en otros sitios web. Una opción más para presentar selecciones de objetos vinculados a hechos históricos y cronologías.

4 - Infografías

La infografía es una forma de organizar y transmitir la información de manera muy gráfica y visual, de modo que en un pantallazo podemos resumir muchos datos, sobre todo numéricos, visualizando relaciones, diferencias y magnitudes, o destacando datos relevantes. Las infografías son un recurso muy didáctico que combina poder de síntesis con análisis detallado. En un mundo cada vez más repleto de datos, contar con este tipo de resumen se ha vuelto muy popular. Es un recurso que se puede aplicar perfectamente a la visualización del patrimonio digital.

Las infografías requieren tiempo y ciertas habilidades para su realización. Sobre todo, es fundamental contar con datos ya organizados y una idea clara sobre lo que queremos representar ([vienen bien algunos consejos previos antes de empezar](#)). Sin embargo, hoy en día hay herramientas bastante simples que facilitan crear atractivas infografías en menos tiempo y sin necesidad de ser profesionales del diseño.

Con herramienta online como [Infogr.am](#), [Easel.ly](#) o [Genial.ly](#) es posible crear infografías interactivas a partir de plantillas y elementos prediseñados como íconos, gráficos, títulos, botones, incrustación de imágenes y videos, etc.

En este listado hemos presentado apenas algunos ejemplos, dejando de lado otros recursos, como los videos, las animaciones, las presentaciones en línea, wikis, podcasts y otras herramientas que también pueden ser muy útiles para presentar colecciones digitales e información sobre patrimonio de manera amigable e interesante. La combinación de

Curso online de digitalización y difusión de colecciones digitales con valor cultural

herramientas, ideas y propósitos puede generar una gama infinita de posibilidades: el límite es la imaginación, el tiempo y la paciencia de cada quien.