

Foro:

“Gestión y difusión del patrimonio documental: experiencias innovadoras”

Participantes:

*Bárbara Muñoz de Solano y Palacios

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

*Jesús Jiménez Pelayo

Biblioteca Virtual de Andalucía

Moderadora: Rosa García Blanco

La preparación de una nueva plataforma on-line especializada en arte contemporáneo

BÁRBARA MUÑOZ DE SOLANO Y PALACIOS
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información han ido adquiriendo un papel central en los distintos ámbitos culturales que está transformando las sociedades. En el sector de la gestión de la información y la documentación se manifiesta, entre otros factores, en el auge de la tecnología, el desarrollo acelerado de los programas y equipos informáticos y en el incremento de las publicaciones electrónicas.

Aunque no sea el momento de detenernos en el análisis de las consecuencias de esa revolución, sí cabe señalar que la presencia determinante de los recursos digitales en el ámbito de la documentación está planteando nuevas inquietudes profesionales que requieren de soluciones concretas: gestión, acceso, difusión y preservación a largo plazo de los nuevos soportes. En este sentido, la ponencia que aquí se presenta recoge, la solución que plantea el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía a la paulatina introducción de las nuevas tecnologías en el ámbito específico de la documentación digital en el arte contemporáneo: una plataforma *on-line* desde la que se accede a *archivos, libros, obras de arte, revistas, fotografías, sonidos, videos, grabados e imágenes especializados en arte contemporáneo. Es un sistema de gestión digital, de fácil manejo, que permite interactuar con los contenidos y la aplicación de normas internacionales en formatos digitales. Por un lado, respeta la especificidad de cada documento y, por otro, permite la interrelación de cada ítem creando una herramienta de trabajo en red.*

Nº 108, Julio-Diciembre 2014, pp. 73-79





Fig. 1. Colecciones de la Biblioteca digital

Los profesionales de la información se han visto en la imperiosa necesidad de ampliar la definición del concepto tradicional de documento: “¿Un sitio web es un documento?, ¿una página web lo es? ¿Cómo consideramos un artículo científico, inédito en papel, y sin embargo, “puesto” en la red?”.

Las características de estos nuevos documentos se conjugan de tal forma que contenido, soporte, formato y virtualidad favorecen la difusión de la información, la capacidad de registrar datos multimedia, el grado de eficacia y sofisticación en la recuperación de los documentos, etc.

Todo un elenco de ventajas que, inevitablemente, también presentan limitaciones como son el elevado coste de los procesos de digitalización. Dos razones de peso están incitando a las instituciones que disponen de suficientes recursos económicos a digitalizar parte de sus fondos: aumentar la difusión y el acceso a su colección. Ante la cuestión de si es correcto o no privar al usuario de la manipulación directa de los documentos originales; uno de los autores de la obra “The social life of information” respondía metafóricamente con la siguiente experiencia personal:

Se encontraba investigando en un archivo estadounidense de cartas decimonónicas manuscritas.

Debido al polvo que provenía de cada una de las cartas y su tremenda alergia a los ácaros antes de continuar con su trabajo tuvo que sonarse la nariz en varias ocasiones.

Fue entonces cuando el investigador deseó con todo su alma que alguien hubiera digitalizado las cartas para así poder cambiar el polvo del archivo por la pantalla de un ordenador.

Momentos después se percató de que la persona que se encontraba a su lado tenía un comportamiento bastante extraño: sacaba cada carta de su caja, la examinaba y por último la olfateaba antes de volverla a colocar. Intrigado, el investigador optó por volverse y preguntarle al individuo qué es lo que estaba haciendo. Él le contestó que era un historiador médico que intentaba detectar

muestras de vinagre en las cartas escritas durante el brote de cólera del siglo XIX para demostrar que la enfermedad pudo difundirse tan rápidamente gracias a que la correspondencia también era portadora del virus [i].

No cabe ninguna duda de que para este tipo de investigaciones la consulta del documento original es de suma importancia. Además, en el contexto actual debemos evitar que la difusión de obras digitalizadas se conviertan en sucedáneos, un consumo cultural de sustitución, pero de menos calidad. Tendencia por otra parte que favorecería la diferencia entre los que quieren y pueden ver las obras originales y aquellos que únicamente tendrán acceso a su reproducción digital. Entonces: ¿Por qué es importante para el Museo crear un anillo/biblioteca digital? Podemos hablar de dos razones principales. La primera vinculada con la tecnología y la segunda con evolución de los consumidores de la información y la investigación:



Fig. 2. Justificación del proyecto

En los últimos veinte años muchos países, ante la acometida de la cultura global que nos acosa, han sentido la necesidad de afirmar y asegurar la continuidad de su herencia cultural y han realizado multitud de estudios con el objetivo de clarificar aspectos conceptuales y metodológicos relativos a los documentos digitales previendo que, con el tiempo, se digitalizarán la mayoría de los documentos históricos para que estén disponibles en línea. Para la UNESCO:

“el patrimonio cultural de un pueblo corresponde a las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida” [ii].

i Pasaje traducido de: Brown, J. S.; Duguid P. *The social life of information*. Harvard Business School Press, 2000. pp. 173-174

ii UNESCO. Consejo Ejecutivo. Proyecto de Carta para la preservación del patrimonio digital. (32/C/28): 32ª reunión: París, 19 de agosto de 2013. Punto 8.6 del orden del día provisional. [París]: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, [2015].

Gracias a las ventajas asociadas a las nuevas tecnologías, el patrimonio bibliográfico-documental, nos da identidad, nos representa, y nos reporta individualidad ante una cultura global. Recupera el tiempo durante el cual había permanecido olvidado en archivos y bibliotecas. A la hora de abordar la definición de qué objetos digitales debían formar parte del proyecto y qué no, analizamos qué proyectos existían de digitalización y conservación documental y se pudimos comprobar cómo bajo la denominación de “proyecto de digitalización” aparecían iniciativas de lo más variopintas. La mayoría de ellas buscaban conseguir una *biblioteca universal* digital en la que estuvieran presentes documentos producidos en cualquier lengua y época. Otros, en la actualidad amplían esta concepción a documentos de cualquier tipo y temática. Los proyectos de este tipo discurren desde los más ambiciosos en los que colaboran múltiples instituciones, hasta otros menos importantes, pero con gran número de obras recogidas generalmente sin criterios de selección claros/especializados.

Por todo ello, la tecnología imperante necesita ser gestionada por nuevos perfiles profesionales capaces de percibir que digitalizar, no consiste sólo en que el documento sea escaneado, sino tratado, catalogado, preservado, difundido, almacenado y procesado conforme a hitos de proyecto y flujogramas creados *ad hoc* para cada institución en base a recursos/equipo y colecciones.

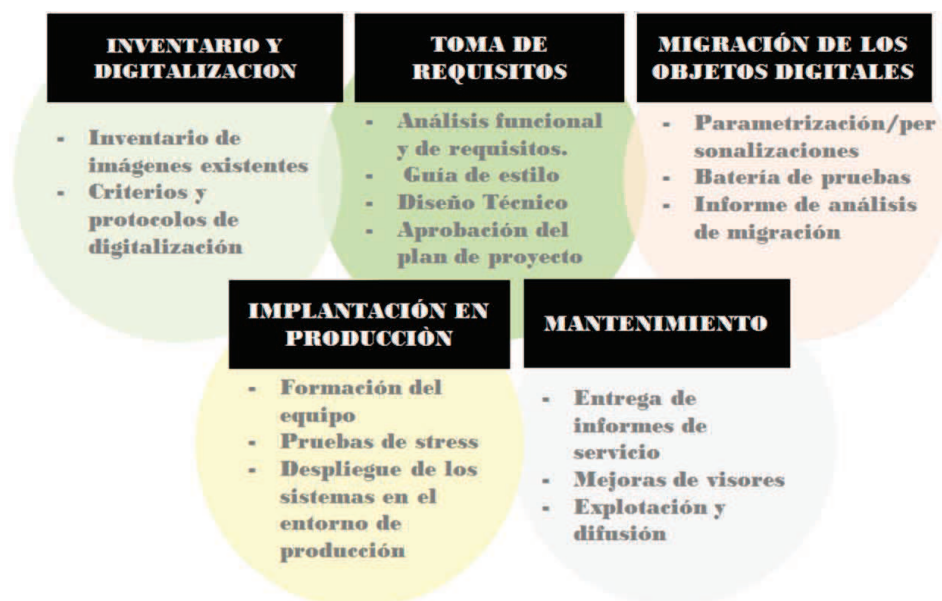


Fig. 3. Plan de proyecto

Observemos como cada aumento en la cantidad de información ha ido acompañado de la aparición de un instrumento que facilita el acceso a la misma sumado a un interés generalizado por conservar los contenidos. De esta manera, para las organizaciones que se ocupan de reunir y preservar el patrimonio cultural se ha tornado imperiosa la necesidad de determinar cuáles de esos elementos convendría conservar para las generaciones venideras y cómo acometer la tarea de seleccionarlos.

El museo pretende facilitar muchas consultas de información ampliando así la difusión del arte contemporáneo y preservando el documento original (en muchos casos descatalogado) haciendo uso del entorno electrónico. De esta forma asumimos que la valoración en estos casos frente al mundo analógico se comienza a hacer en los primeros estadios del ciclo de vida de los documentos, a veces incluso antes de ser creados, en la etapa de la concepción del sistema [...] una vez superada la etapa de concepción, la valoración debe seguir haciéndose a lo largo de todo el ciclo de vida de los documentos.

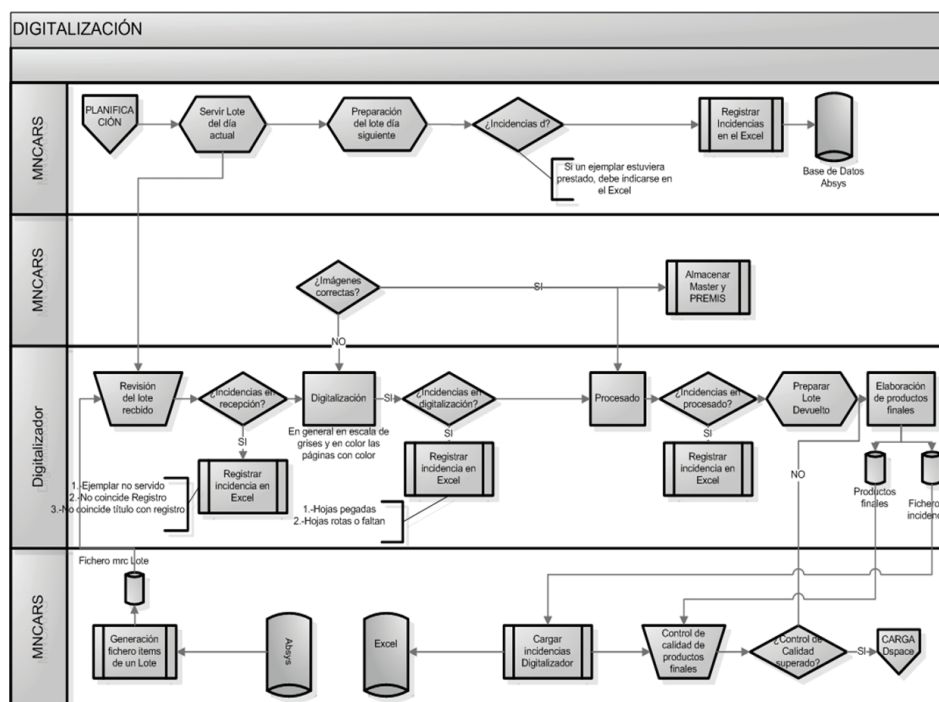


Fig. 4. Flujo del proceso de selección, digitalización y carga en el sistema del MNCARS



Si hablamos de la digitalización de textos impresos, suele ser el aspecto monetario la causa principal que impide la digitalización de la totalidad de los registros. Son muchos los documentos que a día de hoy no es posible digitalizar –en realidad menos del 20% de las colecciones especiales del museo están digitalizadas–. Los procesos de selección y de eventual revisión subsiguiente han de llevarse a cabo según prioridades de actuación regladas: decidir qué acciones tendrán un impacto más significativo, cuáles son las más importantes y cuáles las más viables.

ESTANDARIZACIÓN

La introducción del documento digital ha incidido de una manera decisiva en nuestra disciplina transformando la forma de crear, almacenar, organizar, distribuir y usar la información, y el conocimiento provocando definitivamente un cambio profundo en los modos de trabajo. La informática y en general, todos los soportes técnicos vinculados a la sociedad de la información, nos exoneran de muchas labores rutinarias automatizables, pero, al menos en gestión de información, debe responder a unos protocolos marcados de antemano. En el caso concreto de la plataforma online del MNCARS optamos por tomar como referencia el modelo de datos OAIS que nos ha permitido crear procesos transversales estandarizados capaces de gestionar y cruzar modelos descriptivos de datos tan complejos como son los de una obra pictórica frente a los de un vídeo o una película.

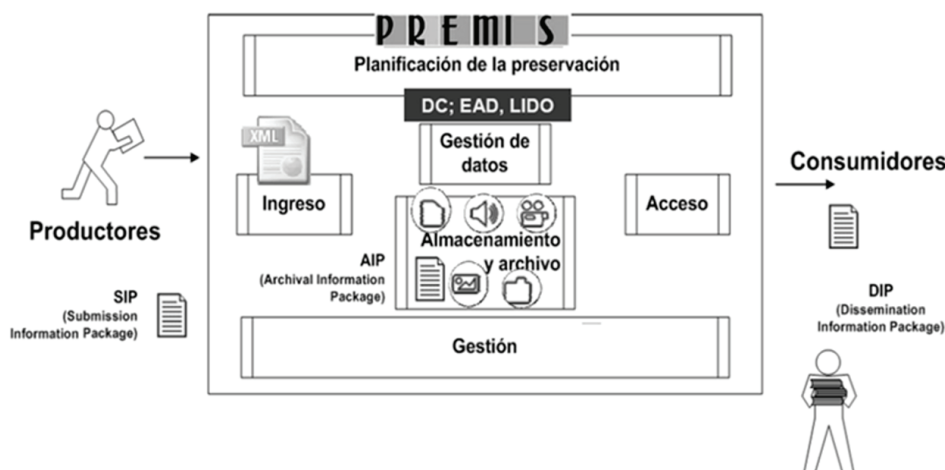


Fig. 5. Estructura del sistema. Modelo de datos OAIS.

CONCLUSIONES

Según recoge la publicación El Nuevo Correo de la UNESCO en la introducción que hace a la versión actualizada y resumida del documento Siglo XXI: tentativa de identificación de algunas grandes tendencias:

“complejidad e incertidumbre son palabras clave de nuestra época. [...] Atrapados en el vértigo de lo inmediato, sometidos a la tiranía del apremio, no nos tomamos el tiempo necesario para preparar acciones bien meditadas y prever sus consecuencias. Sin frenos ni visibilidad nos vemos embarcados en la aventura del futuro, olvidando que cuanto más rápido va un vehículo, más lejos deben llegar sus faros. Hoy ya no se trata de ajustarse o adaptarse, porque el ajuste y la adaptación suponen siempre que llevamos retraso. Hoy de lo que se trata es de adelantarse. Hay que adoptar una visión clarividente cara al porvenir y echar una mirada prospectiva al mundo, para que el día de mañana nuestros hijos cosechen los frutos de nuestra anticipación y no las tempestades de nuestra ceguera” [iii].

En base a la cita intuimos que en menos de una década se habrán superado muchas barreras que hoy se consideran insalvables. Respecto a la explotación de nuestros registros en formato digital no cabe ninguna duda de que tendremos que estar dispuestos a anticiparnos y solucionar las nuevas dificultades que nos vayan surgiendo en los próximos años. Conceptos como *veracidad*, *actualidad de la información*, *tres dimensiones*, *autenticidad*, *movimiento de la información*, *sensaciones*, *velocidad de los datos*, serán los distintos desafíos de los repositorios venideros y por ende de los profesionales de la información. Con el fin de asegurar el futuro del proyecto, se citan a continuación las líneas de trabajo que van a marcar los futuros desarrollos tecnológicos del proyecto:

- Participar activamente en los foros internacionales en materia de patrimonio cultural con el fin de propiciar la creación de redes de ámbito internacional.
- Colaborar con las instituciones gestoras del patrimonio cultural digital compartiendo el conocimiento tecnológico adquirido por el equipo del MNCARS
- Promover la distribución del contenido e incentivar la creación de nuevos desarrollos que exploten el mismo en proyectos de aprendizaje electrónico..
- Colaborar con los agregadores y proveedores de contenido.
- Fomentar el uso de la aplicación para alojar contenidos de archivos de arte contemporáneo de otros países menos avanzados tecnológicamente.
- Incorporar tecnología Linked Open Data que enriquezca la información del sistema.

iii UNESCO. “Futuros posibles: diez tendencias a largo plazo que podrían esbozar los futuros posibles de la humanidad en el siglo XXI”. En: El Nuevo Correo, mayo de 2002. p. 38.

Dar y “vender” patrimonio: 12 años de la Biblioteca Virtual de Andalucía

JESÚS JIMÉNEZ PELAYO

Coordinador de la Biblioteca Virtual de Andalucía

1. INTRODUCCIÓN

En abril de 2015 la Biblioteca Virtual de Andalucía (en adelante BVA) cumplió doce años de vida. Puede parecer que doce años es bien poco en la historia de una entidad, pero les puedo asegurar que una década en el ámbito web es mucho, muchísimo tiempo. La cronología en Internet es vertiginosa y viene marcada por pautas, ritmos y exigencias propias. Así, los dos primeros años de vida de un proyecto web constituyen la verdadera prueba de fuego de su planteamiento y sirven para evaluar su viabilidad y su acogida por parte de los internautas. Los cinco años dan fe de la solidez del mismo y marcan su capacidad de crecimiento y su estabilidad. Finalmente, superar los diez años de existencia demuestra la consolidación definitiva de un proyecto y expresa con claridad que ya no hay una vuelta atrás en su recorrido.

En 2003, cuando nace la BVA, en España tan solo existía una biblioteca de parecidas características, aunque de objetivos muy distintos, la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Fue entonces cuando la administración pública andaluza decidió apostar (y fue pionera en ello) por una biblioteca digital que permitiera recoger, digitalizar y hacer accesible en la Web el patrimonio bibliográfico andaluz, disperso en distintas instituciones de la memoria.

Nuestra biblioteca virtual, sin embargo, ha dado un paso más allá y es la primera (y de momento única) que no se limita sólo a dar acceso a documentos digitalizados a través de un catálogo, sino que, además, apuesta por la producción propia de contenidos que sirvan al usuario de orientación, aprendizaje y formación sobre ese rico y variado patrimonio bibliográfico. Estamos hablando de ediciones literarias, entrevistas, documentales, reportajes, podcasts, audiolibros, exposiciones virtuales, webs temáticas, etc. En este sentido, se puede decir que funciona como una auténtica editorial, con la diversificación de tareas y el dinamismo que ello conlleva.

Nº 108, Julio-Diciembre 2014, pp. 80-91



Durante estos doce años la BVA se ha ido definiendo como proyecto hasta encontrar su propio hueco, su personalidad, reconocida y reconocible. Su verdadera mayoría de edad la alcanza en 2010, en que es objeto de una profunda remodelación. Estrena un nuevo sitio web, más dinámico, con nuevas secciones de actualización periódica, con contenidos variados y con una cuidada estética. Se dota de visibilidad a sus contenidos, desembarca en el mundo de las redes sociales y se une al selecto grupo de instituciones que forman parte y hacen posible Europeaana, la Biblioteca Digital Europea.

Hoy las estadísticas de la BVA hablan por sí mismas. Tiene más de 600.000 visitas anuales desde todo el mundo, cerca de 1 millón de búsquedas y supera las 75.000 descargas, todo ello sobre una colección digital de más de 2 millones de objetos digitales correspondientes a 21.000 títulos. Pero más importante aún que las cifras es el hecho de que sea valorada y reconocida por los profesionales bibliotecarios como un referente de lo que debería ser la evolución lógica de las bibliotecas virtuales o digitales.

Singularidad, exclusividad, rigor, claridad y estética han sido palabras clave que hemos incorporado a la personalidad de este proyecto. Alguna vez he dicho que la BVA no puede competir con otras grandes bibliotecas digitales en cuanto a la magnitud de colecciones, pero sí en cuanto a variedad, importancia, alcance e interés de las mismas.

Haciendo un símil comercial, nuestra biblioteca virtual aspira a ser lo opuesto a unos grandes almacenes: una agradable tienda en una estrecha calle del centro de una ciudad, con un moderado fondo en stock, pero repleta de esos pequeños detalles, únicos y exclusivos, que solo podremos encontrar allí, y que hacen que aquel sitio nos invite a volver.

2. CONOCIENDO LA BVA

La BVA se orienta especialmente a dar acceso a obras de dominio público, no sujetas a derechos de autor, y que sean consideradas andaluzas por ser obras de autores andaluces o vinculados Andalucía, por ser de tema o contenido relacionado con Andalucía y por ser impresas o publicadas en Andalucía. Con esta premisa en sus colecciones tienen cabida todo tipo de materiales y soportes, incluyendo publicaciones impresas, imagen, audio, video y multimedia.

La BVA la hacen posible instituciones de la memoria tanto andaluzas como no andaluzas, que son las que conservan el fondo original que se digitaliza y se hace accesible en la web. Mediante una serie de convenios y de acuerdos de colaboración institucionales, se accede a las colecciones documentales custodiadas en bibliotecas, hemerotecas y otras instituciones patrimoniales y se procede a realizar una re-

producción fotográfica facsímil de aquellas obras que forman parte del patrimonio bibliográfico andaluz. Algunas de las instituciones que colaboran habitualmente con nuestro proyecto ofreciendo sus colecciones son las Bibliotecas Públicas Provinciales de las ocho provincias andaluzas, Biblioteca Nacional de España, Biblioteca de la Universidad de Granada, Biblioteca Cánovas del Castillo de Málaga, Biblioteca de la Fundación Ruiz Luque de Montilla (Córdoba), Biblioteca de la Facultad de Teología de Granada, entre otras.

3. LA BVA Y SUS RETOS

Los retos más importantes a los que se ha enfrentado la BVA en estos primeros diez años de existencia han sido tres:

- La búsqueda de visibilidad web.
- La definición de una personalidad propia.
- La identificación y explotación de sus puntos fuertes.

3.1. En busca de visibilidad

Visibilidad externa

Las estadísticas demuestran que los usuarios de la Web no recuperan, al menos en principio, la información a partir de una dirección web concreta, como la de la BVA, sino que cerca del 90% se inician en buscadores, como Google o Yahoo. Raro es el caso en que alguien parte de una dirección web concreta para localizar una información. Los buscadores son, pues, la principal puerta de entrada a la información existente en el entorno web. Es por esto por lo que la BVA emprendió una estrategia que consistía en considerar su sitio web como un *destino* más que como un punto de partida. Lo que se pretendía era que los documentos que se buscaran en los mencionados Google o Yahoo y que estuviesen contenidos en la BVA fuesen presentados en una posición destacada en los resultados que ofreciesen estos buscadores, de manera que las colecciones digitales de la BVA fuesen altamente visibles y, por lo tanto, advertidas por los usuarios. Este tipo de visibilidad, la visibilidad externa, era el primero que pretendíamos conseguir.

Hace algunos años era admitido que lo que no estaba en Internet, no existía; hoy se puede ir más allá, y afirmar que lo que, aun estando en Internet, no se deja ver (no es visible), no existe. O, al menos, no se tiene en cuenta. En resumen, conseguir visibilidad web significaba para la BVA el modo de decir “Estoy aquí”.

La visibilidad externa la hemos logrado mediante la creación de un *site map* con Google y con Yahoo que permiten que este buscador pueda “entrar” en la base de datos de la BVA y difundir su contenido (*harvesting*). Complementariamente,

mediante la conversión de la propia BVA en un *Data provider* de OAIster, el mayor recolector de recursos digitales del mundo, que es el encargado de alimentar regularmente a los grandes buscadores de información en la Web.

Visibilidad interna

El usuario de Internet es muy exigente y, al contrario de lo que pueda parecer, posee un acusado juicio crítico y un conocimiento cada vez más especializado. Es por esto por lo que no duda en discriminar sin contemplación aquellos sitios web que, aun teniendo una información interesante, no son capaces de mostrar sus contenidos de manera bien definida y atractiva. En el punto de desarrollo en que se encuentra hoy el mundo web, el usuario deja de lado los sitios denominados *opacos* o *mudos*, es decir, aquellos que esperan a que sea el propio visitante quien los interroge, y no al revés.

Hoy día se buscan sitios webs activos y no pasivos, que interactúen desde el primer momento con el usuario. La visibilidad interna lo que pretende es atrapar al usuario una vez este accede a una web, ofrecerle incentivos suficientes para que demore su visita y, si es posible, descubra otras informaciones que no iba buscando a priori. Al mismo tiempo, que se sienta confortable, bien acogido y que encuentre estímulos para volver a visitar dicha web (fidelización). En resumen, la visibilidad interna es la manera en una web le dice al usuario: “Quédate conmigo”.

En sus inicios y hasta 2010, la web de la BVA consistía fundamentalmente en un catálogo en línea con acceso a sus fondos digitalizados. Como se puede deducir fácilmente la visibilidad interna era pobre o muy pobre, por no decir nula. Su presentación era demasiado deudora del modelo tradicional estático de las páginas web bibliotecarias de hace años, donde el OPAC era el elemento central –cuando no el único– en torno al que se construía el sitio web, obviando cualquier otra forma de comunicarse con el usuario.

La BVA inició en 2010 una profunda remodelación de su web con la premisa de lograr una mayor visibilidad interna y aplicando los principios fundamentales con que esta se logra, a saber:

- Con una buena y clara organización de los contenidos
- Con un diseño atractivo y sugerente
- Delimitando bien sus contenidos
- Destacando los contenidos más singulares
- Con proyectos de gran calado
- Ofreciendo documentos que no ofrecen los demás
- Generando sus propios contenidos
- Optando por la calidad y no por la cantidad

Visibilidad social

Es otra de las grandes visibilidades que toda biblioteca digital debería conseguir. Responde a una manera de estar en la Web que busca la interacción con el usuario. Se plantea como una superación de los sitios web cerrados, en los que el usuario tiene poco que aportar y donde el planteamiento de la propia web es pasivo. La incorporación de elementos de la web 2.0, blogs, agregadores, presencia en redes sociales, suscripciones RSS, recomendaciones, comentarios y valoraciones de usuarios en tiempo real son posibilidades para ampliar las posibilidades de proyección social de una biblioteca virtual. Podríamos resumir la visibilidad social como la manera en que una biblioteca digital le dice al usuario: ¡Me interesas!

Consciente de la importancia para la difusión y promoción de sus contenidos, en marzo de 2011, la BVA, con el eslogan “Vamos hacia donde tú estés”, se daba de alta en algunas de las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr y Youtube).

Asimismo, desde enero de 2013, la BVA participa en el Blog de la Cultura y el Deporte de Andalucía (www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/blog/), que la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía puso en marcha para difundir su ámbito de trabajo mediante un lenguaje directo y un tono más cercano al ciudadano. La BVA colabora periódicamente con contenidos y entradas referidas tanto a sus colecciones, como a sus actividades y servicios, lo que ha permitido aumentar más aún su visibilidad social.

Otra de las estrategias que la BVA ha desarrollado para lograr visibilidad de este tipo es contar con firmas invitadas e implicar a agentes y roles sociales en el desarrollo de sus contenidos de producción propia: prologuistas y editores literarios, comisarios de exposiciones, personajes públicos que comentan sus lecturas, instituciones públicas y privadas como coproductores de exposiciones virtuales, documentales, etc.) Esta manera de trabajar, con una plantilla de colaboradores, que aumenta con el tiempo, ha hecho que la BVA gane prestigio y, sobre todo, que sea percibida como un proyecto colectivo, como algo de todos y para todos.

3.2. En busca de personalidad

Otro de los grandes retos que la BVA ha tenido que afrontar ha sido el de conseguir su propia personalidad. En un ámbito tan competitivo como es la Web, donde cada año surgen muchos nuevos proyectos de bibliotecas y colecciones digitales, la apuesta de la BVA ha sido encontrar su hueco, su sitio exacto, en el que tiene razón de ser y se justifica como proyecto digital. La personalidad web no es más que una carta de presentación ante los usuarios (en este caso, los internautas), que se sustenta y da respuesta a dos preguntas básicas: *¿Quién eres?* y *¿Qué ofreces?* Cuanto más claro un determinado sitio web a estas dos preguntas y cuanto más se comprometa a cumplir la segunda de ellas, más personalidad tendrá.

La personalidad de la BVA podría resumirse en esta declaración de intenciones:

“No podemos competir con otras bibliotecas digitales en cuanto a volumen de colecciones, pero sí en cuanto a variedad, rareza e interés de las mismas. La idea es ofrecer un sitio web donde el usuario encuentre productos bien hechos y bien presentados y, lo más importante, que en ningún otro sitio va a poder encontrar más que allí.”

A partir de este principio, podemos resaltar los rasgos esenciales que la BVA ha fomentado para definir y reforzar su personalidad y su manera de estar en la Web:

- Singularidad en los contenidos.
- Exclusividad en los productos.
- Claridad en la difusión.
- Rigor en el tratamiento.
- Cuidado estético en la presentación.

3.3. En busca de fortaleza

La búsqueda e identificación de los puntos fuertes es una tarea esencial de cualquier planificación estratégica institucional, ya sea ésta pública o privada. En lo que a nuestro ámbito se refiere, hemos de decir que sólo conociendo sus fortalezas, una biblioteca digital puede consolidar su presencia en la Web, crecer, evolucionar y, por tanto, mejorar. La BVA reconoce su fortaleza, que marca la diferencia respecto de otras bibliotecas de su clase, en los siguientes aspectos:

- *Edición propia*: su objetivo va más allá de hacer accesibles en web documentos digitalizados (que no es poco) y apuesta por la edición propia.
- *Promoción*: va más allá de la difusión y apuesta por la promoción de contenidos, elaborando productos que tratan, contextualizan y sirven para “vender” sus propias colecciones digitales.
- *Web dinámica*: va más allá de ser un catálogo y ofrece una web con diez secciones temáticas de actualización periódica.

Con estas estrategias que hemos visto, la BVA ha conseguido unos datos básicos muy positivos en cuanto a indicadores web relevantes. Las estadísticas, obtenidas de Google Analytics y referidas al año 2014, reflejan los siguientes valores anuales:

- 641.898 visitas.
- 957.484 búsquedas.
- 75.236 descargas.
- 21.034 documentos digitalizados.
- 102.013 visitantes únicos absolutos.
- 4.493.925 páginas vistas dentro del sitio web.

- 00:09:13 tiempo en el sitio.
- 59,60% porcentaje de rebote.
- 53% nuevas visitas.

4. LA WEB DE LA BVA

En julio de 2010 la BVA inauguraba su nuevo sitio web como una apuesta sólida por convertirse en un auténtico sitio de referencia del patrimonio bibliográfico andaluz en Internet. Hasta el momento la Biblioteca era proveedora de contenidos digitales, al poner a disposición de todos documentos digitalizados, a partir de ese momento se convierte además en generadora de contenidos (reportajes, ediciones, traducciones, exposiciones virtuales, podcasts, etc.), que tienen como objetivo promocionar sus propias colecciones documentales.

La remodelación fue profunda. Además del catálogo de búsqueda, pieza esencial en toda biblioteca digital, el nuevo sitio web ofrece diez secciones de actualización periódica con contenidos variados y muy elaborados, además de espacio para destacados y banners promocionales, lo que permite dar la imagen de una biblioteca digital más dinámica, en la línea de un portal web o de una editorial digital.

Las secciones que conforman la web son:

- Catálogo.
- Sala de exposiciones.
- Hoy en la Historia de Andalucía.
- Kiosco virtual.
- De viva voz.
- El viaje y al memoria.
- Sin más palabras.
- Contrastes.
- Una galería de lecturas pendientes.
- Biblioteca de autor.
- Raros en el escaparate.
- El valor de escuchar.

4.1. Catálogo

Trabaja sobre el SGB DIGIBIB, en su versión 8, última publicada hasta la fecha. Está basado en la gestión de metadatos normalizados de registros bibliográficos y objetos digitales a través de MARC 21, MARCXML, Dublin Core, METS, ALTO, PREMIS, ESE, EDM y LOD. Es una aplicación avanzada de gestión, recuperación y preservación de materiales bibliográficos en un entorno digital vinculado y abierto (repositorio OAI).

Para la descripción de registros bibliográficos, autoridades y fondos seguimos la norma ISBD y el estándar MARC21, formato desde el que se realizan los mapeos necesarios a otros estándares para maximizar la compatibilidad en el intercambio de dicha información.

Para realizar una digitalización unificada y seguir unos procesos y pautas comunes, hemos redactado manuales de procedimiento interno para la digitalización, incluyendo el método de digitalización, así como los formatos adecuados tanto para la preservación como para la publicación en la Web. Estos formatos van evolucionando de una forma rápida, como todo en el campo relacionado con las Tecnologías de la Información, con lo que siempre intentamos utilizar el mejor formato para cada caso que se adapte a las necesidades del usuario. En concreto hemos redactado:

- Pautas de digitalización para monografías.
- Pautas de digitalización para publicaciones periódicas.
- Pautas de digitalización para archivos audiovisuales.

Los formatos en los que actualmente estamos publicando son los siguientes:

Archivos de imagen:

- Máster: TIF sin compresión, 400ppp, 8 bits.
- Web: JPG (con compresión), 400ppp, 8 bits, compresión aprox. 70%
- OCR: PDF/A con texto oculto bajo las imágenes.

Archivos audiovisuales:

- Audio:
 - Máster: WAV, PCM 16 bits, estéreo.
 - Web: MP3, 128 kbps (CBR), estéreo
- Vídeo:
 - Máster: MPG
 - Web: MP4 (vídeo MPEG4 AVC (x264), audio AAC)

4.2. Sala de exposiciones

Es un espacio virtual donde se da cabida a recursos multimedia de producción propia, tales como exposiciones, documentales y webs temáticas. Son producciones que, por su contenido, alcance o importancia, merecen una difusión y un acceso web particularizados a través de una puerta de entrada singularizada, como es esta Sala de Exposiciones. Desde su puesta en marcha, alberga tres exposiciones virtuales permanentes (*Luces de Sulayr. Cinco siglos en la imagen de Sierra Nevada*, exposición virtual producida por la BVA a partir de la exposición del mismo título organizada por Caja Granada y el Parque Natural y Nacional Sierra Nevada (Consejería de Medio Ambiente); *Andalucía. La imagen cartográfica desde la antigüedad a nuestros*

días, en colaboración con el Centro de Estudios Andaluces y el Instituto de Cartografía de Andalucía; y *Tras los pasos de Richard Ford. Una imagen de Andalucía a través de la literatura de viajes ilustrada: 1823-1874*).

La Sala de Exposiciones contiene también el documental *Bécquer desconocido*, estrenado simultáneamente en el Festival de Cine Europeo de Sevilla y en la web de la BVA, y galardonado con el Premio al Mejor Documental de la Asociación de Escritores Cinematográficos de Andalucía (ASECAN) 2011.

Finalmente, completan hasta el momento, la oferta de esta sección la *Biblioteca Sonora Francisco Ayala*, web temática realizada en colaboración con la Fundación Francisco Ayala que recoge, en más de cinco horas de audio, narraciones y otras obras del autor leídas por él mismo o por actores, y grabaciones audiovisuales en las que amigos y estudiosos contribuyen al conocimiento de su figura y de su obra.

4.3. Hoy en la historia de Andalucía

Hoy en la Historia de Andalucía es una sección en la que se ofrece, día por día, la Historia de Andalucía a través de aquellas efemérides que marcaron el devenir de personajes destacados y acontecimientos de singular importancia en el plano político, social o cultural. A lo largo de estos años se han publicado más de 1.460 efemérides distintas.

4.4. Kiosco Virtual

Es una recopilación digital de titulares y noticias concernientes a Andalucía aparecidas en los periódicos y revistas de hace cien años. Desde julio de 2010 hasta hoy, y con una actualización semanal, se han publicado 1300 noticias distintas, ordenadas bajo las siguientes nueve grandes secciones: Editorial, Internacional, Nacional, Local, Economía, Sociedad, Sucesos, Anuncios publicitarios, Curiosidades

4.5. De viva voz

Esta sección es un tributo a los autores andaluces más destacados que cuentan con una larga trayectoria y con una amplia obra en su haber. Para ello presenta en esta sección entrevistas audiovisuales en las que se intenta divulgar la vida y los principales hitos de la carrera literaria de autores de primer orden, tanto poetas como narradores y ensayistas. Entre los entrevistados, figuran escritores tan importantes como Carlos Edmundo de Ory, José Manuel Caballero Bonald, Pablo García Baena, Miguel Romero Esteo, Carlos Castilla del Pino, Manuel Alcántara, Julia Uceda, Ana Rossetti, etc.

4.6. *El viaje y la memoria*

En esta sección, subtitulada “Andalucía en libros de viaje insólitos y curiosos”, se ofrecen reportajes ilustrados y traducciones exclusivas de libros y textos de viajeros que recorrieron Andalucía a lo largo del siglo XVIII y XIX. A través de éstos, conocemos algunos de los testimonios más sorprendentes y personales, relatos realistas, a veces fantasiosos y divertidos, casi siempre curiosos e interesantes, traducidos por primera vez al castellano y enriquecidos con comentarios e ilustraciones de época.

4.7. *Sin más palabras*

En un afán de contribuir al fomento de la lectura desde una plataforma completamente digital, la BVA ha concebido esta sección como un espacio para ofrecer mini-entrevistas audiovisuales a personajes públicos andaluces, que transmiten sus experiencias lectoras y recomiendan obras concretas, dando cabida a representantes de todo tipo de actividades profesionales y artísticas (músicos, actores, deportistas, etc.).

4.8. *Contrastes*

La BVA tiene un especial interés en la difusión de la imagen sobre Andalucía. El ayer y el hoy de lugares, pueblos y ciudades andaluzas a través del contraste entre su imagen histórica y su estado actual es lo que nos ofrece esta sección, concebida como un espacio dinámico y atractivo para la difusión del patrimonio fotográfico de Andalucía.

4.9. *Una galería de lecturas pendientes*

Se concibe como un espacio virtual dedicado dar a conocer obras representativas de la producción escrita andaluza de todos los tiempos a través de reportajes, ediciones digitales y audiolibros. La Galería nace con una vocación de rescatar títulos poco conocidos u olvidados, pero presentados ahora con un criterio de calidad y una nueva visión a cargo de un destacado especialista.

La sección se inauguraba en 2010 con cuatro libros digitales: *Sobre la brevedad de la vida*, del cordobés Séneca, en una nueva y excelente traducción a cargo del profesor Francisco Socas; *Puñal de claveles*, de Carmen de Burgos, que tan necesitada estaba de una edición definitiva, y que ha preparado Concepción Núñez Rey; *Cuentos espiritistas*, de la escritora sevillana Amalia Domingo Soler, de cuya edición se ha encargado la profesora Amelina Correa y, finalmente, *Las almas gemelas* de Patrocinio de Biedma, cuya edición está al cuidado de M^a. Ángeles Perea, especialista en esta escritora jienense que cultivó con calidad la novela romántica a finales del siglo XIX.

Hasta hoy se han editado 23 títulos y se publican a razón de uno nuevo al mes. Cada libro digital de la colección se ha editado con las mismas exigencias de calidad y rigor que si de un libro impreso se tratase, cuidando a partes iguales texto, presentación y diseño para brindar una experiencia lectora agradable y atractiva. Cada edición se completa en la web con la grabación en audio de un fragmento de la obra y, en algunos casos, de la obra completa.

4.10. Biblioteca de autor

Las obras completas de grandes autores clásicos andaluces en edición digital y al cuidado de reconocidos especialistas. La posibilidad de la consulta y búsqueda a texto completo de las obras es una de sus grandes bazas.

4.11. Raros en el escaparate

Con el eslogan “A veces los libros no son lo que parecen”, este espacio está divulgando libros, folletos, hojas y textos mínimos que destacan por la singularidad de su autoría, temática, contenido, o características de su edición. Títulos raros y curiosos, a veces sorprendentes, incluso extravagantes, que vienen a demostrar la diversidad y riqueza del patrimonio bibliográfico andaluz.

4.12. El valor de escuchar

En diciembre de 2011, coincidiendo con las fechas navideñas, la BVA puso en marcha esta sección, en la que el protagonista absoluto es la voz. ‘El valor de escuchar’ se ha concebido como una galería de audios descargables (podcasts) de muy variado contenido y temática: desde reseñas literarias y noticias históricas hasta semblanzas biográficas de ilustres personajes andaluces –que nos hablan en primera persona–, audiolibros, conferencias, reportajes, charlas, etc. Las posibilidades que brinda el material sonoro para hacer llegar al público, de una manera actual y amena, la riqueza del patrimonio bibliográfico y cultural de Andalucía es el objetivo de este espacio.

Finamente, destacar también dos elementos de importancia dentro de la web de la BVA: el banner central animado de promoción de contenidos y el tablón de “Destacados”.

5. CONCLUSIONES

Decía Oscar Wilde que *la experiencia es el nombre que le damos a nuestros errores*. Ser veterano en un medio tan joven –por no decir un bebé– como es la Web, tiene la ventaja de que tienes mucha experiencia, es decir, muchos errores a

tus espaldas que te han enseñado definitivamente cuáles son los caminos que no se han de seguir. Si algo hemos aprendido en la BVA en estos doce años de trayectoria ofreciendo patrimonio bibliográfico en formato digital es que la permanencia de un proyecto de este tipo solo está asegurada con la singularidad y continuidad de los contenidos que vas a ofrecer, por muy reducidos que estos sean. En esto, como en todo, si no tienes nada que ofrecer, o si lo que ofreces es insustancial, tu vida es corta. Puede ser vistosa y flamante, pero corta.

Las bibliotecas digitales nacidas de las bibliotecas tradicionales de carácter público tienen mucha ventaja con respecto a las iniciativas privadas porque cuentan con el enorme potencial, con ese “as en la manga” que es el inmenso y rico legado patrimonial que conservan en sus estantes. El primer paso, pues, ha de ser, por fuerza, el de la meticulosa y pensada labor de selección de fondos a digitalizar; es decir, qué ofrezco. Paralelamente se ha de apostar por una tecnología adecuada que permita que aquello que ofrecemos sea visible, y pueda ser integrado, rastreado e interconectado con otros proyectos digitales; esto es, cómo lo ofrezco. El uso de los estándares tecnológicos adecuados es lo único –lo único, subrayo– que permitirá a nuestra biblioteca digital no perder el tren que lleva hacia la meta deseada: la de ser capaz de dar contenidos con una cierta garantía de consistencia, permanencia y durabilidad.

Dar ya es mucho, es lo esencial, lo prioritario, en realidad. Sin embargo, las bibliotecas –sean tradicionales o digitales– no deben conformarse simplemente con dar, es necesario conocer lo que das, saber comunicar lo que tienes, saberlo contextualizar, clasificar, anunciar, anotar, destacar, promocionar, vender, en definitiva.

Presentarse ante el usuario de internet dejando muy claro qué eres y qué ofreces como proyecto es esencial si quieres ocupar un espacio propio, único, delimitado y respetado en un tablero tan competitivo como es el de la Web y, concretamente, el de las pujantes bibliotecas digitales.

Acceso y más información: www.bibliotecavirtualdeandalucia.es