

El valor social del patrimonio documental en los medios de comunicación: retos y oportunidades

Paloma Hidalgo Goyanes¹
pahidalg@ucm.es

Juan Carlos Marcos Recio
jmarcos@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, España

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v12.n2.2019.21153>

Recebido/Recibido/Received: 2018-12-12

Aceitado/Aceptado/Accepted:

ARTIGOS

Resumen: El constante flujo de información que se viene generando en los medios de comunicación, incrementado notablemente en la era digital, supone una serie de retos y oportunidades en lo que respecta a la gestión de sus archivos, con el fin de conservar este patrimonio documental y garantizar que sea respetado el valor social que sin duda tienen. El objetivo de esta ponencia es señalar el compromiso que tienen los medios de comunicación de preservar y gestionar el patrimonio documental que generan y utilizan, así como la forma en que facilitan el acceso de la sociedad a este acervo, especialmente en el caso de los medios de titularidad pública. Los materiales que conforman este patrimonio son una fuente documental básica desde hace tiempo, y lo será más aún en el futuro, para el conocimiento de la historia de la sociedad de los últimos siglos. La situación ha cambiado positivamente en el entorno digital, pero continúa existiendo el riesgo de pérdida de parte de este "patrimonio" y el acceso a estos documentos sigue siendo una cuestión pendiente.

Palabras clave: Patrimonio documental. medios de comunicación. gestión documental. Conservación. Digitalización. acceso.

O valor social do patrimônio documental na mídia: desafios e oportunidades

Resumo: O fluxo constante de informações que tem sido gerado na mídia, aumentou significativamente na era digital, envolve uma série de desafios e oportunidades na gestão de seus arquivos, a fim de preservar esse patrimônio documental e garantir que o valor social que eles, indubitavelmente, têm é respeitado. O objetivo deste trabalho é apontar o compromisso dos meios de comunicação de preservar e administrar o patrimônio documental que geram e utilizam, bem como a forma como facilitam o acesso da sociedade à essa coleção, especialmente no caso da mídia de propriedade pública. Os materiais que compõem esta herança, são uma fonte documental básica há muito tempo, e serão ainda mais no futuro, para o conhecimento da história da sociedade dos últimos séculos. A situação mudou positivamente no ambiente digital, mas ainda existe o risco de perder parte dessa "herança" e o acesso a esses documentos permanece uma questão em aberto.

¹ Ambos autores forman parte del Grupo de Investigación: Patrimonio Digital en Medios de Comunicación (PaDem), UCM-GR17-970831, en el que incluyen algunos avances de la investigación.

Palavras-chave: patrimônio documental. Mídia. gerenciamento de documentos. Conservação de documentos. Digitalização. Acesso.

The social value of documentary heritage in the media: challenges and opportunities

Abstract: The constant flow of information that its generated in the mass media, increased notably in the digital age, what it supposes a series of challenges and opportunities regarding the management of your archives, in order to preserve this documentary heritage and to guarantee that is respected the social value that undoubtedly they have. The aim of this presentation is to point out the commitment that the mass media must preserve and manage the documentary heritage that they generate and use, as well as the form in which they facilitate society's access, especially in the case of the media of public ownership. The materials that shape this heritage, are a documentary basic source for a long time, and it will be even more in the future, for the knowledge of the history of the society of last centuries. The situation has changed positively in the digital environment, but it continues existing the risk of loss on behalf of this "heritage" and the access to these documents continues being a hanging question.

Keywords: documentary heritage. mass media. document management. Conservation. Digitalization. Access.

1. Introducción

La gran transformación que está experimentando la sociedad no es ajena a los medios de comunicación. Todo está cambiando, como siempre ha sucedido a lo largo de la historia, pero con el añadido de que desde la llegada de Internet los cambios son más veloces y apenas los usuarios/consumidores tienen tiempo de asumirlos y adaptarlos. En los medios de comunicación, un lema a lo largo de su historia, era siempre "llegar el primero", contar antes que nadie la noticia, pero contrastando informaciones y documentando la información; en la actualidad, lo importante ha pasado a ser la inmediatez, la celeridad, el dar la noticia antes que la competencia, sin tiempo en muchas ocasiones para certificar y contrastar las informaciones, en un momento en que las noticias falsas circulan habitualmente, especialmente en las redes sociales, generándose situaciones que los medios de comunicación quieren resolver cuanto antes para volver a la normalidad informativa.

Para empezar, los contenidos informativos ya no interesan como antes, ni se consultan de la misma manera. Como consecuencia directa, los medios impresos han perdido lectores a pasos agigantados. Mejor le va a la radio, que sigue manteniendo índices de audiencia altos y, algo peor a la televisión que no acertó a adaptarse a las nuevas necesidades informativas y de entretenimiento, por lo que las llamadas cadenas generalistas se están viendo superadas en audiencia y por tanto en ingresos publicitarios, por canales temáticos o de puro entretenimiento como pueden ser HBO, Movistar+ o Netflix.

En segundo lugar, los problemas financieros derivados de la crisis publicitaria, han afectado a las arcas de los medios de comunicación que han tenido que replantearse su estructura, su producción y los servicios que proporcionaban, aunque la inversión en medios

parece que empieza a recuperarse desde 2017, así se explica en el Estudio 89 de Inversión que cada año hace InfoAdex: “La tasa de crecimiento en 2017 de los medios convencionales ha sido del 2,3%, pasando de los 5.234,7 millones de euros que se registraron en 2016 a los 5.355,9 millones de inversión de 2017. Como consecuencia de ello, el porcentaje que sobre el total del mercado obtuvieron los medios convencionales en 2017 fue del 43,6%, cifra que es dos décimas superiores a la del año anterior” (INFOADEX, 2017).

En tercer lugar, y como consecuencia también de esta crisis económica, los medios han tenido que reducir sus plantillas, en ocasiones, de manera poco ortodoxa, ya que aprovechando la mala situación se justificaron más despidos de los que eran necesarios.

Así, en España en la última década la cifra de despidos en el sector es alarmante comparada con otras épocas: “Unos 13.000 empleos se han perdido en los medios de comunicación en la última década, según cálculos de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que define la situación como “sangría sin precedentes” (MARTÍN-ARROYO, 2018).

Esta situación está afectando de manera directa a los departamentos de documentación y al propio patrimonio documental que atesoran los medios. En el texto de Martín-Arroyo se anuncia el cierre (¿definitivo?) de la edición impresa de *El Correo de Andalucía*, uno de los periódicos más antiguos de España, tras 119 años informando de Sevilla y de Andalucía. Así, las cosas, se requiere un esfuerzo para evitar la pérdida del patrimonio documental cuando un medio de comunicación echa el cierre. El valor social que tienen los medios, especialmente los que ofrecen información local, es muy importante porque su preservación significa poder salvar la memoria histórica de una ciudad, una región o un pueblo.

Cuando se produce el cierre de un medio de comunicación, no siempre hay planes para salvaguardar su patrimonio documental de manera que no se pierda y que pueda estar accesible. En el caso de la prensa diaria escrita, la existencia de las hemerotecas, y los proyectos de digitalización de estos fondos, acometidos incluso por parte de las administraciones públicas², contribuyen desde hace tiempo a paliar en parte esta situación, asegurando su preservación y el acceso de los usuarios a esta valiosa documentación. Pero no ocurre lo mismo, salvo excepciones, con las revistas, emisoras de radio, cadenas de televisión, agencias de publicidad o productoras de cine o televisión.

² En España, sirvan como ejemplo La Hemeroteca Digital de la BNE, dentro del proyecto Biblioteca Digital Hispánica <http://hemerotecadigital.bne.es/index.vm> o la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica del Ministerio de Cultura <http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/busqueda.cmd>.

En enero de este mismo año, 2018, el Grupo Zeta comunicaba que ante el vertiginoso descenso en la difusión y en los ingresos de publicidad de las revistas Tiempo e Interviú, el grupo editorial optaba por **dejar de publicarlas. La revista “Tiempo” centraba sus contenidos en política y economía esencialmente, mientras que “Interviú” publicaba** reportajes de investigación que marcaron una época del periodismo en España.

Es importante reseñar que, en el mismo comunicado, se señalaba que la página web de Interviú³ continuaría abierta para los usuarios que deseen utilizarla como fondo documental periodístico de los últimos cuarenta años.

No obstante, el anuncio de un ERE por parte de la empresa editorial el pasado mes de junio, que afectaba entre otros a los documentalistas (ZARZALEJOS, 2018), provocaba que de nuevo la alerta sobre la gravedad del cierre del archivo de la revista, especialmente de su fondo fotográfico, un fondo documental de valor “incalculable”, que contiene fotografías que datan de 1976, fecha de nacimiento de Interviú, incluso algunas de ellas premiadas con el World Press Photo.

Desde finales de los años noventa, los medios de comunicación han optado por distribuir sus contenidos a través de internet, incluso algunos lo hacen así exclusivamente. Los medios digitales suponen grandes retos desde el punto de vista documental, desde las formas de almacenamiento de la información (con versiones que suelen cambiar varias veces al día), al tratamiento documental de los distintos y numerosos materiales que ahora generan, la preservación adecuada de este patrimonio documental y las posibilidades de facilitar el acceso de los usuarios potenciales a estos contenidos informativos.

2. Compromiso de los medios de comunicación con su propio patrimonio documental

Desde que existen las empresas de comunicación, los medios, su prioridad lógicamente es obtener negocio, rendimientos económicos, de la información generada cada día (cuando los contenidos tenían una duración de al menos 24 horas) y ahora en el momento que hay un cambio significativo al respecto de esa información. Sin querer hacer un recorrido histórico de los medios, la actual situación refleja una inadaptación de la mayoría de ellos a los tiempos presentes. La propuesta debe ser que vayamos construyendo las bases y trabajando para garantizar la conformación, preservación y difusión de este patrimonio en todo el mundo.

Pero ¿cuándo se convierten los documentos en patrimonio? ¿Quién decide lo que tiene o no valor para el futuro? ¿Cómo hay que enfrentarse cada día a la gestión documental? ¿Servirán cuando pasen varias décadas? ¿Estaban y están preparados para asumir las tareas de

³ <http://www.interviu.es/>

selección, restauración, conservación y difusión los centros de documentación de todos los medios de comunicación? Evidentemente, no existen respuestas globales. Cada región y cada medio tienen su propia historia, su propia trayectoria y han experimentado su propia gestión, y no todos han podido disponer ahora de los medios económicos y recursos de distinto tipo para afrontar con éxito los retos que la era digital les reservaba; de hecho, la denominada “brecha digital” también afecta a los medios de comunicación en muchas regiones del mundo.

En el caso de la televisión, en muchos países, hasta dos décadas después de que la cadena empezó a funcionar, no se preservaron los fondos que se estaban generando con la conciencia de que formarían parte en el futuro de un bien colectivo, solo eran útiles para la emisión y la producción diarias, pero no había una “conciencia patrimonial”.

A partir de los años 80 del siglo pasado, apoyados por UNESCO, se crean los primeros organismos a nivel internacional para tratar de salvar el patrimonio audiovisual, la mayoría en manos de productoras de cine y televisión, y crear las bases de un futuro que lo garantice. Por tanto, la conversión de los documentos en patrimonio, no la determina solo el tiempo sino la necesidad por conservar algo que ya empieza a tener valor de uso para numerosas personas. También contribuye la obligatoriedad que la ley impone a quien son gestores del patrimonio público en algunos países.

El “patrimonio documental sonoro” generado, preservado y gestionado por las empresas radiofónicas, muchas de ellas muy importantes y de larga trayectoria en España, presenta mayores diferencias dado que existen multitud de emisoras de radio, de distintas dimensiones y, por tanto, no se puede afirmar que todos estos archivos estén actualmente digitalizados.

Las grandes empresas radiofónicas españolas, Cadena Ser, RNE (primera cadena pública europea que digitalizó su patrimonio documental) o COPE, entre otras, han digitalizado su fondo documental, que al igual que en el resto de los medios de comunicación, sirve fundamentalmente para la producción periodística diaria y para sus intereses empresariales.

Radio Nacional de España (RNE) al ser una empresa de titularidad pública, tiene el papel de garante de la “memoria sonora del país”, pero las emisoras de radio privadas tomaron conciencia mucho más tarde, prácticamente en los años de la transición democrática, del valor histórico, cultural y social que tenían sus archivos. Los medios de comunicación radiofónicos conservan todo tipo de grabaciones musicales, históricas, literarias, entrevistas, efectos especiales... “pero cientos de miles de documentos sonoros duermen en almacenes de emisoras de radio, todavía en soportes analógicos, ignorados y en peligro de desaparición” (AFUERA, 2017).

El sonido tiene consideración como patrimonio desde hace muchos años y existen normas y procedimientos que sirven de guía para la preservación de colecciones sonoras analógicas y digitales, y sobre cómo garantizar el acceso y difusión de estos archivos en plataformas digitales. Es imprescindible el reconocimiento del valor social, cultural e histórico de los documentos sonoros.

Desde 1969, IASA (La Asociación Internacional de Archivos Sonoros y Audiovisuales), entre otros organismos, trabaja en pro de la preservación de los archivos sonoros, como parte esencial del patrimonio cultural de la humanidad. Pero no debemos confundir los archivos sonoros o “Fonotecas”, normalmente de carácter público, con las empresas, con los medios de comunicación radiofónicos.

Más compleja resulta la segunda de las cuestiones que hemos planteado al comienzo de este apartado: cómo determinar qué tendrá valor en el futuro, sobre todo porque cuestiones como la redundancia puntual y la redundancia cíclica de la información, por ejemplo, que hacen aflorar de nuevo la documentación de los archivos periodísticos para contextualizar, no debe hacernos olvidar que los investigadores (historiadores, sociólogos, politólogos, etc.) tienen otro tipo de intereses y objetivos cuando consultan y estudian estas fuentes documentales.

Lo que un medio conservaba en formato analógico se tiene que digitalizar y con los cambios que experimenta la información y la sociedad, resulta cada vez más complicado saber discernir qué tipo de informaciones serán más importantes y útiles en el futuro. En consecuencia, ¿Hay que conservar todo? ¿hay que digitalizar toda la documentación conservada simplemente porque las posibilidades de almacenamiento son mayores cada vez? El reto al que se enfrenta el documentalista es decidir sobre lo que será más o menos necesario para el medio en el que trabaja, por eso se diseñan planes de digitalización en los que se marcan las prioridades (documentos importantes, materiales en riesgo de conservación, eliminación de copias idénticas en lo posible, etc.) de acuerdo siempre con la opinión de los profesionales del periodismo (usuarios esenciales del fondo documental) y con la dirección del propio medio de comunicación, cuyos intereses, de tipo económico y empresarial, también deben ser tenidos en cuenta.

3. El valor social del patrimonio documental de los medios de comunicación

La “Sociedad de la Información”, la sociedad de finales del siglo XX y del siglo XXI, cuenta como testimonio de su existencia no sólo con los archivos tradicionales (históricos, administrativos, notariales, etc.) sino con archivos y fondos documentales vinculados a la producción de los medios de comunicación; los documentos que estos archivos gestionan y

preservan son el reflejo y testimonio, en gran medida, de los últimos cien años de la existencia de la humanidad.

Desde finales del siglo XX, “el derecho a la información” se convertía en uno de los ejes fundamentales de la agenda política internacional. De acuerdo con la Resolución 56/183 de la Asamblea General de la ONU, la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) se llevó a cabo en dos fases. La primera fase tuvo lugar en Ginebra, del 10-12 de diciembre del 2003 y la segunda en Túnez, del 16-18 de noviembre del 2005. La CMSI fue un foro en la que múltiples partes interesadas, incluidas las organizaciones internacionales, los gobiernos; el sector privado y la sociedad civil pudieron discutir las oportunidades del nuevo ámbito de información y comunicación, así como afrontar retos como la desigualdad en el acceso a la información y la comunicación, la llamada ‘brecha digital’ (UNESCO, n. d.).

Pero el reconocido derecho democrático de los ciudadanos a la información, incluyendo la información proporcionada por los medios de comunicación, no puede ni debe entenderse como libre acceso a sus archivos. Tiene que ver con el acceso a través de ellos a una parte de nuestro patrimonio cultural y social; tampoco se reivindica el acceso a estos documentos de manera libre y gratuita como bienes de consumo y por supuesto, tampoco se cuestiona el derecho de las empresas de comunicación a explotar comercialmente sus archivos, convertidos en la actualidad en uno de sus activos económicos principales.

En sus inicios, los archivos de periódicos, emisoras de radio, empresas de televisión, etc. tuvieron como única finalidad servir como herramienta a su producción, de manera que se consiguiera ahorrar tiempo y dinero. Estos archivos conservan informaciones, testimonios, imágenes y sonidos reales sobre los acontecimientos importantes o cotidianos de nuestra historia contemporánea; documentos que dan fe de acontecimientos y costumbres, desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, y que no sólo certifican los hechos sino que nos permiten conocer y evocar en cierto modo esta parte de nuestra historia, la de nuestra ciudad, nuestro país... y que evoca nuestros recuerdos sobre acontecimientos concretos al verlos reflejados en los textos, imágenes y sonidos, conformando nuestra “memoria colectiva”.

La digitalización de las redacciones, de la producción en los medios de comunicación, supuso cambios importantes también en el trabajo de sus departamentos de documentación; la gestión de sus archivos, de su patrimonio documental, ha variado necesariamente. La aplicación de nuevas herramientas técnicas y nuevos flujos de trabajo supuso que se plantearan retos que afectarían a todo el conjunto de actividades relacionadas con este patrimonio, desde su propia conformación y organización, la reutilización por parte de los periodistas, hasta las estrategias dirigidas a lograr su puesta en valor y su difusión pública, que

los profesionales de la documentación y la dirección de estas empresas de comunicación debían asumir y superar.

Sin lugar a duda en una redacción digital, a diferencia de lo que ocurría en las redacciones analógicas, el fondo documental es de manera más patente un auténtico valor añadido que sitúa favorablemente a un medio con respecto a la competencia, por lo que su digitalización ha sido también un objetivo prioritario para estas empresas, que percibían las oportunidades y beneficios a medio y largo plazo.

El entorno digital suponía agilizar los flujos de entrada y reutilización de documentos, facilitar los nuevos procesos de producción de información, economizar los gastos en la gestión de la documentación, garantizar un acceso rápido de los usuarios al fondo (incluso mediante sistemas de búsqueda y recuperación de información directa o autoservicio), mayores y mejores posibilidades para situar los documentos en la página web corporativa, en las redes sociales y en otro tipo de plataformas y por supuesto asegurar también la conservación y preservación del patrimonio documental de los medios de comunicación, dado que las posibilidades de almacenamiento aumentaban de manera considerable a la vez que se producía una reducción de los costes.

No obstante, uno de los primeros retos que los medios de comunicación que ya existían antes de la era digital han tenido que afrontar es precisamente la digitalización de sus fondos analógicos, es decir la digitalización de su archivo histórico, en la mayoría de los casos con más de cincuenta años de antigüedad, y la migración también de las fichas documentales, creadas y almacenadas en bases de datos referenciales, de todos los datos sobre estos documentos, a nuevas bases de datos digitales, en la mayor parte de los casos multimedia.

Los medios han diseñado proyectos de digitalización muy costosos en tiempo, recursos humanos, recursos materiales y también evidentemente, en dinero. En el nuevo escenario que se planteaba con la digitalización (CODINA, 2000) se observaba una doble tendencia: la de digitalizar todos los documentos (textos, sonidos, imágenes, etc.) y la de ponerlos en línea en internet.

La catalogación y la descripción o análisis de los documentos también ha variado. La utilización de metadatos ha permitido, entre otras cosas, situar en internet estos documentos (aunque la multiplicidad de estándares y la falta de unificación en el uso de los mismos dificulta en ocasiones el intercambio de información) y hacerlos visibles a través de distintos canales y plataformas, en busca de nuevos clientes, de nuevos usuarios.

La evolución de las herramientas informáticas aplicadas a la gestión documental, muchas de ellas vinculadas a la investigación sobre inteligencia artificial (e incluso cognitiva), como las de reconocimiento del habla para transcribir el lenguaje oral a texto (*speech to text*),

reconocimiento de imágenes, de sonidos, etc., no solo están facilitando la labor documental sino que también favorecen la explotación comercial de estos materiales, de manera que los medios de comunicación podrían recuperar en parte la inversión que supone en recursos humanos y materiales la gestión y preservación de sus archivos.

En nuestro breve y rápido análisis de la nueva situación se puede constatar, por el momento, cómo los principales retos con los que han ido topando los archivos de los medios de comunicación, se han ido superando e incluso convirtiéndose en oportunidades. Pero no es siempre así y existen retos todavía por solucionar, algunos de ellos básicos, por lo que afecta a la preservación de este patrimonio y sobre todo al acceso de los ciudadanos a estos contenidos, como veremos más adelante.

En un año como el actual, 2018, en el que las efemérides históricas han sido numerosas e importantes, los archivos de los medios de comunicación han sido los protagonistas indiscutibles a la hora de conmemorar esos hechos como parte esencial de las informaciones y “productos documentales” generados por los propios medios de comunicación al respecto; citaremos los ejemplos incluidos en el cuadro 1.

Cuadro 1 – Puesta en valor del archivo de los medios de comunicación

.- El asesinato de **Martin Luther King (abril de 1968)**, programa aniversario de RNE <http://www.rtve.es/alcanta/audios/reportajes-5-continentes/reportajes-5-continentes-sueno-roto-martin-luther-king-50-anos-despues-04-04-18/4550725/>

.- **La revuelta del “Mayo Francés” (mayo de 1968)**, especial del diario El País, https://elpais.com/tag/mayo_del_68/a

.- **Fin de “La Primavera de Praga”** (agosto de 1968) Euronews (em portugués) <https://www.dailymotion.com/video/x6covb2>

.- La mayoría de los medios de comunicación preparan ya sus especiales informativos con motivo del centenario del final de la Primera Guerra Mundial (noviembre de 1918).

Fuente: elaboración propia

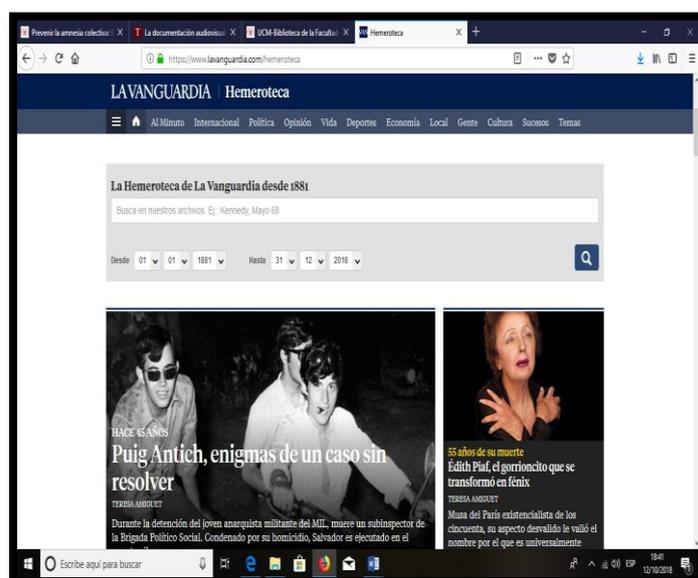
Debemos insistir en que los medios de comunicación son empresas, no son instituciones ni organismos sin ánimo de lucro, que desde hace mucho tiempo son conscientes del valor que tienen sus fondos documentales, sobre todo como activo económico, un valor que se ha visto incrementado con la posibilidad de darlo a conocer y comercializarlo en internet a través de los nuevos canales y plataformas.

Pero no cabe duda de que este enorme patrimonio documental, ahora digitalizado, es también un patrimonio histórico, social y cultural cada vez más solicitado y consultado como recurso educativo, por el sector académico y por los investigadores. Este es uno de los temas de estudio importantes que está llevando a cabo El Grupo de Investigación sobre el Patrimonio Digital en Medios de Comunicación (PaDem) del que los autores de esta comunicación formamos parte, junto a otros profesionales.

La prensa escrita diaria ha sido el medio de comunicación que de manera más rápida y más fácil se ha adaptado al nuevo entorno digital. Desde el punto de vista de nuestro análisis, una de las fortalezas que han desarrollado estos medios es la de facilitar el acceso de los usuarios a su archivo, a su hemeroteca, a través de su página web. Cuando consultamos el sitio web de un periódico digital, “no solo accedemos a las noticias del momento actualizadas (en “tiempo real”), sino también al archivo de la cabecera periodística, a un fondo documental que en ocasiones puede llegar a ser la colección completa de las informaciones publicadas durante toda la historia de ese diario” (GUALLAR *et al.*, 2012).

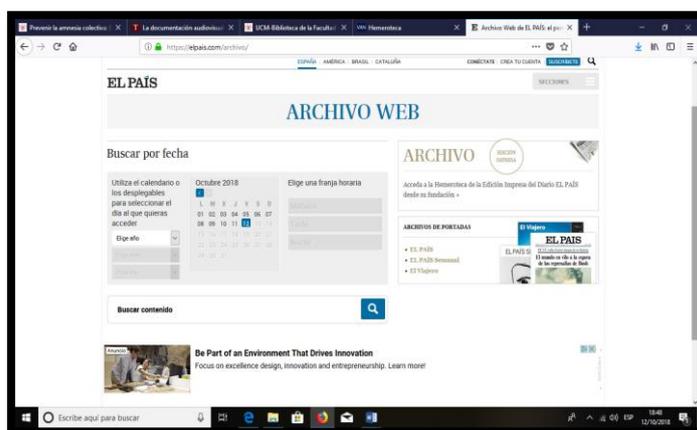
Tomando como ejemplo algunas de las cabeceras de prensa diaria española (figuras 1 y 2), se puede observar que el tipo y condiciones de acceso al fondo documental tiene algunas variaciones, y en ocasiones, no presenta un sistema de búsqueda y recuperación de información bien estructurado y sencillo para un usuario no experto en la búsqueda y recuperación documental.

Figura 1 – Hemeroteca del periódico La Vanguardia



Fuente: Captura pantalla de inicio Hemeroteca de La Vanguardia, URL: <https://www.lavanguardia.com/hemeroteca>

Figura 2 – Hemeroteca del Archivo del periódico El País



Fuente: Captura pantalla de inicio Archivo Web de *El País*, URL: <https://elpais.com/archivo/>

Internet es una oportunidad de negocio constante para los medios de comunicación que son grandes productores de contenidos, justo lo que demanda la red. Además de las informaciones y/o programas que periódicos, revistas, radio y televisión producen a diario y que comercializan, la mayoría de los medios de comunicación han optado por poner en valor sus archivos, a través de la creación y posicionamiento online de una serie de “productos documentales” que tienen clientes y usuarios garantizados y que permiten a estas empresas de comunicación obtener beneficios económicos, entre ellos podemos citar: los perfiles biográficos, dossiers temáticos, cronologías, efemérides, reportajes históricos, etc.

La UNESCO lucha por sensibilizar a los gobiernos, las instituciones competentes y el gran público sobre la importancia de preservar la información para las generaciones actuales y futuras. También es importante hacer que este patrimonio sea accesible al máximo número de personas posible mediante el uso de tecnologías apropiadas. La UNESCO toma las medidas necesarias para conservar el patrimonio documental y audiovisual a través del programa Memoria del Mundo y sostiene que el patrimonio documental mundial pertenece a toda la humanidad, por lo que debe preservarse y protegerse íntegramente, y estar al alcance de todos sin restricción alguna.

Sin embargo, como habíamos anunciado, algunos retos no se han logrado superar. El acceso a los fondos documentales de los medios de comunicación continúa siendo un problema no resuelto en la actualidad. Son muy pocos los medios que permiten a los ciudadanos la consulta y la investigación en sus archivos, sobre todo en lo que a radio y televisión se refiere; ni siquiera al sector académico que lo viene reivindicando desde hace

mucho tiempo, y la mayoría de los que facilitan este acceso son los medios de titularidad pública.

Las recomendaciones encaminadas a lograr este fin son un avance positivo, pero no se traducen en nada si no van acompañadas de una auténtica voluntad política. En la mayoría de los países, también en España, no hay una ley de Depósito Legal para las obras producidas por las empresas de radiodifusión. Garantizar su preservación está en manos de los medios de comunicación, por lo que la aplicación de criterios particulares de carácter empresarial, económico, editorial, y de otro tipo por parte de las direcciones respectivas repercute en la decisión de facilitar el acceso de los ciudadanos a la información contenida en esos documentos (HIDALGO, 2013). En los países en los que existe un marco jurídico que regula la recopilación, gestión y conservación de los fondos documentales de los medios de comunicación como responsabilidad de organismos o instituciones públicas creadas a tales efectos, al margen de la responsabilidad adjudicada en cada caso a los organismos productores y difusores de prensa, radio y televisión, lógicamente, también queda reglamentado el acceso público a estos archivos, estableciéndose diferencias entre usuarios y uso de los documentos.

Podrían plantearse al menos cuatro tipos de modalidad de acceso a los archivos de los medios de comunicación, que tendrían cabida de manera convenientemente estructurada y diferenciada, en las páginas web de los mismos, conforme se señala en la figura 3.

Figura 3 – propuesta de modalidad de acceso a los archivos de los medios de comunicación

- a) El acceso para los investigadores (sin ánimo de lucro)
- b) El acceso para los profesionales y empresas del sector audiovisual (uso comercial)
- c) El acceso para el sector académico (con fines educativos)
- d) El acceso para usuarios y público en general a través de internet (entretenimiento)

Fuente: elaboración propia

Cuando los medios de comunicación permiten la consulta de investigadores, deben asumir los gastos (recursos humanos y materiales puestos a su disposición) que se derivan de la búsqueda y recuperación de la información solicitada en las bases de datos y de la consulta en

los equipos lectores necesarios de los documentos pertinentes, por lo que muchos optan por no facilitar el acceso.

En las páginas web de los medios de comunicación, como ya hemos visto en el caso de los periódicos, hay presencia del archivo; ocurre también en las páginas de algunas emisoras de radio y televisión, pero sobre todo con la posibilidad de facilitar al usuario ver o escuchar los programas ya emitidos (televisión a la carta, *podcast*, etc.) o de otro tipo de programas emitidos hace tiempo, seleccionados por la propia empresa a partir de criterios diversos o a petición de los usuarios; pero por diversas y numerosas razones que no es ocasión de analizar, no está disponible el catálogo completo del del fondo documental.

En un momento en que “el open data” parece la tendencia mayoritaria, los medios de comunicación tienen que solventar muchos y complicados retos al respecto ya que el acceso a los documentos que producen no siempre es posible porque los medios no tienen los derechos sobre todos los documentos que conservan en sus archivos y, además, debe quedar garantizado el respeto a la legislación vigente sobre los derechos de autor y otros derechos inherentes a este tipo de documentos.

A este panorama vino a sumarse la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de autor en el mercado único digital (COM 2016)⁴ y la nueva reglamentación europea sobre la protección de los datos personales (RGPD)⁵ que tendrá sin duda repercusión en la difusión pública de los documentos producidos y/o emitidos por los medios de comunicación, especialmente a través de internet.

Bibliografía

AFUERA, A. Las voces dormidas. El futuro incierto de los archivos de radio en España”. *Akal*, n. 102, p. 4-11, 2017. Disponible en:

<<http://publicaciones.acal.es/index.php/archivamos/article/view/645/567>>

CODINA; L. La Documentación en los medios de comunicación: situación actual y perspectivas de futuro” *Cuadernos de documentación multimedia*, v. 10, p. 49-66, 2000. Disponible en:

<<https://webs.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num10/paginas/pdfs/Codina.pdf>>

Consulta 20 de septiembre de 2018.

GUALLAR, J.; ABADAL, E.; CODINA, L. Sistema de análisis de hemerotecas de prensa digital.

Trípodos, v. 31, p. 37-64, 2012. Disponible en:

<http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/37/326>

⁴ Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0593>

⁵.Disponible en https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_es

HIDALGO, P. Prevenir la amnesia colectiva: El acceso público a los archivos de televisión. *Documentación de las Ciencias de la Información*, v. 36, p. 143-166, 2013. Disponible en <<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/42946>>

INFOADEX. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2018. Disponible en: <<http://www.infoadex.es/home/wp-content/uploads/2018/02/Estudio-InfoAdex-2018.pdf>>

MARTÍN-ARROYO, J. Alerta roja para una cabecera de 119 años 'El Correo de Andalucía', abocado al cierre tras presentar un ERE para 28 de sus 29 trabajadores". *El País*, 16 de septiembre, 2018. Disponible en: <https://elpais.com/sociedad/2018/09/15/actualidad/1537011670_745220.html> Consulta 23 de septiembre de 2018.

UNESCO. *Unesco Comunicación e Información*. Disponible en: <<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/multimedia/photo-galleries/world-summit-on-the-information-society-wsis/>> Consulta 27 de septiembre de 2018.

ZARZALEJOS, Alvaro G. El nuevo ERE de Zeta pone en el alambre el histórico archivo de Inteviu". *El Confidencial*, 13 de junio 2018. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2018-06-13/grupo-zeta-ere-prodesa-archivo-interviu-desnudos_1577874/> Consulta 5 de octubre de 2018.