

Turner-Pyramide,  
Heinrich Hamman, 1902-1903  
Museum für Kunst und Gewerbe,  
Hamburg, CC0



europæana

# ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DE EUROPEANA

Contenidos adecuados para el usuario  
en el momento justo



SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA  
DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y PATRIMONIO CULTURAL



Traducción al español de *Europeana Content Strategy*, Marzo 2017.

<https://pro.europeana.eu/post/europeana-content-strategy>

Traducción realizada por el equipo de HISPANA (<http://hispana.mcu.es>) - de la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria.

Este documento está disponible en Travesía– recursos digitales para la cooperación Bibliotecaria: <http://hdl.handle.net/10421/9006>



A menos que se indique lo contrario, el contenido de este documento está registrado bajo los términos de *Creative Commons* 4.0. (Reconocimiento Compartir Igual)

# Contenido

<b>Resumen ejecutivo</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	10
Objetivo de la Estrategia de Contenidos de Europeana .....	10
Estrategia de Europeana y Marco de Publicación .....	11
<b>Principios de la Estrategia de Contenidos de Europeana</b> .....	12
Calidad frente a cantidad .....	12
Adquisición y publicación de contenidos impulsada por la demanda.....	12
<b>Prioridades en la adquisición de contenido</b> .....	14
Demanda de Europeana de los usuarios .....	14
Colecciones Temáticas de Europeana .....	15
Calidad de los datos .....	16
Tipo de contenido relevante para Europeana .....	17
Alcance geográfico de la adquisición de contenido .....	18
Objetos no digitales .....	18
Acceso a los objetos digitales .....	19
Obras maestras y colecciones menos conocidas en Europeana .....	19
Contenido creado en modo colaborativo .....	20
Metadatos y contenidos procedentes de proyectos de <i>Wikimedia Foundation</i> .....	20
Adquisición activa ( <i>pull</i> ) y pasiva ( <i>push</i> ) de contenidos .....	20
Prioridades para la publicación en Europeana .....	21
Difusión del contenido .....	21
<b>Conclusión</b> .....	21

Pawnee and S



Sioux indian painting, with introduction  
and notes by Harley Burr Alexander,  
1938. Museo de América.  
CC BY 4.0

Sioux in battle  
Zimpha Mato.



# Resumen ejecutivo

El objetivo de Europeana a largo plazo es “conseguir contenidos adecuados para el usuario en el momento justo”<sup>1</sup>. Para ello la Estrategia de Contenidos impulsa el desarrollo y gestión de contenidos accesibles a través de *Europeana Collections* y las APIs de Europeana.

Los principios rectores de esta estrategia son:

## Calidad en vez de cantidad

- La utilización del Marco de Publicación de Europeana (MPE), para definir contenidos de alta calidad e instar a las instituciones a que abran sus datos
- Priorizar la mejora de los datos ya publicados sobre la inclusión de nuevos datos
- Eliminar los datos que no cumplan lo especificado en la Guía de Publicación de Europeana
- Exhibir datos de gran calidad en las Colecciones Temáticas de Europeana
- Conseguir que la mejora de la calidad de los datos sea la prioridad número 1 de la Estrategia de Europeana.
- Lograr en 2020 invertir la relación entre la cantidad de contenidos de Nivel 1 del MPE y aquellos del Nivel 2 y superiores

## Orientación a la demanda en la captación y publicación de contenidos

- Analizar las estadísticas del contenido al que se ha accedido a través de *Europeana Collections* y de las APIs de Europeana

---

1. Definición de Estrategia de Contenido extraída de *Content Strategy Alliance*  
<http://contentstrategyalliance.com/the-beginnings/csa-charter/>

- Realizar encuestas y entrevistas a los usuarios para establecer sus necesidades de contenidos
- Evaluar los nuevos contenidos en cuanto a su adecuación a las Colecciones Temáticas y al cumplimiento del MPE

Siguiendo de estos principios, la Estrategia de Contenido determina lo siguiente:

- **Tipo de contenido.** Europeana no está en posición de establecer una definición de “patrimonio cultural”. Por lo tanto, continuará con su visión integradora y por principio, publicará todos aquellos contenidos que museos, bibliotecas, archivos e instituciones audiovisuales, basándose en sus respectivas estrategias, consideren lo suficientemente importante para su publicación. En cualquier caso, Europeana, basándose en su experiencia, estudiará con los proveedores de datos si merece la pena la publicación de determinados tipos de contenido.
- **Periodo.** Europeana tiene una visión integradora del patrimonio cultural, no sólo el que proviene de siglos pasados, sino también el más actual. Por ello es importante poner a disposición del público contenido del siglo XX para no limitar el valor de los servicios, por ejemplo, cuando se colabora con el sector educativo. Son las instituciones del patrimonio cultural las que determinarán qué es lo suficientemente antiguo como para ser considerado como patrimonio cultural.
- **Geográfico.** Europeana se centra en los contenidos sobre Europa, los europeos, lo creado en Europa o perteneciente a instituciones europeas. La mayoría de los materiales de Europeana proceden de instituciones europeas, pero en los casos en que existan contenidos que sirva para reforzar la temática europea y las fuentes cumplan con el Nivel 2 o superior, Europeana podrá buscar fondos de fuentes no europeas.
- **Objetos no digitales.** Los registros de metadatos en Europeana deben dirigir siempre a un objeto digital libremente accesible. Esto se explica más detalladamente en la Guía de Publicación de Europeana.
- **Acceso a objetos digitales.** Nuestros usuarios necesitan también poder acceder a los objetos digitales sin necesidad de identificación, claves o filtros en la ubicación geográfica.

- **Obras maestras y colecciones menos conocidas.** Europeana destaca por ofrecer un servicio de descubrimiento para colecciones menos conocidas y, por lo tanto no dará especial preferencia a obras maestras en el proceso de adquisición, a no ser que haya una demanda concreta; por ejemplo cuando las obras maestras específicas sean importantes para una colección temática.
- **Contenido colaborativo.** Algunas reconocidas bibliotecas digitales y recursos digitales del patrimonio cultural han sido desarrollados por voluntarios y a menudo tienen recursos que de otra forma no estarían disponibles a través de los proveedores de datos con los que se trabaja. Si existe demanda de este contenido colaborativo y la calidad de estos recursos es suficiente, se entiende que es un contenido relevante y por tanto puede ser publicado en Europeana. El contenido colaborativo estará siempre marcado como tal en Europeana de forma que se identifique claramente que no es un contenido aportado por un proveedor de datos. En algunos casos, para aumentar la participación de los usuarios, Europeana diseñará activamente campañas paneuropeas para la creación de contenido colaborativo.
- **Metadatos y contenido procedente de los proyectos de *Wikimedia Foundation*.** La integración en Europeana de metadatos y contenido procedente de los proyectos de *Wikimedia Foundation*, puede ayudar a mejorar la experiencia del usuario. Dependiendo de la fuente de procedencia de los datos, Europeana optará por la estrategia de integración más adecuada.

El resto del documento de Estrategia de Contenido desarrolla en detalle las conclusiones anteriores y especifica cómo Europeana trata de llevar a la práctica estos principios. Se detalla el porqué tras cada punto de la estrategia y cómo está relacionado con la estrategia de Europeana y con otras políticas relevantes. Los aspectos operativos de la Estrategia de Contenidos, así como los requisitos de los datos para implementar la Estrategia de Contenidos se detallan en la [Guía de Publicación de Europeana](#).



El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha. Miguel de Cervantes, 1905  
Centro de Estudios Cervantinos, CC BY 4.0

JUSSELL  
de la d

1905

# Introducción

¡Transformamos el mundo con la cultura! Y lo transformamos “nosotros”, cada uno de los integrantes de la red de Europeaana, a través del patrimonio cultural y de las comunidades creativas. Compartimos el sueño de un mundo en el que cada ciudadano tenga acceso a todo el patrimonio cultural. Creemos que el acceso sin trabas a la cultura posibilita una transformación positiva y necesaria del mundo en el que vivimos. Esperamos que nuestro trabajo contribuya a ello. Con nuestros productos y servicios queremos contribuir a un sentimiento más fuerte de identidad europea, a unir Europa a través de la cultura; y deseamos que nuestros productos y servicios den lugar a un verdadero cambio económico. Cuando la gente, a través de nuestro trabajo, obtiene una perspectiva más amplia de los horrores de la Primera Guerra Mundial; cuando entienden la importancia de las migraciones para el desarrollo de Europa o cuando se expresan a través del arte desde diferentes países, estamos alcanzado nuestro objetivo. Si podemos ahorrar dinero a las instituciones culturales porque pueden reutilizar nuestra plataforma de exposiciones, o si un emprendedor cultural desarrolla un nuevo negocio utilizando nuestra API, también habremos alcanzado nuestro objetivo. “Queremos aprovechar la riqueza del patrimonio europeo y facilitar su utilización, ya sea por trabajo, aprendizaje o mero entretenimiento.”<sup>2</sup>

## Objetivo de la Estrategia de Contenidos de Europeaana

“Soñamos con un mundo en el que todos los ciudadanos tengan acceso a todo el patrimonio cultural”<sup>3</sup>. Para que este patrimonio se pueda identificar y descubrir, facilitando así a la gente su utilización, son necesarios metadatos enriquecidos. El contenido también debe ser de calidad, así podrá utilizarse para el trabajo, el aprendizaje o como entretenimiento. Dar acceso a todo el patrimonio cultural, centrándonos en la calidad de los datos, exige una estrategia equilibrada de adquisición de contenido que no se especificó en el documento [Europeana Strategy 2015-2020](#).

Esta Estrategia de Contenidos ayuda a planificar el desarrollo y la gestión de los contenidos accesibles a través de *Europeana Collections* y de las APIs de Europeaana para que se puedan conseguir “contenidos adecuados para el usuario en el momento justo”<sup>4</sup>. La clave para el desarrollo del contenido es mejorar la calidad de los datos existentes a la vez que se buscan nuevos datos procedentes de nuevas instituciones para añadirlos a la base de datos.

Esta estrategia especifica, entre otras cosas, el alcance geográfico en la adquisición de contenidos, la importancia para Europeaana tanto de las obras maestras, como de las colecciones menos conocidas y cómo se gestionan los objetos no digitales y el contenido colaborativo.

---

2. Nuestra misión: <https://www.europeana.eu/portal/es>

3. <http://strategy2020.europeana.eu/>

4. Definición de Estrategia de Contenido extraída de *Content Strategy Alliance*: <http://contentstrategyalliance.com/the-beginnings/csa-charter/>

La Estrategia de Contenidos se guía por las demandas de los usuarios de que Europeana se adapte a sus necesidades. Este método nos orienta sobre los temas que necesitamos priorizar en la publicación, sobre los aspectos de calidad que debemos anteponer para mejorar, y en torno a qué nuevas funcionalidades ofrecer para distribuir los contenidos (por ejemplo, mejoras en la búsqueda). Al hacer más explícita esta conexión entre los contenidos y las necesidades del usuario, también se pretende una mayor implicación con los proveedores de datos, ayudándoles a identificar contenidos adecuados. Así también se puede mostrar el valor de los contenidos en nuestra organización y a nuestros socios, en línea con los valores de marca de Europeana: 'utilizable, fiable y común'.

Las necesidades de los usuarios y la tecnología cambiarán y evolucionarán con el tiempo. Por lo tanto, la Estrategia de Contenidos también deberá adaptarse a estos cambios. Dado que la Estrategia de Contenidos se basa en la Estrategia de Europeana (ver también el siguiente apartado), si hay modificaciones o se desarrolla una nueva Estrategia de Europeana será necesario revisar la Estrategia de Contenidos. Por ello, de acuerdo a nuestro ciclo anual de planificación empresarial y priorización de trabajo para el próximo año, se analizará, revisará y adaptará la Estrategia de Contenidos si fuera necesario.

## Estrategia de Europeana y Marco de Publicación

Con la Estrategia de Europeana, se establecen tres prioridades: mejorar la calidad de los datos, abrir los datos, y crear valor para nuestros socios. Para ello la Estrategia de Contenidos se basa en la Estrategia de Europeana y sigue el [Marco de Publicación de Europeana \(MPE\)-Europeana Publishing Framework](#). El MPE ayuda a alcanzar los objetivos establecidos en la Estrategia de Europeana definiendo cuatro escenarios para compartir colecciones a través de Europeana. Dependiendo de la estrategia digital de cada institución cultural, y de la calidad y el estado de los derechos de autor de los contenidos que comparte, se pueden ofrecer diferentes tipos de servicios a las instituciones ayudándoles a cumplir sus respectivos objetivos.

Al aclarar los beneficios y el valor añadido de los contenidos abiertos y de alta calidad, el MPE ayuda a animar a las instituciones a abrir sus datos y a mejorar la calidad de lo que comparten. Para los diferentes tipos de contenidos, la [Guía de Publicación de Europeana](#) detalla los requisitos de calidad a cumplir en cada uno de los cuatro escenarios o niveles. Si las instituciones quieren asegurarse que una colección se utiliza en todos los contextos y a través de todas las aplicaciones, tendrán que proporcionarla en alta calidad y bajo una licencia que permita la libre reutilización.

# Principios de la Estrategia de Contenidos de Europeana

## Calidad frente a cantidad

Para Europeana mejorar los metadatos y la calidad del contenido es la prioridad número uno a la hora de alcanzar sus objetivos estratégicos, ya que ahora que dispone de una gran masa crítica de contenidos, publicar con el único objetivo de aumentar la cantidad de contenido ya no es una prioridad. Incluso anima a los proveedores de datos a invertir en colecciones que cumplan con el nivel 4 del MPE aun teniendo en cuenta que tales colecciones de alta calidad pueden ser muy pequeñas y contener sólo unos pocos cientos de objetos. Incluso se acepta disminuir la cantidad total del contenido accesible si mejora la calidad general.

Siguiendo la lógica de una Estrategia de Contenidos basada en el usuario, aceptamos que la calidad de los datos puede definirse de manera diferente según el público objetivo. Teniendo en cuenta esto para definir una estrategia global de mejora de la calidad, definimos la buena calidad en los metadatos como el resultado de una serie de procesos fiables que dan lugar a metadatos localizables, legibles, estandarizados, significativos para el público, transparentes en cuanto a la reutilización y visibles. Durante el año 2017, también introduciremos valores medibles que permitan medir la calidad de los metadatos que sean creados automáticamente cuando el contenido se publique por primera vez o cuando sea actualizado en Europeana.

## Adquisición y publicación de contenidos impulsada por la demanda

Hay muchos más contenidos culturales de museos, bibliotecas, archivos e instituciones audiovisuales de los que Europeana pueda publicar de forma efectiva. Por ello es posible que haya carencias en nuestra colección, también porque no todos los contenidos son igualmente interesante para los usuarios. Por lo tanto, prestamos atención a los usuarios y sus necesidades de contenidos del patrimonio cultural para priorizar la adquisición y publicación de contenido (ver siguiente sección). Las necesidades de los usuarios también son importantes cuando se refieren al acceso: el acceso es la capacidad de ver y descargar un objeto digital o los metadatos disponibles en línea, lo que solo tiene sentido si se entiende en relación con las posibilidades de descubrimiento y con la usabilidad.



[Àlbum del Japò],  
A. Farsai & Co 1885-1890  
Ajuntament de Girona,  
Dominio público

# Prioridades en la adquisición de contenidos

## Las demandas de los usuarios

Las demandas de los usuarios son la clave de la selección de los contenidos disponibles en *Europeana Collections* y a través de las APIs. El alcance de la Estrategia de Contenidos basado en la demanda debe ser universal y no debería estar limitado a las imágenes creadas por servicios individuales u otras audiencias como agregadores/expertos/redes. Para ello se desarrollará una metodología que ayude a identificar y explorar las necesidades de los usuarios y/o de las nuevas audiencias. Esta herramienta será lo suficientemente flexible como para orientarnos en diferentes aspectos y para adaptarse a las necesidades de cada proyecto de gestión de contenidos concreto.

El punto de partida para desarrollar esta metodología es una segmentación de todas las posibles fuentes de demanda en cuatro categorías:

### 1. Público al que atendemos ahora

Para identificar las necesidades tanto de los visitantes como del público al que se prestan servicios, se analizan las estadísticas (objetos más vistos, colecciones más visitadas, etc.) y/o se lleva a cabo una investigación directa del usuario (como la investigación bianual que Europea realiza de forma continuada). La investigación cualitativa del usuario ayudará a desarrollar una comprensión más profunda de las causas que existen tras las estadísticas.

### 2. Público al que queremos atender

Se trata de las audiencias con las que se quiere conectar por razones estratégicas (grandes oportunidades, necesidades de negocio, necesidades de los proveedores etc.). En primer lugar, será necesario comprender por qué queremos llegar a estas audiencias y cuáles son los beneficios de conseguirlo. Y en segundo lugar hay que ser capaces de empatizar con sus necesidades. Para ello se realizará una investigación de mercado y un proceso de validación que permita desarrollar una mayor comprensión de lo que buscan.

### 3. Público al que podríamos atender

Se trata de las audiencias potenciales a las que se podría atender, pero que aún no hay ejemplos. En este punto lo más importante es empezar a generar casos, por ejem-

plo, creando canales y puntos que atraigan la atención de este público objetivo. Además, se debe empezar poco a poco y validar rápidamente nuestras previsiones. Aquí se debe prestar atención a la investigación de mercado (similar a lo comentado más arriba), validación de usuarios (contacto inmediato con los usuarios para validar nuestras impresiones) y audiencias vinculadas (si es de interés para el grupo A, puede que también lo sea para los grupos B o C).

#### 4. Tendencias

Aquí nos referimos a las oportunidades, programadas o imprevistas, que permitirán generar más oportunidades. Ejemplos de éstas son: navidades, juegos olímpicos, aniversarios, etc. Esta categoría se basa en la previsión y la planificación; ya que con algo de planificación y un poco de esfuerzo se pueden generar clientes potenciales para estas oportunidades incluyendo simplemente contenidos relevantes y llegando a diferentes públicos a través de estos acontecimientos.

Una vez finalizada la conceptualización, comprobación y comprensión de las necesidades de los usuarios, se debe pasar a la acción. Ya que en base a las demandas específicas de casos prácticos, la calidad y cantidad de contenido mejorará y aumentará respectivamente.

## Colecciones Temáticas de Europeana

Europeana introducirá un nuevo enfoque para llegar a los usuarios finales, siendo las Colecciones Temáticas de Europeana un elemento clave en esta aproximación. Éstas muestran una vista filtrada de la base de datos de Europeana basada en temas amplios<sup>5</sup> para fomentar una interacción más profunda con las colecciones. La decisión de desarrollar una nueva colección temática depende de cuatro factores: una base de contenidos, una demanda comprobada, una comunidad de proveedores de datos para curar y mantener la colección y una temática de interés<sup>6</sup>.

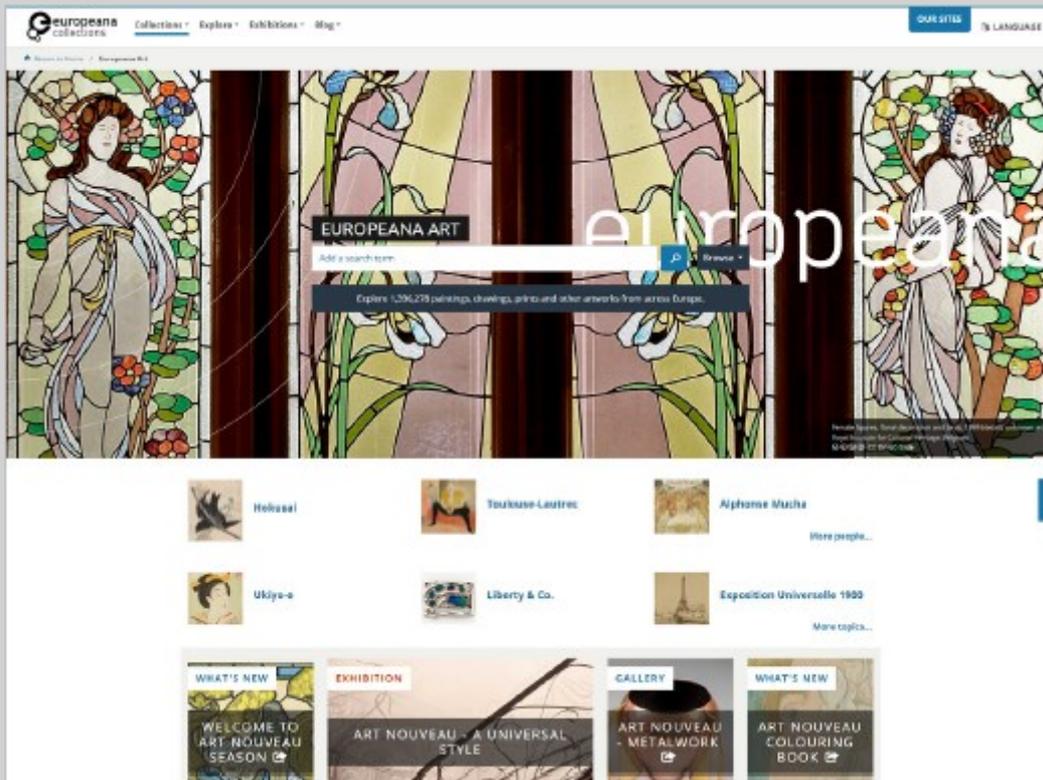
Los proveedores de datos pueden encontrar en la [Guía de Publicación de Europeana – Europeana Publishing Guide](#), información para asegurarse de que los registros de su colección se destacarán en una colección temática de Europeana. Para desarrollar exposiciones virtuales y campañas específicas, es necesario que se acceda a más contenido y que el contenido existente sea mejor; por ejemplo, consiguiendo que el contenido esté en los niveles 3 o 4 del MPE. La demanda de los usuarios nos informará de a qué tipo de contenido es al que realmente se accede.

Para que las instituciones culturales se unan a Europeana se les pueden ofrecer incentivos como hacer su contenido más visible, destacarlo en exposiciones o realizar campañas en medios sociales acompañando a las colecciones temáticas. Por su parte la comunidad de proveedores tendrá un importante papel a la hora de contactar con las instituciones y apoyarlas en la publicación de contenido en Europeana. Sin embargo, el alcance de una Colección Temática siempre estará relacionado con el asunto en concreto, y no únicamente con los que están cubiertos por la comunidad de proveedores.

---

5. También puede incluir tipos de recursos como periódicos, por ejemplo.

6. Véase la Política para las Colecciones Temáticas de Europeana: [http://pro.europeana.eu/files/Europeana\\_Professional/Europeana\\_Network/europeana-policy-on-thematic-collections.pdf](http://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Europeana_Network/europeana-policy-on-thematic-collections.pdf)



Homepage de Colecciones de Arte de Europeana

## Calidad de los datos

La calidad de los datos de una colección digital de patrimonio cultural es lo que determina si se acepta o no para su publicación. Si los metadatos no cumplen con las condiciones establecidas en la [Guía de Publicación de Europeana](#), no se publicará.

Aunque la [Guía de Publicación de Europeana](#), y el Nivel 1 del MPE definen los requisitos mínimos para publicar en Europeana, la intención es no conformarnos en el nivel mínimo, sino publicar los objetos digitales del patrimonio cultural con la mayor calidad posible. No se pretende aumentar el número de objetos que cumplen con el Nivel 1 del EPF, sino aumentar significativamente el número de objetos que cumplen los niveles 2, 3 y 4 en detrimento de los del Nivel 1. Esto también quiere decir que se hará un esfuerzo para mejorar los datos ya publicados y que no cumplen con el nivel 1, para que se ajusten al Nivel 2 y superiores.

Al igual que la tecnología y las necesidades cambian con el tiempo, los criterios de calidad también lo harán. Esto puede tener implicaciones en el contenido publicado hace años en Europeana; por ello se trabajará con el proveedor que publicó los datos para o bien mejorarlos o bien eliminarlos de Europeana. Para conocer los criterios actuales de aceptación de los datos y los detalles de procesos e implementación para eliminar datos, véase la [Guía de Publicación de Europeana](#). La [documentación sobre EDM](#) también se revisará regularmente y se actualizará para adoptar criterios más estrictos.

Para asegurar la mejora continua de la calidad de los datos, se dejará de publicar en Europeana durante tres meses al año: enero, abril y julio-agosto. En estos meses se identificarán problemas en la calidad (como enlaces rotos, por ejemplo), y se trabajará con los proveedores para arreglarlos; se limpiará la base de datos y se aplicarán importantes mejoras.

El Comité de Calidad de Datos – Data Quality Committee (DQC) se estableció a finales de 2015 como un comité permanente para trabajar en varios aspectos relacionados con el reto de la calidad de los datos, con especial atención en el descubrimiento de los objetos del patrimonio cultural. Definido formalmente como un grupo de trabajo de Europeana Network y Europeana Tech, el DQC trabajará en recomendaciones para las mejoras de calidad relacionado con los diferentes escenarios de uso. Todas estas recomendaciones se tendrán en cuenta para el desarrollo de un plan anual de calidad de los datos, en el que se establecerán objetivos claros para mejorar la calidad de los datos en Europeana.

## Tipo de contenido relevante para Europeana

Europeana es un agregador paneuropeo e interdisciplinar, que proporciona acceso a la cultura sin interrupciones. La cultura puede definirse como “un conjunto de obras e ideas artísticas, filosóficas, tecnológicas y científicas que pueden considerarse como parte del patrimonio cultural europeo y que son testimonio de la civilización Europea común”<sup>7</sup>.

Otros expertos en la materia han desarrollado definiciones mucho más amplias para el término cultura haciendo de la cultura un concepto muy impreciso sin criterios claros respecto a lo qué es o no es el patrimonio cultural. El patrimonio cultural agrupa una amplia variedad de temas y tipos potenciales de contenidos susceptibles de ser publicados en Europeana.

Como la oferta es muy variada, los usuarios se benefician de dicha oferta y exploran la diversidad de contenidos publicados. Analizando las estadísticas de las obras más vistas en Europeana, se observa que cuadros famosos como “La ronda nocturna” de Rembrandt son tan populares para los usuarios como un callejero de Dublín o fotografías con marcas de agua de jugadores de fútbol alemanes con sus familias. El hecho de ser una plataforma no excluyente aporta valor tanto a las instituciones del patrimonio cultural como a los usuarios. Por lo tanto, Europeana seguirá siendo integradora y, en principio, publicará todos los contenidos que los museos, bibliotecas, archivos e instituciones audiovisuales consideren lo suficientemente importantes para su publicación en Europeana según su estrategia digital mientras también buscará contenidos que pueda incluirse en las Colecciones Temáticas y otros canales. Además, Europeana, basándose en su experiencia, valorará con los proveedores si merece la pena publicar ciertos contenidos en Europeana; ya que habrá casos en que otras iniciativas o plataformas serán canales más adecuados para llegar al público objetivo de una institución. Con respecto a otros tipos de contenido, se creará un consejo editorial con el que trabajare-

---

7. Tagiuri 157-158, Giacomo Tagiuri, 2014, Forging Identity: The EU and European Culture, Survival, vol. 56, no. 1, pp. 157-178

mos para ayudar en la gestión de contenidos que son considerados inadecuados para su publicación en Europeana por parte de ciertos grupos de interés.

## Rango de fechas de los contenidos relevantes para Europeana

Europeana integra el patrimonio cultural, tanto el que proviene de hace siglos como con el más actual. No obstante, adquirir contenido del siglo XX es complicado ya que la mayoría de las obras, concretamente las de la última parte del siglo XX, están todavía protegidas por los derechos de autor. Esto conlleva el denominado “agujero negro del siglo XX” que también encontramos en Europeana. Para Europeana sigue siendo una prioridad cerrar esta brecha y hacer que el contenido del siglo XX sea lo más accesible posible para evitar limitar el valor de sus servicios, por ejemplo, al colaborar con el sector de la educación.

Proporcionar acceso libre y sin restricciones al contenido con derechos creado en los últimos 70 años, es un gran reto para las instituciones culturales. Por ello se diseñó el nivel básico para publicar en Europeana (el Nivel 1 del MPE) de manera que las colecciones de las instituciones culturales se puedan al menos encontrar en *Europeana Collections*.

## Alcance geográfico de la adquisición de contenido

La declaración de objetivos de Europeana deja claro que se quiere aprovechar el rico patrimonio europeo. Esto incluye, tanto el patrimonio creado, localizado o preservado en Europa, como el patrimonio creado por europeos, el que trate de Europa, los europeos o de temas con una dimensión europea. Es habitual que colecciones de este tipo de patrimonio estén alojadas en instituciones culturales no europeas como Getty Open Content Images o Yale Center for British Art. De hecho, Europeana ya ha publicado colecciones de instituciones no europeas y ha establecido conexiones con más de 800.000 fuentes no europeas como parte de la colección Europeana 1914-1948 (DPLA, DigitalNZ, Trove, Canadiana)

Se continuará con esta estrategia y se ofrecerá a los usuarios la posibilidad de localizar el patrimonio cultural paneuropeo. En cualquier caso, será necesario que las fuentes no europeas encajen con alguno de los temas con los que se está trabajando y que cumplan al menos el Nivel 2 del EPF. El *Collections Manager* y el *Advisory Board* de la Colección Temática revisarán las fuentes no europeas y recomendarán si deben o no ser publicadas en Europeana. Después el *Business and Product Owner* de *Europeana Collections* junto con el *Data Partner Services Manager*, tomarán la decisión final sobre la publicación de estas colecciones.

## Objetos no digitales

En el contexto de la Estrategia de Contenido de Europeana, los objetos no digitales son cualquier objeto para el cual no existe una representación digital. El servicio de descubrimiento de objetos no digitales se encuentra fuera de la misión de Europeana, que se centra en objetos digitales. Sin embargo, se reconoce que hay casos en los que los objetos no digitales desempeñan un papel importante en Europeana (por ejemplo, en la usabilidad) debido al potencial informativo que proporcionan los objetos no digitales a otros objetos digitales. Estos casos se especifican más detalladamente en la Guía de Publicación de Europeana. Es importante tener en cuenta que estos casos son excepcionales y que de otra manera no se agregarán objetos no digitales a Europeana. Los registros bibliográficos sin sustitutos digitales - por ejemplo, sin relaciones explícitas *hasPart/isPartOf* con otros objetos digitales - no serán considerados para su publicación.

## Acceso a los objetos digitales

Las [URLs](#) son el medio para acceder a los objetos digitales en *Europeana Collections* y en las APIs de Europeana y están incluidas en los metadatos de los objetos del patrimonio cultural. Estos enlaces pueden dirigir directamente al objeto digital, a un sitio web o a un visor donde este objeto digital se muestre en contexto. Además para permitir el acceso a objetos digitales Europeana admite además enlaces integrados a algunos medios e IIF (International Image Interoperability Framework). En cualquier caso, sólo se publican colecciones desde las que nuestros usuarios accedan a los objetos digitales sin necesidad de identificación, contraseñas o filtros en la ubicación geográfica.



Pág. 27 de "Heidelberg Turnierbuch" (Jost Pirckhammer 1886, Biblioteca de la Universidad de Heidelberg, CC-BY-SA), en el Visor IIF de Europeana.

## Obras maestras y colecciones menos conocidas en Europeana

Desde la perspectiva del usuario, es importante que tanto las obras maestras como las menos conocidas estén disponibles en Europeana. Los usuarios esperan encontrar obras famosas en una base de datos que pretende dar acceso a toda la cultura europea. Las instituciones culturales valoran el hecho de que sus obras maestras estén accesibles en Europeana, por ejemplo, para contribuir a exposiciones virtuales. Además, las obras maestras atraerán a nuevas instituciones para que puedan mostrar su contenido junto a obras mundialmente conocidas del patrimonio cultural. En cualquier caso, las estadísticas de uso muestran que aunque las obras maestras estén incluidas en colecciones digitales, no siempre son las más populares de la institución. Esto refleja la ventaja diferencial de Europeana: en gran medida muchos usuarios están utilizando Europeana como un servicio de búsqueda del extenso patrimonio cultural, para encontrar un tipo de obra que no se puede encontrar en ningún otro sitio en línea. Por lo tanto, Europeana no dará especial preferencia a las obras maestras en el proceso de captación de contenidos a menos que exista una demanda específica, por ejemplo, cuando sean importantes para una Colección Temática como fue el caso de Europeana 280.

## Contenido creado en modo colaborativo

El *crowdsourcing* es "la práctica de obtener servicios, ideas o contenidos necesarios solicitando la colaboración de un gran grupo de personas, especialmente de la comunidad en línea, en lugar de solicitar la colaboración de los empleados o de los proveedores tradicionales"<sup>8</sup>. Algunas reconocidas bibliotecas digitales y recursos digitales del patrimonio cultural han sido desarrollados por voluntarios y están disponibles a través de Internet Archive, Proyecto Gutenberg y otros. Suelen tener recursos que de otra manera no estarían disponibles a través de los proveedores de datos con los que trabajamos. Para que estas colecciones se publiquen en Europeana, se aplican los mismos principios que para cualquier otro contenido: si existe una demanda de recursos específicos de *crowdsourcing* y la calidad de estos recursos es suficiente, entonces este contenido es relevante para Europeana y puede ser publicado. Se sigue el mismo enfoque que se ha sugerido anteriormente para la publicación de fuentes no europeas: el *Collections Manager* y la *Advisory Board* de la Colección Temática deberán revisar el contenido colaborativo y recomendar si se publica o no en Europeana. Después el *Business and Product Owner* de Europeana *Collections* junto con el *Data Partner Services Manager*, tomarán la decisión final sobre la publicación de las colecciones de contenido colaborativo.

## Metadatos y contenidos procedentes de proyectos de Wikimedia Foundation

La integración de metadatos y contenido procedente de los proyectos de *Wikimedia Foundation* con los productos de Europeana puede ayudar a mejorar la experiencia de los usuarios. Para ello Europeana puede usar una fuente como Wikidata para añadir comentarios a objetos ya existentes en Europeana, indicando claramente que estos comentarios provienen de Wikidata. Además Europeana no publicará ni mostrará, aunque podrá enlazar, archivos digitales de Wikimedia Commons o Wikisource que hayan sido subidos desde sitios web de instituciones de patrimonio cultural (o escaneos de publicaciones) por Wikimedians individuales sin el consentimiento de las instituciones en cuestión. Europeana puede publicar archivos digitales de los medios de Wikimedia Commons que hayan sido creados en modo colaborativo a través de iniciativas como *Wiki Loves Monuments*. Esto se hará con el apoyo de la comunidad Wikimedia Commons.

## Adquisición activa (*pull*) y pasiva (*push*) de contenidos

Gran parte de los contenidos publicados actualmente en Europeana se seleccionan apoyándose en lo que está disponible en las instituciones de patrimonio cultural y puesto a disposición de Europeana para su publicación (*adquisición pasiva-push*). Esta es una parte importante del proceso de adquisición pero, en un futuro, se influirá más activamente en la selección del contenido publicado. Además del enfoque *push*, se adoptará un proceso de adquisición de contenido más especializado para desarrollar nuevas colecciones. Este proceso de adquisición activa de contenido se basa en las necesidades de los usuarios, lo que ayuda a identificar el contenido adecuado para publicar en Europeana al contactar con los proveedores de datos. En estos casos, Europeana se acercará a posibles proveedores de datos, ya sea directamente o a través del agregador adecuado, para estudiar cómo hacer que este contenido esté disponible en de Europeana.

---

8. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdsourcing>

## Prioridades para la publicación en Europeana

Estudiando lo que está publicado en Europeana a día de hoy, lo que está digitalizado pero no publicado, y lo que puede digitalizarse en los próximos años (ver la [Encuesta Enumerate Core Survey 3](#)), está claro que Europeana no puede manejar tal cantidad de datos de forma efectiva y publicarlos con rapidez y con alta calidad. En lugar de ser excluyentes y rechazar colecciones según el contenido, es más importante que centrarse en la calidad, las necesidades de los usuarios y en un ajuste temático para priorizar las colecciones durante los procesos de ingestión y publicación. Los metadatos y el contenido de calidad, así como las necesidades de los usuarios y las prioridades del negocio, definirán qué colecciones reciben más atención en el proceso de publicación (véase la [Guía de Publicación de Europeana](#) para más detalles).

## Difusión del contenido

Europeana proporciona acceso al contenido para satisfacer las necesidades de los usuarios. Está continuamente invirtiendo en la difusión y distribución de contenido para asegurarse de que los usuarios saben qué contenido está disponible y para animar a más usuarios a interactuar con el contenido. La [Estrategia de Europeana](#) y las mejoras estratégicas tras las [Conclusiones del Consejo](#) son claras en cuanto a los pasos a seguir para difundir el contenido. Centrarse en mercados y públicos específicos con productos y servicios específicos ayudará a hacer que Europeana sea más conocida. También se ofrece formación y talleres para para que los usuarios puedan trabajar con los productos de manera más eficiente y obtener así acceso al contenido que desean y necesitan. Las necesidades de nuestros usuarios también se tendrán en cuenta en el trabajo de diseño y desarrollo de productos, para hacer que el contenido sirva para los usuarios que trabajan en las plataformas técnicas. Además del trabajo en la interfaz de usuario, el trabajo en el servidor también debe permitir que los usuarios encuentren el contenido que esperan encontrar. Se dará respuesta a estas necesidades con una arquitectura de búsqueda mejorada.

# Conclusión

La implementación de la Estrategia de Contenido de Europeana debería llevar una mejora significativa de Europeana en los próximos años. Hacia finales de 2016, aproximadamente un 83% del contenido de Europeana se ajusta al Nivel 1 del EPF, y aproximadamente solo un 17% lo hace al nivel 2 o superiores. Esto hace muy difícil satisfacer las necesidades de los usuarios y ofrecer una atractiva experiencia de usuario. En consecuencia, si se tienen en cuenta las peticiones de los usuarios y se desarrollan más colecciones temáticas, se contribuirá a mejorar el contenido. Cuantas más colecciones temáticas se desarrollen, más contenido de alta calidad será necesario. Por lo tanto, se espera que la relación entre el contenido en el Nivel 1 del EPF y el contenido en el Nivel 2 y superiores dé un giro hacia el año 2020. Para entonces se espera tener solo un 20% de contenido de Nivel 1 y un 80% de Nivel 2 y superiores.



Villegas dibujó y litografió.

Dinastía Borbónica Siglo XVIII

Regimientos de Guardias de Infantería

Fusilero.

Oficial.

Álbum de la infantería española [...], Serafín  
María de Soto, Conde de Clonard, 1861.  
Museo Nacional del Romanticismo.  
CC BY 4.0

ERIA ESPAÑOLA.



o XVIII. (Años de 1700 á 1718)

Lit. Militar S. Bernardino Y. Madrid.

eria Española y Walona

Granadero.

Tambor.

