

8

DEFINICIÓN ESTRATÉGICA Y TÉCNICA DEL ARCHIVO DIGITAL DEL INSTITUTO CERVANTES. POR TODOS LOS MEDIOS, A TODO EL MUNDO, EN ESPAÑOL

Luís Cueto Álvarez de Sotomayor
Director de RRHH y Sistemas de la Información
Instituto Cervantes

Joaquín Eliseo Soler
Jefe del Departamento de Sistemas de la Información
Instituto Cervantes

Cesar Sarnago Coello
Técnico de Sistemas
Instituto Cervantes

Armando Prieto Triano
Técnico de Sistemas
Instituto Cervantes

Fernando Carmena Barrachina
Becario de Producción Multimedia
Instituto Cervantes

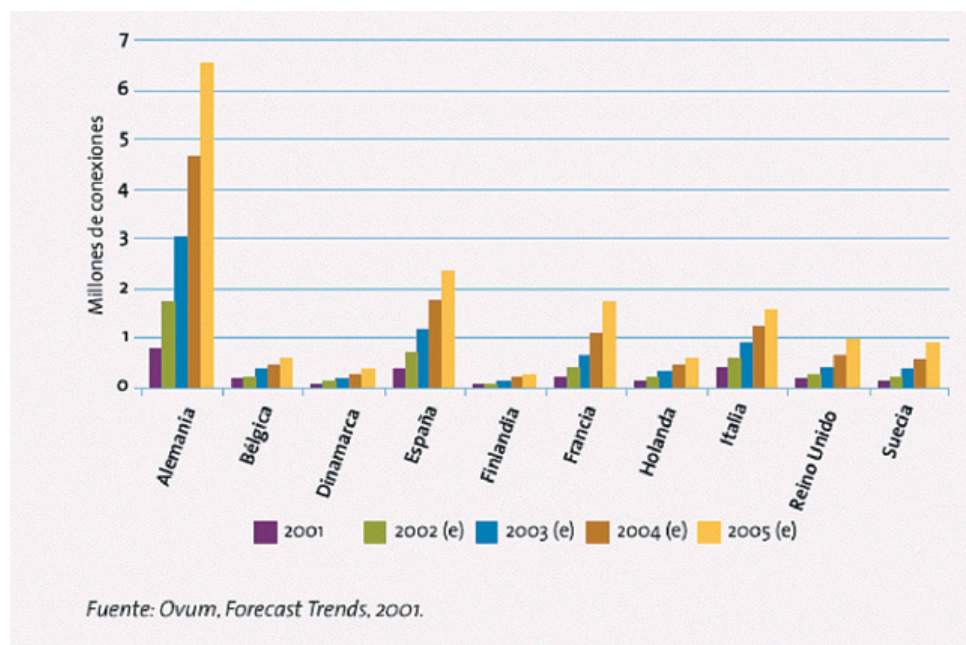
1. OBJETIVO DEL PROYECTO

El Instituto Cervantes es una entidad creada con el fin de difundir la lengua y la cultura en español por todo el mundo. El Archivo Digital se crea como una herramienta más para llevar a cabo este cometido.

El proyecto del Archivo Digital del Instituto Cervantes busca aprovechar al máximo todas las oportunidades que, en el ámbito de multimedia, se abren para la enseñanza del español y la difusión de la cultura española en los inicios del siglo XXI. Para ello se utilizarán los contenidos propios del IC, así como también contenidos de colaboradores y terceros que permitan llegar a un público meta, el cual estará conformado por las personas que hoy en día forman parte de los usuarios (o clientes) del Instituto Cervantes alrededor del Mundo así como toda Internet visible. El objetivo (a largo plazo) del Archivo Digital del Instituto Cervantes es poder llevar la enseñanza del español a todo el mundo a través de cualquiera de los medios de emisión y recepción de tecnología punta (Internet, TV Digital y móviles).

CAMBIO TECNOLÓGICO EN INTERNET

Es importante tomar en cuenta el vertiginoso despliegue que el mundo tecnológico y la Sociedad de la Información están experimentando, casos como el crecimiento de Internet y del Acceso a Banda ancha con cifras que ya empiezan a ser representativas, por ejemplo el 2,8% de los hogares Europeos poseen hoy en día conexión a BA y se espera que en el 2004 el porcentaje se duplique y llegue al 5,7% de la población de los 15. De igual forma en los Estados Unidos de América el porcentaje de hogares conectados a Internet BA es del 9,4%, si hacemos una comparativa por años, en la UE entre el 2000 y las proyecciones para el 2004 el acceso habrá llegado al 11% de hogares, mientras que para el mismo período en EEUU estará en el orden del 24%.



CAMBIO TECNOLÓGICO EN TELEVISIÓN DIGITAL

Por último, mas no por ello menos importante, debemos señalar el fenómeno de la televisión interactiva, en este caso los números o ejemplos que se pueden citar, no muestran realmente el potencial que tiene hoy en día este medio de comunicación para la inclusión de datos en la programación. Quizás por un lado se deba a la corta trayectoria que ha tenido la televisión digital (satelital, terrestre o por cable), sin embargo el dato mas significativo para ilustrar este potencial es el índice de penetración de la televisión en el mundo occidental, donde mas del 95% de los hogares poseen una televisión (ninguno de los medios de nuevas tecnologías se acerca a esta cifra). Actualmente se están desarrollando diversas iniciativas sobre las plataformas de televisión digital, desde juegos o informativos, hasta programas interactivos, por lo cual este es un dispositivo que puede permitir llevar contenidos a grandes masas de población, ofreciendo además del vídeo, información y datos referentes al contenido y lo más importante, la participación (interacción) del televidente.

¿CÓMO SE POSICIONA LA ENSEÑANZA FRENTE A ESTOS CAMBIOS?

Así mismo el conocimiento y la formación han entrado en la era de las Nuevas Tecnologías, Internet y La Sociedad de la Información, buscando adaptarse a esta nueva situación global. Los contenidos educativos que anteriormente eran impartidos en forma presencial, son ahora volcados en un repositorio digital sobre el cual se diseña y crea un curso “On Line”, para que el alumno, ahora convertido también (y por nomenclatura) en usuario, tenga una nueva visión sobre el curso con facetas que antes no eran posibles, como por ejemplo, poder repetir las veces que desee una clase o un fragmento de la misma o, en caso de ser un alumno aventajado, realizar un curso en menos horas de las previstas originalmente. Por otra parte ya existe demanda (que se traduce en “pagar”) por parte de los usuarios por el uso de las nuevas tecnologías para la formación como se muestra en el siguiente gráfico:

Servicios utilizados por los usuarios

País	E-mail	Noticias	Libros, entradas espectáculos	Información de viajes, billetes	Educación y formación	Información sanitaria	Operaciones bancarias	Buscar empleo	Foros, Grupos de debate
Alemania	72,3	71,4	29,3	65,0	51,5	37,5	28,9	31,7	15,2
Austria	84,2	75,9	14,8	38,7	33,1	23,9	30,9	14,2	25,5
Bélgica	75,3	57,9	21,6	55,8	38,5	30,0	26,6	26,8	17,9
Dinamarca	81,8	72,8	26,7	57,2	20,2	30,8	40,6	29,7	14,6
España	79,1	88,0	17,5	49,6	52,3	32,4	18,5	28,7	47,6
Finlandia	82,0	65,8	20,5	62,8	46,7	32,0	60,6	37,3	21,5
Francia	63,3	59,0	15,4	50,6	35,1	19,4	20,2	26,9	24,2
Grecia	64,0	46,8	9,1	35,3	42,0	25,5	9,8	16,9	14,3
Holanda	87,5	72,5	27,7	71,6	28,3	45,0	35,1	31,2	11,5
Irlanda	86,1	77,8	33,6	77,4	45,0	46,1	21,9	34,5	14,2
Italia	80,7	82,9	17,0	58,8	46,9	35,4	14,4	20,8	23,6
Luxemburgo	78,7	74,0	33,3	65,4	45,8	42,5	34,4	18,5	18,6
Portugal	77,2	67,8	8,8	38,9	34,3	33,0	17,5	8,6	10,4
Reino Unido	82,3	64,7	25,5	67,0	36,8	38,0	28,7	29,9	16,0
Suecia	85,0	71,7	36,1	72,0	18,8	23,6	47,6	39,0	13,1

Fuente: Eurobarómetro flash 112, noviembre 2001.

LA “SEGUNDA GENERACIÓN” DE LA EDUCACIÓN MEDIANTE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Según la tendencia del mercado, la llamada “segunda generación” de la educación mediante el uso de nuevas tecnologías, que es un segmento que se caracteriza por la capacidad y el énfasis para el uso de múltiples medios en el ámbito del aprendizaje¹, se presenta como un grupo cautivo de mercado para el Archivo Digital. Otro de los factores importantes a tomar en cuenta es el valor añadido que ofrece el utilizar la tecnología y la sociedad de la información con el fin de reducir los costes de personal presencial y de mantenimiento de grandes infraestructuras en los países objetivo (“target”).

Casos de referencia como el realizado en UK por la BBC, Granada Media Group y Anglia Multimedia en colaboración con el Ministerio de Educación y Trabajo, desarrollando proyectos piloto para servicios de aprendizaje interactivos para TV Digital y PC en 30 escuelas. Iniciativas similares en EEUU han sido igualmente positivas, casos como el de la Universidad Virtual de Michigan (MVU por sus siglas en inglés) es una institución dedicada a la difusión de cursos y titulaciones académicas y técnicas, utilizando materiales de colegios, universidades y otros colaboradores, a través de Internet de Banda Ancha, Televisión Interactiva y CDRom². Asimismo en los EEUU el 84% de los colegios esperan ofrecer educación a distancia (e-learning) para finales de este año³.

CONCLUSIÓN

Como hemos podido observar en este breve resumen ejecutivo, **la educación y la cultura son focos de interés actualmente para el mundo y en especial cuando hablamos de la formación y la lengua española.** Existe actualmente una gran oportunidad para el desarrollo de nuevos proyectos e iniciativas para la emisión y explotación de contenidos a través de diferentes plataformas, como la TV digital, los dispositivos móviles (teléfonos, pda, etc.), complementando así el alcance que actualmente ofrece Internet y que hoy en día está focalizado al uso de PC's.

2. EXPERIENCIAS ANTERIORES DEL ARCHIVO DIGITAL DEL INSTITUTO CERVANTES

II Congreso Internacional de la lengua – 2001/2002

Durante el II Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Valladolid, el Instituto Cervantes alcanzó uno de sus mayores retos, la emisión de dicho evento utilizando para ello la multiplataforma: Internet y Televisión Satelital y por Cable para el caso del vídeo (tanto en directo, como bajo demanda, como en diferido), un portal Wap y un portal de Voz para información sobre el congreso o alguno de sus componentes (ponencias, ponentes, currícula, etc.), y la radio donde fueron emitidos diferentes programas tanto informativos como culturales referentes al Congreso.

Experiencia en emisión multiplataforma:

- **TV Satelital:** Se realizó la difusión de todas las sesiones y paneles del congreso en vídeo a través de **Hispasat** para Europa y América. Y a través de **Vía Digital** para España. Igual-

mente se emitió a través de la ATEI un programa resumen diario de una hora de duración. Otros canales que emitieron programación especial sobre el congreso fueron TVE Internacional, Antena 3 Internacional, así como CNN en español o Televisa, quienes dieron amplia cobertura informativa al Congreso.

- **TV por Cable:** De igual forma en transmisión diferida (en horario nocturno) se realizaron las emisiones del Congreso a través de diversos operadores de Tv por cable de Argentina y otros países de América del Sur.
- **Internet:** Cualquier persona o entidad con acceso a banda ancha (o RTC) pudo conectarse a las sesiones matutinas en directo, hasta 13 sesiones vespertinas y posterior a eso a los pases en diferido, a través siempre del portal del Congreso: www.congresodela Lengua.cervantes.es. El streaming de vídeo se realizó a través de SIREmedia y la retransmisión bajo demanda a través de el servicio de Tdata Streaming de Akamay.
- **Portales WAP y de Voz:** Estos servicios permitían a los **usuarios de e-moción** para servicios Wap o a **cualquier usuario de la red telefónica nacional**, acceder a información sobre datos o aspectos relativos al Congreso, objetivos del mismo, principales ejes temáticos que rigieron su desarrollo, agenda y calendario de las ponencias, etc. Los servicios WAP estuvieron disponibles desde el portal de Terra (<http://mobile.terra.es/cl>) o desde el menú de **e-moción**. Y el portal de voz, estaba disponible a través del número telefónico (+34)983215900.
- **Radio:** Se emitieron programas de radio, tanto de índole informativa, como de índole cultural relacionados con el Congreso a través de las emisoras: RNE, Radio 5, REE y Onda Cero.

Se realizó igualmente un seguimiento de la **audiencia** de las emisiones, parte muy importante del ciclo, ya que permite medir el público cautivo en cada uno de los medios, esto sirve como información de retroalimentación para el tipo de contenidos, la duración y los horarios que se deben definir y desarrollar en cada uno de los medios. Durante el Congreso se realizaron mediciones de TV Digital, mediante el uso de aplicaciones interactivas de preguntas, a las cuales respondieron aproximadamente un total de 5.000 personas. En el portal de Voz y en el portal Wap se realizaron mediciones de personas y páginas, alcanzando aproximadamente 4.500 personas y en internet la métrica más importante que se obtuvo fue el número de usuarios concurrentes, ya que en ese caso condiciona el tipo de tecnología que debe ser utilizada para la difusión del vídeo, el máximo alcanzado fueron 41 usuarios concurrentes con una duración promedio de visita de 10 minutos por usuario.

3. EXPERIENCIAS ACTUALES DEL ARCHIVO DIGITAL DEL INSTITUTO CERVANTES

Experiencias 2003/2004

Tras la gran acogida que supuso la experiencia del II Congreso Internacional de Valladolid, los esfuerzos del Instituto Cervantes en materia de vídeo se han focalizado en su difusión a través de Internet. Se ha tratado de impulsar una plataforma que gestionase contenidos multimedia que pudiesen ser utilizados como vehículo de enseñanza y difusión de la lengua y la cultura en español.

Los contenidos

Los centros del Instituto Cervantes son un escaparate privilegiado para la difusión de la cultura en español. A diario, y en más de 40 centros en todo el mundo, las actividades culturales del Instituto tratan de fomentar la presencia de la cultura española en la sociedad de la información, promoviendo contenidos de calidad y buscando una proyección influyente. En este sentido, Archivo Digital da cobertura a las diversas actividades que se realizan en los centros, convirtiéndose en una excelente plataforma de difusión cultural. Conferencias, mesas redondas, ciclos de cine, lecturas poéticas, conciertos, obras teatrales, danza o exposiciones tienen cabida en el Archivo. Partiendo del registro audiovisual la actividad cultural, es posible compartir y proyectar la actividad a todos los Institutos Cervantes, otras instituciones, y particulares interesados en la cultura en español. Asimismo, la visibilidad de las actividades del Instituto se ve reforzada con la presencia en Internet de un portal de vídeo en banda ancha que puede llegar a ser un punto de referencia en cuanto a contenidos culturales en español.

Aunque se perfila como un espejo y punto de encuentro de las actividades del Instituto en el exterior, el Archivo Digital también ha comenzado a realizar emisiones en directo de actos culturales que se celebran en España, en colaboración con entidades como la Biblioteca Nacional, Círculo de Bellas Artes, Casa de América o el Museo Thyssen. A modo de ejemplo, un evento como la Lectura de *El Quijote*, celebrado en el Círculo de Bellas Artes, puede seguirse simultáneamente desde todos los centros, incorporándose a la Lectura y participando algunos de ellos activamente mediante videoconferencia.

Organización y optimización de los contenidos

Archivo digital puede visitarse a través de nuestra página principal de Internet o directamente en <http://archivodigital.cervantes.es/>. Por cada vídeo o colección de vídeos hemos editado una ficha desde donde se accede a grabaciones completas o fragmentos de las mismas, mediante capítulos que facilitan el acceso a contenidos específicos y que son de especial utilidad en grabaciones complejas o de larga duración. Asimismo, encontramos textos de cabecera que contextualizan la actividad grabada, y diversos materiales adicionales que convierten a cada ficha en un pequeño portal sobre el tema específico de la actividad (documentos en .pdf, selección de páginas relacionadas y enlaces a las fichas afines a la actividad). A medida que crecen los contenidos, los vídeos se agrupan en fichas de carácter global, donde podemos encontrar actividades completas que representan los diversos objetivos culturales del Instituto (*Exilios de la Cultura*, *Congreso de la Lengua*, tertulias de *Charlando con Cervantes...*), favoreciendo su utilización para fines didácticos en los centros.

La organización de los contenidos en la página principal de Archivo Digital responde a una clasificación clara y funcional:

- mediante una portada con las novedades destacadas, que se renueva mensualmente.
- mediante un mapa y listado de los centros del Instituto Cervantes, a través del cual podemos acceder a las grabaciones realizadas en cada centro.
- mediante un listado temático, atendiendo a la categoría a que pertenece la actividad grabada (literatura, cine, artes plásticas, etc...)

Finalmente, la imbricación del Archivo Digital en la web se potencia mediante enlaces cruzados con otras páginas del Instituto (CVC, Bibliotecas de autor).

4. INICIATIVAS SIMILARES

ATEI (Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana)

Se trata de un modelo de cooperación entre más de 200 instituciones asociadas en diversos países con vocación iberoamericana, conformada por organismos educativos y culturales. El cual se basa en el intercambio de contenidos propios de cada entidad, así como también, producciones conjuntas con la finalidad de insertarlas en la programación del Archivo Digital.

La emisión se realiza desde España a través de satélite, mediante un canal de televisión (no es multiplataforma) con señal codificada, es decir, los receptores deben poseer un decodificador de señal para poder captar la programación. Para la recepción dispone de una red de centros de recepción codificada o libre. Sólo están dirigidos al público de Televisión, poseen un portal en Internet, sin embargo es de carácter informativo, no posee ningún tipo de material de vídeo o similar al que se emite a través de la televisión. En el caso de televisión, la definición de Vídeo Bajo Demanda (VOD por sus siglas en inglés) se refiere a solicitudes que son procesadas vía Internet (on line) o correo electrónico, y con lo que se activa un procedimiento de “reinserción” del programa en la parrilla de programación en abierto del país donde se realice la solicitud (lo que realmente sería una retransmisión bajo petición, no un “Video on demand”)

A diferencia del Archivo Digital del Instituto Cervantes esta iniciativa sólo ofrece materiales complementarios y no responde a necesidades específicas como sería la obtención de un título⁴.

La cobertura a nivel de televisión satelital la realizan a través de Hispasat, lo que representa una clara competencia para la programación del Archivo Digital del Instituto Cervantes.

GOETHE Institute

Goethe⁵, Aunque carece de una iniciativa propietaria en el terreno audiovisual, redirige sus contenidos hacia <http://kleist.dwelle.de/spanish/Welcome.html>, una de las mejores emisiones multilingües sobre Alemania, un símil del canal 24h. de RTVE pero en la lengua de destino. El Instituto Goethe tiene competencias sobre distribución de materiales audiovisuales en el exterior. Por tanto su modelo de negocio se basa en la distribución gratuita de dichos materiales educativos y culturales para el aprendizaje del alemán, a los Centros Culturales, Universidades, etc., que lo soliciten a través de Internet.

El Goethe Institute, presenta en educación a distancia utilizando diferentes medios de soporte:

- Videos y CD-ROM : Material que se envía previo pago y que se utiliza para realizar cursos “stand-alone”.
- Cursos Online: Ofrecen una serie de cursos en línea utilizando 3 canales: Internet, TV y Radio.
- Internet: Ofrecen una serie de cursos “On line” con seguimiento de profesores, son 6 unidades más un libro y hablan de mas de 1.400 tareas y ejercicios interactivos a los usuarios acceso en la red 24 horas (no especifican si son interactivos sólo los ejercicios o también la tutorización). Envían adicionalmente un CD con videos y el coste de acceso es de 199 e por alumno⁶.
- Televisión: No se basa en televisión interactiva (no por ahora), es un compendio de materiales, conformado por libros y cintas de vídeo que se complementan con la emi-

sión de programas educativos que pueden ocupar desde 3 hasta 30 minutos de programación. Actualmente se emite por una cadena de emisión en abierto para Alemania (aunque este canal tiene plataforma también internacional) Deutsche Welle (DW) programación de 15 minutos por día durante 2 días a la semana⁷.

En este caso los precios varían según el producto en la siguiente escala:

Libro = 14.90 €

Videos (6) = 32.60 €, hay 2 “packs”

Pack completo (V+L) = 75 €

El centro también ofrece la obtención de diplomaturas en el idioma Alemán como lengua extranjera y ofrece cursos tanto para público general (estudiantes de lengua extranjera) como para Profesores de Alemán de educación a distancia⁸ y posee convenios con Universidades e Institutos alemanes⁹.

El curso de Alemán como lengua extranjera para profesores cuesta 250 € y contiene 5 módulos (no especifica duración de los mismos), pero especifica que el alumno (profesor de Alemán) podrá tener acceso durante un año a todo el material del curso.

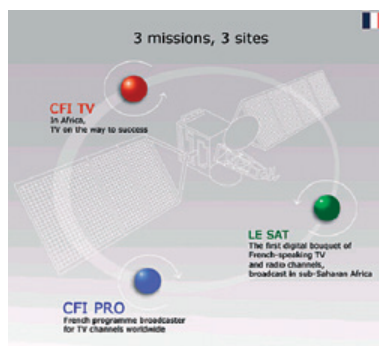
La distribución de material audiovisual en alemán dispone del servicio “Inter-naciones” <http://www.inter-naciones.de/> que permite la compra por comercio electrónico.

Este modelo, trasladado al Archivo Digital, supondría que el IC podría, en colaboración con los organismos que tienen competencias sobre distribución audiovisual (Ministerio de Cultura), integrarlos como un miembro más pero con distribución a través de una Intranet del Canal-e para lo que sólo se exigiría ser Universidad, Embajada, etc. (realmente todo el público meta). Puede ocurrir que el propio Ministerio asuma una iniciativa similar en el momento en que la conozca.

Canal France International (CFI)

Organización Francesa¹⁰ que desarrolla una iniciativa audiovisual a través del “Canal France International” dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores. Se trata de una doble iniciativa, por un lado emitir al territorio francófono (símil del Canal 24h. de RTVE) en francés y por otro lado la emisión restringida multimedia (Internet y TVSAT). Tiene como objetivo servir de red de distribución a las productoras francesas entre las emisoras de TV por cable africanas para la búsqueda de contenidos. Poseen una cobertura actualmente del 70% del continente africano

Ofrece 3 tipos de alternativas por satélite:



Representa una amenaza (competencia) para el IC, ya que se plantean iniciativas de alianzas con TVFI para llevar al español sus contenidos y distribuirlos en los mercados en los que el CFI tiene presencia (y cobertura) actualmente

Cobertura a nivel internacional¹¹:



Utilizan para la recepción (a nivel internacional) decodificadores (SetTopBoxes o STB's por sus siglas en Inglés) Tandberg -TT1200, e indican como precio orientativo del STB unos 800 €. Utilizan sistemas de acceso condicional (bien Via Access o bien Media Guard) para la codificación y el control de abonados a la programación.

Este modelo, trasladado al Canal-e, supondría avanzar en una línea de negocio, ligada a la lengua y cultura en español que dotara de un acceso restringido a las empresas de cable, para que conocieran los materiales y eventualmente se pusieran en contacto con distribuidoras. Como una "Extranet" utilizando también operadores de satélite.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Disparate visions: Interactive TV as a learning technology. FUEL Agosto 2000
- 2- The state of e-learning in the States o www.mivu.org
- 3- The state of E-Learning in the States
- 4- <http://www.atei.es/index.html>
- 5- <http://kleist.dwelle.de/spanish/Welcome.html>
- 6- http://www.redaktion-d.de/englisch/seiten/02_home_en.html
- 7- http://www.redaktion-d.de/englisch/seiten/32_tv_schedule_en.html
- 8- <http://www.goethe.de/z/fsk/demulti.htm> / <http://www.goethe.de/dll/sem/enindex.htm>
- 9- <http://www.goethe.de/dll/isf/enindex.htm>
- 10- <http://www.cfi.fr/>
- 11- <http://www.cfipro.net/EspaceProfessionnels/UK/InfosTechnique.html>