



**Centro de
Estudios Europeos**

Luis Ortega Álvarez

*Centro de excelencia
Jean Monnet*



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Estrategias para la difusión del patrimonio fotográfico español: RTVE Play y otros actores del entorno visual digital

Nieves Limón Serrano. ORCID: 0000-0003-0292-0882

Marta Martín Núñez. ORCID: 0000-0002-9473-1183

1/2026

Serie EU Digital and Social Policy

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or [name of the granting authority]. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Estrategias para la difusión del patrimonio fotográfico español: RTVE Play y otros actores del entorno visual digital

Autoras:

Nieves Limón Serrano. Universidad de Castilla-La Mancha
Marta Martín Núñez. Universitat Jaume I

Cita sugerida: Limón, N. & Martín Núñez, M. (2025). Estrategias para la difusión del patrimonio fotográfico español: RTVE Play y otros actores del entorno visual digital. En La plataformización del sistema mediático europeo y español. Regulación, estructura y contenidos (pp. 193-210). Tirant Lo Blanch

El presente trabajo ha sido realizado en el marco de los proyectos de investigación:
La plataformización audiovisual: diagnóstico propositivo de los procesos de plataformización en el panorama mediático español contemporáneo (2022-GRIN-34309), IP Susana de la Sierra y Nieves Limón Serrano, financiado por el Plan Propio UCLM y cofinanciado con fondos FEDER.
Estrategias discursivas de disenso en las prácticas documentales españolas contemporáneas (DOESCO) (código UJI-B2021-32), IP Javier Marzal Felici y Marta Martín Núñez, financiado por la Universitat Jaume I- convocatoria competitiva de proyectos de investigación UJI 2022-2024.

1. Introducción: procesos de plataformización audiovisual y conservación del patrimonio fotográfico español

La gestión de los bienes culturales es un aspecto medular para la conservación, investigación y divulgación del Patrimonio Cultural de diferentes naciones. Estos procesos estratégicos y organizativos comprenden una gran variedad de acciones y flujos de trabajo que intentan actuar sobre fondos patrimoniales de distinta naturaleza. Si nos fijamos en el caso español, una de las propuestas más relevantes en este sentido es la creación de los Planes Nacionales de Conservación que se remonta a los años 80 del pasado siglo XX. Estos planes, más que un conjunto de disposiciones generales, articulan mecanismos y dinámicas de trabajo concretas para atender a las necesidades formales, conceptuales y de dispersión de muchos bienes materiales e inmateriales (Hernández Azcutia, 2022, 11-12).

La conservación y divulgación fotográfica no ha sido una prioridad en las políticas públicas de España hasta hace escasos años. Dos datos pueden ayudarnos a corroborar ese olvido ominoso: no es hasta el año 2015 que contamos con un Plan Nacional de Conservación del Patrimonio Fotográfico y solo hay que remontarse escasos meses (en julio de 2023), para comprobar cómo se aprobaba la creación del tan deseado Centro Nacional de Fotografía.¹ Ambas medidas, motivadas en gran parte por el trabajo previo y prolongado de un conjunto de investigadores, gestores culturales y profesionales de muchos ámbitos de la fotografía del Estado español, han intentado poner punto y final a una llamativa situación. Hasta la fecha, España era uno de los únicos cuatro países de la Unión Europea (junto a Malta, Chipre y Rumanía) que no contaba con alguna institución pública destinada específicamente a estas tareas en el ámbito fotográfico (Zas Marcos, 2021). Paradójicamente, la labor desarrollada por fotógrafos y fotógrafas de estas latitudes ha sido frecuentemente alabada en el contexto internacional y cuenta con amplio reconocimiento (Peces, 2014).

¹ El 18 de julio de 2023 el Consejo de Ministros aprueba el Real Decreto de creación del Centro Nacional de Fotografía en Soria. Para más información se recomienda la consulta de <https://www.cultura.gob.es/actualidad/2023/07/230718-centro-nacional-fotografia.html> y <https://sites.google.com/view/centrodefotografiaimagen/prensa>

Los problemas que ha acarreado este escenario para la cultura visual nacional son numerosos: dificultades en la conservación de los archivos y acervos personales de relevantes profesionales de la fotografía (Morales, 2023) o una escasa divulgación y, por tanto, pregnancia del imaginario colectivo son solo algunos de ellos. Por decirlo con otras palabras: la fotografía ha sido, en el mejor de los casos, la hermana pequeña de las artes visuales y no es infrecuente asistir a un llamativo desconocimiento de este patrimonio, incluso en aquellos estudios propios de la enseñanza superior vinculados con las materias visuales (Limón, 2020; Vega Pérez, 2014; Vega de la Rosa, 2008; Fontcuberta, 1983: 300). Es pertinente reseñar en este punto las complejidades conceptuales de la fotografía que, a estas alturas de nuestro bagaje visual, no podemos sencillamente dividir atendiendo a sus funciones documentales o artísticas y expresivas.

Si bien se conoce esta dificultad epistemológica motivada, principalmente, por la enorme permeabilidad del medio (Picazo y Ribalta, 2003, 10-11), las dos acciones indicadas al comienzo de este texto nos señalan sin ambages la posibilidad y la voluntad política de intentar solucionar una situación que, ahora sí, creemos que se revela como insostenible. Sumándose a esa vía de trabajo, la presente investigación abandona la arquitectura del olvido descrita con anterioridad para poner el foco en algunas de las propuestas y estrategias que intentan paliar este escenario y revertirlo haciendo un uso reseñable de las bondades del contexto mediático contemporáneo y de sus posibilidades para la divulgación, puesta en valor y disfrute público de las materias fotográficas. Ahí, precisamente, podemos ubicar el curioso binomio que se da entre el patrimonio fotográfico y los procesos de plataformización mediática.

Las investigaciones que preceden a esta nos han ayudado a circundar y comprender mejor a qué nos referimos cuando hablamos de plataformas audiovisuales y, también, el impacto que han tenido en los mercados de los medios de comunicación convencionales (Miguel de Bustos e Izquierdo-Castillo, 2019). Gran parte de estas propuestas académicas han abandonado aproximaciones tecnooptimistas y adoptan enfoques críticos. Se centran, por ejemplo, en el análisis de algunos de los daños colaterales que implica este “capitalismo de plataformas” (parafraseando el ya mítico libro de Srnicek) o el llamado “capitalismo digital” (Candón-Mena, Carraso-Campos y Barrio-Romera, 2022) en el contexto mediático.

Por señalar solo uno de esos efectos, sabemos que estos operadores ponen en jaque, en algunos casos, los valores sobre los que se asientan los servicios comunicativos públicos regidos por un mandato que atiende de forma prioritaria a una rentabilidad social y no siempre económica

(Túñez-López; Campos-Freire & Rodríguez-Castro, 2021). Por tanto, en un escenario en el que las plataformas audiovisuales transnacionales comprometen parte de la trayectoria de los medios públicos, es especialmente reseñable el trabajo que está haciendo el ente de la radiotelevisión pública española en materia de divulgación del patrimonio fotográfico.

Así las cosas, nos centraremos ahora en analizar algunas de las particularidades formales y de difusión que este panorama mediático extremadamente cambiante ofrece al patrimonio fotográfico. Y, para esto, se toma como punto de partida un caso de estudio particular: los cuatro formatos audiovisuales alojados en la plataforma RTVE Play y destinados a la comprensión, análisis y divulgación de la imagen fotográfica especialmente enfocada en los creadores y creadoras españoles. Este estudio será complementado con el análisis de otros agentes del entorno visual digital que, valiéndose en parte de las oportunidades que este escenario comunicativo aporta, trabajan para una mayor y mejor difusión de la imagen fotográfica. Por último, conviene señalar que la presente investigación también hunde sus raíces en el prolijo campo que examina la vinculación entre la imagen estática y audiovisual y de la que contamos con interesantes aproximaciones en la literatura especializada en fotografía (Parejo, 2012; Ledo Andión, 2005).

2. El catálogo de contenidos de RTVE Play y la divulgación fotográfica: cuatro formatos y un propósito

En la actualidad, la imagen fotográfica se ve atravesada por un contexto comunicativo marcado por múltiples dinámicas digitales (Martín Prada, 2023; Martín Núñez et al., 2022; Fontcuberta, 2020). La puesta en circulación de una nueva cultura visual mediada, cada vez más, por unas tecnologías que articulan y regulan otros patrones de consumo audiovisuales y fotográficos es el escenario habitual en el que se desenvuelve buena parte de la fotografía contemporánea. Por eso no es de extrañar que desde hace ya algunos años, ciertos contenidos audiovisuales donde la fotografía es protagonista se alojen en los catálogos que ofertan diversas plataformas audiovisuales OTT (Over-The-Top) (Izquierdo-Castillo y Lázaro-Torres, 2022). Atendiendo al escenario descrito en el apartado anterior de esta investigación, podemos comprender la importancia que estriba en el hecho de que el ente de la radiotelevisión pública española esté operando un tránsito de los servicios en flujo tradicionales a estos nuevos operadores audiovisuales.

La incursión de TVE en el entorno digital se remonta al año 1996 con la creación de la web www.rtve.es. Desde entonces, es relativamente sencillo encontrar, con una simple búsqueda online, algunos relatos audiovisuales divulgados por las redes digitales del ente destinados a distribuir contenidos donde se abordaban diferentes aspectos de la imagen fotográfica: noticias sobre exposiciones, reportajes protagonizados por fotógrafos/as, programas radiofónicos acerca de alguna muestra fotográfica, post y otras entradas que describen imágenes fotográficas... Este proceso de arqueología de medios nos sitúa a continuación en los 2000. Es entonces cuando TVE comienza su estrategia multimedia con diferentes acciones: creación de canales en diversas redes sociales, televisión híbrida con el botón rojo, RTVE a la carta y su emisión en *streaming* son solo algunos ejemplos. Este proceso, que ya nos habla de dinámicas muy próximas a los flujos de trabajo operados en las plataformas audiovisuales, alcanza su cénit en el año 2017 cuando se consolidan RTVE Play y PlayZ: dos plataformas de contenido audiovisual generado ex profeso para la web del ente público o que alojaban contenido propio de los medios tradicionales pertenecientes a la corporación. PlayZ, espacio destinado a audiencias jóvenes, terminará integrada en RTVE Play escasos años después, en 2021 (Rodríguez Martelo y Maroto González, 2022; Eguzkitza, 2023).

Dentro de esta plataforma, existen cuatro programas destinados a la divulgación del patrimonio fotográfico español o a la generación de talento fotográfico contemporáneo: dos propios de las dinámicas de la televisión en continuidad y otros dos que podríamos calificar, con las salvedades terminológicas que comporta la etiqueta, como nativos digitales (o generados deliberadamente para estos espacios online). Hablamos de *La mirada fotográfica* (2009), *Detrás del instante* (2020-2022), *Generación instantánea* (2018) y *Cam on!* (2019-2020).

La mirada fotográfica o *Una mirada fotográfica*² (aparece reseñado con ambos nombres tanto en la información de la productora como en el catálogo de RTVE Play) es una serie documental que aborda la historia de la fotografía en España a través de seis capítulos de una duración aproximada de 25 minutos cada uno. La gran mayoría de estos episodios se consagran al retrato de reconocidas figuras de la fotografía española como José Ortiz-Echagüe, Virxilio Viéitez o Ramón Masats, pero también existen otros capítulos de corte temático como “Fotografía y vida de los 60” o “Futuro digital”. Esta serie documental se emitió en el año 2009 en La 2 y fue producida por López-Li Films.

² Puede consultarse este contenido en <https://www.rtve.es/play/videos/la-mirada-fotografica/>

Con una entidad mucho mayor y más próxima a nuestros días encontramos *Detrás del instante*³, formato que se autodenomina como una serie documental que “plantea un viaje a la obra de diferentes fotógrafos a partir de la historia que hay detrás de una de sus imágenes, para recorrer después la trayectoria de cada uno de ellos”. Se centra en la selección de un total de 39 fotógrafos/as de diferentes épocas y estilos de la historia de la fotografía española (con relevantes representantes como Carlos Pérez Siquier, Joana Biarnés, Joan Fontcuberta o Pilar Aymerich, entre otros) y repasa la obra de ese creador a través del análisis de una fotografía suya y en 30 minutos, aproximadamente. Producida por Televisión Española en colaboración con REC Producciones tiene tres temporadas (de 13 capítulos cada una) íntegramente emitidas en La 2 de 2020 a 2022 y que actualmente pueden consultarse en la plataforma.

*Generación Instantánea*⁴ marca un punto de inflexión en cuanto a los procesos de generación y divulgación de contenidos audiovisuales se refiere. Estamos ya ante un proyecto creado explícitamente para el espacio digital RTVE Play que se autodefine como “la primera serie microdocumental sobre fotografía española contemporánea”. Esta serie repasa en seis capítulos, de unos 12 minutos cada uno, el trabajo de fotógrafos en activo con gran proyección internacional: Cristina de Middel, Ricardo Cases, Laia Abril, Santi Palacio y Nicanor García. Los seis capítulos, producidos por RTVE en colaboración con Dadá Film & Entertainment, se publicaron de forma progresiva y a lo largo de 2018 en RTVE Play. En la actualidad pueden consultarse íntegramente y en línea en este espacio.

Por último, describimos un formato radicalmente distinto a los comentados hasta el momento. Nos referimos al *talent show* de fotografía transmedia *Cam on!*⁵ donde, a lo largo de sus dos temporadas, un conjunto de diez *influencers* se enfrentaron al veredicto de un jurado integrado por profesionales de la fotografía para valorar sus destrezas fotográficas con medios digitales. Es decir, en cada uno de los capítulos de este formato se proponían unos desafíos fotográficos que los *influencers* en cuestión debían superar. Retos como hacer una foto de moda, un retrato que denote amor, una imagen en la naturaleza... Teniendo en cuenta los resultados y el proceso de creación, el jurado decidía quién lo había hecho de forma más original, comprometida, talentosa y, en consideración, ganaba la prueba y pasaba de fase. Producido por

³ Puede consultarse este contenido en <https://www.rtve.es/play/videos/detras-del-instante/>

⁴ Puede consultarse este contenido en <https://www.rtve.es/play/videos/generacion-instantanea/>

⁵ Puede consultarse este contenido en <https://www.rtve.es/play/videos/cam-on/>

RTVE y Thinketers, el formato trabaja en el vínculo que existe entre la fotografía y las redes sociales y puede consultarse en RTVE Play desde 2019-2020.

Esta mera descripción de los cuatro formatos nos permite identificar una serie de patrones que, si bien serán analizados con más detenimiento una vez hayamos conocido otros agentes del entorno visual digital dedicados a la generación y distribución audiovisual en materia fotográfica, conviene señalar en este punto.

En primer lugar, atendiendo a las pautas de creación y divulgación audiovisual, dos de las producciones se acogen a modelos propios de la serialización documental tradicional articulada para su emisión en continuidad; pero identificamos otros dos con contenidos originales y exclusivos creados para la plataforma y que se adaptan a los requerimientos de consumo de este espacio. Esto da como resultado unas narrativas y estilemas que nos hablan de unas pautas expresivas características de las plataformas audiovisuales.

En segundo lugar, es posible identificar en dos de los formatos dinámicas propias de una difusión segmentada destinados a audiencias jóvenes y a un consumo audiovisual multipantalla y multiplataforma. Si bien la ventana de exhibición y distribución principal para estos dos formatos es la plataforma audiovisual en cuestión, esta se relaciona estrechamente con otros entornos comunicativos que, de igual manera, adquieren la forma de plataformas de *social media*. Esto hace que sea sencillo apreciar un progresivo interés por integrar técnicas de comunicación propias de un escenario digital que traza vínculos con numerosas redes sociales.

Por último, observamos cómo se mantiene una oferta relativamente plural y de acceso gratuito en materia de contenidos audiovisuales destinados a divulgar la imagen fotográfica que caracterizan al medio público. Esto se combina con el patente esfuerzo por intentar acercar tales contenidos a una audiencia más joven y redundante en el fomento de una conversación pública sobre los mismos y en el fortalecimiento de la ubicuidad de estos temas.

3. Otros agentes del entorno digital: entre el entusiasmo y la precariedad

Más allá de los programas diseñados, producidos y difundidos desde un ente público e institucional como RTVE, las oportunidades y democratización que ha supuesto los sistemas de “autocomunicación de masas” (Castells, 2009) han propiciado que otros agentes ajenos, en un principio, a la producción audiovisual, se lancen a generar contenidos audiovisuales para la

difusión del patrimonio fotográfico apoyándose en plataformas y redes sociales como YouTube o Instagram. Estos actores comparten una cualidad: aunque su actividad principal no pasa por la producción audiovisual, están estrechamente vinculados al mundo de la fotografía desde la creación, la investigación, transferencia o divulgación de contenidos fotográficos. De este modo, emergen voces y rasgos audiovisuales que, pese a tomar en parte características de la producción más canónica, llegan desde el sector fotográfico y aprovechan sus vínculos con este escenario para poner de relieve otras miradas, formas de producción y de difusión. Los casos en los que nos vamos a centrar son recientes, pero, en general, aparecen relacionados con otros formatos digitales más accesibles y primigenios (especialmente blog/magazine o podcast) que han ido tejiendo una red de contenidos de difusión fotográficos y han creado un público y cierta demanda.⁶ Hablamos, por tanto, de un contexto vivo y estimulante que acoge nuevas formas de divulgación.

El primer caso en el que queremos detenernos es *El espejo de Vivian y Francesca*⁷ (2023-actualidad, en referencia a dos de las grandes fotografías de la historia de la fotografía, Vivian Maier⁸ y Francesca Woodman). Aunque el programa se define y está concebido originalmente como un podcast, se graba y hace un uso intensivo del formato audiovisual tanto para su difusión en YouTube como para apoyar el propio contenido que emite, siguiendo así algunas tendencias de relevantes podcasts contemporáneos. Este espacio, impulsado por Inma Barrio (fotógrafa) y Leire Etxazarra (periodista y divulgadora de la fotografía) que ya contaban con una larga trayectoria en el campo de la fotografía,⁹ arranca en enero de 2023 como un podcast de frecuencia semanal principalmente de entrevistas. Pronto se posiciona como un programa de referencia que puede competir con las propuestas más institucionales, pero que opta por adoptar un tono cercano conjugando profundidad en el análisis de los temas tratados y divulgación generalista para públicos poco especializados.

A lo largo de sus dos temporadas y casi 30 episodios, se han sucedido las entrevistas a figuras de reconocido prestigio en el ámbito fotográfico (Joan Fontcuberta, Isabel Muñoz, Alberto García-Alix, José Manuel Navia, Manuel Outumuro, Sofía Moro) con otras quizá más

⁶ Nos referimos a revistas digitales como Clavorardiendo Magazine, un proyecto dirigido por el fotógrafo y periodista Roberto Villalón (<https://clavorardiendo-magazine.com/>), o al podcast Calle Oscura, dirigido y producido por el fotógrafo Jota Barros y vinculado a su Club de Fotografía Callejera (<https://jotabarros.com/category/podcast/>).

⁷ Puede consultarse este contenido en <https://www.youtube.com/@podcastespejovivianyfrancesca>

⁸ Aunque existen dudas razonables sobre la existencia real de Vivian Maier, sigue viva como personaje.

⁹ Son especialmente reseñables los proyectos previos de Leire Etxazarra en el campo de la divulgación fotográfica como su blog *Cartier-Bresson no es un reloj* o sus series en redes sociales *Fotolibros en un minuto* (Instagram) o *Fotos que me fascinan* (en X).

desconocidas para el gran público, pero que cuentan con una larga trayectoria y reconocimiento en el sector (Gloria Oyarzábal, Toni Amengual, Elisa Miralles y Lurdes Basolí, Ana Palacios o Adriana López Sanfeliú). Se incluyen además otros perfiles como el de la coleccionista de fotolibros Gabriela Cendoya, Carmen Dalmau (comisaria y docente), Arianna Rinaldo (editora gráfica) o Miguel Ángel Hernández (docente y escritor), entre otros. Las entrevistas repasan profusamente la trayectoria de estas personas, así como otras cuestiones de interés: procesos de trabajo de sus proyectos, problemáticas de género que afectan a la profesión, etc.

Al estar concebido como un podcast, la calidad de la producción audiovisual pasa a un segundo plano mostrando la grabación multipantalla de la videoconferencia realizada tras una cortinilla de entrada que no responde a los estándares profesionales, pero que está normalizado tras el auge que experimentó durante la pandemia de 2020. Las entrevistadoras se apoyan en el registro audiovisual para mostrar fotolibros o fotografías que se describen detalladamente y para la difusión de cada capítulo, pues se publica en redes un extracto a modo de avance. La importancia del formato audiovisual para la difusión de contenidos online justifica esta apuesta. El segundo caso a analizar son las píldoras audiovisuales producidas por *Fiebre Photobook* (2012-actualidad),¹⁰ el festival anual de fotolibros más relevante de España dirigido, desde sus comienzos, por la fotógrafa y gestora cultural Miren Pastor y por el divulgador y gestor cultural Bonifacio Barrio Hijosa. Las píldoras, que pueden consultarse en su web, se agrupan en torno a cuatro secciones: *Un fotolibro es*, *BookJockey*, *He venido a hablar de mi libro* y *Tips*. Cada sección sigue un formato y un proceso de producción diferente de modo que funcionan casi como series independientes. Así, *Un fotolibro es* consta de una pieza de 33 minutos para explicar qué es un fotolibro, mientras que *BookJockey* está integrada por tres vídeos de unos 12 minutos de duración donde diferentes figuras del sector seleccionan y enseñan títulos de las colecciones de fotolibros más interesantes. Ambas series están realizadas por La Famosa Productora y cuentan con una puesta en escena, un lenguaje visual y un montaje atractivo y dinámico. La sección *He venido a hablar de mi libro*, con diez piezas, se concibe como un espacio donde diferentes creadores y creadoras presentan sus fotolibros en cinco minutos. En este caso, la realización es más modesta, se utiliza la grabación de una videollamada y se superpone a un mosaico de imágenes sobre el proyecto y detalles del fotolibro que se presenta. Finalmente, *Tips* reúne dos vídeos orientados a la formación acerca del fotolibro y la autopublicación. Las 16 píldoras

¹⁰ Puede consultarse este contenido en <https://fiebrephotobook.com/explora/>. El proyecto cuenta con financiación pública recibida del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

descritas contribuyen a la divulgación que realiza el festival para poner en valor el fotolibro como dispositivo alrededor del cual gira buena parte de la producción fotográfica contemporánea.

El último caso en el que vamos a detenernos responde a un tercer modelo de creación y producción. La webserie *Crear memoria* (2023) forma parte del proyecto Memoria Fotográfica de la Guerra Civil,¹¹ liderado por Marta Martín Núñez (profesora e investigadora especializada en fotografía), y que nace en la universidad desde la investigación académica como una acción de transferencia hacia la sociedad. La webserie consta de una primera temporada con siete episodios de diez minutos dedicados a un fotógrafo o fotógrafa que ha publicado un fotolibro vinculado a la memoria de la guerra. Así, se ha intentado dar voz a profesionales emergentes con proyectos recientes e innovadores respecto a los lenguajes visuales y de publicación empleados para documentar la memoria. Juan Plasencia, Julián Barón, Espe Pons, Noelia Pérez Sánchez, David García, Susana Cabañero y Jesús Monterde hablan de sus motivaciones personales para abordar la memoria, sus estrategias discursivas y cómo emplean el fotolibro como dispositivo para dar forma a sus proyectos.

En este caso, la webserie ha tenido otras estrategias de difusión y financiación. No está disponible en abierto,¹² sino que es una de las piezas que forman parte de la exposición *Ecos de la memoria. Fotolibros del presente / Ressons de la memòria. Fotollibres del present* proyectada en el Museu de Belles Arts de Castellón (mayo-julio de 2023) y en el Castell de Monjuïc de Barcelona (mayo-octubre de 2024) junto a la exposición de fotolibros. Cada entrevista, a cargo de la productora Micrea Film Projects con el apoyo del Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, ha sido grabada en lugares simbólicos para cada proyecto. Se alternan planos de busto parlante con otros recursos del entorno, siguiendo los cánones de realización documental.¹³

Todos los proyectos descritos muestran patrones evidentes. En primer lugar, se trata de proyectos autogestionados que dependen de la iniciativa y el entusiasmo personal de algunos profesionales (o de un colectivo reducido). Si bien alguno de ellos cuenta con apoyo o financiación institucional, son subvenciones puntuales que impiden una planificación a largo

¹¹ El proyecto se puede consultar en: www.memoriafotograficadelaguerracivil.uji.es

¹² Puede consultarse este contenido en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL2QuBgbiX-qQ5wIAzMxyNuLvSQZYzy9e>

¹³ Este proyecto cuenta con la subvención de concurrencia competitiva para la realización de actuaciones relacionadas con la memoria histórica y democrática valenciana concedida por la Conselleria de Participación, Transparencia, Cooperación y Calidad Democrática de la Generalitat Valenciana (código MEMUNI/2022/01).

plazo. Este hecho condena tales producciones a una difusión a través de plataformas y redes como YouTube u otros espacios online, aunque sus estándares de contenido (y, en algunos casos, audiovisuales) les harían merecedores de ser accesibles en plataformas OTT o, incluso, en medios convencionales de RTVE. Por otra parte, las personas impulsoras de este tipo de proyectos suelen combinar un perfil relacionado con la gestión cultural, de investigación o docencia, o periodístico con una vinculación con el mundo fotográfico. Esta mirada potencia cierto *engagement* con el contexto fotográfico que puede hacer más fácil su visibilidad. En cualquier caso, estos contenidos precisan estrategias de comunicación activas en redes sociales para su difusión.

4. Patrones de consumo y distribución de los contenidos fotográficos en el entorno digital contemporáneo: discusión de resultados y reflexiones finales

A lo largo de los apartados precedentes hemos conocido cuatro formatos para OTT, y otros tres independientes propios del entorno comunicativo digital, destinados a la creación y difusión del patrimonio fotográfico principalmente nacional. Su descripción nos ha permitido comprender algunos de sus rasgos más característicos. En el cierre de los epígrafes previos ya apuntábamos unos patrones que inciden en el vínculo existente entre esas materias fotográficas y los procesos de plataformización protagonistas de este manual. Teniendo en cuenta esto, podemos apreciar al menos cinco rasgos que conviene analizar.

En primer lugar, y de forma muy evidente en *Generación instantánea* y *Cam on!*, se aprecia la voluntad de narrar audiovisualmente de forma distinta. Ambos contenidos se caracterizan por la inclusión de estructuras narrativas relativamente trepidantes fomentadas por montajes dinámicos, planos en general con menor duración que en los formatos precedentes, un posprocesado de la imagen que, incluso en algunos momentos de *Cam on!*, da como resultado imágenes de síntesis que incluyen pequeños efectos de animación... Este tipo de atributos redundan en la creación de un contenido que provoca un mayor impacto visual y sonoro, pero también en la generación de producciones audiovisuales más cortas y fácilmente visualizables. En este sentido, también los contenidos generados por otros agentes destinados a plataformas de *video-sharing* y redes sociales y con financiación para la producción (especialmente las píldoras de *Fiebre Photobook*) evidencian estos rasgos estilísticos. De igual manera, suelen dar cabida a temáticas que priman lo que conocemos como “cultura urbana” en un amplio sentido del término. En todos los casos el espacio donde se alojan (las plataformas o web creadas a tal efecto) posibilita una consulta y navegación por cada episodio de manera independiente y que es

entendido como una unidad expresiva en sí misma, pero también como piezas de discursos audiovisuales mayores (las series en cuestión).

Esto nos deja a las puertas del siguiente rasgo a analizar: todos estos contenidos vehiculan técnicas de comunicación propias del escenario digital que, entre otras cosas, fomentan el vínculo con un “usuario-interactor-participante-contribuidor activo” (Gifreu, 2013, 159). Si bien es evidente que estos formatos ofrecen experiencias de interacción de baja intensidad (pues los usuarios no pueden alterar propiamente su contenido), sí que se permite modificar el orden de consulta prescrito o, lo que es más relevante en este momento, pueden interactuar con las plataformas de redes sociales vinculadas a algunos de ellos. Es *Cam on!* quien propone la explícita intención de crear una relación entre la imagen fotográfica y las redes sociales (con un evidente reflejo e impacto en esos otros espacios). Estamos ante contenidos donde se percibe la intención de arriesgarse a experimentar en términos audiovisuales y de llevar a cabo producciones en multiplataformas. Otros proyectos descritos como *El espejo de Vivian y Francesca* o las píldoras de *Fiebre Photobook* también se valen de la difusión en este tipo de operadores de *video sharing* como YouTube o redes sociales por las oportunidades de indexación en buscadores que facilitan y, sobre todo, porque no tienen otras opciones igual de efectivas para llegar a su público. Como es fácil deducir, este tipo de atributos nos hablan de piezas dirigidas a unas audiencias jóvenes como parte de los procesos de difusión segmentada tan propios de las plataformas. Pero es importante caer en la cuenta de que al menos dos de estos formatos también se emitieron en la televisión lineal. Así, si la ventana de exhibición fundamental para estos trabajos en la actualidad es la red y el espacio de la plataforma (y, como ya hemos señalado, esto promueve la adaptación del género a las nuevas rutinas de producción y distribución digital), también observamos cómo se promueven exhibiciones diversificadas. Es decir, es internet y la plataforma OTT en cuestión la ventana de explotación prioritaria, pero en algunos casos estos formatos no han prescindido de la incursión en medios tradicionales como la televisión. De esta manera se pretende conseguir una mayor audiencia potencial y aumentar la difusión de algunos de los proyectos. Es decir, se intenta ir donde están las audiencias. Por otra parte, como ya hemos explicado, la imposibilidad de planificación a medio y largo plazo hace que los contenidos creados por otros agentes culturales tengan muy difícil traspasar la barrera de las plataformas de *video-sharing* y las redes sociales para introducirse en las llamadas OTT y, mucho menos, en la programación convencional.

Por último, se aprecia cómo la agenda temática de estas piezas se alinea con ciertos valores del ente público para crear un contenido plural y gratuito, aunque aún escaso en términos de diversidad de género. Aunque parece haber un progresivo interés en poner el foco en el trabajo de sujetos sociales que se identifican como fotógrafas, las mujeres protagonistas de los cuatro formatos de RTVE siguen siendo minoría: *La mirada fotográfica* no dedica ningún capítulo monográfico al trabajo de una fotógrafa; en *Detrás el instante* ya encontramos 15 programas dedicados a explorar la labor de las fotógrafas (frente a los 24 destinados al mismo menester con fotógrafos); *Generación instantánea* incluye a dos fotógrafas protagonistas (frente a los cuatro fotógrafos); y, por último, en *Cam on!* Participan cuatro mujeres influencers y seis hombres. En este sentido, las creaciones de los otros agentes sí apuestan por contenidos más innovadores y buscan las figuras emergentes introduciendo directamente en los contenidos problemáticas de género y cuidando la paridad entre los invitados e invitadas.

Llegados a este punto vemos cómo tanto los contenidos creados desde RTVE para plataformas OTT y los creados por otros actores del panorama digital contemporáneo contribuyen, de una u otra forma, a dar visibilidad al patrimonio fotográfico español. Aunque con características, motivaciones y necesidades diferentes, los siete programas descritos aquí facilitan a través de los medios audiovisuales y las nuevas plataformas mediáticas, el conocimiento y divulgación de una cultura fotográfica que históricamente ha sido desatendida y ninguneada por las instituciones responsables.

Bibliografía

Candón-Mena, J., Carrasco-Campos, A. y Barrio Romera, C. (2023). Deliberación democrática en la Red: Del diálogo al ruido digital. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(1), 1-9.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Eguzkitza Mestraitua G., Casado del Río, M. A. y Guimerá i Orts, J. À. (2023). Percepción del público joven sobre las plataformas online de la televisión pública española: RTVE Play y Playz. *Revista Latina de Comunicación Social. Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 40-62.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1970>

Fontcuberta, J. (2020). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Fontcuberta, J. (1983). Apéndice: Notas sobre la fotografía española. En B. Newhall, *Historia de la fotografía. Desde sus orígenes hasta nuestros días*, 300-322, Barcelona: Gustavo Gili.

Gifreu A. (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona: UOCpress.

Hernández Azcutia (2022). Prólogo. En J.M Sánchez Vigil, A. Salvador Benítez y M. Olivera Zaldua (Eds.), *Colecciones y fondos fotográficos. Criterios metodológicos, estrategias y protocolos de actuación*. Asturias: Ediciones Trea.

Izquierdo-Castillo, J.; Latorre-Lázaro, T. (2022). Oferta de contenidos de las plataformas audiovisuales. Hacia una necesaria conceptualización de la programación streaming. *Profesional de la información*, 31, 2, 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.18>

Limón Serrano, N. (2020). Enseñanza y aprendizaje del fotoperiodismo en la universidad: análisis de estrategias para la docencia presencial y en línea. En J. Sánchez Santamaría, L. Jesús Tosina Fernández, M.J. Galván Bovaira (Eds.), *COVID-19: imperativo para el cambio*, Valencia: Tirant Lo Blanch.

Ledo Andión, M. (2005): *Cine de fotógrafos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martín Núñez, M., García Catalán, S. y Marzal Felici, J. (Eds) (2022). *Puntos ciegos, miradas afiladas: discursos fotográficos y prácticas artísticas para hackear la posverdad*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Martín Prada, J. (2023). *Teoría del arte y cultura digital*. Madrid: Akal.

Miguel de Bustos, J.C. e Izquierdo-Castillo, J. (2019). ¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 803-821.

Morales, M. (23 de junio de 2023). El incierto futuro del archivo de Vieitez, el fotógrafo de la Galicia rural que deslumbró a Cartier-Bresson. *El país*

<https://elpais.com/cultura/2023-06-25/el-incierto-futuro-del-archivo-de-vieitez-el-fotografo-de-la-galicia-rural-que-deslumbro-a-cartier-bresson.html>

Parejo, N. (2012). La expresión de lo fotográfico en el cine. En C. Mateos Martín, A. I. Ardèvol Abreu, S. Toledano Buendía (Coord.), *La comunicación pública, secuestrada por el mercado. Sociedad Latina de Comunicación Social*, 64-79.

Peces, J. (2014). The Spanish are Coming. *British Journal of Photography*, *¡Viva España! The Spanish Are Coming: A Golden Generation Emerges*, 7-2014, 49-67.

Picazo, G. y Ribalta, J. (Eds.) (2003). *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*. Barcelona: Gustavo Gili.

Plan Nacional de Conservación del Patrimonio Fotográfico (2015). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: Secretaría General Técnica, Subdirección General de Documentación y Publicaciones.

Rodríguez-Martelo, T. y Maroto González, I. (2022). La difusión de valores corporativos a través de la estructura de contenidos en RTVE Play y Atresplayer. *AdComunica*, nº 24, 155-176.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Argentina: Caja Negra Editora

Túñez-López, J. M. Campos-Freire, F. & Rodríguez-Castro, M. (2021). *The Values of Public Service Media in Internet Society*. Suiza: Palgrave MacMillan.

Vega de la Rosa, C. (2008). La fotografía en la Universidad, ¿una historia con futuro? *Revista Latente: revista de historia y estética del audiovisual*, 6, 47-52.

Vega Pérez, C. (2014). Los estudios de fotografía en la universidad. En M. Olivera Zaldua y A. Salvador Benítez (Eds.). *Del artefacto mágico al pixel. Estudios de fotografía*, 227-239, Facultad de Ciencias de la Documentación Universidad Complutense de Madrid.

Zas Marcos, M. (28 de noviembre de 2021). El Centro nacional de Fotografía nace entre la euforia y el recelo: “No puede ser un envoltorio con lazo”. *Eldiario.es*

https://www.eldiario.es/cultura/centro-nacional-fotografia-nace-euforia-recelo-no-envoltorio-lazo_1_8533230.html